

Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство

Воронцова Т.А.

Удмуртский государственный университет

Речевая агрессия – это негативизирующее речевое поведение, реализующееся в деструктивных формах. Данный тип речевого поведения может быть реализован в любой разновидности дискурса в разных формах общения. Целью агрессивного речевого поведения является деформация одной или сразу нескольких сфер коммуникативного пространства, т.е. речевая агрессия может осуществляться как вторжение в речевое, в аксиологическое или когнитивное пространство адресата¹.

Речевая агрессия как вторжение в речевое пространство адресата имеет место в межличностной (интерперсональной) коммуникации, поскольку адресат (объект речевой агрессии) является участником коммуникации. В этом случае адресант использует агрессивное речевое поведение для того чтобы навязать адресату собственный коммуникативный сценарий и присвоить приоритетное «право на речь».

Речевая агрессия как вторжение в аксиологическое пространство адресата может быть представлена в любом типе коммуникации. Цель такого вторжения – навязать адресату негативное отношение к референту высказывания (предмету речи).

Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство направлена на изменение представлений адресата о предмете речи на уровне концепта. Специфика данного типа речевой агрессии заключается в том, что отдельный адресант, выражая прямо или косвенно негативное отношение к предмету речи, выбирает его обозначение, руководствуясь в первую очередь задачами максимального негативизирующего воздействия, не учитывая или

¹ См. подробнее: Воронцова Т. А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство. – Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2006.

сознательно игнорируя негативизацию стоящего за данным словом концепта².

Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство адресата может быть связана с актуализацией одного из компонентов смысловой структуры концепта, с привнесением нового содержания в его структуру, с изменением соотношения смысловых компонентов.³

Данная разновидность речевой агрессии имеет разный механизм воздействия и разный перлокутивный эффект в зависимости от типа коммуникации.

На уровне индивидуального высказывания такая речевая агрессия осуществляется, как правило, двумя путями. Во-первых, это может быть актуализация негативно-оценочного значения, находящегося на периферии концептуального поля. Например: *«Для блондинок это слишком сложно»*. Как известно, в современном бытовом речепотреблении слово *блондинка* наряду с основным, общеизвестным значением *женщина со светлыми волосами* получает значение *недалекая, легкомысленная женщина (девушка)*. Смысловой сдвиг (оценка интеллектуальных способностей по цвету волос) усиливает негативизирующее воздействие, т.к. основан на приеме расширения: *все блондинки глупые*. Во-вторых, негативизирующее воздействие на адресата может достигаться за счет контекстуального окружения, которое привносит отрицательную оценку в соответствующий концепт: *«Женщина за рулем – все равно что обезьяна с гранатой!»*.

Как видим, в основе такого негативизирующего воздействия обычно лежат так называемые универсальные высказывания, которые не подлежат верификации [Поппер К., 2004], а потому, с точки зрения психологов, обладают особой воздействующей силой. В зависимости от ряда факторов, например, от кратности воздействия, авторитетности адресанта и т.п., такого рода высказывания способны изменить оценку целого класса объектов,

² В данном исследовании мы рассматриваем концепт как ментальную сущность, оперативную единицу сознания, представленную в значениях языковых единиц [Краткий словарь когнитивных терминов, 1996, с. 90]

³ Подробнее см.: [Вепрева И.Т., 2002, с. 210-288].

стоящих за данным концептом. Однако на уровне межличностной коммуникации подобные высказывания не приводят к реструктуризации концепта. Даже вследствие весьма активного употребления такого рода высказываний вряд ли можно предположить, что ядерную зону концепта *блондинка* когда-нибудь будет составлять значение *недалекая, легкомысленная женщина (девушка)*, а концепта *женщина* – значение *лицо, не способное управлять автомобилем*.

Использование данного типа речевой агрессии в сфере массовой коммуникации может приводить к реструктуризации концепта в целом.

Реструктуризация концепта происходит в коллективном когнитивном пространстве ⁴ при наличии ряда факторов.

Во-первых, необходима актуализация данного концепта в большом количестве дискурсов и множеством адресантов. При этом такая актуализация должна обязательно сопровождаться относительно единой оценкой (положительной или отрицательной), что в конечном счете приводит к модификациям «общепринятых в социуме культурно-языковых понятий» [Воробьев В.В., 1997, с. 75]. Своеобразным «проводником» таких модификаций является, в первую очередь, публичный дискурс.

Во-вторых, реструктуризация концепта, как правило, обусловлена экстралингвистической ситуацией. Известно, что концептуальные изменения особенно активно происходят на поворотных этапах развития общества [Воробьев В.В., 1997, с. 78, Вепрева И.Т., 2002].

В-третьих, изменениям в первую очередь подвергаются концепты, не обладающие конкретным содержанием и жесткой структурой (например, *демократия, реформа* и др.).

«Реконструкция концепта»: изменение содержания или перестройка смысловой структуры концепта [Демьянков В.З., 2001, с. 43-45; Вепрева

⁴ По определению В.В. Красных, коллективное когнитивное пространство – это определенным образом структурированная совокупность знаний и представлений, которыми обладают все представители того или иного социума [Красных В.В., 2001, с. 164].

2002, с. 244-288] порождает «постоянные семантические сдвиги», которые, как замечает Д.Х. Хаймс, «едва ли можно объяснить иначе, чем каким-то сдвигом в когнитивной ориентации» [Хаймс Д.Х., 1975, с. 234].

Привнесение в структуру концепта нового значения или актуализация одного из его смысловых компонентов при определенных условиях может сформировать негативное отношение к таким концептам на уровне массового сознания. Это происходит тогда, когда, во-первых, в публичном дискурсе постоянно и последовательно репрезентируется негативное отношение к реалиям, стоящим за тем или иным концептом, во-вторых, когда эти реалии социально значимы, т.е. касаются интересов всего социума. Такие объекты находятся в сфере ключевых интересов всего общества, если они связаны с угрозой безопасности, благополучию, здоровью и т.п. Чаще всего они представляют собой либо концепт с «размытым» смыслом (например, *реформа*), либо концепт, обозначающий некое неисчисляемое множество лиц, объединенных каким-либо признаком (*чиновники, террористы*).

Наличие таких объектов негативного отношения определяется экстралингвистическими факторами: установкой на определенную идеологию, политической, экономической, культурной ситуацией в обществе. Подобные объекты агрессии могут создаваться целенаправленно, в угоду определенным идеологическим установкам. Идеологизированные объекты агрессии обычно создаются путем насильственного наведения негативизирующей семы на изначально нейтральное понятие. Происходит своего рода назначение того или иного концепта на роль «отрицательного героя». «Враг или его муляж могут быть выбраны почти произвольно и – подобно угрожаям ценностям – могут быть конкретными или абстрактными. «Эти» евреи, боши, гунны, эксплуататоры, тираны и т.д. годятся так же, как мировой капитализм, большевизм и другие «измы» [Лоренц К., 1994, с. 252]. При создании идеологизированных объектов речевой агрессии негативизирующее воздействие идет «извне». Цель – внушить массовому адресату, что данный объект представляет опасность для

всех и каждого, при том что такая опасность на повседневном, бытовом уровне в социуме не ощущается. «Именно государственная языковая политика разрабатывает направления вербальной агрессии, определяет формально-содержательную организацию системы стандартизованных идеологических примитивов, которые легко вводятся в языковое сознание и выступают в качестве операторов коммуникативного взаимодействия во всех сферах языкового существования» [Купина Н.А. 2001, с. 236]. Успех таких пропагандистских действий зависит от доверия к источнику сообщения (например, к власти или к СМИ). Если источник информации пользуется безграничным доверием, то при помощи пропаганды он не просто воздействует на когнитивное пространство массового адресата, а в значительной степени формирует это когнитивное пространство, создавая в нем в случае необходимости те или иные объекты агрессии. Если же доверие к источнику информации ослабевает, то ослабевает и влияние на концептосферу массового адресата.

При отсутствии жесткого контроля над публичным дискурсом формирование социумных объектов агрессии происходит «стихийно». Толчком для появления новых объектов речевой агрессии в социуме служит как некое экстремальное событие, затрагивающее интересы всего общества, так и вполне привычная социально-политическая ситуация, которая по тем или иным причинам не устраивает общество. Любая серьезная общественная проблема требует ответа на вопрос: «Кто виноват?». Объективная масштабность проблемы исключает возможность некой персональной ответственности. В результате установления логической связи между негативными изменениями или событиями в жизни общества и тем объектом, который с той или иной степенью очевидности может быть признан причиной (виновником) существующего положения, возникает необходимость обозначения того, кто представляет опасность для всех и каждого или мешает комфортному существованию всех и каждого. Это должна быть достаточно абстрактная номинация, которая могла бы

соответствовать максимальному количеству референтов⁵. Семантические параметры такой номинации определяют, как правило, экстралингвистические условия, однако на выбор номинации влияют также и внутриязыковые факторы: тенденция к универбации, дериватоспособность и т.д. Как правило, данные номинации изначально нейтральны по своим эмоционально-экспрессивным характеристикам. Совпадение экстралингвистических и интерлингвистических факторов приводит к тому, что данное обозначение начинает употребляться во множестве дискурсов (например, СМИ, публичная речь, бытовое общение) в негативном контексте, что приводит к изменению социальной оценки и, в конечном счете, негативизирует весь концепт, стоящий за данным словом.

Степень прозрачности такого процесса зависит от того, насколько очевидна связь между экстралингвистической ситуацией и номинацией объекта агрессии⁶. Если причина возникновения негативной ситуации в обществе неочевидна, то проследить процесс формирования социумных объектов агрессии гораздо сложнее.

Поэтапно процесс формирования социумных объектов агрессии можно представить следующим образом. Экстралингвистические факторы (значимые для всего общества события или обстоятельства) служат основанием для создания значительного количества дискурсов, включающих, в свою очередь, высказывания с негативной модальностью, в которых присутствует данный объект, причем его конкретная референция может быть разной. Например, *государство* может означать *президент, правительство, местные органы власти, парламент* и т.д. Отмечая «громадное значение»

⁵ «Анонимность значительно облегчает прорывы агрессивности. Наивный человек испытывает чрезвычайно пылкие чувства злобы, ярости по отношению к «этим Иванам», «этим фрицам», «этим жидам», «этим макаронникам»..., – т.е. к соседним народам, клички которых по возможности комбинируются с приставкой «гады» [Лоренц К., 1994, с. 260].

⁶ Так, например, во время Великой Отечественной войны обозначение *немец* фактически становится тождественным понятию «враг», «фашист». Первоначальное нейтральное значение национальной принадлежности отодвигается на второй план. Под воздействием внешней ситуации в концепт включается новое содержание, которое остается актуальным для определенного периода (Великая Отечественная война и послевоенный период). Очевидно, что указанные изменения в содержании концепта *немец* произошли стихийно, под воздействием экстралингвистических факторов, а не под влиянием пропаганды.

оценки в высказывании, рассчитанном на широкую социальную аудиторию, М.М. Бахтин (В.Н. Волошинов) писал, что существенные социальные оценки вырастают из общности «окружающего говорящих бытия» [Волошинов В.Н., 2000, с. 83-84]. То, что употребление слова в определенном контексте влияет на изменение его статуса в массовом языковом сознании, неоднократно отмечалось во многих лингвистических исследованиях [Булыгина Т.В., Шмелев А.Д., 1997; Клушина Н.И., 2008 и др.]. «Контекст – мощный механизм формирования нужной оценки у нейтральной номинации. Оценка закладывается не в сему номинации, а эксплицируется в ее словесном окружении... Пейоративное или мелиоративное значение у нейтрального слова развивается через формирование у него заданной коннотации при сохранении нейтральной семы» [Клушина Н.И., 2008, с. 108]. Если исходить из того, что «смысл слова всецело определяется контекстом» [Волошинов В.Н., 2000а, с. 415], то становится ясно, что следующий этап – это формирование негативной оценки. «Как только оценка из формальных моментов перекинулась в содержание, можно с уверенностью сказать, что готовится переоценка» [Волошинов В.Н., 2000, с. 80]. В этом случае формирование негативной оценки сопровождается определенными смысловыми сдвигами внутри концепта, и это неизбежно влечет за собой негативизацию всего концепта в целом. В этом смысле публичный дискурс **отражает объективно существующую в социуме негативную ситуацию**, т.е. реальные объекты речевой агрессии не навязываются, а лишь **обозначаются** через публичный дискурс, поскольку «семантические преобразования происходят в языке тогда, когда они отвечают потребностям социума» [Фоменко Ю.В., 2001, с. 167]. По мнению Г.Г. Хазагеров, СМИ вовсе не способны изменять картину мира: всякое новое или вошедшее в моду слово, даже пережив «реконцептуализацию» попадает «в уже заселенное пространство» [Хазагеров Г.Г., 2002].

Опасность такого рода речевой агрессии заключается в том, что выбранная в результате совпадения экстралингвистических и

интерлингвистических факторов номинация начинает активно использоваться в контексте с негативной модальностью множеством адресантов во множестве различных дискурсов.

В когнитивном пространстве современного российского социума процесс формирования объектов речевой агрессии наиболее активно проявляется в трех социально-значимых оппозициях: «народ – власть»; «русские – нерусские» и «бедные – богатые». Так, в рамках оппозиции «бедные – богатые» в конце XX - начале XXI века в качестве объектов речевой агрессии последовательно выступали концепты *коммерсанты* – *бизнесмены* – *новые русские* - *олигархи*. В рамках оппозиции «русские – нерусские» в определенные периоды новейшей российской истории социумными объектами агрессии становились концепты *чеченцы*, *исламисты*.

В настоящий момент в качестве социумных объектов речевой агрессии особую актуальность приобретают концепты *мигранты* и *милиция*.

Достаточно обратить внимание на то, что в различных типах публичного дискурса с номинацией *мигранты* активно употребляется военная (агональная) лексика: *мигранты наступают*, *вытесняют*, *захватывают* и т.п.. Это свидетельствует о тенденции к реструктуризации данного концепта в массовом сознании: нейтральный ядерный компонент *переселенцы* постепенно замещается негативно-оценочным компонентом *чужие*.

Тот же процесс наблюдается и в отношении концепта *милиция*. В контекстуальном окружении лексемы *милиция* и его производных преобладают слова с негативной эмоционально-экспрессивной коннотацией: *милиция коррумпированная*, *преступная*; *милиция воюет против собственного народа*; *милицейский беспредел* и т.п. Это означает, что основным компонентом данного концепта становятся не *защита* и *законность*, а *опасность* и *преступление*.

Безусловно, круг подобных объектов может сужаться или расширяться в зависимости от экстралингвистических факторов. Однако общий принцип формирования социумных объектов речевой агрессии универсален, и на основе этого принципа при необходимости можно «просчитывать» перспективу возможных социальных конфликтов.

Литература

1. Булыгина, Т. В., Шмелев, А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) – М. : Школа; Языки русской культуры, 1997.
2. Вепрева, И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002.
3. Волошинов, В. Н. Слово в жизни и слово в поэзии // Бахтин М.М. (Под маской). Фрейдизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. Статьи. – М. : Лабиринт, 2000. – С. 72–96.
4. Волошинов, В. Н. Марксизм и философия языка // Бахтин М.М. (Под маской). Фрейдизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. Статьи. – М. : Лабиринт, 2000. – С. 349–486.
5. Воробьев, В. В. Лингвокультурология (теория и методы). – М. : РУДН, 1997.
6. Воронцова Т. А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство. – Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2006.
7. Демьянков, В. З. Понятие и концепт в художественной литературе и в научном языке // Вопросы филологии. – М., 2001. – №1. – С. 35–47.
8. Клушина, Н. И. Стилистика публицистического текста. – М.: МедиаМир, 2008.

9. Краткий словарь когнитивных терминов / Под ред. Е. С. Кубряковой. – М. : Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996.
10. Красных, В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций. – М. : Гнозис, 2001.
11. Купина, Н.А. Идеологическая толерантность // Лингвистические проблемы толерантности : тез. докл. междунар. науч. конф., Екатеринбург, 24-26 октября 2001 г. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 236–239.
12. Лоренц, К. Агрессия (так называемое зло). – М. : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994.
13. Поппер, К. Логика научного исследования. – М. : Республика, 2004.
14. Фоменко, Ю. В. Человек, слово и контекст // Концепция человека в современной философской и психологической мысли. – Новосибирск : НИЭПП, 2001. – С. 164–168.
15. Хазагеров, Г. Г. Что слышит слушающий [Электронный ресурс] // Отечественные записки. – 2002. – № 6. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru>.
16. Хаймс, Д. Х. Два типа лингвистических отношений // Новое в лингвистике. – М. : Прогресс, 1975. – Вып. 7 : Социоллингвистика. – С. 229–298.