

СКРЫТЫЕ МАНИПУЛЯЦИИ ИМПЛИКАТУРЫ

Выполнили: Л-1841
Кульчицкая Е.Р.
Яковлева А.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Манипуляция

- Определение манипуляции
- Цель манипуляции
- Использование манипулирования в речи
- Персуазивность и суггестивность
- Приемы речевого манипулирования

2. Импликатура

- Определение импликатуры
- Принцип Кооперации и Максимы Грайса
- Виды импликатур
- Примеры использования
- Выводы

3. Список использованных источников

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАНИПУЛЯЦИИ

Манипуляция человеческим сознанием может осуществляться за счёт различных средств, в том числе и за счёт языка.

- ❖ Речевая манипуляция есть речевое воздействие, направленное на:
 - неявное, скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий;
 - скрытое внедрение в его сознание желаний, отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата. (В.Е. Чернявская)

«Для достижения наибольшего успеха манипуляция должна оставаться **незаметной**. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно. Короче говоря, для манипуляции требуется **фальшивая действительность**, в которой ее присутствие не будет ощущаться».

- Г. Шиллер

ЦЕЛЬ МАНИПУЛЯЦИИ

– склонить манипулируемое лицо (адресата) к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов.

С позиции С.А. Мегентесова любое речевое высказывание «неотъемлемо связано с аспектом воздействия или внушения».



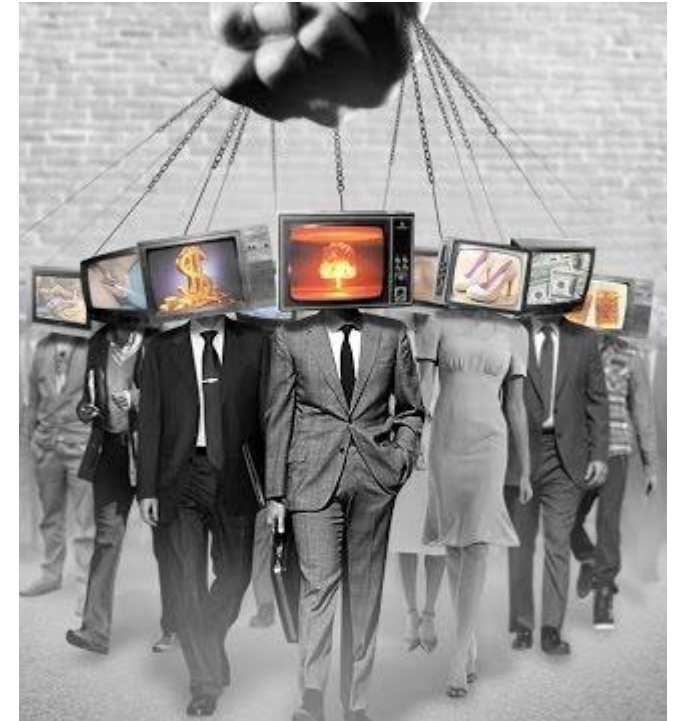




ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РЕЧИ

В современном обществе речевое манипулирование используется практически во всех сферах применения языка:

- ❖ в предвыборных кампаниях,
- ❖ идеологической пропаганде,
- ❖ печатных и телевизионных СМИ,
- ❖ рекламе,
- ❖ обучении,
- ❖ психотерапии.



В целом, речевое манипулирование направлено на формирование у широкой аудитории определенных предпочтений, вкусов, потребностей, предрассудков, стереотипов, вредных привычек.



*ПОДЕЛИТЬСЯ

ПРИЕМЫ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В РЕКЛАМЕ MACDONALDS

- ❖ Повышение эмоциональной составляющей информации;
- ❖ Снижение смысловой, содержательной информации;
- ❖ Быстрая смена кадров;
- ❖ Введение человека в трансовое состояние;
- ❖ Разрыв шаблона.

ПЕРСУАЗИВНОСТЬ И СУГГЕСТИВНОСТЬ

- ❖ Персуазивность (персуазия) (от лат. *persuadere* – уговаривать) обозначает воздействие автора устного или письменного сообщения средствами языка на сознание его адресата с целью убеждения в чем-то, призыва к совершению или несвершению им определенных действий.
- ❖ Суггестивность (от лат. *suggerere* – внушать) – включение внушения в сообщаемую информацию в скрытом, замаскированном виде.

Персуазивность – это воздействие вообще, то есть родовое понятие, а суггестивность – видовое понятие, а также синоним манипуляции.

Персуазивность как более широкое понятие включает в себя суггестивность.

ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ

Классификация по разным уровням языка:

1) Лексический уровень

эмоциональная составляющая слова, использование эвфемизмов, создание (иногда заимствование) новых слов, метафора, стилистические фигуры антитезы и контраста

2) Грамматический уровень

использование пассивного залога вместо активного, номинализация, средства диалогизации и интимизации изложения, императивы, риторические вопросы

3) Фонетический уровень

фоносемантические, аллитерационные средства языка, рифма

ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ



❖ Опора на стереотипы

Стереотип – это принятое в обществе упрощенное представление о чем-либо, не основанное на личном опыте человека.

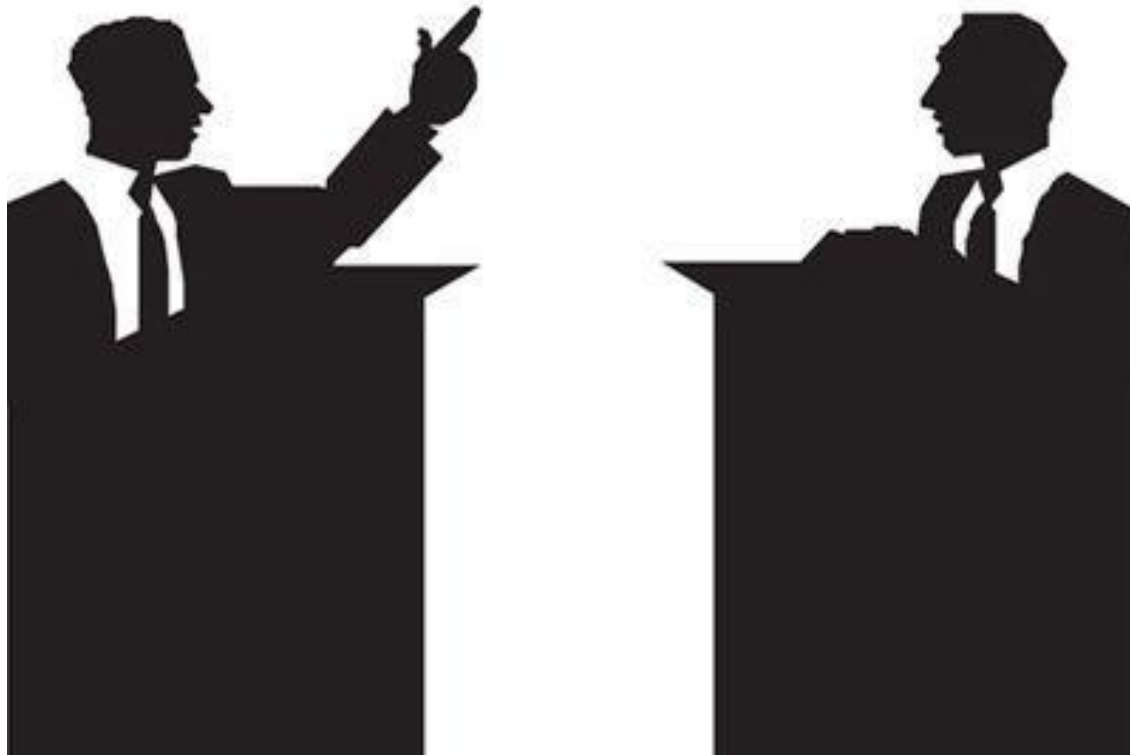
❖ Навязывание пресуппозиций

Пресуппозиция – это допущение, которое сделано автором, скрытая посылка.

❖ Опора на количественные данные

Это типичное средство воздействия на адресата в политической коммуникации.

Успех и эффективность речевого воздействия определяется тем, насколько точно будет сделан выбор языковых средств, из их большого разнообразия, для осуществления планируемого воздействия.



ИМПЛИКАТУРЫ

Импликатура – семантико-прагматический компонент высказывания, который отсылает к тому, что подразумевается в высказывании, но не выражено и строго не следует из него.

Вася получил водительское удостоверение и сдал экзамены на вождение.

Разделим предложение на две части:

(1) *Вася получил водительское удостоверение...* - **A**

(2) *...и сдал экзамены на вождение.* - **B**

A+B = Вася сначала получил водительское удостоверение и потом сдал экзамены

на вождение

B+A = Вася сначала сдал экзамены на вождение, а потом получил
водительское удостоверение

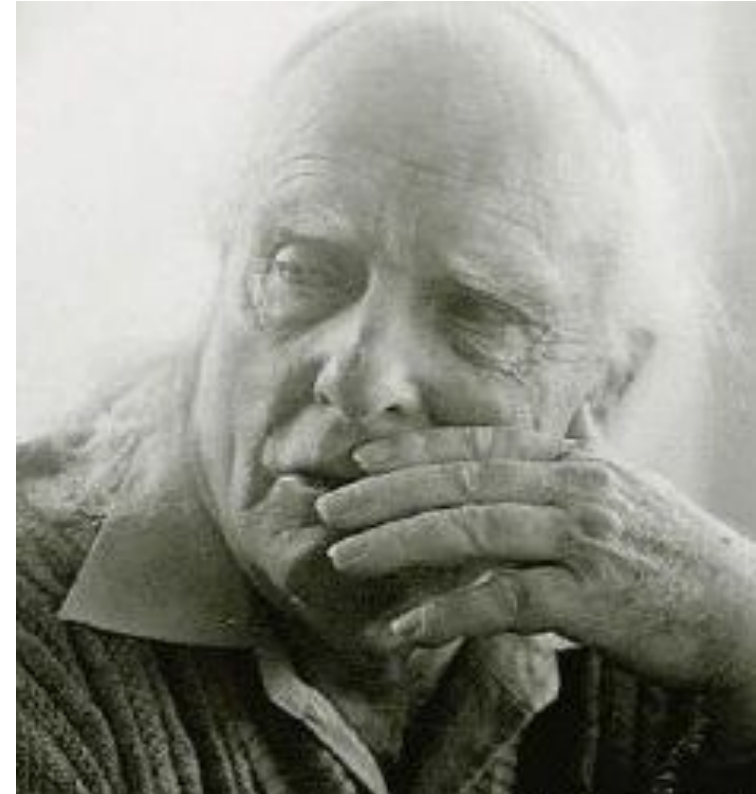
от перемены мест предложений - «слагаемых» значение истинности не меняется. Если A имеет значение 'истинно' и B тоже имеет значение 'истинно', то как A+B, так и B+A будет истинным.

ПОЛ ГРАЙС

Herbert Paul Grice

(1913 Birmingham, England –
1988 Berkeley, California) –
философ языка.

Ввел понятие
импликатуры.



ПРИНЦИП КООПЕРАЦИИ

«Make your contribution such as it is required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged».

Делай свой вклад в разговор таким, какой требуется в тот момент, в который происходит разговор, и той целью или направлением обмена реплик (т.е. диалога), в который ты вовлечен.

(Пол Грайс)

Участники разговора знают об интересах друг друга и предполагают, что их интересы совпадают.

Кооперативные диалоги: договор, учитель – ученик, врач – пациент

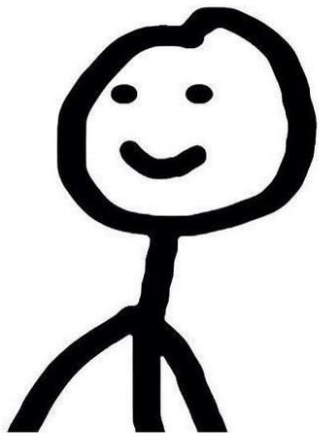
Некооперативные диалоги: преступник – следователь, продавец – покупатель...

МАКСИМЫ ГРАЙСА

МАКСИМА КАЧЕСТВА

1. Не говори того, что считаешь ложным.
2. Не говори того, в чем сомневаешься.

МММ...ПОНЯТНО



ЧТО НИЧЕГО НЕ ПОНЯТНО

МАКСИМА КОЛИЧЕСТВА

1. Говори настолько информативно, насколько это требуется.
2. Не говори информативнее, чем требуется.

МАКСИМА РЕЛЕВАНТНОС ТИ Будь

релевантным
(говори к месту).

МАКСИМА ЯСНОСТИ

Будь
последовательным
(излагай ясно).
А. Избегай неясности.
Б. Избегай
двусмысленности.
В. Будь краток
(избегай излишнего
многословия).
Г. Будь аккуратен
(систематичен).

ВИДЫ ИМПЛИКАТУР

Речевая импликатура – импликатура, которая не зависит от значения слова.

А: Как дела у нового коллеги?

В: Хорошо. Ему уже повысили зарплату.

Частные речевые импликатуры

А: Михаил Петрович последнее время ни с кем не общается.

В: В последнее время он часто летает в Америку.

Общие речевые импликатуры

Кошка или в корзине для белья, или под кроватью.

Конвенциональная импликатура – импликатура, выводимая из значения слова.

Джон – англичанин. Следовательно, он джентельмен.

Учительница сегодня вела беседу с Кариной, занудой.

Зануда



ПРИЗНАКИ РЕЧЕВЫХ ИМПЛИКАТУР

Кошка или в корзине для белья, или под кроватью. “или А, или В”.

❖ «Погашаемость» (Cancellability)

✓ *Кошка или в корзине для белья, или под кроватью, на самом деле под кроватью.*

❖ Вычисляемость (Calculability)

✓ По меньшей мере одно из А и В имеет место, и Говорящий не знает, имеет ли место А, и Говорящий не знает, имеет ли место В.

❖ «Неконвенционализированность» (non-Conventinality)

✓ не входит в лексическое значение какого-либо слова.



ПРИЗНАКИ КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫХ ИМПЛИКАТУР



Джон – англичанин. Следовательно, он джентельмен.

❖ *«Непогашаемость»*

✓ *Джон – англичанин. Следовательно, он джентельмен. Но англичане – не джентельмены*

❖ *Невычисляемость*

✓ *нельзя обосновать с помощью ни одной из максимум (максима качества, максима количества, максима релевантности, максима ясности)*

❖ *«Конвенционализированность»*

✓ *Говорящий вкладывает в понятие англичанин компонент джентельменство.*

КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫЕ ИМПЛИКАТУРЫ VS. ПРЕСУППОЗИЦИИ

Пресуппозиция - это компонент смысла текста, который не выражен словесно, это предварительное знание.

1. Конвенциональная импликатура ориентирована на Говорящего. Пресуппозиция не ориентирована на Говорящего.
2. Конвенциональная импликатура не является/не становится частью Общего Знания (Common Ground) собеседников, в отличие от пресуппозиции.
3. Конвенциональные импликации нельзя отменить, а пресуппозиции можно.

СКАЛЯРНЫЕ ИМПЛИКАТУРЫ

Скалярные импликатуры относятся к общим речевым импликатурам и ассоциируются с некоторой шкалой.

✓ Оркестр сыграл **многие** симфонии Бетховена.

МНОГИЕ не значит ВСЕ

- Следствие из максимы КАЧЕСТВА: Говорящий не уверен, что оркестр сыграл все симфонии Бетховена.
- Следствие из максимы КОЛИЧЕСТВА: Говорящий уверен, что оркестр сыграл не все симфонии Бетховена.

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Вас научат правильно пользоваться косметикой, которая сделает вас еще более привлекательной. Скрытая информация, которую вы извлекаете: вы прекрасны, остается стать еще прекраснее с помощью косметики МЕРИ КЕЙ.

Придайте стиль здоровому блеску ваших волос! Скрытая информация: здоровым блеском вы уже обладаете, осталось придать ему стиль лаком для волос PANTEN PRO-V.



ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



Автомобиль, который поможет вернуть вам доверие к машинам.

Скрытая информация: вы потеряли доверие к машинам, и теперь только VOLVO может исправить положение.

Колготки SOBRA - в них вы еще опаснее!

Скрытая информация: вы и так опасны

ВЫВОДЫ

- ❖ Коммуникация является целенаправленной деятельностью, она носит стратегический характер.
- ❖ Для реализации своей сверхзадачи говорящий стремится выбрать наиболее уместную в определенной коммуникативной ситуации языковую форму, построить высказывание так, чтобы оно соответствовало его интенции, эмоциональному состоянию коммуникантов и другим экстралингвистическим условиям общения.
- ❖ Импликатуру можно рассматривать как одну из категорий дискурса, служащую увеличению смыслового объема сообщения.
- ❖ Импликатура является частью коммуникативной стратегии, так как она содержит в себе ту информацию, которую говорящий реализует в высказывании с помощью определенных тактик.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: Изд-во МГУ, 1997.
2. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса. М.: Флинта, 2006.
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/o-primerah-ispolzovaniya-taktik-manipulirovaniya-v-sovremennom-mediynom-diskurse>

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

