

Санкт-Петербургский государственный университет

Филологический факультет

Кафедра английской филологии и перевода

АВРАМЕНКО Антонина Игорьевна

**Высказывания, выражающие общепринятые
истины, как средство манипуляции в английском
диалоге**

Выпускная квалификационная работа

Научный руководитель:

д.ф.н., доц. В.Н. Пилатова

Санкт-Петербург

2016

Содержание

Введение.....	3
Глава I. Теоретические основы исследования.....	6
1.1. Общая характеристика диалогической речи.....	6
1.1.1. Структурные особенности диалогической речи.....	7
1.1.2. Семантические особенности диалогической речи.....	10
1.2. Языковые способы передачи общепринятых истин.....	13
1.2.1. Языковые единицы, выражающие народную мудрость.....	14
1.2.2. Известные высказывания авторитетных людей.....	16
1.2.3. Стереотипы.....	17
1.3. Манипулирование сознанием в языковом выражении.....	20
1.3.1. Понятие «манипулирование сознанием».....	21
1.3.2. Языковые способы манипулирования сознанием.....	24
Выводы по главе I.....	28
Глава II. Речевое использование высказываний, выражающих общепринятые истины, в целях манипуляции сознанием слушателя.....	30
2.1. Аргументация.....	30
2.2. Дискредитация.....	35
2.3. Создание положительного образа.....	39
2.4. Уход от ответа.....	43
2.5. Искажение информации.....	46
Выводы по главе II.....	51
Заключение.....	52
Библиография.....	54
Список источников примеров.....	58

Введение

Манипулирование – универсальное понятие, которое можно встретить во всех сферах социальной жизнедеятельности человека. Манипуляция как средство скрытого воздействия непосредственно затрагивает акт говорения, в связи с этим представляется неизбежным рассмотрение этого понятия в свете современной лингвистики. Это явление служит объектом изучения многих наук, о чем свидетельствует большое количество работ современных исследователей в отечественной и зарубежной науке: лингвистике, литературоведении, психологии, социологии и пр.

Актуальность настоящего исследования, таким образом, объясняется его современной направленностью на изучение манипуляции в речевом общении, а также развитием таких областей знания, как языковое манипулирование и манипулятивный дискурс. Однако, несмотря на высокий интерес к данной области исследования, не все языковые способы манипулирования сознанием были подвергнуты тщательному изучению. В связи с этим представляется интересным изучить использование общепринятых истин как средство манипулирования сознанием в различных целях коммуникативного общения, а в частности как средство аргументации, дискредитации, ухода от ответа и т.д.

Объектом исследования послужили фрагменты диалогов из англоязычной художественной литературы и фильмов, содержащих манипулятивные высказывания

Предметом исследования являются концепты, передающие общепринятые истины, как средство манипулирования собеседником, анализ которых позволит определить их речевое функционирование в английском языке.

Цель настоящей работы – доказать, что высказывания выражающие общепринятые истины, могут использоваться в целях манипуляции в англоязычной лингвокультуре.

Теоретическую основу дипломной работы составляют труды таких лингвистов и исследователей как Л.П. Якубинский, М.М. Бахтин, У. Липман, А.А. Казаков, В.И. Карасик и др.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. изучить особенности диалогической речи;
2. выявить языковые способы передачи общепринятых истин;
3. изучить понятие «манипулирование сознанием» и его языковое выражение;
4. исследовать речевое использование высказываний, выражающих общепринятые истины, в целях аргументации, дискредитации, создания положительного образа, искажения образа и ухода от ответа в английском диалоге.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы для составления научных работ по лингвистике, лингвокультурологии и коммуникативной грамматике.

Практическая значимость дипломной работы заключается в том, что ее результаты могут быть использованы для разработки семинаров и новых методик в области лингвистики и коммуникативной грамматике.

Материалом для исследования послужили 100 фрагментов англоязычных диалогов, в состав которых входят изучаемые единицы, полученных методом сплошной выборки из англоязычной художественной литературы и фильмов, общим объемом 3000 страниц.

Настоящее исследование предполагает применение **методов** лингвистического описания, лингвокультурологического и контекстного анализа.

Объем и структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и списка источников примеров. В главе I рассматриваются

теоретические основы диалогической речи, языковые способы передачи общепринятых истин, понятие «манипуляции сознанием» и его языковое выражение. Глава II посвящена практическому исследованию речевого использования высказываний, выражающих общепринятые истины, в целях манипуляции сознанием. В заключении подводятся итоги исследования. Список цитируемой литературы насчитывает 43 наименования (из них 6 на иностранных языках). Общий объем выпускной квалификационной работы составляет 58 страниц печатного текста.

Глава I. Теоретические основы исследования

1.1. Общая характеристика диалогической речи

Диалог, как естественная форма общения, находится в сфере исследовательских интересов представителей многих гуманитарных наук, изучающих различные аспекты человеческой деятельности, связанных с реальной коммуникацией.

Лингвистическое изучение диалога весьма актуальное направление, однако первые предпосылки исследовательских подходов можно найти еще в Древней Греции. Древнегреческие философы считали, что диалог есть «речь, состоящая из вопросов и ответов» [Диоген Лаэртский, 1986, 164]. Диалог в риторике рассматривался древними греками как способ выразить свою позицию, как акт живого общения.

Л.П. Якубинский, исходя из понимания языка как разновидности человеческого поведения, дает следующее определение диалогической речи: «Соответственно перемежающимся формам взаимодействий, подразумевающим сравнительно быструю смену акций и реакций взаимодействующих индивидов, мы имеем диалогическую форму речевого общения» [Якубинский, 1986, 25].

Тем не менее, углубленное лингвистическое изучение диалога началось лишь в последние несколько десятилетий. Лингвисты склонны выдвигать различные признаки диалогической речи.

Так Л. П. Якубинский говорил о двустороннем характере диалога, отмечая, что всякое взаимодействие людей есть именно взаимодействие, которое стремится избежать односторонности, хочет быть двусторонним, «диалогическим» и бежит «монолог» [Якубинский, 1986, 15].

Некоторые лингвисты (Винокур [1998], Пустовалов [1987]) выделяют реплицирование (чередование реплик) как основополагающий признак диалогической речи.

Другие же исследователи выделяют связь между репликами, как один из важнейших признаков.

Л.В. Щерба отмечал, что диалогическая речь состоит из взаимных реакций двух общающихся между собой индивидов, реакций нормально спонтанных, определяемых ситуацией или высказыванием собеседника. Диалог – это в сущности цепь реплик. [Щерба, 1957, 115].

Теоретики лингвистики текста обращали внимание на особый статус диалога как одного из видов (типов) текста. В. Дресслер считал, что высказывания (реплики) не являются независимыми, они представляют собой части более крупного единства, а именно диалогического текста. Высказывания каждого участника, заключенное между конечной паузой и сменой говорящего, образует само в себе относительно законченный отрывок текста [Дресслер, 1978, 130].

К. Гаузенблаз выстраивает свою собственную классификацию текстов. По его мнению, диалогические тексты относятся к речевым произведениям со сложной текстовой структурой. Диалог разворачивается как единый текст, хотя, конечно, неоднородный и разделен на чередующиеся речевые произведения двух или нескольких активных участников диалога [Гаузенблаз, 1978, 67].

Проанализировав различные трактовки диалогической речи, можно заключить, что все исследователи выдвигали на первое место различные признаки, но в целостном определении диалога их мнения сходятся. Таким образом, мы можем вывести, что диалог – это процесс общения (обмена репликами), обычно языкового, между двумя или более лицами, представляющих собой цепь высказываний.

1.1.1. Структурные особенности диалогической речи

Диалог, как естественная форма общения, генетически восходит к устно-разговорной сфере. Поэтому зачастую диалог, происходящий в ситуации непринужденного общения, строится по правилам устной речи: неполный стиль произношения, своеобразный синтаксис, ситуативные лексические новообразования.

К основным характерным особенностям диалога относятся:
- наличие повторов и переспросов в реагирующих репликах;

- эллиптичность, синтаксическая неполнота реплик, компенсируемая за счет предыдущего высказывания;
- обилие вопросительных и побудительных предложений;
- спонтанность;
- «свободная» оформленность фраз;
- использование разного рода клише, стереотипов и разговорных формул.

Одним из первых типизацию диалогов по структуре приводит Л.П. Якубинский в своей работе «О диалогической речи» (1986 г.) посредством сравнения диалогической и монологической формы.

Во-первых, диалог в виде отрывистого и быстрого разговора на какие-нибудь обыденные или деловые темы; для него будут характерны: сравнительно быстрый обмен речью, когда каждый компонент обмена является репликой и одна реплика в высшей степени обусловлена другой; обмен происходит вне какого-нибудь предварительного обдумывания; компоненты не имеют особой заданности; в построении реплик нет никакой предумышленной связанности и они в высшей степени кратки;

Второй - ложный диалог или обмен монологами: например при обмене приветствиями или небольшими «речами» на каких-нибудь церемониях, попеременного рассказа о впечатлениях, переживаниях или приключениях; в последнем случае в общем порядке речевого взаимодействия монологические куски иногда как бы аккомпанируются репликами. Именно случаи «монологического диалога» используются в поэзии.

И последний тип - беседа, для которой характерны более медленный темп обмена речью, большая сравнительно величина компонентов и в связи с этим, может быть, большая построенность, обдумываемость речи; беседа характерным образом развивается в обстановке досуга, но возможна и деловая беседа, которая не позволяет говорить собственно о досуге, но предполагает известное время для своего обнаружения [Якубинский, 1986, 27].

В дальнейшем исследователи выбрали более глубокий подход к изучению структуры диалогической речи, а именно сформировали понятие о структурных элементах диалога.

Д.И. Изаренков за основную единицу структуры диалога принимает высказывание, имеющее единую цель, оформленное как предложение или сочетание логически связанных предложений (не превышающее по форме и содержанию размера умозаключения), обращенное к собеседнику и вызывающее у него ответную реакцию. [Изаренков, 1979, 17].

М.М. Бахтин [1986] так же выделяет высказывание (реплику) как основную единицу диалога, а активно-ответную реакцию считает главной особенностью диалогической речи. В отличие от Д.И. Изаренкова, он считал, что высказывание нельзя считать сочетанием предложений, словосочетаний или слов. М.М. Бахтин воспринимал высказывания как обмен мыслями, по его мнению, предложениями не обмениваются, так как они не могут вызвать ответной реакции. Границы каждого конкретного высказывания определяются сменой речевых субъектов, т.е. сменой говорящих.

Многие лингвисты занимались характеристикой состава диалогического единства. Из проведенного исследования было выяснено, что исследователи прибегают к разнообразным номинациям, поэтому более удобными были сочтены наименования реплик: стимул (инициативная реплика) и реакция (реактивная реплика).

Исследователи выделяли следующие отношения между репликами:

1. «Вопрос – Ответ», где стимул это запрос информации, а реакция – ответ;

2. Стимул «Сообщения» несет функцию информирования другого человека, правда в вопросах реактивной реплики на этот стимул, мнения исследователей разошлись. Например, М.М. Бахтин [1986] дает только два вида реакций на стимул «сообщения» - возражение, либо – согласие, когда

Т.Г. Винокур [1998] приводит пять вариантов реагирующих реплик – разъяснение, добавление, возражение, согласие, оценка.

3. «Побуждение – Выполнение (отказ от выполнения)».

На данный момент общепринята классификация диалога по структуре на основе двухчленных единств, которая часто используется в пособиях по обучению русскому языку:

- вопрос – ответ;
- вопрос – контрвопрос;
- сообщение – реакция на сообщение (согласие, несогласие);
- сообщение – вопрос;
- побуждение – реакция на сообщение;
- побуждение – вопрос.

Итак, в данной главе рассмотрению подвергнуты различные типы диалога и отношения между стимулом (инициативная реплика) и реакцией (реактивная реплика). В практической части мы рассмотрим диалог со структурой «беседы» и входящие в него стимулы сообщения/побуждения и реакции на сообщения, несущие в себе манипулятивный характер.

1.1.2. Семантические особенности диалогической речи

В лингвистических исследованиях существуют два термина для обозначения коммуникативных единиц – предложение и высказывание. Когда исследователи начали изучать предложение не только с точки зрения структуры, а также с точки зрения передаваемой им информации, появился термин «высказывание». Под высказыванием стали понимать ту информативную единицу, которая передается предложением.

Было установлено, что предложения с одинаковой синтаксической структурой могут передавать разную информацию, в зависимости от говорящего, и таким образом появилось учение об «актуальном членении» [Чахоян, 1979, 10].

В. Матезиус [1967] рассматривал в качестве элементов «основу» и «ядро», которые в последствии стали называться темой и ремой.

Исследователи (J. Firbas [1964], Ковтунова [1976]) определяли тему как предмет сообщения, а рему как элемент несущий основное содержание сообщения, т.е. коммуникативный центр высказывания.

Раньше коммуникативные единицы (КЕ) или высказывания рассматривались учеными только в роли коммуникативных типов предложения, выделяемых по цели высказывания (всем известное деление на повествовательные, вопросительные и восклицательные предложения). Данная классификация имеет ряд недочетов. Например: коммуникативные типы могут иметь разное содержание; вопросительное предложение может содержать в себе запрос, предположение, упрек и т.д. Поэтому эта система требовала пересмотра, особенно с учетом теории речевого общения в диалогах.

Такого же мнения придерживается М.М. Бахтин, он рассматривает высказывание в виде звена в цепи речевого общения. По его мнению, каждое высказывание характеризуется предметно-смысловым замыслом и экспрессивным моментом (т.е. субъективно-эмоциональное отношение говорящего к предметно-смысловому содержанию). Предложение, как единица языка, нейтрально и не имеет в себе экспрессивной стороны; оно получает ее только в конкретном высказывании. Предложение «Он умер» может выражать и положительную и даже ликующую экспрессию, а предложение «Какая радость!» в контексте определенного высказывания может приобрести иронический характер. Поэтому М.М. Бахтин уточняет, что во всех этих случаях мы имеем дело не с одним словом или предложением, а с конкретным смыслом – содержанием данного высказывания. Значение слова отнесено здесь к определенной реальной действительности в определенных же реальных условиях речевого общения. Поэтому мы здесь не просто понимаем значение данного слова, как слова языка, а занимаем в отношении к нему активную ответную позицию (сочувствие, согласие или несогласие, стимул к действию). Таким

образом, экспрессивность принадлежит здесь высказыванию, а не слову.
[Бахтин, 1986, 286]

Следуя той же логике, Л.П. Чахоян выделила типы КЕ (в рамках диалога) на основе типа речевого действия и функционально-семантических элементов:

1. Функционально-семантические элементы, отражающие отношения, существующие в рамках объективной действительности – семантико-синтаксические элементы.

2. Функционально-семантические элементы, связанные с отражением психической деятельности человека – интенционально-семантические элементы.

3. Функционально-семантические элементы, отражающие логическую деятельность человеческого мышления – логико-семантические элементы.
[Чахоян, 1979, 32].

Итак, в ходе изучения исследовательских работ по семантической структуре диалога было выяснено, что исследователи разграничивают понятие высказывание как носитель информации, от предложения. Высказывание внутри диалога приобретает индивидуальную семантику, с помощью предметно-смыслового замысла, экспрессивности и функционально-семантических элементов.

1.2. Языковые способы передачи общепринятых истин

Общепринятые истины – это обобщения, которые помогают нам в повседневной жизни. У каждого народа своя культура, свои суждения и взгляд на определенные вещи, людей (нации) и явления. Общепринятые истины представляют собой быстрые рациональные суждения, которые мы иногда используем для придания смысла наблюдаемым событиям.

Общепринятые истины охватывают практически все сферы вербальной коммуникации: от быта, деловой и общественно-политической жизни, до науки и искусства.

Однако их системного описания нет не только в словарях, но и в теоретической литературе. Исходя из этого, нами было выделены следующие языковые способы передачи общепринятых истин:

1. языковые единицы, выражающие народную мудрость (пословицы, поговорки);
2. известные высказывания авторитетных людей;
3. стереотипы.

Многократная воспроизводимость общепринятых истин в устной и письменной речи дала повод многим исследователям назвать их «устойчивыми словосочетаниями». Однако этот термин не может применяться по отношению к общепринятым истинам, так как его в равной степени относят и к фразеологизмам. Также по причине того, что к общепринятым истинам относятся «стереотипы», которые представляют собой суждения и не могут представлять собой определенную языковую единицу.

Известны, также попытки выделения некоторых типов общепринятых истин в отдельную лингвистическую дисциплину – фразеоматику (школа А.В. Кунина).

Из проделанного исследования было выяснено, что типы общепринятых истин в отечественной и зарубежной лингвистике в большинстве случаев рассматривались отдельно. Стереотипы стали объектом изучения социолингвистики; в то время как языковые единицы, выражающие народную мудрость, получили большее освещение в

фразеологии. Например, Н.М. Шанский называет их «коммуникативными фразеологическими выражениями» [Шанский, 1969, 84].

Исходя из этого, видится необходимость рассматривать подробнее данные языковые способы передачи общепринятых истин, в дальнейшем исследовании, также раздельно.

1.2.1. Языковые единицы, выражающие народную мудрость

Язык, как известно, является хранилищем коллективного опыта человечества. Этот опыт выражается в значениях слов и устойчивых выражений, в ценностных ассоциациях и зафиксированных в языке, нормах поведения, в прецедентных текстах, определяющих принадлежность людей к той или иной культуре [Дмитриева 1997, 1]. Пословицы и поговорки играют важную роль в коммуникации, с помощью них народ отражает свое отношение к природе, животному миру, социальному и историческому опыту своих предков, выражает свое мировоззрение и нормы поведения.

Поговоркам и пословицам приписывают разные свойства. Например, представители лингвистического направления рассматривают свойства пословиц и поговорок с точки зрения их места во фразеологическом фонде (широкая и узкая трактовки). Проанализировав различные трактовки, нами было выбрано описание свойств согласно П.У. Бакирову:

1. Клишированность (свойство того или иного текста восприниматься глобально, как существующее в готовом виде конструктивное и семантическое целое без существенных изменений в соответствующих коммуникативных ситуациях).

2. Афористичность. Это свойство предполагает меткость, емкость и сжатость.

3. Утилитарность. С этим свойством связан наставительный, назидательный характер пословиц, отражение в них жизненно-практического смысла. Этим свойством обладают все виды паремий.

4. Антропоцентричность. "Пословица всегда обращена к человеку: она учит его жить, предписывает или запрещает какие-либо действия, дает мудрые советы" [Бакиров, 2007, 7-41].

Лингвистический аспект изучения пословиц в зарубежном языкознании (W. Mieder, A. Dundes, Wang Qin, K. Higbee, A. Taylor) весьма отличается и существенно уступает по разнообразию подходов отечественных лингвистов. За рубежом, интенсивно ведется изучение пословиц с точки зрения их этнокультурной специфики и с точки зрения когнитивного подхода.

Особенно интересными представляются работа В. Мидера «A proverb a day keeps no chauvinism a way» [1985], где он говорит об отрицательной оценке женщин в пословицах. А также статья Ван Кина «Racial characteristics of proverbs» [1996], где он рассказывает о необходимости изучения пословиц во время обучения иностранному языку.

Согласно А.М. Жигулеву пословицы и поговорки наиболее наглядно иллюстрируют образ жизни, географическое положение страны, его историю и традиции. Они веками хранят накопленный социокультурный опыт. В пословицах и поговорках лаконично и образно отражена система ценностей, общественная мораль, этика, отношение к миру и другим народам [Жигулев, 1965, 297-301].

Пословицы и поговорки содержат в себе наставления на все случаи жизни, что придает им нравоучительный, дидактический характер. Это факт позволяет заключить, что участники диалога могут использовать пословицы и поговорки как средство манипуляции собеседником.

1.2.2. Известные высказывания авторитетных людей

Рассматривая известные высказывания людей, мы затрагиваем такую область знаний, как афористика. Следует отметить, что афоризм давно перестал быть объектом изучения лишь литературоведения, в данное время он широко изучается также в лингвистике, языкознании и других науках.

Афоризм - это компактный, ёмкий, философски глубокий и обобщающий, логически выстроенный, но иногда неожиданный по умозаключению текст с ключевыми словами, словосочетаниями и авторской логикой их композиционного размещения. [Ермаков, 2010, с. 87].

Ранние работы по афористики были посвящены семантическим и структурным особенностям афоризмов (А.С. Бардза, Л.И. Ковалёва, А.С. Тяпкина, Г.Е. Крейдлин, Г.Л. Пермяков, М.А. Черкасский, Н. Барли).

Г.Л. Пермяков в своей работе «От поговорки до сказки (Заметки по общей теории клише)» пишет о тройственной природе таких изречений: с одной стороны, это явления языка, сходные с обычными фразеологизмами; с другой – логические единицы (суждения или умозаключения); и с третьей – художественные миниатюры, в яркой, чеканной форме отражающие факты живой действительности; что соответственно требует тройного к ним подхода – как к явлениям языка, явлениям мысли и явлениям фольклора.

Позднее в связи с распространением антропоцентрического подхода к языковым явлениям наметились перспективы исследования афоризмов в когнитивном аспекте. Афоризм начинает рассматриваться с точки зрения его связи с экстралингвистическими факторами в контексте таких понятий, как культура, картина мира, языковая общность, языковая личность, этносознание, что сближает определение афоризма с пословицами и поговорками.

А.В. Артемова видит в афоризмах зеркало национальной культуры, которое, содержит в себе большой объём информации о традициях, устоях, своеобразии миропонимания и менталитета того или иного языкового сообщества [Артемова, 2000, 21].

Однако в отличие от поговорок, афоризм имеет автора. «Афоризм, как произведение авторское, отражает индивидуальную картину мира и является информативной единицей с точки зрения культурной специфики настолько,

насколько афорист способен выступать как типичный представитель некой культурно-языковой общности» [Наличникова, 2010, 12].

Афоризм – это авторская оригинальная мысль, неоднократно воспроизводимая другими людьми. Следственно афоризм имеет право на статус общепринятой истины, а заключенная в нем житейская мудрость и поучительный вывод дает нам повод отнести его к средствам манипуляции в диалоге.

1.2.3. Стереотипы

В течение всего существования человечества, любая нация формирует собственное видение окружающего мира, тем самым сформировывая определенный фонд знаний. Эти ментальные образования и называются стереотипами.

Феномен стереотипности присущ любой деятельности и поэтому рассматривается различными научными дисциплинами: социологией, политологией, культурологией, этнографией, лингвистикой и др. Такое разнообразие ракурсов рассмотрения термина накладывает свою специфику на его определение.

Впервые термин стереотип был предложен в 1922 г. американским социологом и автором книги «Public Opinion» У. Липманом, в которой стереотипы определялись как «образы в нашем сознании» (the pictures in our heads). У. Липман считал, что стереотип - это особая форма восприятия окружающего мира, оказывающее определенное влияние на данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания [Lippman 1950, 95].

Немаловажным фактором У. Липман считал культурное окружение индивидуума, благодаря которым формируется суждения: «Во всей неразберихе внешнего мира мы выхватываем то, что навязывает нам наша культура, и мы имеем очевидную тенденцию воспринимать эту информацию в форме стереотипов» [Там же, 81].

Работа У. Липмана оказала огромное влияние на все последующие исследования стереотипов, и с тех пор было предложено большое

количество определений стереотипа. Так, социолог Р. Бинкли называл стереотип — величайшим всеобщим знаменателем [Binkley 1928, 393]. Однако в первую очередь исследователями рассматривались этнические стереотипы (социальные), под которыми понимались устойчивые представления о характеристиках этнических, национальных сообществ людей. Например, эксперимент ученых Д. Кац и К. Брейли в 1933 г., где они выяснили, что этнический стереотип – это устойчивое представление, мало согласующееся с теми реалиями, которое оно стремится представить, и вытекающее из присущего человеку свойства сначала определить явление, а потом уже его провести наблюдение.

Социальные стереотипы выражают представления о целой группе людей, но в качестве группы выступает не только этнос или нация, но и объединение людей по прочим социальным признакам: возрасту, полу, профессии, социальному статусу, могут фигурировать так же события или явления и т. д. В целом под социальным стереотипом понимают «стандартизированный, устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно определенный образ, представление о социальном объекте» [Шихирев, 1998, 28].

Многие исследователи пишут о негативной мотивировке стереотипов. Так, например В.А. Маслова писала: «Человеку свойственно преувеличивать достоинства своего этноса и преуменьшать достоинства других. Например, то, что у себя называется экономностью, у других будет скупостью; настойчивость у себя трактуется как упрямство у других и т.д. [Маслова, 2010, 110].

В большинстве своем негативные мотивировки стереотипов и в целом стереотипы оказываются ложными, так как целая группа людей не может проявлять одинаковые черты поведения. Однако У. Липман считает, что стереотипы не всегда ложные, они могут быть правдой, или частично правдой, или ложью. «Система стереотипов, возможно, является стержневой в нашей личной традиции, она защищает наше место в обществе [...] а также сохраняет время в нашей занятой жизни и помогает

нам спастись от сбивающих с толку попыток увидеть мир устойчивым и охватить его целиком» [Lippman, 1950, 114].

Так при исследовании различных трактовок мы вслед за В.А. Масловой выделяем основные черты стереотипов: 1) стереотипы детерминированы культурой 2) стереотипы являются средством экономии речевых усилий и соответственно языковых средств [Маслова, 2004, 57].

После исследования понятия «стереотип» исследователи предприняли попытки классифицировать стереотипы по типам.

А.В. Павловская выделяет стереотипы поверхностные и глубинные. К поверхностным стереотипам (ПС) относятся представления о том или ином народе, обусловленные исторической, международной или внутренней политической ситуацией. На продолжительность их бытования влияет стабильность данного общества и реальные исторические коллизии.

Глубинные же стереотипы постоянны и устойчивы. Изменяются они весьма медленно, поэтому более любопытны для исследователя ментальности того или иного народа. [Павловская, 1998, 17-29]

Актуальной на наш взгляд можно считать классификацию Н.В. Сорокиной, которая суммировала все ранние теоретические исследования и составила свою:

1. Антропостереотипы (относящиеся к человеку):
 - а) стереотипы персоналий (относящиеся к одному человеку, например: известному деятелю)
 - б) социальные (гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, национальные, этнические, религиозные, региональные, классовые, политические и т.д.)
2. Событийные стереотипы (на основе классификации П.Н. Донец)
11 сентября 2001 – исламский терроризм
3. Предметные (на основе классификации П.Н. Донец)
 - а) вещественные (шапка-ушанка – холод)
 - б) понятийные [Сорокина, 2013, с. 124-125]

В ходе исследования было выяснено, что стереотипы представляют собой суждения, об окружающем мире, людях и вещах, которые различаются по глубине и негативной мотивировке. В практической части

исследования нами будут рассмотрены использование социальных стереотипов в целях манипуляции собеседником.

1.3. Манипулирование сознанием в языковом выражении

С древнейших времен люди стремились понять силу воздействия слова. Языку, как известно, принадлежат следующие функции: информационная, коммуникативная и воздействующая. Каждая из этих функций может занимать главную роль в речевом акте в зависимости от планируемого результата. В этом разделе мы рассмотрим воздействующую функцию, т.е. манипулятивную.

С середины прошлого века проблемы манипулятивного воздействия активно обсуждаются исследователями различных областей. Первоначально явление «манипуляция» изучали в рамках психологии и социологии. В дальнейшем, в зависимости от появления новых научных подходов и направлений, исследователи из различных отраслей наук стали по-разному трактовать и рассматривать данный феномен.

В рамках каждой из наук (психологии, философии, лингвистики, социологии, политологии и т.д.) выделялись различные характеристики, признаки и приемы манипулятивного воздействия. Общеизвестны работы: Б.Н. Бессонова, С.И. Виноградова, Е.В. Доценко, Ю.А. Ермакова, О.С. Иссерс, С.Г. Кара-Мурза, И.А. Стернина, R. Harris, P. Hofer, L. Proto и других отечественных и зарубежных исследователей.

Не смотря на столь длительное изучение явления манипуляции, ученые не пришли к общепризнанному определению этого понятия. В связи с этим, Е.И. Сур различает 5 подходов к пониманию манипуляции:

1. психологическое или духовное воздействие (психологическое понимание);
2. речевое или языковое воздействие (лингвистическое понимание);
3. некоторое воздействие (нейтрально - абстрактное понимание);
4. способ господства (политическое понимание);
5. управление (социологическое понимание) [Сур, 2013, 1]

В данной разделе, мы рассмотрим понятие «манипуляция сознанием» и его характеристики, сделав акцент на лингвистическом подходе, а так же рассмотрим языковые способы выражения манипуляции сознанием.

1.3.1. Понятие «манипулирование сознанием»

Манипулирование сознанием довольно универсальное явление, которое как мы говорили выше можно найти во многих сферах жизнедеятельности человека. Г. И. Колесникова заметила: «Ученые, исследующие манипуляцию, расходясь в трактовках этого феномена, сходятся в двух параметрах, отличающих манипуляцию от всех иных воздействий – скрытый, тайный характер воздействия и отсутствие учета интереса другой стороны» [Колесникова, 2011, 5].

Неудивительно, что самому детальному изучению явление манипуляции подвергалось именно в психологии. Например, Е. Л. Доценко рассматривает манипуляцию как вид психологического воздействия, искусное исполнение, которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями [Доценко, 1997, 5].

Лингвистический подход рассматривает «манипуляцию» как речевое/языковое воздействие. Данную трактовку можно встретить в работах таких филологов как О.С. Иссерс, В.И. Карасик, А. В. Голубева, И.А. Стернин. Так, например А.В. Голубева и В.И. Максимов определяют манипуляцию как «вид речевого воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [Голубева, Максимов, 133].

В.И. Карасик представляет манипуляцию в виде «двойной игры»: в которой существуют два сценария поведения: на поверхностном уровне манипулирующий пытается убедить манипулируемого в своем добром отношении к нему, в то время как на самом деле манипулирующий преследует свои сугубо корыстные цели, раскрытие которых поставило бы

его перед адресатом в невыгодном свете. Он называет такие манипулятивные приемы уловками [Карасик, 2002, 66].

В.П.Шейнов выделяет два типа уловок-манипуляций: «позволительные», к которым относятся оттягивание возражения в устном споре, напирание, приведение аргументов вразброс, противоречащая мысль; и «непозволительные» - срыв общения, довод к силе, чтение в сердце, инсинуации (дискредитация оппонента).

Отдельно В.П. Шейнов выделяет психологические уловки (степень их позволительности не комментируется):

- "Выведение из равновесия" (перепутать имя, , допустить пренебрежительное высказывание, обыграть фамилию, возраст, внешность или другое неотъемлемое качество оппонента);
- "Пакостный метод" (например, прямое оскорбление);
- "Отвлекающий маневр" (сообщение важной информации на фоне малозначимого, но ярко и эффектно поданного тезиса),
- "Внушение" (убежденный тон, уверенная манера речи и выражения лица),
- "Вдалбливание" (многократное повторение),
- "Аргументы к невежеству, состраданию, выгоде" и др.

[Шейнов, 2000, 361 –388].

Приведенные В. П. Шейновым способы манипуляций, свидетельствуют о том, что уловки представляют собой совокупность приемов воздействия на адресата. С этой точки зрения также можно рассмотреть классификацию А.Г. Гурочкиной:

- манипулирование потребностями субъекта (использование желаний, интересов партнера);
- манипулирование чувствами субъекта (использование эмоций, страстей);
- «духовное» манипулирование (формирование у субъекта определенных идеалов и ценностей);
- интеллектуальное манипулирование (навязывание субъекту неких мнений, точек зрения);
- символическое манипулирование (формирование устойчивой реакции человека на определенные символы).

А.Л. Гурочкина пишет: «Осуществляя акт манипуляции, манипулятор выбирает определенную стратегию и осуществляет ее с помощью определенных тактик, получивших название «манипулятивных технологий». К ним относятся: искажение информации, утаивание информации, имплицитная подача информации, намеренный выбор способа и момента подачи информации»

О.С. Иссерс в своей монографии «Коммуникативные стратегии и тактики» приводит ряд речевых стратегий и разделяет их на типы:

1. Семантический тип речевых стратегий:
 - а) стратегии и тактики уговаривания,
 - б) стратегии и тактики дискредитации;
2. Прагматический тип речевых стратегий:
 - а) эмоционально-настраивающие тактики: комплимент,
 - б) стратегия самопрезентации. [Иссерс, 2008, с. 141-205]

Изучению манипулятивных стратегий и тактик посвящено много работ (В.Н. Козьмина, Е.Н. Шустрова, Т.С. Ковалева, Г.А. Копнина, Е.В. Сергеева и др.), исследователи выделяют разные стратегии в зависимости от цели и дискурса (политический, СМИ, бытовой).

В практической части мы рассмотрим интеллектуальное манипулирование, т.е. навязывание субъекту неких мнений, точек зрения с помощью общепринятых истин. Так же исследованию подвергнутся позволенные и непозволенные стратегии, к которым будут прибегать участники диалога, а именно способы аргументации, дискредитации, создания положительного образа, ухода от ответа и искажения информации.

1.3.2. Языковые способы манипулирования сознанием

Понятие манипуляции тесно связано с суггестивным употреблением языка. Искусно подобранные слова могут выделить в сообщении те или иные оттенки значений, в результате чего они обретают двойной смысл и могут вызвать выгодное для манипулятора понимание ситуации у адресата.

И.Ю. Черепанова определяет суггестию как «воздействие на человека (прежде всего вербальное), воспринимаемое им без критической

оценки, иными словами – латентное (скрытое) речевое воздействие [Черепанова, 1995, 12].

Суггестия, т.е. языковые способы воздействия, встречается на всех уровнях языка: фонетическом, морфологическом, лексическом и синтаксическом. В наше время довольно много работ посвящено тропам в акте манипулирования, среди которых метафора, гипербола и др. средства, относящиеся к лексическому уровню:

- создание и использование неологизмов, отдельных слов или словосочетаний: *Only two Alka Seltzer ago you were feeling downhearted and low.* В данном примере время обозначается нестандартными единицами — «алказельтцерами», что придает высказыванию оригинальность и привлекает внимание;
- переименование — изменение имен тех или иных объектов и явлений и создание новых: *The best salary for refuse officers;*
- чрезмерное употребление ключевого слова или его синонимов: *Kellogg's Corn Flakes. That's how you can eat sunshine. Don't let little things distract you when you're eating sunshine;*
- использование слов, имеющих яркую положительную или отрицательную коннотацию, употребление оценочных или эмоциональных определений при существительных вместо нейтральных: *Sleak Peach; Hanky Pinky; Quite Flame; Warm Coral* (названия губных помад) [Гурочкина, 2003, 139].

А.А. Казаков предпринимает попытку систематизировать довольно разрозненные способы языкового манипулирования и разделяет их на три уровня : микро-, мезо- и макроуровень, в зависимости от масштаба воздействия.

Так к *микроуровню* он относит технологии в рамках одного слова, что делает их трудноразличимыми способами языкового манипулирования:

- метафоры;
- синонимы;
- эвфемизмы и дисфемизмы;
- штампы или универсальные истины;
- овеществления;
- тенденциозные наименования кого- или чего-либо;

- употребления абстрактных денотативно свободных слов.

Мезоуровень А.А. Казаков подразделяет на два бока языковых способов (технологий): логические и эмоциональные.

К логическим он относит приемы при помощи которых оказывается воздействие на разум адресата:

- подмена аргумента или его отсутствие в принципе;
- упрощение или примитивизация информации;
- перенос смыслового акцента;
- использование большого количества цифр, статистики или данных социологических опросов;
- публикация точек зрения экспертов, «лидеров мнений» и «людей из народа»;
- проведение выгодных автору аналогий;
- обсуждение слухов;
- использование стереотипов и мифов;
- применение субъективной модальности;
- опущение экспериенцера или пассивизация перформативов;
- «притягивание за уши» — освещение самых незначительных и порой даже не имеющих никакого отношения к существу проблемы сюжетов.

Под эмоциональным блоком мезоуровня А.А. Казаков понимает воздействие на не связанные с разумом каналы восприятия:

- различные варианты повторов (анадиплосиса, эпифоры, анафоры и т. п.) и параллельные конструкции;
- элементы юмора — от тонкой иронии до сарказма и откровенного осмеяния человека;
- фразеологизмы;
- афоризмы;
- пословицы и поговорки;
- градации;
- невербальные способы воздействия — элементы креолизованного текста (фотографии, иллюстрации, карикатуры и т. д.).

Макроуровень (самый масштабный) А.А. Казаков характеризует как отбор информации для освещения. Публикуя лишь те факты, которые способствуют реализации стоящей перед ним коммуникационной цели (или же, наоборот, игнорируя факты, препятствующие этому), создатель текста тем самым влияет на свою аудиторию [Казаков, 2013, 88-89].

Итак, мы выяснили, что говорящий использует различные возможности языка с целью навязать слушающему определенное представление о действительности, отношении и реакцию на нее. В данной работе исследованию подвергаются общепринятые истины (стереотипы, пословицы, поговорки, афоризмы) более узкий спектр языковых способов манипуляции, относящиеся к мезоуровню, как средство аргументации, дискредитации, создания положительного образа, ухода от ответа и искажения информации.

Выводы по Главе I

В первой главе рассматриваются основные релевантные для настоящей работы положения, которые получили освещение в трудах отечественных и зарубежных ученых по лингвистике. Их обзор и анализ позволяет сделать следующие выводы.

Мы выяснили что диалог – это процесс общения (обмена репликами), обычно языкового, между двумя или более лицами, представляющих собой цепь высказываний. Данная цепь высказываний представляет собой различные отношения между стимулом (инициативная реплика) и реакцией (реактивная реплика), которые определяют структуру диалога. В практической части мы рассмотрим диалог со структурой «беседы» и входящие в него стимулы сообщения/побуждения и реакции на сообщения, несущие в себе манипулятивный характер.

В нашем исследовании под понятием общепринятые истины подразумевается рациональные суждения, которые мы иногда используем для придания смысла наблюдаемым событиям. К их языковым способам выражения относятся: языковые единицы, выражающие народную мудрость (пословицы, поговорки, афоризмы, цитаты) и стереотипы.

В нашей работе мы применяем лингвистический подход, где манипуляция понимается как вид речевого воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент.

В ходе исследования было выявлено, что языковые способы манипулирования сознанием можно разделить на 3 уровня (микро-, мезо и макроуровень), в зависимости от масштаба воздействия. В нашей работе мы рассмотрим языковые способы, относящиеся к мезоуровню и их манипулятивное воздействие в рамках диалога.

Говорящий использует различные тактики и стратегии для воздействия, в зависимости от коммуникативных целей. Для дальнейшего исследования общепринятых истин как средства манипуляции в английском диалоге, нами были выбраны следующие стратегии: аргументация, дискредитация, создание положительного образа, уход от ответа и искажение информации.

Глава II. Речевое использование высказываний, выражающих общепринятые истины, в целях манипуляции сознанием слушателя

2.1. Аргументация

Термин манипуляция охватывает такие понятия как убеждение и аргументация, следуя этому, прием аргументации можно считать основополагающей функцией манипулирования сознанием. Аргументация – это приведение доводов, с намерением вызвать поддержку у другого лица к выдвинутому положению. В данном разделе рассмотрению подлежат, приводимые реципиентами общепринятые истины в роли аргументов в английском диалоге.

Следующий пример (1) иллюстрирует прием аргументации на основе распространенного социального стереотипа о роли родителей и детей:

(1) **Mother:** Where have you been?

Son: None of your business.

Mother: It is, because you are my son, and I am responsible for you. Do you know what time it is?

Son: I don't care

Mother: Ben, don't talk to me like that! I am your mother. I don't deserve this!

[...]

Son: What do you care?

Mother: I'm worried about you. I am your mother, after all

(WV , 65)

Вышеуказанный диалог происходит между матерью и сыном, которая пытается убедить своего сына поговорить с ней.

Из диалога мы видим, что между матерью и сыном подростком происходит ссора. Мать пытается узнать у сына, где он был, и почти в каждой реплике аргументирует свое беспокойство тем, что она мать – «I am your mother». В реплике матери мы видим употребление социального стереотипа о роли матери в семье в качестве аргументации. Согласно этому стереотипу мать имеет большой авторитет в семье, что подразумевает под собой уважение к себе (don't talk to me like that! I am your mother), заботу и ответственность за своего ребенка (you are my son, and I am responsible for you), осведомленность о делах своего чада (I'm worried about you. I am your mother). Данный стереотип-аргумент является глубинным, так как используется как средство манипуляции на протяжении многих столетий и остается актуальным в наши дни.

Пример 2 иллюстрирует прием аргументации с помощью (социального) гендерного стереотипа:

(2) **King:** I know this isn't what you wanted, or expected, and truthfully it's not what your mother or I wanted either. [...] I pray you'll find it in your heart to forgive us!

Vallisha: I could never feel anything but love and gratitude towards you both for love you more than life. No one forced me to accept this, I willingly agreed because I know it's the best thing for Lindreann, and her people. Marriage to Prince Siden is but a small price to pay, even if I must forgo my own happiness to keep those I love safe.

King: You're woman, and such you must accept your limitations, and realize you can't win every conflict. I am blunt in my words, but Vallisha you can't fight every battle believing you'll win them all! You're only a woman, bound to fail! It's harsh but its reality, and the sooner you accept it the better!

(BB, 239)

Данный диалог разворачивается между королем и его дочерью. Король очень переживает за свою воинственную и свободолюбивую дочь, которой приходится вынужденно выходить замуж для спасения королевства.

Видя, что дочь воспринимает брак как очередной способ повоевать, он пытается унять ее жаркий пыл, аргументируя тем, что она женщина и должна знать свое место в обществе и связанные с ним ограничения:

«You're woman, and such you must accept your limitations/ You're only a woman, bound to fail!». Здесь мы наблюдаем использование гендерного стереотипа, в основе которого лежит мысль о том, что женщина имеет меньший вес в обществе по сравнению с мужчиной, женщина должна быть слабее, покорнее и стоять за мужчиной. Действия диалога происходят в средневековые времена, где такая точка зрения оправдана. В то время женщина не имела никаких прав, главная ее обязанность была быть хорошей хозяйкой, женой и матерью, поэтому король и использует данный стереотип как свой главный аргумент.

Следующий пример (3) демонстрирует аргументацию посредством (социального) расового стереотипа:

(3) **Bethany:** What's your beef with the Bible?

Rufus: Well, for starters, I'm not in it.

Jay: Well, neither are any of us, but you don't hear us bitching and moaning.

Rufus: Yeah, but I'm supposed to be in it. I was the thirteenth apostle.

Bethany (laughing): I've been going to church my whole life, and I've never heard of a thirteenth apostle named Rufus.

Rufus: Yeah, but you've heard of the other twelve apostles. They were all white boys, I might add. But no mention of me, Rufus. And why is that? 'Cause I'm a black man.

(SK)

Вышеуказанный диалог происходит между темнокожим тринадцатым апостолом по имени Руфус и верной христианкой Бетани, где он пытается убедить ее в расовой дискриминации церкви.

Согласно Библии существуют двенадцать апостолов, и Руфус, являясь тринадцатым, объясняет свое отсутствие в священном писании тем, что он темнокожий: «...you've heard of the other twelve apostles. They were all white boys. But no mention of me, Rufus. Cause I'm a black man». Здесь представлено использование расового стереотипа типичного для американской культуры. Данный стереотип берет начало с 17 века, когда множество африканцев были насильно вывезены для рабского труда в Америку. Рабство отменили, а стереотип об ущемлении прав афроамериканцев все еще остался.

Следующий пример (4) иллюстрирует прием аргументации посредством пословиц:

- (4) **Noah:** It won't last forever, you know
Girl: What?
Noah: Feeling like this. Trust me. You know the saying "Time's a great healer"? I hated that phrase when the first time someone told me it. I thought it was just something people said to try to make you feel better. But it's true. Time is a great healer. You will get better.

(SZ, 133)

Диалог происходит между двумя друзьями, где парень Ноа пытается убедить девушку, пережившую несчастную любовь в том, что у нее скоро все наладится.

В реплике Ноа мы видим использование пословицы «Time is a great healer» (время лечит) в роли аргумента. Как показало исследование, использование пословиц и поговорок как подкрепление своих аргументов является наиболее частотным. Пословицы и поговорки обладают регулятивной функцией, т.е. функция управлять поведением членов в социуме, поэтому их использование в манипулятивных целях оправдано.

Рассмотрим еще один пример использования приема аргументации с помощью пословиц:

- (5) **Girl:** Aren't you wandering about the symbolism of that?
Psychiatrist: Can you explain it to me?
Girl: Birds of a feather flock together (pointing to the picture of Jesus, of the Buddha in my office) you believe in things that you can't see too!

(IM, 198)

Диалог происходит между детским психиатром и маленькой девочкой, которая видит лепреконов и пытается убедить в этом психиатра.

Девочка приносит на сеанс бумажное оригами птички, аргументируя это символизмом и пословицей «птицы одного полета», ведь он тоже верит в то, что не видит. Например, в Иисуса и Будду: «Birds of a feather flock together you believe in things that you can't see too!».

Следующий пример иллюстрирует прием аргументации с помощью высказываний известных людей:

- (6) **Host:** Come now, master scholar from Oxford. You have been as coy and quiet as a young virgin waiting for her first night in bed. You haven't said a word throughout the journey. I suppose you are studying some great intellectual problem. But you know what wise Solomon believed? "There is a time for everything." For Christ's sake cheer up, man! This is not the occasion to be serious. Tell us a funny story [...].

The Oxford man: Host, I am under your authority. You are in charge. I will obey you in everything unless, of course, you become unreasonable. I will tell you a story I first heard from a worthy scholar at the University of Padua [...].

(AP, 205)

Диалог происходит между хозяином харчевни и студентом. Хозяин харчевни пытается отвлечь студента от мыслей об учебе, приводя как аргумент высказывание Соломона – «There is a time for everything» (всему свое время). Данный афоризм, уже давно превратился в поговорку и также используется в директивной функции, в широком смысле означает способность афоризмов оказывать воздействие на адресатов и вызывать у них реакцию. Как видно из первой реплики, хозяин харчевни воспользовался данной функцией афоризмов, как средством аргументации, заставив студента отвлечься от своих мыслей и рассказать историю.

Таким образом, исходя из данных проведенного исследования, можно заключить, что большинство общепринятых истин используются при аргументации, которая является основным приемом манипуляции. При этом можно отметить, что наиболее частотное использование поговорок и афоризмов как средство аргументации в английском диалоге, так как они используются именно для этой цели и в их основе лежит директивная функция.

2.2. Дискредитация

Тактика дискредитации представляет собой действия, направленные на подрыв доверия и образа, с помощью компрометации, выявления негативных качеств и характеристик человека. Данная тактика часто используется в политических дебатах или сторонами обвинения и защиты во время судебного заседания, где главная цель – это заставить людей прекратить оказывать поддержку конкуренту.

В данном разделе мы рассмотрим, как говорящие в английском диалоге используют тактику дискредитации с помощью общепринятых истин. Следует отметить, что участники прибегают к реальным фактам и негативным характеристикам для дискредитации человека, а создание ложного негативного образа будет рассматриваться нами в разделе «Искажение информации».

Данный пример (7) иллюстрирует тактику дискредитации с применением социального стереотипа:

- (7) **Miss Bingley:** So, Miss Eliza, I hear you are quite delighted with George Wickham! Your sister has been talking to me about him, and asking me a thousand questions; and I find that the young man quite forgot to tell you, among his other communication, that he was the son of old Wickham, the late Mr. Darcy's steward. Let me recommend you, however, as a friend, not to give implicit confidence to all his assertions; for as to Mr. Darcy's using him ill, it is perfectly false; for, on the contrary, he has always been remarkably kind to him, though George Wickham has treated Mr. Darcy in a most infamous manner [...]. I pity you, Miss Eliza, for this discovery of your favourite's guilt; but really, considering his descent, one could not expect much better."
- Miss Eliza:** His guilt and his descent appear by your account to be the same, for I have heard you accuse him of nothing worse than of being the son of Mr. Darcy's steward, and of that, I can assure you, he informed me himself.
- Miss Bingley:** I beg your pardon. Excuse my interference—it was kindly meant.
- (AJ, 60)

Данный диалог происходит между двумя женщинами – мисс Бингли и Элизабет, в котором первая пытается дискредитировать их общего знакомого Джорджа Уикхама в глазах собеседницы.

Мисс Бингли знает о плохих поступках и качествах мистера Уикхама еще со времен, когда он и его отец находились на службе у ее брата мистера Дарси. Узнав о близком общении между Элизабет и мистером Уикхамом, она пытается предупредить и показать Элизабет настоящую сущность этого мужчины.

Как мы видим из первой реплики мисс Бингли, она прибегает к манипулятивной тактике дискредитации, а именно к подрыву доверия. Она выставляет наружу его плохой поступок по отношению к мистеру Дарси, подкрепляя его стереотипом о социальном положении: «...he was the son of

old Wickham, the late Mr. Darcy's steward». Этот стереотип основан на социальной разнице между дворянами и людьми, не относящихся к аристократии, который разделяет их на хороших и плохих. Согласно этому стереотипу, царившему среди аристократов, дворяне относятся к светлой стороне общества, так как у них имеется должное воспитание и благосостояние, чтобы не опуститься до низких поступков как зависть, корысть и предательство, свойственное бедному, необразованному, низшему классу. Именно к этому стереотипу прибегает мисс Бингли в своих манипуляциях, выставляя происхождение мистера Уикхама, как основное объяснение его поступкам: «...but really, considering his descent, one could not expect much better»

Следующий пример (8) иллюстрирует тактику дискредитации с помощью социального стереотипа на основе расы:

(8) **Carter:** You gave me \$500 chips because I' m black?

Dealer: Ah, no sir. I did not. I just assumed...

Carter: You assumed that a brother coming in here could only afford \$500 a roll, is that it?

Dealer: No, I didn't think that at all.

Carter: You a racist?

Dealer: No, I am not.

Carter: How come everybody else around the table got \$1000 chips, and the black man got a nickel?

Dealer: I don't know, I am sorry.

Carter: How did that happen? It just happened, didn't it? You think my people suffered 362 years of slavery so you could send us back to the cotton fields with \$500 chips? Do I like Chicken George to you? What the hell is that?

(RB)

Вышеуказанный диалог происходит между темнокожим мужчиной (Картер) и крупье в казино, где первый производит манипуляции с помощью дискредитации своего образа.

Полицейский Картер оказывается за столом с рулеткой, где минимальная ставка составляет 50.000 долларов. Картер просит дать ему фишек на 100.000 долларов, но крупье дает ему фишек всего на 500 долларов, основываясь на том, что он «черный» низкооплачиваемый полицейский и не может позволить себе большего, но не озвучивает этого.

Далее мы можем наблюдать интересное развитие диалога, с точки зрения манипуляции. Картер, видя явную дискриминацию по отношению к себе, прибегает к тактике дискредитации своего образа, т.е. выставляет наружу стереотипные качества, в которых его, по его мнению, осудили. Он прибегает к популярному стереотипу о дискриминации афроамериканцев в Америке: «because I' m black?». Согласно этому устаревшему стереотипу «черные» люди – рабы, которых нельзя ставить в одну линию с людьми «высшей» расы, т.е. с белыми. В наше время этот стереотип приобрел немного иные черты, следуя которому афроамериканец не может занимать высокий пост, беден, имеет плохое образование и, скорее всего, имеет криминальное прошлое. Как мы видим, Картер прибегает как к устаревшему, так и к современному виду этого стереотипа: на основе стереотипа о материальном положении афроамериканцев – «You assumed that a brother coming in here could only afford \$500 a roll?»; на основе устаревшего стереотипа о рабстве – «Do I like Chicken George to you?» (Chicken George исторический персонаж, темнокожий мужчина, которого продали на хлопковые поля в обмен за долги). Таким образом, мы видим, что с помощью тактики самодискредитации Картер успешно манипулирует собеседником, добиваясь от него равноправного отношения.

Пословицы и поговорки так же могут использоваться при тактике дискредитации, если они заведомо несут в себе определенную характеристику:

(9) **Lott:** Baddock, yes, I know that devil very well [...] He is a fake, a conjurer of lies and deceptions. He is unquestionably the most unpleasant man in all of Zia. He never lifted a finger to help anyone, never worked a honest day in his life, and never offered a kind word to anyone. If he possessed anything, it was sure to have been ill-gotten spoil. Rumors have floated around that he has sold his soul to the darkness. He is a skilled liar who could tell a lie on top of a lie twisted over another lie with added turns and trickery.

Izz: I am sure he is harmless. But yet there was something exceptionally odd about him. It was as if he could read my mind, and for a moment almost control me... I am sure that I overreacted.

Lott: Your trusting nature is going to get you in trouble one of these days. He is a wolf in sheep's clothing. He is the sort of person who prefers to hide what he does in the dimmest of shadows. Stay out of his way, if you do not want anything bad to come upon you.

(IT, 43)

Данный диалог происходит между двумя друзьями, в котором один из друзей (Лотт) использует тактику дискредитации, т.е. показывает реальные негативные качества, которыми обладает их общий знакомый Беддлок.

Несмотря на многочисленные перечисления недостатков Беддлока, Изз уверен, что он безвреден. Тогда Лотт прибегает к библейской пословице: «a wolf in sheep's clothing» (волк в овечьей шкуре), которая характеризует лицемеров, скрывающих дурные намерения под маской добродетели.

Следующий пример (10) так же иллюстрирует тактику дискредитации с помощью пословицы с характеристикой:

(10) **Wallin:** They'll be back. And we'll just have to kick them out again

Nels: Why would you say that?

Wallin: The knights say they can't be trusted. They tried to steal the crown a few years back. Once thieves, always thieves.

(JM, 45)

Данный диалог происходит между двумя друзьями соратниками – Валлином и Нелсом, где Валлин компрометирует жителей другой деревни, называя их ворами, с помощью пословицы: «Once thieves, always thieves» (люди не меняются). Как мы видим из данного примера, для тактики дискредитации характерно использование определенного пласта пословиц, несущего в себе оценку.

Таким образом, можно сделать вывод, что все виды языковых способов выражения общепринятых истин могут успешно использоваться участниками диалога в целях дискредитации. Следует отметить, что в отличие от стереотипов (которые в основном имеют негативную коннотацию), при данной манипулятивной тактике используется определенный пласт поговорок и пословиц, имеющих определенную оценочную характеристику, в большинстве случаев негативную.

2.3. Создание положительного образа

Процесс создания положительного образа в манипулятивных целях – это позитивная стратегия, направленная на создание положительного отношения у адресанта к конкретному лицу, группе лиц, ситуации, явлению или позиции. Данная тактика может включать в себя такие приемы как похвала, преувеличение личностных качеств, демонстрация совершенных благих намерений и т.д.

В данном разделе мы рассмотрим, как реализуется данная стратегия в манипулятивных целях при помощи общепринятых истин в английском диалоге.

Данный пример (11) иллюстрирует стратегию создания положительного образа на основе социального стереотипа:

- (11) **Lady Catherine:** My daughter and my nephew are formed for each other. They are descended, on the maternal side, from the same noble line; and, on the father's, from respectable, honorable, and ancient—though untitled—families. Their fortune on both sides is splendid. They are destined for each other by the voice of every member of their respective houses; and what is to divide them? The upstart pretensions of a young woman without family, connections, or fortune. Is this to be endured! But it must not, shall not be. If you were sensible of your own good, you would not wish to quit the sphere in which you have been brought up."
Jane: In marrying your nephew, I should not consider myself as quitting that sphere. He is a gentleman; I am a gentleman's daughter; so far we are equal."

(AJ, 187)

Вышеуказанный диалог происходит между графиней Леди Кэтрин и Джейн, первая из которых пытается убедить Джейн не выходить замуж за ее племянника.

Леди Кэтрин, узнав из письма, что ее племянник собирается сделать предложение девушке из обычной семьи среднего достатка, в срочном порядке встречается с Джейн и пытается убедить ее отказать ее племяннику в случае предложения. При этом мы видим, что она прибегает к тактике создания положительного образа ее собственной дочери и племянника, на уровне положения в обществе: «They are descended, on the

maternal side, from the same noble line; and, on the father's, from respectable, honorable, and ancient—though untitled—families. Their fortune on both sides is splendid». Как мы видим, в данной реплике используется социальный стереотип о том, что люди должны жениться на людях своего положения и достатка, что типично для времени описываемого в книге. Именно этим и пользуется Леди Кэтрин, подчеркивая положительные стереотипные качества дочери, и в то же время аргументирует, что она больше подходит ее племяннику мистеру Дарси.

Однако в реплике Джейн мы также можем увидеть использование стратегии создания положительного образа с применением социального стереотипа также на основе положения в обществе. Пытаясь защитить себя и возвысить себя в глазах Леди Кэтрин, она напоминает ей, что тоже относится к дворянской семье, не смотря на финансовое положение: «He is a gentleman; I am a gentleman's daughter; so far we are equal».

Рассмотрим еще один пример следования стратегии создания положительного образа с помощью стереотипов:

(12) **Tallyho:** Yes, but he's such a shot, he'd snuff a candle on your head!

Colonel: Ah, I see he is the true Englishmen, for he has the courage to fight, and the good nature to forgive.

(OJ, 31)

Диалог происходит между господином с говорящей фамилией Талихо и полковником, где они обсуждают своего общего знакомого мистера Лэккланда.

Господин Талихо предостерегает полковника, что шутки с мистером Лэккландом плохи, на что полковник пытается убедить собеседника в обратном. Он прибегает к стратегии создания положительного образа, преобразя, на первый взгляд опасные качества мистера Лэккланда в положительные. Как мы видим, для этого полковник воспользовался стереотипом о нации: «I see he is the true Englishmen, for he has the courage to fight, and the good nature to forgive».

Следующий пример иллюстрирует стратегию создания положительного образа при помощи пословицы:

(13) **Marah:** Scared I'd say

Tully: Yeah, your mom was, too. But we loved it, and so will you.

Marah: I am looking forward to my creative writing class.

Tully: Like mother, like daughter

Marah: What do you mean?

Tully: Your mom was a talented writer. If you'd read her journal.

(НК, 191)

Данный диалог происходит между молодой девушкой Мара и редактором Талли, где редактор пытается подбодрить девушку, убедив ее в ее таланте.

Мара, начинающий журналист, проходит собеседование на работу в издательство, и она немного напугана. Редактор Талли, чтобы подбодрить девушку, прибегает к приему похвалы с помощью пословицы: «Like mother, like daughter» (яблоко от яблони недалеко падает). Тем самым она создает у девушки положительный образ о самой себе, так как ее мать была талантливым писателем.

Следующий пример представляет стратегию создания положительного образа посредством высказывания известной личности:

(14) **Dinny:** “My uncle’s a nice man, don’t you think?”

Girl: “He’s a gentleman — never comes religion over you. And he’ll always put his hand in his pocket, if there’s anything there.”

Dinny: “That’s not often, I should think, my family is pretty poor.”

Girl: “It isn’t money makes the gentleman.”

(GJ, 148)

Вышеуказанный диалог происходит между двумя девушками, которые встретились на улице и завели разговор о семье Динни.

Динни узнает, что девушка была знакома с ее дядюшкой и слышит от нее, что ее дядюшка – настоящий джентльмен, который всегда готов прийти на помощь, если у него в кармане будет хоть копейка. На что Динни с сомнением отвечает, что ее семья довольно бедна, чтобы оказывать такую помощь. В следующей ответной реплике девушки мы видим применение афоризма Диккенса для создания положительного образа дядюшки: «It isn’t money makes the gentleman» (не деньги делают джентльмена джентльменом). В данной реплике используется прием оправдания, который является составной частью стратегии создания положительного образа.

Итак, в результате проделанного исследования было выяснено, что общепринятые истины успешно используются говорящими, как средство создания положительного образа в целях манипуляции собеседником в английском диалоге. Также было выяснено, что для выполнения данной стратегии общепринятые истины использовались в роли похвалы и демонстрации положительных качеств.

2.4. Уход от ответа

Тактика ухода от ответа предполагает игнорирование вопроса или отсутствие конкретного ответа. Говорящие при этом могут прибегать к различным способам: уклонение или смена темы, проявление мнимой «глухоты» или же притворное непонимание вопроса.

В данном разделе мы рассмотрим, как участники диалога применяют тактику ухода от ответа с помощью общепринятых истин.

Как показало наше исследование, стереотипы не могут применяться при данной тактике, так как представляют собой определенные суждения, как негативные, так и позитивные. Если участник диалога переводит тему с помощью стереотипного оценивания другого человека, то это будет сделано с целью дискредитации или наоборот создания положительный образа другого человека, как мы рассматривали ранее.

Пословицы и поговорки представляют собой более широкую область. Они включают в себя не только суждения с определенной оценкой, но и умозаключения, которыми могут воспользоваться участники диалога при уходе от ответа. То же касается высказываний известных людей.

Некоторые пословицы стали в своем роде клише при тактике ухода от ответа. Рассмотрим пример:

(15) **Gilbert:** Do you think the child is dying?

Surgeon: While there is life, there is hope...

(AA, 320)

Данный диалог происходит между отцом и врачом, где врач уклоняется от прямого ответа о состоянии ребенка, применяя популярную при таких случаях поговорку – «While there is life, there is hope» (надежда умирает последней).

Следующий пример так же иллюстрирует стратегию ухода от ответа при помощи поговорки:

- (16) **Jennifer:** So why did you save the woman the other day but not my mother?
Squeegie Man: What answer do you want me to give you? Is there any answer you can accept? Understand? That there's a bigger picture in all of this? A greater plan? If I told you that that woman's baby is going to one day grow up and become a research scientist and discover a cure for cancer would that ease your pain? Would that help you? Or would it only fuel your anger? I don't think there's any reason you'll be happy with...not now at least. You weren't alone...you never were...Mrs. Brooks was my guardian angel. You yourself said it. It was no coincidence that she came into your life. There's a reason for everything. One day you will understand... (VN, 40)

Диалог происходит между девушкой (Дженнифер) и старым грабителем, в ходе которого она пытается узнать, что случилось с ее матерью и почему с ее матерью так поступили, а грабитель уклоняется от ответа.

Вся ответная реплика грабителя представляет собой идеальный образец манипулятивной стратегии ухода от ответа. Ответ грабителя иллюстрирует стратегию открытого негативного реагирования, адресат использует ответные вопросы, тем самым адресат берет контроль над темой. В конце мы видим переход к тактике отказа от конкретного ответа с помощью поговорки – «There's a reason for everything» (всему своя причина). С помощью данной поговорки грабитель создает иллюзию ответа.

Следующий пример представляет более конкретный уход от ответа с помощью поговорки:

- (17) **McAuley:** Good, because I have a job for you before then. A delivery...no, actually, make that two deliveries, that need to be made before this evening. Can you do that?
Tobey: What kind of deliveries?
McAuley: Ask no questions, hear no lies

(BM, 227)

Вышеуказанный диалог происходит между начальником и подчиненным, где последний пытается узнать, какого рода посылку ему нужно доставить.

Последняя реплика начальника представляет собой категоричный уход от ответа. В отличие от предыдущего примера (16), здесь нет создания иллюзии ответа и уклонения ответа. Благодаря использованной поговорке – «Ask no questions, hear no lies» (не спрашивай и не услышишь лжи) реципиент игнорирует содержательную часть вопроса и в то же время показывает прямое нежелание отвечать. Здесь мы видим категоричный уход от ответа.

Помимо поговорок, при стратегии ухода от ответа также могут быть использованы высказывания известных людей:

(18) **Frank:** What do you want?

Blaine: Well, I wanted to drink some cold Coronas and take all of your money. But since that's not happening, I guess I want any supervillian wants

Frank: And what's that?

Blaine: Everything

Frank: Well, you can't always get what you want

Blaine: Rolling Stones. Nice.

(BS, 213)

Данный диалог происходит между двумя врагами Фрэнком и Блейном, последний из которых прибегает к шантажу.

Фрэнк, прекрасно понимая, что опасно в открытую отказывать шантажисту, прибегает к тактике ухода от ответа с помощью строчки из песни Rolling Stones – «You can't always get what you want» (ты не можешь всегда получать то, что хочешь). Реципиент уклоняется от ответа, не предоставляя конкретный ответ, но в то же время сохраняет нить диалога.

Таким образом, следуя данным проделанного исследования, мы можем заключить, что только некоторые языковые способы выражения общепринятых истин, в частности, поговорки и известные высказывания людей могут быть использованы участниками диалога при тактике ухода от ответа в рамках английского диалога. Стереотипы не могут быть использованы при данной тактике, так как представляют собой оценочные суждения об объекте или субъекте. Их манипулятивное использование

более характерно для дискредитации или же других стратегий рассматриваемых в данной главе.

2.5. Искажение информации

Тактика искажения информации в целях манипуляции собеседником – это передача заведомо ложной информации. Это могут быть ложные заявления, подтасовка фактов, лжесвидетельство, фальшивые опровержения. В данном разделе мы рассмотрим, как собеседники используют общепринятые истины с помощью тактики искажения информации, в целях создания определения образа у собеседника.

Данный пример (19) иллюстрирует искажение информации с помощью стереотипов персоналий:

(19) **Basil:** What was it again?

Elder Herr: A prawn cocktail.

Basil: Oh, prawn! That was it! When you said "prawn", I thought you said "war". Oh, y— Oh, the war! Oh, yes, completely slipped my mind! Yes, I'd forgotten all about it.

Hitler, Himmler, and all that lot... Oh, yes, completely forgotten it, just like that. Sorry.

What was it again?

Elder Herr: A prawn cocktail!

Basil: Oh, yes, Eva Braun. Yes, of course. And Goebbels too, he's another one I can hardly remember at all.

Elder Herr: And ein pickled herring!

Basil: Hermann Goering, yes, yes, and, uh, von Ribbentrop, that was another one.

Elder Herr: And four cold meat salads, please. [...]

Basil: So, that's two egg mayonnaise, a Prawn Goebbels, a Hermann Goering, and four Colditz salads.

[The younger Frau is sobbing openly now, consoled by the elder Herr.]

Basil: Is there something wrong?

Elder Herr: Will you stop talking about the war?!

Basil: ME?! You started it!

Elder Herr: We did not start it!

Basil: Yes you did — you invaded Poland!

(DJ)

Рассматриваемый в данном примере диалог происходит между хозяином гостиницы (Базиль) и посетителем-немцем в окружении его семьи. Базиль выступает в роли официанта и принимает заказ.

Действия в знаменитом английском сериале «Fawlty Towers» происходят в 70-е годы, спустя 15-20 лет после Второй мировой войны. Англия держала марку дипломатичной страны, которая оставила все пережитки прошлого позади. Однако среди населения Англии, на тот момент, все же сохранился стереотип о том, что все немцы – фашисты. В этом диалоге представителем данной категории людей выступает Базиль, который всячески искажает каждую сказанную немцем реплику, слыша в них только упоминания о временах фашизма.

В первых же репликах, мы видим, как Базиль передергивает немца, искажая информацию и выставляя его в неблагоприятном свете:

Elder Herr: A prawn cocktail.

Basil: Oh, prawn! That was it! When you said "prawn", I thought you said "war"... Yes, I'd forgotten all about it. Hitler, Himmler, and all that lot...

В данной реплике представлено типичное искажение с помощью стереотипа – немцы, являясь фашистами, могут говорить только о войне, а где война, там и Гитлер (лидер фашистской нации) и Гиммлер (политический деятель Третьего рейха).

Elder Herr: A prawn cocktail!

Basil: Oh, yes, Eva Braun. Yes, of course. And Goebbels too, he's another one I can hardly remember at all.

На повторную реплику о заказе, Базиль снова слышит только искаженную информацию, поддаваясь стереотипности своего мышления: «prawn» по звучанию совпадает с «Braun» фамилией Евы Браун (жена Гитлера). Следующим Базиль упоминает Йозефа Геббельса (рейхминистр пропаганды Германии), среди тех фашистов, кого он, якобы, забыл.

«Elder Herr: And ein pickled herring!

Basil: Hermann Goering, yes, yes, and, uh, von Ribbentrop, that was another one.»

«Elder Herr: And four cold meat salads, please.

Basil: and four Colditz salads. »

В этих двух отрывках диалога мы видим аналогичную ситуацию. Базиль выдает белое за черное: pickled herring становятся Hermann Goering (Герман Геринг приемник фюрера), cold meat salads превратились в Colditz

(замок Кольдиц лагерь строгого режима). Со стороны действительно начинает казаться, что перед нами сидят фашисты.

В итоге Базиль добился своей цели, он создал определенное оформление и преподнес все под совершенно другим углом. Манипуляция с искаженным образом фашистов прошла успешно, в этом убеждены все, немка даже расплакалась, чувствуя обиду за свою нацию.

Следующий пример (20) иллюстрирует искажение информации с помощью афоризма.

(20) **The major:** and the strange thing was... Throught the morning she kept referring to the

Indians as niggers. 'No no no,' I said, 'the niggers are the West Indians. These people are wogs. "No, no,' she said. 'All cricketers are niggers.'

Basil: they do get awfully confused, don't they? They're not thinkers. I see it with Sybil every day.

The major: ... I do wish I could remember her name. She's still got my wallet

Basil: As I was saying, no capacity for logical thought.

The major: who?

Basil: women

The major: oh yes, yes... I thought you meant Indians.

Basil: no, no, no, no.... wasn't it Oscar wild who said "they have minds like Swiss cheese"?

The major: what do you mean - hard?

Basil: no, no - full of holes.

(DJ)

Диалог происходит между хозяином гостиницы Базилем и постояльцем – старым майором. Разговор заходит о женщинах, когда майор рассказывает о своей влюбленности в странную женщину. Базиль прекрасно понимает майора, ведь его жена, по его словам, тоже «not thinker».

Как мы видим из примера, здесь представлено искажение информации посредством преувеличения. Базиль судит обо всех женщинах, основываясь лишь на примере своей жены – «...they do get awfully confused, don't they? They're not thinkers, I see it with Sybil every day». Следуя этой логике, он пытается убедить в этом и майора, используя цитату Оскара Уайльда «...wasn't it Oscar wild who said "they have minds like Swiss cheese?»». Следует отметить, что Оскар Уайльд не является автором данной цитаты, поэтому в данном примере мы видим не только

искажение информации в виде преувеличения негативного образа женщин, но и приведение ложных аргументов.

Следующий пример иллюстрирует искажение информации посредством социального стереотипа:

- (21) 1 What is about that man upstairs?
2 Oh... he tried to cheer me up in the supermarket
1 Oh... so he is gay
2 What?!
1 Sympathetic, interested, available. That's how life works
2 No he isn't gay...he...is very likable

(JT)

Данный диалог происходит между двумя женщинами, подругами, где они обсуждают свою личную жизнь и кавалеров.

Одна из подруг (реципиент 1) узнав, что ее подругу (реципиент 2) подбодрил сосед, сразу заключила, что он нетрадиционной ориентации. Реплики реципиента 2 являются типичным примером искажения информации посредством ложных доказательств. Реципиент 1 использовала популярный стереотип «gay is the best friend». Этот стереотип появился сравнительно недавно, следуя этому стереотипу, все мужчины традиционной ориентации – мужланы, грубы и не следят за собой. Если же мужчина отзывчивый, добрый и опрятный, то, по всей вероятности, он нетрадиционной ориентации. С помощью этого стереотипа реципиент 2 манипулирует мнением своей подруги о соседе – «...he is gay/ Sympathetic, interested, available. That's how life works».

Таким образом, можно сделать вывод, что говорящие в английском диалоге могут использовать негативные и ложные общепринятые истины для искажения информации о субъекте или объекте в целях манипуляции собеседником.

Выводы по главе II

В главе II рассмотрены примеры использования общепринятых истин, как средство манипуляции в английском диалоге, в частности, как способ аргументации, дискредитации, создания положительного образа, ухода от ответа и искажения информации. Наш корпус примеров показывает, что для каждой стратегии характерны свои языковые единицы выражения общепринятых истин и разная частотность их употребления.

Тактика аргументации, при которой возможно использование всех общепринятых истин, характеризуется частотностью употребления пословиц и поговорок. В основе пословиц лежит директивная функция, функция манипулирования обществом, поэтому их частотное употребление при данной тактике оправдано.

Тактики дискредитации и создания положительного образа отличаются использованием определенного пласта стереотипов, пословиц и афоризмов. Так, для дискредитации характерно использование общепринятых истин с негативной окраской: стереотипы о гендерных, расовых и социальных различиях. Пословицы же при данной тактике отличаются наличием отрицательной характеристики. А стратегия создания положительного образа отличается применением тех же общепринятых истин, только, наоборот, с комплиментарным оттенком.

Участники английского диалога при тактике искажении информации прибегают к такому же типу общепринятых истин, что и при тактике дискредитации. Отличительной чертой является то, что данные общепринятые истины используются для создания ложного и в большинстве случаев негативного образа.

Тактика ухода от ответа отличается использованием определенного пласта общепринятых истин, а именно пословиц представляющих собой умозаключения. Использование стереотипов в данном случае невозможно, так как они представляют собой оценочные суждения, что типично для манипулятивных стратегий, создающих определенные образы.

Заключение

Общепринятые истины – это рациональные суждения о наблюдаемых людьми событиях и явлениях. Наше исследование подтверждает, что к языковым способам выражения общепринятых истин относятся языковые единицы мезоуровня: высказывания, выражающие народную мудрость (пословицы, поговорки), афоризмы и стереотипы

В нашей работе мы рассматриваем роль общепринятых истин при лингвистической манипуляции. Рассмотрению подлежит использование общепринятых истин участниками диалога при выбранных тактиках: аргументации, дискредитации, создания положительного образа, ухода от ответа и искажения информации.

Как показывает наше исследование все языковые единицы, выражающие общепринятые истины, одинаково используются при различных тактиках для манипуляции сознанием слушателя. Однако частотность их употребления меняется в зависимости от типа стратегии.

В ходе исследования мы выделяем из всех стереотипных суждений – социальные стереотипы (гендерные, расовые, классовые и т.д.), которые выражают представления об определенной группе людей. Наше исследование подтверждает, что адресанту свойственно использование данных суждений для создания, как положительного, так и негативного образа в диалоге. Употребление стереотипов характерно для таких тактик как: дискредитация, создание положительного образа и искажение и информации.

Пословицы и поговорки более частотны при манипулятивных тактиках, так как изначально содержат в себе регулятивную функцию (манипулятивную функцию). Они представляют собой нравоучения на все случаи жизни, поэтому мы видим их широкое употребление при всех вышеуказанных тактиках, особо можно отметить тактику аргументации.

Языковые средства, выражающие народную мудрость, проявляют себя по-разному при каждой тактике. Так, например, при стратегии ухода

от ответа, они выступают в роли умозаключений. Использование стереотипов при данной стратегии невозможно, так как природа стереотипов представляет собой характеризующие суждения, что типично для манипулятивных стратегий, создающих определенные образы.

При манипулятивных стратегиях, направленных на создание образа (дискредитация, создание положительного образа, искажение информации) используется определенный пласт пословиц с негативной коннотацией. Тактика создания положительного образа, напротив, характеризуется использованием, пословиц и афоризмов с комплиментарным оттенком.

Таким образом, можно сделать вывод, что говорящие в английском диалоге успешно используют общепринятые истины с различной коннотацией о субъекте или объекте в целях манипуляции собеседником.

Библиография.

1. Артёмова, А.В. Эмотивно-оценочная объективация концепта женщина в семантике ФЕ (на материале английской и русской фразеологии) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / А.В. Артёмова. – Пятигорск, 2000. – 16 с.
2. Бакиров П.У. Номинацентрические пословицы в разносистемных языках (на материале русского, узбекского и казахского языков). Дис.... докт. филол. наук. – Ташкент, 2007. - 372 с.
3. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 250-296 с.
4. Винокур, Т.Г. Диалог / Т.Г. Винокур // Русский язык; Энциклопедия / гл. ред. Ю.Н. Караулов. – М.: Большая Российская энциклопедия: Дрофа, 1998. – С. 119-120.
5. Гаузенблаз К. О характеристике и классификации речевых произведений / К. Гаузенблаз // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1978. – Вып. 8. Лингвистика текста. – С. 57-78.
6. Голубева А.В. Русский язык и культура речи. / А.В. Голубева, В.И. Максимов. – М., 2008. – 382 с.
7. Гурочкина А.Г. Манипулирование в лингвистике [Электронный ресурс]/ А.Г. Гурочкина // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. - 2003. №5. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/manipulirovanie-v-lingvistike> (дата обращения: 09.02.2016). – Загл. с экрана.
8. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов / Диоген Лаэртский. – М.: Мысль, 1986. – С. 150-190.
9. Дмитриева, О.А. Культурно-языковые характеристики пословиц и афоризмов (на материале франц. и рус. языков) : дисс. ... канд. филол. наук / О.А. Дмитриева. – Волгоград : Издательство «Перемена», 1997. – 189 с.
10. Дмитриева О.А. Типы пословиц и афоризмов // Языковая личность: проблемы обозначения и понимания: Тез. докл. науч. конф. – Волгоград: Перемена, 1997. – С.48-49.
11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. / Е.Л. Доценко. – М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. — 344 с.

12. Дресслер, В. Синтаксис текста / В. Дресслер // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1978. — Вып. 8. Лингвистика текста.— С. 111—137.
13. Ермаков Р. В. Языковые Особенности афоризмов И.С. Тургенева в эпистолярном наследии [Электронный ресурс] / Р.В. Ермаков // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2010. №3-2. — Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-osobennosti-aforizmov-i-s-turgeneva-v-epistoljarnom-nasledii> (дата обращения: 09.02.2016). — Загл. с экрана.
14. Изаренков Д.И. Структура и функциональные особенности диалога в современном русском языке: дис. д-ра филол. наук: 10.663 / Д. И. Изаренков. - М., 1979. - 180 с.
15. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 288 с.
16. Казаков А. А. Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации [Электронный ресурс] / А.А. Баранов // Политическая лингвистика. — 2013. №3. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-yazykovogo-manipulirovaniya-v-politicheskom-mediadiskurse-popytka-sistematizatsii> (дата обращения: 09.02.2016). — Загл. с экрана.
17. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке. / Языковая личность: культурные концепты: сб. науч. тр. — Волгоград, Архангельск: Перемена, 1996. — С. 3—16.
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. /В.И. Карасик. — Волгоград: Перемена, 2002. — 477 с.
19. Ковтунова И.И. Современный русский язык. Порядок слов и актуальное членение предложения. / И.И. Ковтунова. — М.: УРСС, 1976. — 239 с.
20. Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Ростов н/Д: Феникс, 2011. — 280 с.
21. Леонтьев А.А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. / А.А. Леонтьев. — М.: Красанд, 1969. — 370 с.

22. Маслова В.А. Лингвокультурология: учебное пособие для вузов / В. А. Маслова . – 4-е изд., стер. – М. : Академия, 2010 . – 208 с.
23. Наличникова И.А. Когнитивно-прагматические особенности афористического дискурса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Уфа, 2010. — 204 с.
24. Павловская А. В. Россия и Америка. Проблемы общения культур. / А.В. Павловская. – М.: Издательство МГУ, 1998. – 139 с.
25. Пермяков, Г.Л. От поговорки до сказки (заметки по общей теории клише) / Г.Л. Пермяков. – М.: Главная редакция восточной литературы издательства Наука, 1970. – 240 с.
26. Пустовалов, П.С. Пособие по развитию речи / П.С. Пустовалов, М.П. Сенкевич. – М.: Просвещение, 1987. – 185 с.
27. Селиверстова О.Н. Семантический анализ экзистенциальных и посессивных конструкций в английском языке // Категория бытия и обладания в языке. М.: Наука, 1977. – 67 с.
28. Сорокина Н. В. Методическая типология стереотипов как компонент содержания обучения иностранным языкам в ВУЗЕ [Электронный ресурс] // Язык и культура. 2013. №3 (23). – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskaya-tipologiya-stereotipov-kak-komponent-soderzhaniya-obucheniya-inostrannym-yazykam-v-vuze> (дата обращения: 09.02.2016). – Загл. с экрана.
29. Сур Е. И. Манипуляция: понятие, основные признаки и структура [Электронный ресурс] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. №3. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-ponyatie-osnovnye-priznaki-i-struktura> (дата обращения: 09.02.2016). – Загл. с экрана.
30. Чахоян Л.П. Синтаксис диалогической речи современного английского языка. М.: Высшая школа, 1979. - 168 с.
31. Черепанова, И.Ю. Дом колдуньи. Начала суггестивной лингвистики / И.Ю. Черепанова. – Пермь: Изд-во Пермского ун-та, 1995. – Ч. 1. – 213 с
32. Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. / Л.В. Щерба – М.: Учпедгиз, 1957. – 187 с.

33. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка: Учеб. пособие для студ. филол. фак-тов. — Изд. 2-е, испр. и доп. — М.: Высшая школа, 1969. — 231 с.
34. Шейнов В.П. Скрытое управление человека. Психология манипулирования. / В.П. Шейнов — Мн.: Харвест, 2000. — 848 с.
35. Шихирев П.Н. Социальные стереотипы // Рос. социологич. энцикл. / под ред. Г. В. Осипова. — М.: Норма-Инфра-М, 1998. — 538 с.
36. Якубинский Л.П. О диалогической речи //Якубинский Л.П. Избранные работы. Язык и его функционирование. М.: Наука, 1986. —170 с.
37. Якубинский, Л.П. Язык и его функционирование / Л.П. Якубинский / отв. ред. А.А. Леонтьев. — М.: Наука, 1996. — 208 с.
38. Binkley Robert C. The Common Concept of Public Opinion in the Social Sciences // Social Forces.1928. — p. 393
39. Firbas J. On defining the theme in Functional Sentence Analysis. / J. Firbas // Travaux Linguistiques de Prague. I, 1964. — P. 267-280.
40. Lippman W. Public Opinion. / W/ Lippman // — N. Y., 1950. — 95 p.
41. Mieder W. A proverb a day keeps no chauvinism away. / W. Mieder // — N. Y., 1985. — 277 p.
42. Skinner B. F. Verbal behavior. / B.F. Skinner // — N.Y., 1957. — 454 p.
43. Taylor A. The proverb. /A. Taylor// — Cambridge: Harvard University Press, 1931. — 223 p.

Список источников

1. AA – Austin A. – Moss-Side. Edinburgh: and T. Cadell, London., 1983.
2. AJ – Austen J. – Pride and Prejudice. London: Penguin Books, 1994.
3. AP – Ackroyd P. – The Canterbury Tales – A Retelling - London: Penguin Books, 2010.
4. BB – Baker B.B. – Landreann: The Legends. London: Universe, 2012.
5. BM – Blackman M. – Double Cross. London: Corgi, 2009.
6. B S – Browne S.G. – Less Than Hero. New York, Gallery Books, a division of Simon & Schuster, inc., 2015.
7. GJ – Galsworthy J. - Maid in Waiting (Forsyte Saga). London: Penguin Books, 2015.
8. HK – Hannah K. – Fly away. New York: St. Martin’s Griffin, 2014.
9. IM – Iyer M. – Songs of a Seeker. Indianapolis: Dog Ear Publishing, 2012.

10. IT – Icon T. – The good, the bad and the noble. London: AuthorHouse, 2014.
 11. JM – Jensen M., King D.P. – Woven. New York: Scholastic inc., 2015.
 12. OJ – O’Keeffe J. – Fontainebleau. Cambridge University Press, 2011.
 13. SZ – Sugg Z. – Girl online. London: Penguin Books, 2014.
 14. VN – Vigorito N. – The Squeegee Man. New York: Dramatists Guild, 2004.
 15. WV – Winters V. – The Pilot. London: Penguin Books, 2008.
- Скрипты кинофильмов:**
16. DJ – director Davies J.H. – Fawlty Towers, 1975-1979.
 17. JT – director Jones T. - Absolutely Anything, 2015.
 18. RB – director Ratner B. – Rush Hour, 1998.
 19. SK – director Smith K. – Dogma, 1999.