



ДЕПАРТАМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ
И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
КОРРУПЦИИ
ГОРОДА МОСКВЫ



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
ИМ. А.С. ПУШКИНА

Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа

Сборник научных работ по итогам
Международной научной конференции
«Фундаментальная лингвистика и проблемы
судебной экспертизы: социальные сети
как объект научного и экспертного анализа»
(Москва, 5–6 октября 2021 г.)

Москва
2022

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ РУССКОГО ЯЗЫКА
им. А. С. ПУШКИНА

**Фундаментальная
лингвистика и проблемы
судебной экспертизы:
социальные сети как объект
научного и экспертного
анализа**

Сборник научных работ по итогам
Международной научной конференции
**«Фундаментальная лингвистика и проблемы
судебной экспертизы: социальные сети как
объект научного и экспертного анализа»**
(Москва, 5–6 октября 2021 г.)

Москва
2022

УДК 81
ББК 81
Ф 94

*Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина.
Протокол № 6 от 23 апреля 2021 года.*

Редакционная коллегия:

П. А. Катъшев, доктор филологических наук, профессор, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

И. В. Огорелков, кандидат филологических наук, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

А. В. Горбачева, научный сотрудник лаборатории когнитивных и лингвистических исследований, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

Рецензенты:

А. Н. Баранов, доктор филологических наук, профессор, Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН;

М. А. Осадчий, доктор филологических наук, вице-президент Российского общества преподавателей русского языка и литературы (РОПРЯЛ)

Ф 94 **Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа: сборник научных работ по итогам Международной научной конференции «Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа» (Москва, 5–6 октября 2021 г.) [Электронный ресурс]. – Москва : Государственный институт русского языка, 2022. – 445 с.**

ISBN 978-5-98269-260-3

Статьи посвящены исследованию актуальных вопросов лингвистической теории и экспертной практики в отношении вербальных правонарушений, совершаемых в цифровой среде. Представлены работы об исследовании вопросов лингвистической семантики и дискурс-анализа социальных сетей в приложении к задачам лингвистической экспертизы, разработки и применения методов лингвистической диагностики и идентификации цифровой личности, достижений, а также внедрения компьютерной, когнитивной лингвистики и психолингвистики в судебно-экспертную практику.

УДК 81
ББК 81

ISBN 978-5-98269-260-3

© Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2022

Т. М. Надеина

tanadeina@yandex.ru

доктор филологических наук,

профессор Московского государственного юридического университета

имени О. Е. Кутафина (МГЮА)

Москва, Россия

Е. А. Чубина

chubina@mail.ru

кандидат педагогических наук,

доцент Московского государственного юридического университета

имени О. Е. Кутафина (МГЮА)

Москва, Россия

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: НОВЫЕ ПРАКТИКИ

Аннотация. Отмечается неоднозначность трактовки содержания понятия «речевое воздействие». Раскрывается сущность речевого воздействия, его эффекты, способы и виды. Предложен подход к исследованию признаков речевого воздействия, предполагающий анализ речевых средств в соответствии с этапами речевого воздействия, что позволяет учитывать не только вербальный, но и невербальный контент социальных сетей.

Ключевые слова: механизм речевого воздействия, классификация, заражение, вовлечение.

Понятие «речевое воздействие» трактуется в лингвистических исследованиях неоднозначно. Это касается не только широкого и узкого понимания, но и самого содержания понятия. Существуют также разные подходы к классификации типов, видов, способов, форм речевого воздействия, основания которых нередко пересекаются.

Адекватное понимание сущности речевого воздействия может способствовать совершенствованию методики проведения лингвистических экспертиз, направленных на выявление признаков побуждения (приказа/призыва/склонения/подстрекания и пр.) – того, что непосредственно относится к сфере речевого воздействия.

В данной статье мы придерживаемся широкого понимания сущности речевого воздействия, охарактеризованной в теории речевого воздействия как составной части общей теории речевой деятельности: «В каждом акте речевого общения можно увидеть процесс достижения некоторой неречевой цели, которая в итоге соотносится с регуляцией деятельности собеседника» [11: 3]. Поэтому любой акт речевого общения рассматривается в аспекте его

целенаправленности и целеобусловленности, а процесс речевого воздействия определяется как «регуляция деятельности одного человека другим человеком при помощи речи» [11: 3].

Концептуальными основами психолингвистики речевого воздействия являются труды по психологии деятельности А. Н. Леонтьева и Л. С. Выготского, а также исследования в области психологии общения начала 1970-х годов, основная мысль которых заключается в том, что речевое воздействие есть преднамеренная перестройка смысловой сферы личности ([1; 6; 13] и др.).

Результатом речевого воздействия могут являться изменения: (1) поведения субъекта реципиента, (2) его эмоционального состояния, (3) его знаний о мире, (4) его отношения к тем или иным событиям или реалиям этого мира. Другими словами, эффект речевого воздействия проявляется в изменении личностного смысла реципиента, и в широком смысле слова речевое воздействие связано с изменениями индивидуального сознания, или с изменениями имплицитной картины мира, или образа мира субъекта [8].

Процесс речевого воздействия подразделяется на два основных этапа: 1) организация общения, 2) побуждение объекта воздействия к посткоммуникативной деятельности [10: 5]. В процессе организации речевого общения решаются следующие основные задачи: 1) привлечение и удержание внимания объекта РВ; 2) ориентирование объекта РВ в ситуации общения; 3) формирование установки восприятия. Перечисленные этапы и их стадии можно назвать моделью, отражающей процессуальный механизм речевого воздействия в общем виде.

Успех организации общения зависит от того, насколько оптимальными будут условия восприятия речевого сообщения, а оптимальность условий, в свою очередь, определяется тем, насколько успешно решена каждая из перечисленных задач. Несмотря на важность задач организации общения, центральной проблемой РВ является второй этап – изменения в состоянии, поведении или личностно-смысловых образованиях объекта воздействия. Предполагается, что эти изменения осуществляются на основе формирования структур языкового сознания и создания общности этих структур у субъекта и объекта РВ. Такая общность является основной предпосылкой осуществления общения, адекватного задачам субъекта РВ [11].

Изучение структур языкового сознания является предметной областью психосемантики, и в рамках психосемантической модели сознания выделяются три формы изменения образа мира человека, которые в реальном процессе речевого воздействия существуют в единстве, но характеризуются различной степенью выраженности [8].

1. Изменение отношения субъекта к объекту (изменение коннотативного значения этого объекта) без изменения категориальной структуры индивидуального сознания субъекта.

Речевое воздействие такого типа характеризуется образностью, метафоричностью. Его стилистика тяготеет к языку «улиц и площадей», где агитатор при дефиците времени должен вызвать у слушателей мгновенный отклик. Подобный тип РВ, заключающийся в изменении коннотации единичного объекта за счет привязки к нему ярких, эмоционально насыщенных образов, специфичен для формирования стереотипов, типажей, т.е. эмоционально ярких, малоструктурированных и обладающих системной организацией форм обобщения [8: 60–61].

2. Формирование общего эмоционального настроения, мироощущения реципиента воздействия.

Эмоциональный настрой определяет избирательность в восприятии объектов, событий, реалий окружающего и воображаемого мира, которые, оказавшись по эмоциональному тону резонансными состоянию души, образуют узор ассоциативных связей, выступающий материалом для формирующегося концептуального образа мира.

3. Изменение категориальной структуры индивидуального сознания, введение в нее новых категорий (конструктов), проявляющихся в классификации, формах упорядочивания объектов, событий окружающей предметной и социальной действительности [8: 166].

Все сказанное касается сущности речевого воздействия и как процесса, и как его результата (эффекта). Если изучать речевое воздействие как процесс, то необходимо устанавливать соответствие между средствами, используемыми адресантом, и каждым этапом (или стадией) процесса речевого воздействия (привлечение внимания, удержание внимание и пр.). Результат же речевого воздействия соотносится с указанными выше тремя формами изменения мира человека, зафиксировать которые можно только в ходе психосемантического экспериментального исследования. Поэтому при производстве судебных лингвистических экспертиз речевое воздействие изучается в сущности только как процесс.

В связи с этим уместно привести цитату из методического пособия по проведению судебной психолого-лингвистической экспертизы: «В компетенцию экспертов не входит также установление воздействия, реально оказанного на адресата. Некорректны умозрительные предположения о том, может или не может повлиять текст на адресата и каким образом. <...> Недопустимо проведение каких-либо социально-психологических экспериментов с целью установления реального воздействия определенного материала на адресата либо рекомендация таких экспериментов» [5: 17]. Очевидно, что в данном случае термин «воздействие» используется в результативном значении. А вот сама методика предметом изучения имеет речевое воздействие как процесс, поскольку центральными ее элементами являются диагностические комплексы «убеждение», «побуждение (в том числе призыв)» и другие.

Подход, предполагающий последовательное изучение средств речевого воздействия в соответствии с его процессуальными этапами, предпринят в работе А. Н. Сусликова. Автор использует модель речевого воздействия, модифицированную относительно исходной, которая представлена нами выше. Исследуются подготовительный, рефрейминговый этапы и этап организации совместной деятельности и контроля. «При этом каждый из этапов подразумевает прохождение нескольких стадий, в процессе выполнения которых преступником и достигается эффект, приводящий к употреблению потерпевшим наркотиков» [9: 179]. Продемонстрировав, как реализуются эти стадии речевого воздействия на конкретных примерах из судебной практики, автор сделал вывод о том, что понимание сути этапов речевого воздействия позволит установить не только виновность или невиновность лица в инкриминируемом преступлении, но и задокументировать преступное деяние подробно и последовательно [9: 182].

Речевое воздействие в зависимости от целей адресата может осуществляться разными способами, и классификация этих способов не является однозначной. Чаще всего выделяют следующие способы: внушение (приказ, побуждение и т. п.), убеждение (аргументация, рассуждение и т. п.), заражение (сопереживание, сочувствие, возбуждение, угнетение и т. п.), подражание. Несколько иную классификацию предлагает Е. В. Шелестюк, выделяя три основных способа: убеждение, внушение и побуждение, которые характеризуются специфическими приемами. Заражение при этом рассматривается как подвид внушения, а подражание как его результат [12: 55]. При этом автор отмечает, что набор подвидов внутри каждого из способов нуждается в уточнении.

Приемы побуждения и убеждения изучены в языкознании достаточно хорошо (работы А. Н. Баранова, О. С. Иссерс, П. Б. Паршина и др.), а внушение и заражение в силу преобладания в этих процессах психологических факторов редко являются предметом лингвистических исследований.

Эмоциональному аспекту речевого воздействия принадлежит особая роль в процессе общения в социальных сетях. По мнению специалистов, пространство социальных сетей характеризуется повышенной эмоциональностью, поскольку пользователи, преследуя определенные цели в общении, стремятся сделать свою речь более яркой, выразительной, воздействующей и т. д. Эмоциональное заражение и его приемы в устной речи бывают выражены вербальными средствами и сопровождаются соответствующей невербаликой (мимикой и жестами), а при письменном общении, особенно в социальных сетях, – невербальным контентом (изображениями и мультимедийными продуктами). В последние годы именно эти компоненты контента соцсетей все чаще привлекают внимание лингвистов. Например, проводятся лингвистические исследования невербальных средств выражения эмоций – эмотиконов:

72 | смайлов и стикеров [4; 7], которые используются вместе с соответствующими словами, а нередко вместо них. Составлен перечень наиболее распространенных языковых форм, которые чаще всего заменяются смайликами или стикерами при переписке в сети ВКонтакте [7: 71].

Одной из новых технологий воздействия на адресата в социальных сетях является использование так называемых виртуальных инфлюенсеров, т. е. созданных при помощи компьютерной графики персонажей с человеческим обликом, так называемых CGI-моделей (Computer Generated Imagery). Такие персонажи обладают придуманной биографией, существуют только в интернете, отличаются активностью в соцсетях – словом, «живут», как обычные люди, делятся своими мыслями и эмоциями, обсуждают жизненные реалии. Образы таких персонажей обладают собирательными качествами, которые идеально соответствуют запросам широкой аудитории, поэтому они пользуются большой популярностью, имеют достаточно много подписчиков и способны оказывать различного вида и типы воздействия на целевую аудиторию. Характер и степень воздействия таких персонажей на пользователей требует всесторонних исследований, в том числе лингвистических.

Не менее важной задачей является также изучение средств речевого воздействия, используемых на этапе организации общения: привлечение и удержание внимания, а также формирование установки восприятия.

Содержание этих стадий соотносится по своим целям с технологиями вовлечения, достаточно давно и широко используемыми в маркетинге для побуждения целевой аудитории к совершению покупки какого-либо товара. Маркетинговые технологии в подавляющем большинстве случаев являются не речевыми, а игровыми. На разных стадиях вовлечения используются головоломки, ребусы, арифметические задачи и т. п. (стадия привлечения внимания), голосования, розыгрыши призов, квесты и т. п. (стадия удержания внимания) [14]. Несмотря на отсутствие вербального компонента, подобные технологии воздействия не должны, по нашему мнению, оставаться без внимания лингвистов, изучающих речевое воздействие деструктивной направленности.

Лингвистические исследования механизмов и приемов вовлечения посвящены, в частности, изучению языковых средств, используемых в том или ином социальном контексте и способствующих возникновению эффекта речевого воздействия ([2; 3] и др.). Когнитивно-дискурсивные модели вовлечения, предлагаемые исследователями, в целом укладываются в рассмотренную нами модель речевого воздействия, дополняя и конкретизируя ее.

В заключение необходимо отметить, что предметная область теории речевого воздействия как научного направления в значительной части пересекается с предметом теории речевых актов. Различия заключаются, на наш взгляд, главным образом в целях изучения. Если теория речевого воздействия

акцентирует внимание на изменениях в смысловой сфере личности, в категориальной структуре сознания, то теория речевых актов фокусируется на условиях успешности речевого общения. В лингвистических исследованиях предпринимаются попытки установить соответствие между типами речевого воздействия и видами речевых актов («прагматическими типами высказывания») [12: 59–65]. Однако эта тема требует самостоятельного исследования, чтобы интегрировать результаты многочисленных исследований в этих обширных научных направлениях.

В аспекте производства судебных лингвистических экспертиз следует отметить необходимость унифицированного подхода к анализу разных проявлений речевого воздействия, упорядочения терминологии, а также адаптации существующих методик к новым реалиям социальных сетей.

Литература

1. Дридзе Т. М. Язык и социальная психология: учебное пособие. М.: Высшая школа, 1980. 224 с.
2. Катышев П. А. Вовлечение в деятельность радикальной организации: когнитивно-дискурсивная модель для целей критического исследования // Языковое бытие человека и этноса. Материалы XIII Березинских чтений (Москва, 15 мая 2017 г.). Выпуск 19 / под ред. В. А. Пищальниковой. М.: ИНИОН РАН, 2017. С. 21–23.
3. Катышев П. А., Осадчий М. А. Речевое вовлечение в деятельность радикального сообщества: критическое дискурсивное исследование прецедентности // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 441. С. 19–26.
4. Кронгауз М. А. Мем в русскоязычном Интернете: опыт реконструкции // Русский язык и новые технологии / под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 87–95.
5. Кукушкина О. В., Сафонова Ю. А., Секераж Т. Н. Методика проведения судебной психолого-лингвистической экспертизы материалов по делам, связанным с противодействием экстремизму и терроризму / Федеральное бюджетное учреждение Российский федеральный центр судебной экспертизы при Министерстве юстиции Российской Федерации. М.: ФБУ РФЦСЭ при Минюсте России, 2014. 98 с.
6. Леонтьев А. А. К психологии речевого воздействия // Материалы IV Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1972. С. 28–41.
7. Матусевич А. А. Общение в социальных сетях: прагматический, коммуникативный, лингвостилистический аспекты характеристики: Дисс. ... кандидата педагогич. наук. Киров, 2016. 190 с.
8. Петренко В. Ф. Психосемантика сознания. М.: МГУ, 1988. 207 с.

9. Сусликов А. Н. Этапы речевого воздействия как интуитивного рефрейминга (на примере склонения к потреблению наркотиков) // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 6 (428). Филологические науки. Вып. 117. С. 178–184.

10. Тарасов Е. Ф. Психологические и психолингвистические аспекты речевого воздействия // Речевое воздействие: психологические и психолингвистические проблемы: Сборник статей / АН СССР. Ин-т языкознания. М.: ИЯЗ, 1986. С. 4–9.

11. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М.: Наука, 1990. С. 3–14.

12. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография. 2-е изд., испр. и доп. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. 344 с.

13. Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М.: Мысль, 1973. 215 с.

14. Энциклопедия вовлечения: 60 проверенных механик для всех соцсетей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/80180-enciklopediya-vo vlecheniya-60-proverennyh-mehanik-dlya-vseh-socsetey>.

Tatiana M. Nadeina

Elena A. Chubina

SPEECH IMPACT IN SOCIAL NETWORKS: NEW PRACTICES

Abstract. The ambiguous interpretations of the concept «speech impact» are noted. The essence of speech impact, its effects, methods and types are revealed. An approach to the study of speech impact signs is proposed, which assumes the analysis of speech means in accordance with the stages of speech impact, which makes it possible to take into account not only verbal, but also non-verbal content of social networks.

Keywords: mechanism of speech impact, classification, infection, involvement.