

АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЕРБАЛЬНОГО ВПЛИВУ

В статті здійснено оглядовий аналіз сучасних наукових напрямів, орієнтованих на дослідження вербальної сугестії. Висвітлено потенціал нейролінгвістичного програмування в зазначеному аспекті.

Ключові слова: вербальний вплив, нейролінгвістичне програмування, комунікативна сугестія.

Ковалевская Т.Ю. Актуальные направления исследований вербального влияния. В статье рассмотрены актуальные научные направления изучения речевой суггестии. В этом аспекте описан потенциал нейролингвистического программирования.

Ключевые слова: речевое влияние, нейролингвистическое программирование, коммуникативная суггестия.

Kovalevska T.Y. Modern verbal influence research directions. The article examines the current scientific studies linguistic suggestion. In this aspect, the potential of Neurolinguistic Programming is described.

Keywords: speech influence, neurolinguistic programming, communicative suggestion.

Сучасні мовознавці активно опрацьовують проблематику комунікативного впливу як стрижневого поняття в континуальному просторі буття (О.Брудний, Г.Гончаров, Є.Доценко, В. Карасик, О.Климентова, Н.Слухай, Г.Франке, І. Черепанова та ін.). Погляди вчених також збігаються у визнанні комплексної природи впливу, що виявляється в синтезі вербальних і невербальних компонентів як актуалізаторів відповідного психологічного і нейрофізіологічного субстрату, максимально активованого в загальносеміотичному контексті комунікативної сугестивності. Так, Й. Стернін до актуальних складників мовленнєвого впливу (ми переконані, що вчений має на увазі комунікативний вплив) уналежнює візуальні характеристики сугестора, а також власне вербальні і структурні показники дискурсивних практик [6]. Т. Чмут та Г. Чайка до необхідних складників впливу зараховують психоментальні ознаки сугестора [8]. Визначальним у феномені впливу є й урахування психоментальної специфіки адресної аудиторії (див. праці В.Гостева), що спирається на положення про опосередкований інтегральний характер психічного віддзеркалення реальності, де психічний образ розглядається як своєрідна «призма»,

що опосередковує зовнішні впливи у процесі регуляції діяльності. У свою чергу, зовнішні впливи, формуючи відповідні образи (світ образів) й індивідуальні системи значень, змінюють інтегральний образ реальності, що дає підстави казати про психоментальну реальність особистості як таку, що може полегшувати чи ускладнювати маніпулювання її свідомістю. Узагальнюючи, припускаємо, що фундаментальними складниками впливу можна вважати 1) властивості сугестора (високий соціальний статус та рейтинг, інтелектуальна та характерологічна перевершеність), 2) характеристики сугерента, 3) відношення між сугестором та сугерентом, які ґрунтуються на довірі до того/тих, хто здійснює вплив, 4) спосіб конструювання повідомлення, тобто, власне мовний рівень дискурсу у проекції на специфіку його інформаційного подання (зокрема анулюючі, фінгуючі та індефінітизуючі перетворення). Наведене, на думку О. Селіванової, акцентує на тому, що загальна теорія впливу «є міждисциплінарною галуззю, складовою якої є теорія мовленнєвого впливу, яка також має чимало дотичних моментів із когнітологією, соціологією, психологією, логікою, конфліктологією, дискурсологією» [5, 430], оскільки зачіпає практично всю психоструктуру особистості.

Зауважимо, що феномен мовленнєвого впливу здавна привертав увагу дослідників, але систематизоване вивчення цього явища як домінанти комунікативної сугестії розпочалося лише у другій чверті минулого століття й зацікавило таких відомих учених, як М. Рубакін, Л. Якубинський, а згодом висвітлювалось у працях Р. Блакара, Д. Болінжера, П. Лазарфельда, Г. Ласвелла та ін. На сьогодні мовленнєвий вплив вивчають у низці наукових напрямів, що свідчить про актуальність зазначеної проблематики і необхідність її подальшого опрацювання, тим більше з огляду на стан теорії й практики мовленнєвого впливу у вітчизняній лінгвістиці, де він лише починає активно розроблятися (див. праці О.Климентової, Н.Кутузи, В.Різуна, О.Селіванової, О.Семенюка, Н.Слухай, С.Форманової та ін.). Наведене визначає загальну мету пропонованої розвідки, яка полягає в узагальненні вже наявного у науці теоретичного і практичного доробку дослідження мовленнєвого впливу, його об'єктивного аналізу, що зокрема передбачає висвітлення актуальних мовознавчих напрямів, ідентифікацію опрацьованих і лакунарних зон наукової кваліфікації та окреслення перспективних шляхів аналітичної реконструкції мовленнєвого впливу.

До основних наукових напрямів, почасти чи в цілому орієнтованих на дослідження мовленнєвого впливу, насамперед уналежнюємо

прагмалінгвістику, психолінгвістику, комунікативну лінгвістику, теорію мовної комунікації, сугестивну лінгвістику і нейролінгвістичне програмування (НЛП).

Прагмалінгвістика, започаткована працями Ч.Пірса, Ч.Моріса, Дж.Серля, Дж.Остіна, вивчає функціонування мовних знаків у комунікативних процесах в обов'язковому зв'язку з особливостями суб'єкта й об'єкта мовлення та ситуацією. Зауважимо, що вивчення впливового аспекту у межах цієї науки завдячує розробкам Ч. Пірса та Л. Блумфілда, які розглядали поведінку адресата як певний результат мовленнєвих й невербальних впливових стратегій адресанта. В цьому ж аспекті Дж. Остін та Дж. Серль співвіднесли іллокутивні акти з поняттям мовленнєвого впливу, що підтримують і сучасні фахівці, які «поступово прийшли до її (мови – Т.К.) розуміння як найважливішої категорії не лише осягнення світу (семантика), а й практичного впливу на інших людей (власне прагматика)» [1, 100]. В цьому аспекті мовленнєвий вплив найчастіше вивчають у межах мікропрагматики, яка найчастіше зосереджується на семантиці й прагматиці так званих дискурсивних слів, низки граматичних маркерів тощо. Додамо, що амплітуда таких показників може значно розширитися завдяки зверненню до теорії НЛП, де на сьогодні закладено основи системного підходу до виокремлення мовних сугестогенів на лексико-семантичному й граматичному рівнях. Проте відзначимо позитивний внесок прагмалінгвістики в дослідження мовленнєвого впливу, оскільки вважаємо, що саме ідеї цієї науки привернули увагу вчених до аналізованого явища, яке, на жаль, з розвитком прагмалінгвістики залишилося на периферії її завдань.

Психолінгвістичні аспекти дослідження впливу представлено в працях В. Беляніна, О.Кубрякової, О. Леонтєва, Л. Сахарного, Д.Слобіна, Ю. Сорокіна, Є. Тарасова та інших учених, які, вивчаючи процеси породження, сприйняття й формування мовлення, відзначали, що «ще недостатньо відомо, як слова впливають на людей ...» [2, 209-210]. До характерних мовних маркерів впливу у межах цієї науки найчастіше уналежнюють фонетичні, просодичні й ритмо-мелодійні елементи, сенсову варіативність і взагалі відзначають потужний впливовий потенціал лексико-семантичної системи, значеннєвих інтерпретацій. В.Белянін зауважує, що, працюючи із семантикою слова, психолінгвістика «розрізняє об'єктивну й суб'єктивну семантику. Перша є семантичною системою значень мови, друга уявляється як асоціативна система, наявна у свідомості індивідуума» [2, 129], що має велике зна-

чення для процесів здійснення впливу, оскільки уможлиблює експериментальну експлікацію внутрішніх базових уявлень адресата, штучна активація яких (через текстове конструювання й моделювання дискурсивних практик) употужнює сугестивний ефект. В цьому аспекті на особливу увагу заслуговують експериментальні методи психолінгвістики, насамперед – асоціативний експеримент, застосування якого дало змогу представникам Одеського національного університету укласти «Асоціативний словник української рекламної лексики» (автори – Т.Ковалевська, Г.Сологуб, О.Ставченко) та «Короткий асоціативний словник рекламних слоганів» (автори – Н.Кутуза, Т.Ковалевська), які не мають аналогів в Україні й становлять безперечний внесок у розвиток теорії мовленнєвого впливу, оскільки уможлиблюють фіксацію пріоритетних груп апелювальної та ономастичної лексики у процесах сприйняття (в даних випадках – сприйняття рекламних повідомлень), сприяють виявленню загальних ментальних орієнтирів у декодувальних процесах ретіальної та міжіндивідуальної комунікації, що, у свою чергу, може прислужитися моделюванню коректних сугестивно маркованих дискурсів та адекватних гармонійних контекстів. Проте у межах психолінгвістики дослідження мовленнєвого впливу також не набуло поширення і залишається маргінальним предметом аналізу, що унеможлиблює отримання цілісного й об'єктивного уявлення про глибинну природу й закономірності цього феномену.

На ґрунті досягнень прагма- й психолінгвістики виокремилася й галузь комунікативної лінгвістики, де основним об'єктом виступає вербальна комунікація як «цілеспрямована лінгвопсихоментальна діяльність адресанта й адресата у процесі інформаційного обміну та впливу на співрозмовника (адресата) за допомогою знаків природної мови» [5, 264]. Це, у свою чергу, акцентує на врахуванні сугестивних факторів спілкування, аналізованого у межах цієї науки в широкій рівневій амплітуді – від загальних дискурсивних характеристик (атмосфера, тональність, реєстр) до специфіки мовленнєвих жанрів і конкретики мовленнєвих актів. Представники цього напрямку (Ф. Бацевич, О. Кравченко, М. Макаров, І. Сусов та ін.) відзначають, що «спілкування людей – це ...насамперед, спеціально організований вплив на учасника по комунікації з метою зміни його зовнішньої поведінки та / або внутрішнього світу» [1, 138], формуючи в такий спосіб й одне із завдань цієї науки, орієнтоване на дослідження засобів мовленнєвого впливу. Проте методологічної бази аналізу конкретних мовленнєвих сугестогенів, критеріїв ідентифікації їхнього впливового потенціалу,

системного підходу до визначення сугестивної природи вербальних маркерів у межах цієї дисципліни ще не випрацьовано, хоч вона вже має вагомі здобутки в багатьох інших питаннях (основи гармонійної комунікації, типологія мовленнєвих девіацій та ін.). На нашу думку, прислужитись у поглибленні відповідних аспектів знов-таки може теорія НЛП, де доведено, що певні лінгвальні показники, які у побутовій комунікації спричиняють девіантний фон, у межах впливових інтеракцій здійснюють зворотний комунікативний ефект, максималізуючи загальну сугестивність повідомлення.

З основними ідеями комунікативної лінгвістики перетинається й теорія мовної комунікації, зокрема скерована на з'ясування способів і засобів комунікативного впливу. Проте запропонована в цій науці типологія мовленнєвого впливу викликає певні зауваження, оскільки використовує не зовсім коректні критерії його ідентифікації. Так, за характером мовленнєвого впливу тут розрізняють а)соціальний, який практично ототожнюється з етикетними формулами і майже нічого спільного з поняттям впливу як такого не має; б)волевиявлення як директивні мовленнєві акти, хоч визнаним на сьогодні є факт доволі низької ефективності імперативної комунікації; в)емоційно-оцінний вплив, який взагалі вважається субстратом сугестії, оскільки будь-який сугестоген «апелює до емоцій і почуттів, викликає асоціативні образи, що полегшують сприйняття інформації» [3]; г)інформування, що відповідає семантиці репрезентативних мовленнєвих актів і також має замало спільного з поняттям впливу; г)аргументація, яка, на думку авторки типології, «певною мірою співвідноситься з інформуванням, проте є впливовішою на звичайні повідомлення і судження, оскільки можна передбачати елемент навіювання (сугестії)» [9, 145]. Тут ми взагалі стикаємося з нерозрізненням понять сугестії, впливу, навіювання та інших операційних категорій цієї теорії. Також маємо й практично повну відсутність будь-яких критеріїв ідентифікації більшого чи меншого ступеня виявлення впливу, що в цілому зредуковує об'єктивність виокремлених різновидів. Крім того, уналежнення аргументації як різновиду переконування до систематики впливових ефектів вважаємо недоцільним, оскільки їхні механізми «вмикають» різні процеси нейрофізіологічної інформаційної обробки (відповідно ліво- та правопівкульна активація) і спираються на різні комунікативні настанови (відповідно інтеракційна емпатія, кооперативне спілкування та – імплікована експансія адресантних програм), що обґрунтовує різновекторну ідентифікацію цих процесів. Базу переконування

становить логічне подання інформації, що забезпечує її свідоме декодування (див. праці С.Головина, Д.Ольшанського, Д.Панкратова та ін.), навіювання ж (сугестія) спирається на некритичне, емоційне декодування інформації [4, 4]. Також дозволимо собі не погодитися з тим, що «Найвищою формою мовленнєвого впливу вважають кооперативно спрямоване спілкування, що характеризується відкритістю прийомів впливу» [9, 145], оскільки на сьогодні доведено, що вплив має ірраціональну й найчастіше латентну природу. Отже, як бачимо, дослідження мовленнєвого впливу у межах теорії мовної комунікації викликає виявляє коло суперечливих питань, що вимагає якнайретельнішого опрацювання цієї проблеми.

Найпотужнішими ж галузями дослідження мовленнєвого й комунікативного впливу вважаємо сугестивну лінгвістику й нейролінгвістичне програмування (НЛП). Сугестивна лінгвістика найширше представлена розробками Б.Мурзіна та І.Черепанової, які апріорі визнають сугестивними всі елементи мовної системи. Проте у межах цієї галузі найрозробленішим є лише фонетичний рівень мовних експлікацій попри максимальну потужність лексико-семантичного та граматичного, проаналізованих у НЛП, що в цілому визначає допоміжний характер цієї науки в колі відповідних студій. Додамо, що у межах наукової теми «Дослідження сугестії: механізми, джерела, захист», розроблюваної в Одеському національному університеті, видано колективну монографію «Реклама та PR у масовоінформаційному просторі» із цієї проблематики, яка, сподіваємося, зробить певний внесок у подальшу розробку сугестивної лінгвістики.

Предметом дослідження НЛП, є когнітивні структури людини, пов'язані зі специфічними процесами діакритизації метатексту дійсності та відповідною експлікацією вербалізованих і аналогових конструктів у полікомунікативних дискурсах. Об'єктом аналізу виступають поведінкові комплекси особистості, які реконструюють через використання різноманітних стратегій, у межах яких поєднано психолінгвістичні, філософські, інформаційно-кібернетичні та нейрофізіологічні аспекти. Ці стратегії скеровані щонайперше на оптимізацію комунікативних процесів і ґрунтуються на глибинному дослідженні суб'єктивних рефлексій, аналізі та ідентифікації складників внутрішнього світу людини й умінні конструювати позитивні моделі поведінки. Крім того, НЛП сьогодні – це засіб ефективного впливу «на мислення, емоції та поведінку окремих людей, груп, мас...» [7, 54], що увиразнює потужні можливості цієї науки, вимагаючи її якнайдеталь-

нішого подальшого опрацювання й розвитку. Проте у вітчизняному мовознавстві НЛП лише починає привертати до себе увагу фахівців попри визнання його теоретичної обґрунтованості та практично необмеженого прикладного застосування в широких колах закордонних учених (див. праці Р.Бендлера, Д.Гріндера, Р.Ділтса, С.Ковальова, О.Котлячкова, Дж.О'Коннора, Ф.Перлза, К.Роджерса, В.Сатір, Дж.Сеймора та ін.). За допомогою методик НЛП виокремлено основні лінгвістичні комплекси, які спричиняють змінене сприйняття внаслідок активованої сугестивності. До них належать елементи всіх рівнів мови, що засвідчує її наскрізний впливовий характер. Об'єднувальним стрижнем таких номенів і сигнатур насамперед є семантичне наповнення, яке може змінювати впливову активність залежно від сенсової етимології, контекстуального варіювання та мети прогнозованого використання. У НЛП впливові аспекти комунікації аналізуються за допомогою т.зв. Мілтон-моделі та зокрема предикатних технологій, де останні пов'язані з вербальним оформленням індивідуальної / колективної провідної (первинної) репрезентативної системи (модальності), скерованої на інтернальне або екстерналізоване сприйняття та діакритизацію довкілля. Встановлено, що модальнісне забарвлення лексики визначається через наявність у її архісемному конусі репрезентативної маркованості.

Отже, застосування й подальше розроблення НЛП для широкої амплітуди комунікативних комплексів, з одного боку, уможлиблює їхню усвідомлену емпатизацію завдяки об'єктивному визначенню стрижневих психоментальних настанов співрозмовника/співрозмовників через адекватне декодування мовленнєвих, нейрофізіологічних та аналогових репрезентантів, і з іншого, – оптимізує запрограмовану результативність інтеракцій. Відзначимо, що в ОНУ імені І.І. Мечникова на ґрунті методологічної бази НЛП захищено низку дисертаційних робіт (С.Бронікова, А.Кисельова, А.Ковалевська, О.Олексюк, О.Петренко, Ю.Станкевич), результати яких стануть у нагоді в подальшій розробці теоретичних засад теорії мовленнєвого і комунікативного впливу та інших суміжних галузей гуманітарного знання.

Наведене дає підстави твердити, що парадигма НЛП та певні аспекти зазначених наукових напрямів максимально прислужаться при аналізі та перспективному синтезі вербального впливу, що акцентує на необхідності відповідних подальших розробок, які матимуть і теоретичну вагу, і безперечну практичну цінність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики: монографія / Ф. С. Бацевич. – Львів: ПАІС, 2010. – 336 с.
2. Белянин В. П. Психолінгвістика : учебник / В. П. Белянин. – 4-е изд. – М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2007. – 232 с.
3. Болтаева С. В. Ритмическая организация суггестивного текста [Электронный ресурс] / С. В. Болтаева. – Режим доступа : <http://aboutyourself.ru/articles/organizaciya-teksta-vnushayushhego-ili-suggestivnogoharakter.html>.
4. Варшавский К. М. Гипносуггестивная терапия (Лечение внушением в гипнозе) / К. М. Варшавский. – Л.: Медицина, 1973. – 192 с.
5. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К-Ю, 2010. – 844 с.
6. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж : Кварта, 2001. – 252 с.
7. Суггестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Є.Д. Скулиш, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов]; за заг. ред. Є.Д. Скулиша. – 2-ге вид. – К.: ЗАТ «ВПІОЛ», 2011. – 248 с.
8. Чмут Т. К. Етика ділового спілкування : навч. посіб. / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – 4-те вид., стер. – К. : Вікар, 2004. – 223 с.
9. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. / О.В.Яшенкова. – К.: ВЦ «Академія», 2010. – 312 с.