

ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ

Дослідження впливу мовного потенціалу, можливість регулювання поведінкою людей, керування прийняттям рішень привертає інтерес науковців в останні десятиріччя [7: 196]. Мовленнєвий вплив ототожнюється із засобом влади, оскільки адресант, опинившись у ситуації впливу, демонструє керування реципієнтом, що досягається мовою [1: 91]. Особливі предметні цілі мовця, до яких належить зміна особистого змісту певних об'єктів для реципієнта, перебудова його категоріальних конструктів, вплив на поведінку, зміна емоційного настрою або психофізіологічних процесів визначають мовленнєвий вплив [16: 6]. Компонентами мовленнєвого впливу виступають агент, який розглядає себе як суб'єкт впливу; реципієнт, що сприймається як об'єкт; і повідомлення [13: 5; 16: 3].

За допомогою мовлення суб'єкт вносить корективи на прийняття рішення об'єктом і його уявлення про світ [6: 21]. Мовленнєвий вплив має і зворотну сторону: це зміни смислових структур, оцінок, поведінкових моделей і психофізіологічних процесів реципієнта в результаті мовної дії суб'єкта комунікації [16: 6].

Традиційно розглядають широке і вузьке значення мовленнєвого впливу [15: 412]. У широкому тлумаченні мовленнєвий вплив порівнюється з будь-яким мовним спілкуванням, розглянутим із позицій його цілеспрямованості. Суб'єкт мовленнєвого впливу регулює дії реципієнта [13: 5]. Широко мовленнєвий вплив досліджується як інформаційна зміна стану свідомості реципієнта, модифікація структури його поглядів, реакція-відповідь адресата на мовленнєвий стимул [14: 37].

Мовленнєвий вплив у вузькому розумінні має всі характеристики мовленнєвого впливу, що і в широкому тлумаченні, але відрізняється цілеспрямованістю, інтенсивністю впливу і ретельним добором лінгвістичних і паралінгвістичних засобів, що обумовлено особливою інтенцією мовця, пов'язаною зі зміною особистого значення певного об'єкта для реципієнта, із впливом на поведінку адресата або зі зміною його загального емоційного настрою на момент спілкування [15: 418]. У вузькому значенні вербальний вплив застосовується з огляду координативних соціальних відносин рівнозначного співробітництва, а не субординативних стосунків.

Мовленнєвий вплив тісно пов'язаний із розглядом потреб. Завданням мовленнєвого впливу є врахування і корекція потреб, особистих інтересів і установок людини, що впроваджуються коректно і ненав'язливо, з хитрістю і вправністю [10: 38]. Реципієнт, який керується своїми потребами і не перебуває у субординативних відносинах із адресатом мовного впливу та має певну незалежність вибору власної поведінки, міняє погляди, коли вони співпадають із його потребами [5: 23]. Правильно поєднана комбінація

вербального і невербального впливу забезпечує результативність спілкування і збереження балансу відносин із адресатом [12: 51]. Корекція поведінки або думки комуніканта чи співрозмовників у бажаному для мовця напрямку з урахуванням ситуації спілкування визначає завдання мовленнєвого впливу [11: 12]. Зняття захисного бар'єру об'єкта, нав'язування йому певних образів, думок, емоцій окреслюють проміжні завдання мовленнєвого впливу [17: 28].

До основних аспектів мовленнєвого впливу відносять вербальний і невербальний. Вербальний мовленнєвий вплив реалізується за допомогою мовних засобів, які використовуються для того, щоб справити ефект впливу [4: 51]. Їх правильний вибір, розташування, інтонація, зміст вираження думки забезпечують його ефективність та успішність [12: 45]. Мовний інструмент виступає складним, чуттєвим знаряддям, на якому грає та людина, що застосовує мову [1: 97], підбір слів, виразів розглядається як потужне знаряддя влади для формування дійсності, про яку йдеться [1, с. 103]. Невербальний вплив актуалізується несловесними засобами, що підкріплюють наше мовлення (міміка, жести, поведінка під час розмови, відстань між комунікантами, зовнішність співрозмовника) [12: 45; 9: 20; 3: 12].

Погоджуємось із твердженням, що мовленнєвий вплив визначається впливом людини на іншого комуніканта або групу співрозмовників за участю мови та невербальних засобів, що її підсилюють, з метою досягнення поставленого агентом завдання: змінити реакцію адресата, його погляди, уявлення, наміри, оцінки [12: 49; 2: 55]. Лінгвістичні, паралінгвістичні і нелінгвістичні, символічні засоби під час мовного спілкування допомагають здійснювати мовленнєвий вплив адресанта на свого партнера [18: 11].

Розрізняють раціональний і емоційний мовленнєвий вплив. Регулюючи поведінку комуніканта, адресант може змінювати його раціональну складову, надаючи переконливі докази, які відображаються у свідомості людей. Емоційний вплив забезпечується вираженням у агента емоцій і досягненням необхідної реакції у адресата, що змінює поведінку останнього [8: 94-95].

Отже, мовленнєвий вплив однієї особи на іншу або цілу групу за участю мови і невербальних засобів, що її підсилюють для реалізації визначеної комунікантом мети, полягає у впливі на свідомість, мотиваційну сферу об'єкта суб'єктом, зміну діяльності адресата, його поведінку, наміри, погляди, установки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти (теоретическо-эмпирическое исследование языка и его использования в социальном контексте) / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–125.

2. Гришечко Е. Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия / Е. Г. Гришечко // Гуманитарные и социальные науки.

Северокавказский научный центр высшей школы. – Ростов н/Д, 2008. № 4. – С. 53–59.

3. Желтухина М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : автореф. дис. д-ра филол. наук / М. Р. Желтухина. – М., 2004. – 47 с.

4. Иссерс О. С. Паша-"Мерседес", или речевая стратегия дискредитации / О. С. Иссерс // Вестник Омского гос.ун-ва. – Омск, 1997. – № 2 (4). – С. 50–62.

5. Иссерс О. С. Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / О. С. Иссерс. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.

6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : КомКнига, 2008. – 288с.

7. Киричук Л. М. Прагмакогнітивні особливості стереотипів як засобів маніпуляції в публіцистичному дискурсі / Л. М. Киричук // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2009. – №6. – С. 195–199.

8. Лисоченко Л. В. Убеждение как назначение судебной речи в дидактическом и методическом освещении / Л. В. Лисоченко // Личность, речь и юридическая практика. – Ростов-на-Дону, 2003. – Вып. 6. – С. 94–100.

9. Седов К. Ф. О манипуляции и актуализации в речевом воздействии // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 2 / К. Ф. Седов // Отв. ред. М. А. Кормилицина. Саратов. : Изд-во Саратов. ун-та, 2003. С. 20–27.

10. Сергеечева В. Приемы убеждений. Стратегия и тактика общения / В. Сергеечева. – СПб. : Питер, 2002. – 192 с.

11. Серио П. Как читают тексты во Франции. Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса / П. Серио // Москва, 1999. – С. 12–53.

12. Стернин И. А. Основы речевого воздействия / И. А. Стернин // Учебное издание. – Воронеж : "Истоки", 2012. – 178 с.

13. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие : Методология и теория / Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Наука, 1990. – 239 с.

14. Троянов В. И. Личностные стратегии обоснования в дискурсе / В. И. Троянов // Личностные аспекты языкового общения. – Калинин : КГУ, 1989. – С. 37–61.

15. Шелестюк Е. В. К вопросу содержания понятия "речевое воздействие" / Е. В. Шелестюк // Третьи Лазаревские чтения : Традиционная культура сегодня : теория и практика. – Челябинск : ЧГАКИ, 2006. – Ч. 2. – С. 412–420.

16. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования : автореф. дис. д-ра филол. наук : 10.02.19 / Е. В. Шелестюк. – Челябинск, 2009. – 42 с.

17. Camp Lyndsay. Can I Change Your Mind? The Craft and Art of Persuasive Writing / L. Camp. – London : A & C Black Publishers Ltd., 2007. – 248 p.
Chomsky Noam. Language and Mind. Third Edition / N. Chomsky // Cambridge – New York : Cambridge University Press, 2006. – 190 p.