

*На правах рукописи*

НИКОДИМОВА Анна Дмитриевна

ШАНТАЖ КАК ФЕНОМЕН ДЕСТРУКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Тверь – 2019

Работа выполнена на кафедре языкознания ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

Научный руководитель:

*Панченко Надежда Николаевна* – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой языкознания ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет».

Официальные оппоненты:

*Волкова Яна Александровна* – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории и практики иностранных языков института иностранных языков ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (Москва);

*Ращупкина Кристина Сергеевна* – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков гуманитарных факультетов ФГБОУ ВО «Тверской государственной университет».

Ведущая организация:

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет».

Защита состоится « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г. в \_\_\_\_ час. \_\_\_\_ мин. на заседании диссертационного совета Д 212.263.03 в Тверском государственном университете по адресу: Россия, г. Тверь, ул. Желябова, 33, ауд. 206.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Тверского государственного университета по адресу: Россия, г. Тверь, ул. Трехсвятская, д. 16/31.

Отзывы можно направлять по адресу: 170100, Россия, г. Тверь, ул. Желябова, 33, ТвГУ, ученому секретарю диссертационного совета Д 212.263.03.

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета Д 212.263.03  
кандидат филологических наук, доцент

П.Е. Карташова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящее исследование выполнено в русле дискурсивной парадигмы лингвистики.

Объектом данного исследования выступает шантаж как деструктивный феномен повседневной межличностной коммуникации. Предметом исследования является специфика реализации шантажа в повседневном межличностном общении.

Столь широко известное явление, как шантаж, неоднократно становилось объектом исследований в отечественной науке. Шантаж рассматривался в юридической сфере с точки зрения его уголовно-правовой характеристики как разновидность принуждения или частный способ вымогательства [Ганченко, 2013; Жданухин, 2005; Уфалов, 2003], как правонарушение в отрасли экономики [Михеева М.В., 2008; Пряников, 2012; Рукинов, 2009; Саженов, 2010; Тарханова, 2008], как феномен политической коммуникации [Возовиков, 2006; Кожокар, 2004; Пирогова, 2005]. В каждой из перечисленных сфер научная квалификация шантажа представлена в связи с вымогательством и угрозой распространения порочащих сведений.

В зарубежных исследованиях шантаж становился объектом исследования, прежде всего, с точки зрения юриспруденции. Особый интерес представляет изучение данного феномена как преступления против личности или персональной свободы [Brown, 1993; Friedman, 2003; Gutheil, 2005; Katz, 1996; Levy, 2007; McLaren, 2002; Rivlin, 2015; Soothill, Francis, 2010], либо как преступления в виртуальной среде [Mercer, 2000].

В немногочисленных обнаруженных нами лингвистических исследованиях шантаж описывается как иллюстрация одной из аргументативных тактик [Кошеварова, 2006; Чухно, 2009], как тактика в рамках стратегии оценочно-эмоционального воздействия [Михеева И.В., 2010]. При этом шантаж как деструктивный феномен межличностной коммуникации, по нашим данным, ни разу не становился объектом специального лингвистического исследования. Сказанное обуславливает выбор темы настоящего исследования.

Актуальность исследования определяется, во-первых, сложностью и распространенностью данного явления в современном мире, во-вторых, отсутствием комплексных лингвистических исследований шантажа и, соответственно, необходимостью описания средств и способов его реализации в повседневной коммуникации. Такой анализ позволяет определить статус шантажа в ряду феноменов повседневного-бытового коммуникативного взаимодействия вообще и деструктивной коммуникации в частности.

В основу выполненного исследования положена следующая гипотеза: в структуре межличностного повседневного взаимодействия выделяется особый тип манипулятивного деструктивного общения – шантаж, характеризуемый набором конститутивных признаков, которые предопределяют основные пути его реализации; в настоящее время слово ‘шантаж’, выйдя за пределы юридической терминосистемы, изменило свою семантику, которая пока не зафиксирована в толковых словарях.

Цель исследования – проанализировать шантаж как деструктивный феномен межличностной коммуникации и выявить особенности его реализации в повседневном бытовом общении.

Достижение данной цели и доказательство гипотезы предполагает решение следующих задач:

- 1) определить возможные научные подходы к изучению феномена шантажа;
- 2) проанализировать сферы актуализации изучаемого феномена;
- 3) определить содержательный минимум понятия «шантаж», характерный для наивно-бытовой картины мира, и описать дифференциальные признаки шантажа, реализуемого в ситуациях повседневной коммуникации;
- 4) проанализировать и описать событийное содержание феномена шантажа;
- 5) проанализировать и описать коммуникативное поведение участников ситуаций шантажа (позиция адресанта и адресата).

В процессе решения поставленных задач был использован комплекс исследовательских методов: а) общенаучные методы – *метод наблюдения* (для первоначального сбора информации, а также для уточнения и интерпретации полученных результатов на промежуточном и заключительном этапах исследования); *гипотетико-дедуктивный метод* (для подтверждения или опровержения гипотезы, сформулированной на начальном этапе исследования и уточненной в процессе работы); *описательный метод* с его основными компонентами: наблюдением (в том числе, включенным наблюдением), описанием и обобщением (для первоначального сбора информации с последующим уточнением результатов на промежуточном и заключительном этапах исследования); *метод интроспекции* (для установления причинно-следственных связей поведения коммуникантов на основании собственного коммуникативного опыта); б) частные лингвистические методы – *контекстуальный анализ* (для наблюдения за функционированием исследуемого феномена в микродистрибуции на уровне высказывания / предложения и макродистрибуции на уровне коммуникативной ситуации или текста); *элементы метода компонентного и дефиниционного анализа* (для формирования понятийного аппарата настоящего исследования и уточнения семантического содержания, выделения облигаторных и факультативных дифференциальных признаков феномена шантажа); *элементы дискурс-анализа* (для рассмотрения шантажа с учетом внутреннего и внешнего контекста коммуникативной ситуации; описания вербальных и невербальных средств, стратегий и тактик, используемых при его реализации; выявления эксплицитных и имплицитных смыслов, продуцируемых в процессе коммуникации); *анкетирование* (для уточнения объема понятия «шантаж» в русскоязычном наивно-бытовом сознании и верификации полученных результатов).

Материалом исследования послужили коммуникативные ситуации, полученные методом ориентированного поиска из 1) художественных и публицистических произведений; 2) художественных кино- и телефильмов; 3) Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ); 4) скрипты бытовых разговоров, зафиксированные в процессе наблюдения, либо обнаруженные в Интернет-источниках. В качестве материала исследования также использова-

лись результаты анкетирований, данные толковых и энциклопедических словарей (более 30 источников), в которых дается определение понятиям «шантаж», «угроза» и смежным понятиям.

Было обнаружено и выделено более 1500 контекстов, в которых представлены средства описания или выражения шантажа. Обработке и подробному анализу подверглись около 500 контекстов, в которых эксплицированы коммуникативные роли участников шантажа – адресанта и адресата. В тексте диссертации нашли отражение наиболее репрезентативные примеры.

Научная новизна исследования заключается в выборе объекта исследования – шантажа как деструктивного коммуникативного феномена, реализуемого в повседневно-бытовом общении. Научная новизна также определяется следующими моментами: 1) уточнено понятие шантажа применительно к бытовому дискурсу; 2) предложена классификация типов шантажистов в зависимости от используемых тактик воздействия и средств реализации угрозы; 3) выделены стратегии и тактики коммуникативного поведения адресата шантажа.

Теоретическая значимость выполненного исследования состоит в дальнейшем развитии теории деструктивной коммуникации. Его теоретические выводы могут послужить дальнейшему развитию дискурсивной парадигмы исследований, а также внести вклад в теорию речевых жанров. Впервые представлен комплексный анализ шантажа как феномена повседневной коммуникации, при описании коммуникативного поведения различных типов шантажистов выделены параметры, которые могут быть использованы для анализа других типов деструктивных коммуникативных личностей.

Практическая ценность работы может быть определена возможностью использования ее материалов и результатов в вузовском преподавании: при разработке учебных курсов по стилистике, языкознанию, теории дискурса и теории речевых жанров, социолингвистике, лингвокультурологии. Результаты исследования также могут применяться при анализе деструктивной коммуникации в рамках комплексных психолого-лингвистических судебных экспертиз, в практической психологии.

Личным вкладом автора являются: 1) разграничение шантажа и смежных понятий угрозы и ультиматума; 2) выделение конститутивных признаков понятия «шантаж» на основе данных опроса респондентов и конструирование определения шантажа применительно к повседневно-бытовой сфере общения; 3) дальнейшая разработка типологии деструктивных коммуникативных личностей; 4) анализ и описание особенностей коммуникативного поведения выделенных типов адресанта шантажа; 5) анализ стратегий и тактик коммуникативного поведения адресата шантажа.

Теоретическую базу настоящего исследования составили работы в рамках следующих научных направлений: теории дискурса и, в частности, аргументативного дискурса (Н.Д. Арутюнова, Т.А. Ван Дейк, Л.Г. Васильев, В.И. Карасик, Н.К. Пригарина, D. Brenneis, S. Jacobs, S. Jackson, M.A. Gilbert, D. Schiffrin и др.), прагмалингвистики и теории речевых жанров (Н.Д. Арутюнова, М.М. Бахтин, З. Вендлер, В.Е. Гольдин, В.В. Дементьев, О.С. Иссерс, Дж. Остин, К.Ф. Седов, Дж. Сёрль, Т.В. Шмелева, F. Armengaud,

J.M. Gouvard, F. Latraverse, D. Maingueneau и др.), теории коммуникации, включая исследования, посвященные коммуникативным категориям (А.В. Олянич, И.А. Стернин, И.С. Черватюк, В.Е. Чернявская, Е.И. Шейгал и др.), линвоконфликтологии (Н.Д. Голев, Е.С. Кара-Мурза, К.Ф. Седов, А. Bandura, D. Ross и др.), деструктивной коммуникации и лингвоэкологии (Я.А. Волкова, А.В. Пузырев, А.А. Романов, И.И. Чесноков, В.И. Шаховский, К.А. Chevalier и др.), лингвоперсонологии (Г.И. Богин, В.В. Виноградов, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, В.П. Нерознак и др.).

На защиту выносятся следующие основные положения.

1. Возникнув в уголовно-правовой сфере, понятие «шантаж» прошло путь детерминологизации и в настоящее время активно используется в повседневной бытовой коммуникации, при этом содержание данного понятия изменилось: в узком, юридически правовом смысле этого слова шантаж подразумевает средство совершения преступления – противоправное принуждение лица к выгодному для шантажиста поведению посредством угрозы распространения нежелательных к огласке сведений (компромата), разглашения позорящей (часто сфабрикованной) информации. Шантаж как бытовое понятие представляет собой разновидность (манипулятивного) психоэмоционального воздействия, направленного на получение личной выгоды (материальной или психологической) с помощью угрозы.

2. Шантаж как речевой жанр можно идентифицировать благодаря наличию смысловой доминанты – субжанра угрозы. Релевантными для шантажа типами угрозы являются: угроза разглашения определенной секретной информации (компромата); причинения материального или физического вреда адресату; причинения вреда адресантом самому себе.

3. Реализация коммуникативной власти, при которой адресант навязывает выгодный для себя сценарий развития коммуникативного взаимодействия, позволяет квалифицировать шантаж как феномен деструктивной коммуникации, как разновидность неэкологичного психологического воздействия на эмоциональную сферу адресата.

4. В соответствии с выбранной стратегией коммуникативного поведения разграничиваются два типа адресанта шантажа: шантажист-диктатор, практикующий преимущественно прямые тактики воздействия, и шантажист-манипулятор, предпочитающий преимущественно скрытые тактики воздействия. Их коммуникативное поведение описывается на базе категорий эмоциональности, коммуникативной активности, директивности, категоричности, вежливости.

5. Коммуникативное поведение адресата шантажа реализуется в соответствии с одной из трех стратегий: соперничества, избегания или приспособления. Стратегия соперничества представляет собой активный тип коммуникативного поведения и осуществляется с помощью тактик речевой агрессии и коммуникативного блефа. Стратегия избегания, реализуемая за счет тактик коммуникативного саботажа, а также стратегия приспособления, включающая в себя митигативные тактики и тактики коммуникативного согласия, представляют пассивный вариант коммуникативного поведения адресата шантажа.

Апробация работы. Основные результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры языкознания Института иностранных языков Волгоградского государственного социально-педагогического университета (2015–2018 гг.), а также были представлены в виде докладов на *международных* – «Актуальные проблемы лингводидактики и лингвистики: сущность, концепции, перспективы» (Волгоград, 2015), «Стилистика сегодня и завтра» (Москва, 2016), «Коммуникативное пространство культуры» (Орел, 2017), «Жанры речи и “Жанры речи”» (Саратов, 2017), *всероссийских и региональных* – «Актуальные проблемы межкультурной коммуникации» (Москва, 2016), «Лингвистика и лингводидактика: вопросы теории и практики (апробация результатов исследований ученых волгоградских вузов)» (Волгоград, 2017).

Основное содержание диссертации отражено в восьми публикациях, в том числе в трех публикациях в ведущих рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК, общий объем составляет 2,6 п.л.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка использованной научной литературы, списка использованных словарей и принятых сокращений, списка источников примеров.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретико-методологические основы изучения шантажа: исследовательские подходы» данный феномен рассматривается с позиций аргументативного дискурса, прагмалингвистического (речезанрового) подхода, через призму коммуникативной категории власти, а также с позиции лингвоконфликтологии и лингвоэкологии. Обзор возможных подходов к изучению шантажа позволил определить теоретико-методологическую базу исследования, пути и методику его исследования, смоделировать возможные исследовательские позиции.

В существующих в настоящее время исследованиях, посвященных аргументативному дискурсу, шантаж предстает как тактика в рамках конфронтационной стратегии [Кошеварова, 2006; Чухно, 2007] или выступает элементом стратегии эмоционально-оценочного воздействия [Михеева И.В., 2010], что обоснованно, поскольку при использовании тактики шантажа в целях усиления воздействия может иметь место неоднократная актуализация прогнозируемых адресантом негативных последствий. Данная тактика главным образом заключается в предоставлении жертве альтернативного выбора между двумя негативными моментами: реализацией угрозы и выполнением требования шантажиста. Ю.А. Кошеварова [2006] доказывает, что аргументативная тактика шантажа может быть реализована либо посредством актуализации единичного речевого акта угрозы, либо с помощью сложного речевого акта, состоящего, например, из последовательности речевых актов запроса, *сообщения и просьбы*. Отмечая коммуникативно-прагматические особенности данной аргументативной тактики, ученые апеллируют не столько к теории аргументации, сколько к теории речевых актов, демонстрируя тем самым тесную связь данных теорий в аспекте целеполагания.

Обращение к прагмалингвистическому подходу позволило трактовать шантаж как речевой жанр, соотносимый с выделяемыми учеными признаками жанра – стандартизованностью, узнаваемостью, опознаваемостью речевого замысла говорящего и т.д.

Облигаторным компонентом шантажа независимо от типа дискурса, в котором говорящий практикует шантаж, выступает угроза, обозначаемая в лингвистических исследованиях по-разному – в терминах речевого акта (например, М.Я. Гловинская) или речевого жанра (В.В. Дементьев, Т.И. Стексова и др.). Данный факт служит доказательством отсутствия непроходимой границы между данными коммуникативными явлениями и преемственности теории речевых актов и речевых жанров.

Согласно Т.И. Стексовой, высказывание представляет собой угрозу, если содержит в себе сообщение о каких-либо негативных последствиях для адресата. Угроза обладает футуральной перспективой и всегда нацелена на результат: угрожающему обычно более важно добиться выполнения какого-либо действия адресатом, чем исполнить саму угрозу [Стексова, 2017]. Определяя угрозу как комплексный речевой жанр, исследователи в его структуре выделяют два основных компонента: 1) требование (или условие), предъявляемое говорящим адресату, 2) обещание негативных последствий в случае невыполнения этого требования (или условия) [Хенчер, 1979]. В диссертации аргументируется возможность рассмотрения шантажа и угрозы как речевого жанра и субжанра, соответственно.

Обращение к перлокутивной стороне данного явления, неразрывно связанной с воздействием, оказываемым на адресата, позволило установить, что шантаж является одним из вариантов проявления коммуникативной категории власти. Коммуникативная власть трактуется как специфический набор коммуникативных прав на осуществление определенных речевых действий, на употребление того или иного типа языковых единиц, на определенный тип коммуникативного поведения [Черватюк, 2006]. Одним из маркеров коммуникативной власти является речевой акт угрозы. Шантажист выступает в коммуникативной ситуации как коммуникативный лидер, владеющий коммуникативной инициативой, коммуникативным правом на осуществление специфических действий манипулятивного характера и навязывающий партнеру по коммуникации определенную модель поведения, проявляет определенный тип коммуникативного доминирования независимо от статусно-институциональных отношений между адресатом и адресантом.

Любое навязывание действий, в которых не заинтересован адресат, может провоцировать конфликтную ситуацию, а, поскольку стратегия доминирования признается одной из форм выражения речевой агрессии, то логично выделить еще один подход к анализу шантажа с позиции лингвоконфликтологии и лингвоэкологии.

Шантаж, представляя собой разновидность психического насилия, нацелен на причинение психического дискомфорта и вреда духовной сфере человека и может быть квалифицирован как деструктивный коммуникативный феномен. При определении шантажа как деструктивного типа общения мы опира-



лись на интенциональный деструктивный характер поведения адресанта шантажа, ориентированного на односторонний выигрыш: «Деструктивное общение представляет собой тип эмоционального общения, направленного на сознательное и преднамеренное причинение собеседнику морального и физического вреда и характеризуемого чувством удовлетворения от страданий жертвы и / или сознанием собственной правоты» [Волкова, 2014].

Учитывая установку говорящего на конфликт, конфронтацию, психоэмоциональное воздействие на партнера по коммуникации, мы определяем шантаж как феномен неэкологичного воздействия на эмоциональную сферу адресата: адресант вызывает у жертвы шантажа чувство страха, четко прослеживается наличие отрицательно маркированной эмоциональной интенции как мотивационной основы деструктивного коммуникативного поведения субъекта.

Во второй главе «Шантаж: феноменологическое описание» проанализировано понятийное содержание данного явления с учетом различных сфер функционирования: юридической, массмедийной, политической, экономической. Особое внимание уделяется понятию шантажа в повседневной бытовой сфере, представляющей интерес для данного исследования.

В настоящее время лексема 'шантаж', выйдя за пределы юридической сферы употребления, изменила свой прежний семантический статус и номинирует разнообразные виды воздействия, осуществляемого в политической, экономической, бытовой, массмедийной и других сферах жизнедеятельности человека, в каждой из которых имеет свою специфику реализации. Содержание понятия «шантаж» применительно к разным областям своего «обитания» отличается вариативным набором дифференциальных признаков.

В юридической сфере шантаж подразумевает средство совершения преступления – противоправное принуждение лица к выгодному для шантажиста поведению посредством угрозы распространения нежелательных к огласке сведений (компромата), разглашения позорящей (часто сфабрикованной) информации. Политический шантаж является одним из видов политической борьбы. Под шантажом в экономической сфере понимают специфическое использование финансовой информации, способное причинить существенный вред правам и законным экономическим интересам физических и юридических лиц. Информационный шантаж, сформировавшийся в медиасреде, – способ извлечения материальной выгоды с помощью манипулирования компрометирующей информацией.

В английском языке представлена цветовая дифференциация многообразия проявлений шантажа, ассоциативно отражающая специфику его реализации в различных сферах жизни, что фиксируется однокоренными номинантами, производными от слова-ассоцианта *'blackmail'* [Иванова, 2013]: для обозначения политического шантажа используется лексема *'greymail'* (серый шантаж), лексемы *'greenmail'* (зеленый) и *'whitemail'* (белый) выступают именами корпоративного / экономического шантажа, а розовый шантаж (*'pinkmail'*) соотносится с женским коммуникативным поведением и затрагивает интимную сферу жизни. Для представителей русской лингвокультуры не характерно подобного рода цветовое разграничение, несмотря на вошедшее в русский язык слово

‘*гринмейл*’ и скалькированное сочетание ‘*зеленый шантаж*’ для обозначения корпоративного шантажа (и его дериват ‘*гринмейлер*’ – шантажист).

Поскольку большинство дискурсов сегодня так или иначе опосредованы массмедийным дискурсом, анализ сочетаемости лексемы ‘шантаж’ проведен на материале текстов СМИ, что позволило составить более полное впечатление об интересующем нас явлении и выделить наиболее частотно реализуемые семантические признаки шантажа.

1. Шантаж как обозначение противоправного действия (журналист использует имя ‘шантаж’ в его узко юридическом смысле в контексте уголовного права).

2. Основные взаимосвязанные функции шантажа – инструментальная и функция воздействия. Шантаж предстает как один из универсальных способов / инструментов психологического воздействия и навязывания своей воли другим лицам: достаточно частотно лексема ‘шантаж’ употребляется в сочетаниях с каузативными глаголами ‘заставить’, ‘вынудить’, ‘принудить’ и др. в качестве эксплицитного указания на каузирующее действие / способ каузации (*шантажом пытаются вынудить поддержать новую резолюцию Совбеза ООН*).

С функцией воздействия непосредственно связана регулятивная функция шантажа, которая носит деструктивный характер, и суть которой сводится к управлению поведением лиц и установлению контроля над их деятельностью.

3. Конкретизируются инструменты воздействия шантажа (военный / информационный / нефтяной шантаж, шантаж санкциями и т.д.): *Россия начала свой энергетический шантаж ровно год назад*.

4. Шантаж выступает как рефлексивно опознаваемый феномен (*открытый / неприкрытый шантаж*): в текстах массмедиа нами не обнаружены такие сочетания, как ‘*скрытый / тайный шантаж*’. Кроме того, шантаж осознается как явление достаточно простое по структуре и предсказуемое, а атрибутивные характеристики ‘*шаблонный / примитивный / банальный / обыкновенный шантаж*’ свидетельствуют о легкости его декодирования:

5. В проанализированном материале акцентируется сема преднамеренности, запланированности шантажа (*перед лицом хорошо отрежиссированного шантажа*), что автоматически обуславливает негативную оценочную коннотацию, а яркая эмоционально-оценочная лексика, эпитеты (*грубый / изуверский шантаж*), используемые для характеристики данного феномена, выступают дополнительным эмоциогенным фактором. Основными эмоциями, на которые ориентирован шантаж, выступают страх, испуг, тревога и эмоциональная подавленность (*перепуганные шантажом*).

Отличительными особенностями шантажа, опосредованного фактором массмедиа, являются: 1) возможность использования медиаресурсов для воздействия на объект шантажа (СМИ как площадка для обнародования информации); 2) недостоверный (в большинстве случаев) характер предлагаемой для публикации информации; 3) угроза нанесения морального ущерба (информация представляет опасность для репутации известного лица / компании).

В настоящее время слово ‘шантаж’, пройдя путь детерминологизации, прочно «обосновалось» в повседневно-бытовой сфере.

Для уточнения трактовки понятия «шантаж», существующего в наивном сознании русскоязычных носителей, нами был проведен опрос. Респондентами выступили 198 человек в возрасте от 18 до 68 лет, которым было предложено два вопроса открытого типа: дать собственное определение понятия «шантаж» и привести пример данного явления. Результаты проведенного опроса в целом подтвердили выводы, что семантика угрозы интегрирована в содержание понятия «шантаж»: 43% опрошенных определяют шантаж непосредственно через понятие «угроза» (*под угрозой чего-либо заставлять делать то, чего человек делать не хочет*) или через однокоренные ему слова ‘угрожать’, ‘грозить’ (*способ заставить что-то кого-то сделать, угрожая*).

Большинство анкетированных (73,7 %) отметили наличие у шантажиста цели извлечь личную выгоду, обогатиться, завладеть чем-либо желаемым, обрести преимущество, получить прибыль, привилегии, преимущества; значительное количество респондентов (55 %) упомянули наличие у субъекта шантажа каких-либо сведений, лично-значимой информации, и соответственно угрозу ее разглашения, распространения, обнародования тем или иным способом. Релевантным для настоящего исследования является факт, что 51,5 % респондентов акцентировали внимание на воздействии шантажа на человека: давление, требование, принуждение, вынуждение (*насильственное принуждение человека к каким-либо действиям путем обмана, угроз физического и эмоционального характера*). Не менее значимым является то, что 21,7 % опрошенных выделили компонент, не представленный в лексикографических изданиях, а именно манипуляцию: *манипулирование человеком при помощи запугивания или давления на него для извлечения собственной выгоды*. Кроме того, 12,5 % опрошенных эксплицитно отметили воздействие на эмоциональную сферу адресата, введение его в определенное эмоциональное состояние, а 9 % смогли указать на конкретную эмоцию – страх: *манипулирование человеком при помощи запугивания или давления на него для извлечения собственной выгоды*.

Таким образом, в наивном языковом сознании носителей русского языка шантаж ассоциативно связывается с манипуляцией. В сфере межличностной повседневно-бытовой коммуникации шантаж представляет собой разновидность (манипулятивного) психоэмоционального воздействия, направленного на адресата с целью получения личной выгоды (материальной или психологической) с помощью угрозы. Установлено, что шантаж и угроза находятся в родовидовых отношениях, при этом понятие угрозы является гиперонимом для понятия шантаж. Всякий шантаж в обязательном порядке включает в себя угрозу, но не всякая угроза является шантажом.

В третьей главе «Шантаж как речевой жанр повседневной коммуникации» анализируются ситуации повседневно-бытового общения, в которых актуализируется изучаемый феномен. На основании данного анализа определяются событийное содержание и характеристики коммуникативного поведения участников речевого жанра «шантаж».

Описание феномена шантажа, реализуемого в повседневной коммуникации, с учетом речевжанрового подхода предполагает его анализ с помощью четко дифференцируемых «паспортных» (по Т.В. Шмелевой) признаков жанра.

*Коммуникативная цель* – получить выгоду, принудить объект шантажа к необходимым субъекту действиям посредством воздействия на эмоциональную сферу адресата. Идентификация цели речевого жанра «шантаж» не вызывает затруднений: наличие эксплицитно выраженной цели высказывания является одним из дифференциальных признаков феномена шантажа. Шантаж представляет собой императивный речевой жанр, так как анализируемый нами феномен является частным случаем психоэмоционального воздействия и подразумевает принуждение к выполнению / невыполнению требуемых адресантом действий.

*Концепция автора.* Для получения личной выгоды и реализации коммуникативной цели субъект шантажа намерен скорректировать поведение объекта. Подразумевается, что шантажист владеет какими-либо сведениями, значимыми для адресата (компромат), либо способен к действиям, которые могут иметь негативные последствия для адресата. Шантаж всегда ориентирован на адресата. При этом адресант намеренно стремится при помощи деструктивного речевого поведения навязать адресату собственную модель речевого общения (неприемлемую для адресата).

*Концепция адресата.* Адресат лично не заинтересован в осуществлении требуемого действия, может не только не желать выполнять условия, но и осознавать их отрицательные последствия. Однако, ощущая воздействие на эмоциональную сферу и испытывая страх от потенциальной угрозы, адресат нередко готов изменить свое поведение в соответствии с требованиями шантажиста.

*Событийное содержание.* Шантаж включает требование к адресату изменить поведение согласно замыслу шантажиста, а также угрозу разглашения компромата / причинения материального или физического вреда в случае невыполнения этого требования.

*Фактор коммуникативного прошлого и коммуникативного будущего.* В повседневно-бытовой коммуникации шантаж в основном выступает как реактивный речевой жанр, являясь ответом на конкретное действие (или бездействие) объекта. Как стимулы могут рассматриваться речевые акты угрозы, обещания, отказа. Шантаж в бытовом общении подразумевает не просто информационную осведомленность, а определенную степень близости между адресатом и адресантом. Зачастую именно знание некоторых сведений о прошлом либо настоящем адресата делает возможным реализацию шантажа. Стоит учитывать также, что сведения могут быть либо тайными и порочащими честь (компромат), либо касаться «болевых точек» жертвы. Коммуникативное будущее подразумевает правильную интерпретацию шантажа, его декодирование и ответную реакцию адресата в форме подчинения или неподчинения.

*Языковое воплощение.* Шантаж включает в свой состав субжанр угрозы, который может быть представлен как побудительное высказывание, выражающее интенцию говорящего причинить вред адресату, а также сообщение об условиях, при невыполнении которых угроза будет реализована. Языковыми средствами воплощения шантажа являются высказывания с семантикой каузальности, где представлены две соотнесенные ситуации, одна из которых зависима от другой: *если ты (не) сделаешь нечто, тебе будет плохо.*

Выбор речевых парадигм исследования не противоречит рассмотрению шантажа с точки зрения коммуникативной ситуации с учетом базовых компонентов ее структуры: отправитель – сообщение (контекст) – получатель.

Содержательная сторона сообщения (шантажа) включает многообразие способов выражения угрозы, которая реализуется чаще всего с помощью: конструкции с союзом *если* (*Если не сделаешь – пожалеешь*), менасивной модели с союзами *или-или* (*Или ты сделаешь, или тебе будет плохо*), конструкции с союзом *пока* в условно-временном значении. Данные менасивные диалогические реплики являются прямонаправленными и преимущественно кондициональными, направленными на побуждение адресата выполнить действие / бездействие. Интенция угрозы может быть выражена прямо (*Я тебе отомщу; Я тебя убью*), в высказываниях других иллокутивных типов, то есть в косвенных речевых актах (*Я тебя научу <...>, Ты за всё ответишь* и др.), угроза может быть адресована устно, письменно, с помощью жестов, быть опосредована технически (по телефону, Интернету), может быть обращена в будущее или же относиться непосредственно к моменту высказывания.

Анализ практического материала показал, что чаще всего прямая угроза выражается с помощью конструкции с союзом *если* или без него (*если не вернешься, я...; если не перестанешь, я...; уедешь – я...*). Отсутствие эксплицитно выраженного союза *если* приводит к увеличению прагматического воздействия на адресата. Не явно актуализируемая говорящим кондициональность усложняет причинно-следственные отношения между пропозициями и побуждает адресата приложить больше усилий для декодирования интенции коммуникативного партнера. Соответственно, говорящий получает возможность формально упростить свое сообщение, следствием чего станет усложнение содержания, его приращение дополнительными функционально-прагматическими смыслами. Для шантажа наиболее частотными вариантами угрозы являются: угроза разглашения определенной секретной информации (компромата), угроза причинения материального или физического вреда адресату, угроза причинения вреда адресантом самому себе.

Поскольку основная интенция шантажа – заставить адресата (в ущерб его интересам и желаниям) подчиниться воле говорящего (в его пользу), то коммуникативное поведение шантажиста может быть квалифицировано как деструктивное, а шантажист – как деструктивная коммуникативная личность.

В типологии деструктивных коммуникативных личностей [Волкова, Панченко, 2016] выделяются потенциально деструктивная и собственно деструктивная коммуникативные личности. Шантажист относится к собственно деструктивной коммуникативной личности, которая осознанно и целенаправленно выбирает деструктивные модели поведения.

Анализ эмпирического материала (более 500 примеров) позволил выявить особенности, характеризующие коммуникативное поведение шантажиста, а также послужил основанием для выделения двух типов шантажиста: шантажист-манипулятор и шантажист-диктатор, коммуникативное поведение которых обусловлено как спецификой ситуации шантажа, связанной с достижением поставленной цели, так и индивидуальными проявлениями свойств коммуника-

тивной личности.

Шантажист-манипулятор предпочитает скрытые тактики воздействия, маскирует свои истинные намерения и зачастую ложно выступает на стороне жертвы («*Я действую в ваших интересах*», «*Вы как умный человек должны понимать, какое решение для вас лучше*»). Для данного типа в целом недопустимы инвективы; напротив, подчеркнуто вежливое общение является одним из важных коммуникативных маркеров шантажиста-манипулятора. Для достижения коммуникативной цели шантажист-манипулятор прибегает к разнообразным скрытым тактикам воздействия и манипулятивным приемам, например, к искажению информации, отождествлению адресата с негативно оцениваемой социальной группой, программирующей номинации, бездоказательному утверждению и др.

Ярким примером шантажиста-манипулятора выступает Чарльз Огастес Милвертон из рассказа А.К. Дойля «Конец Чарльза Огастеса Милвертона»:

– *Прекрасно, мистер Холмс. Я протестую только в интересах нашей клиентки. Дело такое щекотливое... <...>*

– *Дорогой сэръ, мне тяжело обсуждать этот вопрос, но если деньги не будут уплачены четырнадцатого, то, конечно, восемнадцатого свадьбы не будет. <...>*

– *Это невозможно, – возразил Холмс.*

– *Боже мой, боже мой, как печально! – воскликнул Милвертон, вынимая из кармана толстую записную книжку. <...> – Вот завтра уже можно будет назвать имя, когда эта записка будет в руках мужа этой дамы. И все только потому, что она не хочет заплатить за нее нищенскую сумму, которую достала бы в полчаса, обменяв свои бриллианты на стразы* (А. Дойль. Конец Чарльза Огастеса Милвертона).

Шантажист-манипулятор Милвертон притворяется выступающим на стороне жертвы (*только в интересах нашей клиентки, Боже мой, боже мой, как печально!*), более того, скрывает собственную инициативу (*мне тяжело обсуждать этот вопрос*), тем самым пытаясь выставить себя невинным заложником обстоятельств. Он не требует ультимативно выполнить выдвинутое условие, но красочно описывает последствия его невыполнения (*восемнадцатого свадьбы не будет*) и сознательно преуменьшает серьезность требования (*И все только потому, что она не хочет заплатить за нее нищенскую сумму*). Для коммуникативного поведения шантажиста-манипулятора также характерна подчеркнутая вежливость (*Дорогой сэръ*).

Шантажист-диктатор использует категоричные требования ультимативного характера, приказы. Для этого типа характерны высокий уровень эмоциональности, критичность, императивность / директивность, прямые угрозы. В коммуникативном поведении шантажиста-диктатора обнаруживаются речевые акты оскорбления, возможны инвективы, впрочем, не являющиеся частотными для этого типа деструктивной личности.

- *Девочкам нужна новая книга о Гарри Поттере /*
- *Хорошо / хорошо / я съезжу в книжный магазин /*
- *Вы упали и стукнулись головой об асфальт? /*
- *Да нет вроде /*

- У нас есть все опубликованные книги / им хочется узнать / что будет дальше /
- Вам нужна неопубликованная рукопись? /
- У нас колоссальные связи с издательствами / разве это проблема? / а вы и не то можете / верно? / <...>
- Книга должна быть здесь не позднее трех <...> А если вы до тех пор не раздобудете мне книгу / можете сюда больше не возвращаться / (х/ф Дьявол носит Prada, 2006).

О высоком уровне категоричности свидетельствуют речевые акты констатива (*Девочкам нужна*) и инъюнктива (*книга должна быть здесь*), используемые для формулирования требования. Эксплицитно выраженная угроза перспективы (*А если вы до тех пор не раздобудете мне книгу / можете сюда больше не возвращаться*) также подчеркивает ультимативность требования. Шантажист-диктатор позволяет себе грубые, резкие высказывания в адрес жертвы, оскорбительную тональность (*Вы упали и стукнулись головой об асфальт?*).

Коммуникативное поведение шантажиста в целом характеризуется через категории эмоциональности, директивности, критичности, импозитивности и коммуникативной активности.

Эмоциональность в ситуациях шантажа может быть представлена как подавленная (в виде намеков, умолчания, недосказанности), так и эксплицитно выраженная. Несмотря на то, что в бытовом дискурсе нет строгой институциональной иерархии и, соответственно, нет строгих социальных или статусных ограничений на форму выражения эмоциональных переживаний, шантажист преимущественно ведет себя эмоционально сдержанно, поскольку обладает коммуникативной (информационной) властью в данной ситуации.

Директивность выражается в использовании репрезентативных и/или директивных речевых актов утверждения, констатации, приказа, предупреждения, обещания. Шантажист безапелляционно реализует директивную модель поведения, решительно выступает с постановкой условия адресату, его коммуникативное поведение характеризуется императивностью, имеет форму прямых, косвенных и скрытых (выводимых из семантики сообщения) побудительных высказываний.

Критичность, выражаемая в негативной квалификации действий адресата, – еще одна особенность коммуникативного поведения шантажиста, соотносимая с деструктивным речевым поведением. Коммуникативное поведение шантажиста характеризуется также импозитивностью: говорящий настойчиво навязывает свое мировоззрение, мировосприятие, свое мнение и представляет выводы и логические умозаключения как единственно верные и возможные с помощью как эмоциональных, так и рациональных аргументов.

Коммуникативная активность шантажиста проявляется в инициировании коммуникации, а также в осуществлении контроля за ходом речевого взаимодействия, который может выражаться в навязывании определенной коммуникативной тональности общения, коммуникативном подавлении говорящего, речевых перебивках.

Жертва, как объект прямого воздействия шантажиста, играет, как правило, субординантную роль в ходе интеракции. В отличие от эмоциональности шантажиста эмоциональность адресата характеризуется тревожностью и беспокойством, входящими в кластер эмоций с доминантой «страх». Как показал анализ практического материала, коммуникативное поведение адресата отличается большей эмоциональностью, чем поведение шантажиста, объяснением чему служит тот факт, что жертва шантажа не обладает той информационной (коммуникативной) властью, которой наделен адресант. Кроме того, эмоциональность адресата компенсирует рациональность (наличие информационной власти) шантажиста, что соответствует категориальным особенностям ситуации шантажа в целом.

Коммуникативное поведение адресата шантажа является реактивным и обусловлено выбранной стратегией поведения. Анализ вариантов дискурса реагирования, характерных для адресата шантажа, показал, что наиболее частотной реакцией на шантаж является стратегия приспособления (65 %), гораздо реже встречается стратегия соперничества (23 %), также нами были выявлены единичные случаи стратегии избегания (12 %). Анализ более 300 коммуникативных ситуаций, в которых вербализовано коммуникативное поведение жертвы шантажа, показал, что стратегиям соперничества, приспособления и избегания соответствуют определенные коммуникативные тактики.

Стратегия избегания в ситуации шантажа реализуется с помощью тактик коммуникативного саботажа, которые, в свою очередь, могут выражаться в уклончивом поведении в форме прямых и косвенных уходов от ответа, отказа от взаимодействия с оппонентом.

*Он прошептал зловецким голосом: «Или ты будешь моя, или я тебя убью!» <...> Я улыбнулась на пороге: «До завтра...» (Л. Лопато. Волшебное зеркало воспоминаний).*

В данной ситуации адресат достаточно категорично уходит от ответа, меняет тему и, более того, прерывает коммуникацию физическим уходом. Соответственно, шантажист не получает ожидаемой реакции, что потенциально может привести как к обострению конфликта, так и к признанию адресантом нецелесообразности выбора шантажа как средства воздействия.

Стратегия соперничества в ситуации шантажа находит свое выражение в тактиках: а) речевой агрессии и коммуникативной провокации, когда сама жертва каузирует негативные для нее последствия; б) коммуникативного блефа. Проиллюстрируем реализацию тактики коммуникативного блефа:

*«Швырнет трубку», – подумал он, но Нина вдруг, после небольшой паузы, очень спокойно добавила: – А это уже шантаж. Вот вы меня сейчас шантажируете. – Опять пауза. – Ай, ну стреляйтесь, пожалуйста! Что – мне будет плохо? Нет, мне плохо не будет. И спокойной ночи, я хочу спать! (Ю. Домбровский. Рождение мыши. НКРЯ).*

Реакция адресата не соответствует ожиданиям шантажиста. Страх не выражен эксплицитно, напротив, он искусственно подавляется. Осознанно пренебрежительное отношение к угрозе, ее обесценивание, выражение недоверия



характеризует тактику коммуникативного блефа, применяемую адресатом шантажа, в результате создается иллюзия, что цель шантажиста не достигнута.

Стратегия приспособления по сути своей представляет собой согласие с требованиями шантажиста, что зачастую проявляется с помощью средств репрезентации коммуникативной митигативности.

Так, в романе У. Фолкнера «Сарторис» мальчик, зная некоторые тайны Сноупса, шантажом заставляет последнего купить ружье. Важно, что взрослый, а значит, традиционно более высокий в социальной иерархии человек, в данной ситуации оказывается в полностью зависимом положении, подчиняется шантажисту, соглашаясь с его требованиями. В коммуникативном поведении жертвы шантажа это выражается в виде косвенных речевых актов просьбы (*Нет, нет, обожди. Подожди немножко*) и обещания (*я сам все сделаю. А ружьем я займусь, обязательно займусь, я уж позабочусь, чтобы ты его получил*). Частотные повторы в речи Сноупса свидетельствуют также о его эмоционально напряженном состоянии, вызванном дискомфортной позицией зависимого (*Нет, нет, я займусь, обязательно займусь*).

В ситуации шантажа подобная кооперативность или адаптивность является деструктивной: жертва, подчиняясь шантажисту, иллюзорно видит в этом единственную для себя возможность избежать нежелательных последствий, т.е. сменить агрессивное отношение к себе со стороны шантажиста на эмоционально менее активное. В действительности, в результате принятия адресатом условий шантажиста происходит перенос внешней агрессии шантажиста в адрес жертвы на внутреннюю агрессию жертвы к самой себе.

В качестве резюмирующего вывода укажем, что стратегия соперничества, реализуемая посредством тактик речевой агрессии и тактик коммуникативного блефа, представляет собой активный тип коммуникативного поведения. Стратегия избегания, реализуемая за счет тактик коммуникативного саботажа, а также стратегия приспособления, включающая в себя митигативные тактики и тактики коммуникативного согласия, являются пассивным типом коммуникативного поведения адресата шантажа.

В Заключении подводятся основные итоги и намечаются перспективы исследования, которые включают дальнейшее изучение явления шантажа в сравнительно-сопоставительном аспекте, выявление универсальных и национально-специфических особенностей анализируемого феномена.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора.

*Статьи в рецензируемых журналах,  
рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ*

1. Никодимова А.Д. Шантаж в наивно-бытовом сознании носителей русского языка / А.Д. Никодимова // Известия ВГПУ. – 2016. – № 2 (106). – С. 139–142 (0,37 п.л.).

2. Никодимова А.Д. Шантаж: речевой акт VS речевой жанр / Н.Н. Панченко, А.Д. Никодимова // Жанры речи. – 2018. – № 2 (18). – С. 112–118 (авт. – 0,32 п.л.).

3. Никодимова А.Д. Стратегии коммуникативного поведения адресата шантажа / А.Д. Никодимова // Известия ВГПУ. – 2018. – № 9 (132). – С. 144–147 (0,38 п.л.).

*Статьи в сборниках научных трудов и материалов научных конференций*

4. Никодимова А.Д. Шантаж как коммуникативный феномен: к определению понятия / (А.Д. Никодимова) // Актуальные проблемы лингводидактики и лингвистики: сущность, концепции, перспективы: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. / под. ред. Л.А. Миловановой. – Волгоград: Парадигма, 2015. – С. 287–291 (0, 33 п.л.).

5. Никодимова А.Д. Шантаж как медиафеномен / Н.Н. Панченко, А.Д. Никодимова // Стилистика сегодня и завтра: материалы IV Междунар. науч. конф. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2016. – С. 448–451 (авт. – 0, 28 п.л.).

6. Никодимова А.Д. Содержательный минимум понятия «шантаж» в русскоязычном наивно-бытовом сознании / А.Д. Никодимова // Актуальные проблемы межкультурной коммуникации: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. – М.: РУДН, 2016. – С. 177–180 (0,32 п.л.).

7. Никодимова А.Д. Шантаж как коммуникативный феномен: лингвоэкологический аспект / А.Д. Никодимова // Коммуникативное пространство культуры: материалы Междунар. науч. конф. / отв. ред. А.В. Овсянников, А.Г. Пастухов. – Орел, 2017. – С. 111–114 (0,3 п.л.).

8. Никодимова А.Д. Шантаж как средство реализации коммуникативной власти / А.Д. Никодимова // Лингвистика и лингводидактика: вопросы теории и практики: материалы межвуз. науч. конф. – Волгоград, 2017. – С. 113–116 (0,3 п.л.).

НИКОДИМОВА Анна Дмитриевна  
ШАНТАЖ КАК ФЕНОМЕН ДЕСТРУКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Подписано к печати 22.01.19. Формат 60x84/16. Бум. офс.

Гарнитура Times. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 110 экз. Заказ