

УДК 81'33

DOI: 10.18384/2310-712X-2023-2-54-61

О СООТНОШЕНИИ РЕЧЕВОГО И ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Зарипов Р. И.*Военный университет имени князя Александра Невского**Министерства обороны Российской Федерации**125047, г. Москва, ул. Большая Садовая, д. 14, Российская Федерация***Аннотация**

Цель. Определить соотношение речевого и информационно-психологического воздействия как форм коммуникативного влияния на человека и общество.

Процедура и методы. Соотношение речевого и информационно-психологического воздействия устанавливается на основе анализа авторитетных научных источников за последние 30 лет, однако проведённое исследование можно считать выполненным и в диахроническом ключе, поскольку различные механизмы коммуникативного воздействия на человека и общество прослеживаются автором начиная с древних времён вплоть до изобретения первых технических средств распространения массовой информации. В работе используются преимущественно индуктивно-описательный и сопоставительный методы изложения.

Результаты. Установлена сущность речевого воздействия как одной из составных частей информационно-психологического воздействия в контексте массовых информационно-коммуникационных процессов. Выявлен общий механизм информационно-психологического воздействия в массовой коммуникации, реализующийся в сложной поликодовой и мультимедальной форме медиатекста.

Теоретическая и практическая значимость заключается во введении в лингвистическую науку, а именно в одно из её направлений – лингвистику информационно-психологической войны – универсального термина «информационно-психологическое воздействие», который заполняет лакуну, образовавшуюся в результате расширения инструментария актуальных средств воздействия на адресата за пределы сугубо речевых, и объединяет все существующие подходы к обоснованию невербального воздействия в массовой коммуникации, устраняя тем самым нежелательную терминологическую поливалентность.

Ключевые слова: информационно-психологическое воздействие; коммуникативное влияние; массовая коммуникация; речевое воздействие

ON THE CORRELATION OF VERBAL AND INFORMATION-PSYCHOLOGICAL IMPACT

R. Zaripov*Prince Alexander Nevsky Military university of the Ministry of Defense of the Russian Federation**ulitsa Bol'shaya Sadovaya 14, Moscow 125047, Russian Federation***Abstract**

Aim. To determine the correlation of verbal and information-psychological impact as forms of communicative influence on individuals and society.

Methodology. The correlation of verbal and information-psychological impact is established based on the analysis of authoritative scientific sources for the past 30 years, but the study can be considered conducted in a diachronic way, as various mechanisms of communication impact on a person and society are traced by the author since ancient times up to the invention of the first technical means of mass communication. The work uses mainly inductive-descriptive and comparative methods of presentation.

Results. The essence of verbal impact as one of the components of information-psychological influence in mass communication has been established. The general mechanism of information-psychological influence in mass communication, which is realized in a complex polycode and multimodal form of media text, has been revealed.

Research implications. The significance of the study lies in the introduction into linguistic science, namely into one of its areas – the linguistics of information-psychological warfare – the universal term “information-psychological impact”, which fills the gap caused by the expansion of the toolkit of actual means of influence on the addressee beyond the purely verbal ones, and unites all existing approaches to the substantiation of non-verbal influence in mass communication, thereby eliminating the undesirable terminological polyvalence.

Keywords: information-psychological impact; communicative influence; mass communication; verbal impact

Введение

До появления в XIX в. фотоаппарата преднамеренное коммуникативное воздействие на человека с целью управления его психическими состояниями, мыслями и поведением в обычной жизни практически полностью сводилось к воздействию речевому. Круг информационных источников адресата в то время составляли лишь члены социальной группы, окружавшие его в процессе повседневной жизнедеятельности, и краткие указатели устно-письменного характера, встречавшиеся ему в ряде коммуникативных ситуаций: вывески, объявления, анонсы. Последнее при этом было доступно только для образованной аудитории, в разной степени дополнявшей свой информационный фон театральными представлениями, газетами и книгами, число которых первоначально было весьма невелико.

Естественно, комплексное информационное воздействие, включавшее и невербальные элементы, оказывалось на реципиента и ранее. Оно применялось на всём протяжении истории в отдельных сферах человеческой жизнедеятельности и было связано с непосредственным, а не опосредованным физическим (зрительным, слуховым) контактом субъекта и объекта информации. Так, не связанное

с передачей знаков человеческого языка аудиальное сопровождение вербальной коммуникации находило своё выражение в музыке или иных звуковых эффектах; визуализация ораторских выступлений того времени обычно сводилась к зрительному восприятию говорящего и окружающей его обстановки. В военной сфере в целях дезинформации, запугивания и деморализации противника ещё в древнюю эпоху начали использоваться «устрашающая боевая раскраска воинов, свирепые боевые кличи, специальные шумовые (удары копьями или мечами о щиты и др.) и визуальные (использование огненных валов, летучих “змеев” и др.) эффекты, слухи и прокламации, распространяемые лазутчиками» [5, с. 8]. Культура и искусство также с самых давних времён применялись в качестве средств передачи информации и концептуальных смыслов: через наскальную живопись первобытные люди выражали своё психоэмоциональное состояние, сохраняли различные сведения о местности и быте, передавали друг другу различные сообщения; на определённом этапе развития общества из народных празднеств, включавших песнопения, танцы и ритуальные действия, появился театр. Применительно к цивилизации Руси

следует отметить сочетание графемки, иллюстраций (иконического элемента) и текста в лубочном изобразительном искусстве и церковной культуре, отражавшейся, в частности, в издании рукописных книг, например, «Книги житий святых».

Тем не менее доля вербальных элементов в общественном взаимодействии дотехнической эпохи была несоизмеримо выше невербальных по объективным причинам, связанным с недостаточным уровнем развития сферы публичной коммуникации и отсутствием технических возможностей совмещения в едином коммуникативном потоке аудиовизуальных и речевых компонентов. Как следствие, основная информационная нагрузка на реципиента заключалась в речевом воздействии собеседника, оратора или автора письменного текста.

Вербальное (речевое) и невербальное речевое воздействие

В работах отечественных лингвистов речевое воздействие соответствует влиянию при помощи слова, не ограничиваясь при этом лингвистической сферой этого феномена. Субъект-объектные отношения в этом процессе подразумевают речевое регулирование одним участником коммуникации деятельности другого (других) или, соответственно, его собственное столкновение с внешним влиянием в вербальной форме [6, с. 24]. Таким образом, сущность речевого воздействия состоит в реализации комплекса *языковых* средств, используемых для влияния на сознание и поведение человека [2, с. 1–2], причём эффективность этого воздействия может достигаться не только за счёт «логичности или аргументированности сообщения», но и «за счёт экспрессивно-эмоциональных компонентов разговорной речи» [4, с. 26].

Безусловно, речевое воздействие в его традиционном понимании как эффективности общения между людьми [12,

с. 3] и влиянии посредством речи¹ предполагает также учёт ряда несловесных элементов, способствующих достижению коммуникативного результата. Тем не менее, эти элементы рассматриваются «исключительно в их соотношении с речью» [12, с. 57], а их предназначение состоит лишь в её дополнении и сопровождении. По сути они представляют собой паралингвистические и некоторые (но не все) экстралингвистические компоненты, которые соответствуют ситуации *речевого* контакта говорящего с собеседником или аудиторией и определяются как невербальное *речевое* воздействие [Там же]. К последним относятся внешность и зрительный контакт коммуникантов, их поведение и расположение в пространстве, стиль общения, временные параметры и т. д.

С другой стороны, определение речевого воздействия как регулятора «поведения реципиента с помощью обращенной к нему *речи* (устной, письменной, через средства массовой информации)»² означает, что экстралингвистические компоненты, не задействованные в сопровождении речевых действий участников коммуникации, к нему не относятся. В этой связи И. А. Стернин справедливо обращает внимание на то, что невербальное воздействие может быть не только речевым – например, зрительным, физическим и др. [12], то есть выходящим за рамки речевого процесса вообще и речевого акта как произнесения высказывания в частности.

Как следствие, невербальным закономерно считается и такое воздействие, которое не связано с применением языка и сопровождающими его экстралингвистическими элементами. К нему относится

¹ Сковородников А. П. Речевое воздействие // Эффективное речевое общение (базовые компетенции). Словарь-справочник. Электронное издание / под ред. А. П. Сковородникова; 2-е изд., перераб. и доп. Красноярск: СФУ, 2014. С. 533.

² Щукин А. Н. Лингводидактический энциклопедический словарь. М.: Астрель: АСТ: Хранитель, 2007. С. 276.

сторона коммуникативного сообщения, которая не касается процесса речепродуцирования и не опирается, по точному выражению Е. Ф. Тарасова, на визуальные (для письменного текста) и звуковые (для звучащего текста) образы слов [13, с. 13]. В противовес невербальному *речевому* воздействию здесь уместно говорить о невербальном *неречевом* воздействии, а в противовес *речевому* произведению – о *неречевом* произведении.

В наборе экстралингвистических факторов особую роль играют такие элементы, которые выводят характеристики межличностной, публичной и, прежде всего, массовой коммуникации за пределы традиционного вербального взаимодействия в сферу более объёмного, мультимодального обрамления сообщения, а именно неязыкового аудиального и визуального сопровождения, не связанного непосредственным образом с речевым произведением. В этом случае коммуникация в своём многомерном наполнении обеспечивает более высокий уровень воздействия и вынуждает органы слуха и зрения, которые ранее ориентировались лишь на кинетические и фонетические характеристики речи адресанта, подключаться к восприятию дополнительной невербальной информации, выражающейся в аудиовизуальном наполнении поликодового сообщения. Кроме того, в условиях массовой коммуникации аудитория обычно испытывает большее доверие именно к невербальной информации, чем к вербальной [11].

С. Г. Кара-Мурза в качестве примера приводит феномен телевидения, которое «оперирует одновременно текстом, музыкой и зрительно воспринимаемыми движущимися образами», в результате чего «обладает исключительно высокой, магической способностью сосредоточивать, рассеивать и переключать внимание зрителя» [7, с. 198]. Эффективность сочетания различных форм вербального и невербального воздействия заключается в том, что такой подход «мобилизует

периферические системы внимания» и «обеспечивает большую избыточность информации в центральной интегрирующей системе. Чем больше избыточность, тем меньших усилий требует восприятие сообщения» [Там же]. Как следствие, при задействовании сразу нескольких анализаторов человека коммуникатору становится гораздо легче оказать на него деморализующий эффект [8, с. 104].

Дополним от себя – эффект может быть разным в зависимости от прагматической цели адресанта. Современные информационно-коммуникационные технологии образуют опосредованное коммуникативное пространство в пространстве действительном, неvirtуальном и сочетают систему наиболее действенных способов воздействия на реципиента через его органы зрения и слуха, по своим структурно-функциональным характеристикам объединяя *вербальное (речевое), невербальное речевое и невербальное неречевое* воздействие. Как следствие, в рамках комплексного информационного воздействия в массовой и – в отдельных случаях – других формах коммуникации речевое воздействие как органичная совокупность первых двух компонентов выступает частью более сложного феномена.

Информационно-психологическое воздействие

Здесь мы приходим к выводу о том, что в медиатексте реализуется не только речевое воздействие. Элементы различных семиотических систем, функционирующие в современных средствах коммуникации, выводят степень их коммуникативного влияния на адресата на качественно иной уровень *информационно-психологического* воздействия, которое вписывается в современную концепцию ведения информационной (или уже – информационно-психологической) войны, в широком смысле определяющейся как противоборство в информационной сфере и средствах массовой информации для

достижения различных политических целей¹. С точки зрения науки о языке информационно-психологическое воздействие как относительно новое явление не создаёт терминологических коллизий и заполняет в ней лакуну, образовавшуюся в результате расширения сущности воздействия на адресата за пределы сугубо речевого, что, в свою очередь, влечёт за собой необходимость введения термина, который объединяет лингвистическую и экстралингвистическую стороны коммуникации, средства первой из которых реализуют вербальное (речевое) воздействие, а второй – невербальное речевое и невербальное неречевое воздействие. Такая конфигурация позволяет систематизировать все возможные варианты воздействия на адресата в медиaprостранстве и проводить его комплексный анализ на интернаучном уровне, так как анализ невербальных и смешанных семиотических систем лежит «за рамками собственно лингвистического исследования – в сфере социальной психологии, культурологии, политологии» и т. д. [3, с. 115]. Таким образом, информационно-психологическое воздействие – это феномен междисциплинарного характера.

В науке существуют различные трактовки и интерпретации информационно-психологического воздействия, которое нередко рассматривают в качестве разновидности или считают равным психологическому, информационному, идеологическому, пропагандистскому и др. видам воздействия. При этом его неизменно анализируют в контексте массовых информационных процессов, направленных на формирование (изменение) мнений, отношений, настроений, поведения, удовлетворения потребностей людей и социальных групп. На наш взгляд, в наименовании термина необходимо сохранить значимость информационного компонента, который подчёркивает особую

роль и целевую функцию информации как источника ориентации (дезориентации) человека в окружающей среде и специфического средства воздействия на массовую аудиторию. Кроме того, феномен информационно-психологического воздействия указывает и на свой целевой объект – человеческую психику [1, с. 105; 10, с. 143; 14, р. 6].

О соотношении разных видов воздействия

В то же время не следует ошибочно полагать, что на фоне информационно-психологического речевого воздействие не обладает психологическими характеристиками или обладает ими не в полной мере. Процесс речевой интеракции в не меньшей степени обусловлен прагматическими и психологическими факторами, а речевое сообщение «создает или изменяет отношение аудитории к предмету коммуникации, влияя на психологическое состояние самой аудитории» [9, с. 329]. В то же время, несмотря на свою безусловную «психологичность», речевое воздействие не отвечает всем характеристикам информационно-психологического воздействия, поскольку оставляет за своими пределами значительную часть экстралингвистической коммуникации, не относящейся к своей невербальной стороне. Современное медиaprостранство представляет собой многомерное сочетание словесного и аудиовизуального ряда, последний из которых функционирует независимо, хотя и сопровождает и в определённых случаях даже замещает первый. Феномен информационно-психологического воздействия подразумевает соединение в тексте (его комбинированная основа отмечалась и ранее [3, с. 275]), а вслед за ним – и в поликодовом коммуникативном пространстве элементов разных семиотических систем, отражающих одновременное применение коммуникатором как вербальных, так и невербальных средств. Иными словами, в отрыве от аудиовизуального компонента неязыковой природы коммуникация в

¹ Война и мир в терминах и определениях. Военно-политический словарь / под общ. ред. Д. О. Рогозина. М.: Вече, 2011. С. 91.

медиатексте сводится к вербальной (речевой) и влечёт воздействие, аналогичное речевому в обычных условиях, не сопряжённых с виртуальной реальностью. Тем не менее на восприятие сообщения реципиентом так или иначе будет влиять наличие опосредованного коммуникативного пространства, созданного техническими средствами трансляции информации (экран телефона, компьютера или телевизора, наушники, колонки и т. п.), а также паралингвистических и экстралингвистических факторов, присущих невербальному речевому воздействию. Кроме того, отсутствие этого компонента в медиатексте не отменяет факт информационно-психологического воздействия на аудиторию, так как речевое воздействие есть его часть, хотя и усечённая. Если рассуждать в этой парадигме, то любое *речевое воздействие, оказываемое в сфере массовой коммуникации адресата, есть информационно-психологическое воздействие*, тем более что эти два феномена в некоторых ситуациях приравниваются специалистами друг к другу, например, при воздействии на противника или население с помощью листовок (визуальный компонент присутствует в них совсем не обязательно) [5, с. 12].

Наконец, удаление из медиатекста речевого наполнения так же не исключает информационно-психологическое воздействие, которое может осуществляться коммуникатором изолированно от языковой системы за счёт звукового и зрительного компонентов.

Заключение

Таким образом, в результате сопоставления речевого и информационно-психологического воздействия мы можем заключить, что *в контексте массовой коммуникации* первое является частью

второго, обладая в своём инструментарии лингвистическими, паралингвистическими и частью экстралингвистических средств, не выходящих за рамки сопровождения речевой деятельности (речевых действий участников коммуникации).

В современной системе межличностной коммуникации речевое воздействие по-прежнему занимает ведущее положение, обеспечивая передачу бесконечных объёмов информации в её самой существенной части – языковой. Без человеческого языка, выступающего главным связующим звеном в процессе межличностного и общественного взаимодействия, остальные коммуникативные средства выглядели бы неполноценными, непригодными и недостаточными для его полного обеспечения. Вместе с тем, речевое воздействие объективно ограничено использованием языковых ресурсов и несловесных элементов, опирающихся на визуальные и звуковые образы слов, тогда как информационно-психологическое воздействие может включать кроме перечисленных элементов аудиовизуальный ряд в виде семиотических систем неязыковой природы, присущих поликодовой и мультимодальной форме функционирования медиатекста как основной единицы современной массовой коммуникации. Отсутствие каких-либо коммуникативных компонентов в структуре медиатекста не означает отсутствия информационно-психологического воздействия – оно в равной степени реализуется в рамках лингвистической, паралингвистической и экстралингвистической коммуникации в форме вербального (речевого), невербального речевого и невербального неречевого воздействия.

Дата поступления в редакцию 16.12.2023

ЛИТЕРАТУРА

1. Анцупов А. Я., Макаренков А. А. Информационно-психологическое воздействие: понятийная схема описания // Военный академический журнал. 2019. № 4 (24). С. 102–109.
2. Баранов А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): дисс. ... докт. филол. наук. М., 1990. 378 с.

3. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика: учеб. пособие; 6-е изд., стер. М.: Изд-во «Флинта», 2018. 592 с.
4. Гаврилов Л. А. О функциях воздействия языка массовой коммуникации и языка межличностного общения // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2011. № 2. С. 23–26.
5. Информационно-психологическое противоборство: сущность, содержание, методы: учеб. пособие / В. В. Ефремов, А. Г. Караяни, А. Н. Размазнин и др.; под ред. проф. А. М. Кондакова. М.: ВА РВСН, 2000. 128 с.
6. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»; 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2011. 224 с.
7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Изд-во: Эксмо, 2005. 832 с.
8. Караяни А. Г., Зинченко Ю. П. Информационно-психологическое противоборство в войне: история, методология, практика: учебник для курсантов и студентов вузов. М.: МГУ, 2007. 172 с.
9. Кашлев Б. Ю., Панарин И. Н., Галумов Э. А. Информация, массовая коммуникация и международные отношения: учебное пособие; Дипломатическая академия МИД России. М.: Научная книга, 2005. 344 с.
10. Крук В. М., Исаев Д. А., Насонов К. А. Современные направления негативного информационно-психологического воздействия на военнослужащих. Способы распознавания и противодействия // Армейский сборник. 2022. № 8 (342). С. 143–150.
11. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Материалы научной конференции «Диалог 2001» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dialog-21.ru/digest/2001/articles/pirogova/> (дата обращения: 11.11.2022).
12. Стернин И. А. Основы речевого воздействия: учебное издание. Воронеж: «Истоки», 2012. 178 с.
13. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М.: Наука, 1990. С. 3–14.
14. Cluzel du F. Cognitive Warfare // Innovation Hub. June-November 2020 [Электронный ресурс]. URL: https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2021-01/20210122_CW%20Final.pdf (дата обращения: 16.11.2022).

REFERENCES

1. Antsupov A. Y., Makarenkov A. A. [Information-psychological impact: a conceptual description scheme]. In: *Voyennyy akademicheskyy zhurnal* [Military Academic Journal], 2019, no. 4 (24), pp. 102–109.
2. Baranov A. N. *Lingvisticheskaya teoriya argumentatsii (kognitivnyy podkhod): diss. ... dokt. filol. nauk* [Linguistic theory of argumentation (cognitive approach): D. thesis in Philological Sciences]. Moscow, 1990. 378 p.
3. Baranov A. N. *Lingvisticheskaya ekspertiza teksta: teoreticheskiye osnovaniya i praktika* [Linguistic examination of the text: theoretical foundations and practice]. Moscow, Flinta Publ., 2018. 592 p.
4. Gavrilov L. A. [On the impact functions of the language of mass communication and interpersonal dialogue]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2011, no. 2, pp. 23–26.
5. Yefremov V. V., Karayani A. G., Razmaznin A. N. et al. *Informatsionno-psikhologicheskoye protivoborstvo: sushchnost', sodержaniye, metody* [Information and psychological confrontation: essence, content, methods]. Moscow, Military Academy of the Strategic Missile Forces Publ., 2000. 128 p.
6. Issers O. S. *Rechevoye vozdeystviye* [Speech impact]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ., 2011. 224 p.
7. Kara-Murza S. G. *Manipulyatsiya soznaniyem* [Manipulation of consciousness]. Moscow, Eksmo Publ., 2005. 832 p.
8. Karayani A. G., Zinchenko Yu. P. *Informatsionno-psikhologicheskoye protivoborstvo v voyne: istoriya, metodologiya, praktika* [Information and psychological confrontation in war: history, methodology, practice]. Moscow, Moscow State University Publ., 2007. 172 p.
9. Kashlev B. Yu., Panarin I. N., Galumov E. A. *Informatsiya, massovaya kommunikatsiya i mezhdunarodnyye otnosheniya* [Information, mass communication and international relations]. Moscow, Nauchnaya kniga Publ., 2005. 344 p.

10. Kruk V. M., Isayev D. A., Nasonov K. A. [Modern directions of negative information and psychological impact on military personnel. Methods of recognition and counteraction]. In: *Armeyskiy sbornik* [Army collection], 2022, no. 8 (342), pp. 143–150.
11. Pirogova Yu. K. [Strategies of communicative influence in advertising: the experience of typology]. In: *Materialy nauchnoy konferentsii «Dialog 2001»* [Proceedings of the scientific conference “Dialogue 2001”]. Available at: <https://www.dialog-21.ru/digest/2001/articles/pirogoval/> (accessed: 11.11.2022).
12. Sternin I. A. *Osnovy rechevogo vozdeystviya* [Fundamentals of speech impact]. Voronezh, «Istoki» Publ., 2012. 178 p.
13. Tarasov Ye. F. [Speech impact as a problem of speech communication]. In: *Rechevoye vozdeystviye v sfere massovoy kommunikatsii* [Speech impact in the sphere of mass communication]. Moscow, Nauka Publ., 1990, pp. 3–14.
14. Cluzel du F. Cognitive Warfare. In: *Innovation Hub. June-November 2020*. Available at: https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2021-01/20210122_CW%20Final.pdf (accessed: 16.11.2022).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Зарипов Руслан Ирикович – кандидат филологических наук, докторант кафедры французского языка Военного университета имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации;

e-mail: lieutenant-en-chef@ya.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ruslan I. Zaripov – Cand. Sci. (Philology), Dr. Sci. degree-seeking candidate, Department of the French language, Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation;

e-mail: lieutenant-en-chef@ya.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Зарипов Р. И. О соотношении речевого и информационно-психологического воздействия // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2023. № 2. С. 54–61.

DOI: 10.18384/2310-712X-2023-2-54-61

FOR CITATION

Zaripov R. I. On the correlation of verbal and information-psychological impact. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2023, no. 2, pp. 54–61.

DOI: 10.18384/2310-712X-2023-2-54-61