

МІЖКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ МОВЛЕННЕВОГО ВПЛИВУ

Козлова В.В.

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка

Стаття присвячена проблемі реалізації мовленнєвого впливу в міжкультурній комунікації. Проаналізовано фактори мовленнєвого впливу та виявлено їхні національно-специфічні ознаки. Встановлені національно-культурні характеристики мовленнєвого впливу, що забезпечують ефективність його реалізації. Важливим в умовах міжкультурних розбіжностей суб'єкта та об'єкта мовленнєвого впливу виявилось врахування особливостей національного комунікативного стилю, вмиле застосування національно маркованих засобів і прийомів впливу. Ефективне здійснення мовленнєвого впливу передбачає врахування і національно-культурної специфіки невербальних компонентів в міжкультурній комунікації.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, мовленнєвий вплив, фактори мовленнєвого впливу, національно-культурні характеристики, суб'єкт мовленнєвого впливу, об'єкт мовленнєвого впливу.

Постановка проблеми. Антропоцентризм сучасної лінгвістики визначає загальну орієнтацію новітніх мовознавчих студій на міждисциплінарний ракурс дослідження мови і мовлення, що сприяє розширенню парадигмального простору лінгвістичної науки. Мовознавчі розвідки сьогодення опікуються проблемами відбиття у мові системи етичних і естетичних цінностей, норм поведінки, вивчають когнітивні аспекти дискурсивної особистості, соціальні та психологічні детермінанти її мовленнєвої поведінки. В умовах глобального інформаційно-комунікативного простору міжкультурна комунікація створює нове підґрунтя для дослідження різних аспектів взаємодії мови, культури та особистості: лінгвокультурних відмінностей комунікантів, національної маркованості їхніх дискурсивних практик, регуляторних механізмів і чинників впливу на свідомість і поведінку засобами мови. У цьому світлі актуальним виявляється дослідження феномену мовленнєвого впливу в ракурсі міжкультурної комунікації «як соціального явища, процесу спілкування людей, які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, зазвичай послуговуються різними ідіоетнічними мовами, відчувають лінгвокультурну «чужинність» партнера у спілкуванні, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач» [2, с. 13].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування прагматичних концепцій мовлення пояснює інтерес до проблеми вивчення мовленнєвого впливу з боку низки дисциплін: психолінгвістики, теорії комунікації, риторики, традиційної лінгвістики, психосемантики, психології мови, соціолінгвістики, лінгвістичної теорії аргументації, дискурсології. На межі століть відбувається поступовий перехід від звуженого розуміння мовленнєвого впливу «як лише соціально орієнтованого спілкування, яке передбачає зміну в соціально-психологічній чи соціальній структурі суспільства або стимуляцію прямих соціальних дій шляхом впливу на психіку членів даної соціальної групи або суспільства в цілому» [9, с. 256], до набуття ним глобального статусу і «формування теорії впливу як міждисциплінарної галузі, складовою якої є теорія комунікативного впливу, а центральним поняттям комунікативний (мовленнєвий) вплив як мовленнєва дія адресанта, керована цільовою установкою мовного спілкування та дискурсивною

практикою сфери спілкування, спрямована на зміну мислення, психоемоційних станів адресата, оцінки ним певного явища незалежно від типу комунікативної взаємодії» [14, с. 226]. Психолінгвістичні студії, зосереджуючи увагу на дослідженні механізмів регулювання поведінки людини за допомогою мовлення, вивчають аспекти мовленнєвого впливу, пов'язані з процесами породження, сприйняття й формування мовлення [9; 13; 17]. У межах комунікативної лінгвістики, що перетинається з теорією мовної комунікації, ефективний мовленнєвий вплив вважають основною метою комунікації, а увагу спрямовують на дослідження способів і засобів мовленнєвого впливу [1; 15; 19]. З позицій прагмалінгвістики мета мовленнєвого впливу полягає у регулюванні соціальних, міжособистісних стосунків і ментальних станів співрозмовників [10]. А вивчення мовленнєвого впливу безпосередньо пов'язано із з'ясуванням його стратегічного і тактичного потенціалу, засобів його оптимізації, соціальними умовами, особистісними характеристиками мовців [4; 6; 12]. Сугестивна лінгвістика й нейролінгвістичне програмування робить свій внесок в міждисциплінарне дослідження мовленнєвого впливу, опікуючись питаннями функціональності сугестивних елементів різних мовних рівнів [5; 16].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У той же час малодослідженими залишаються міжкультурні аспекти мовленнєвого впливу, зокрема проблеми вибору вербальних та невербальних засобів мовленнєвого впливу в контексті лінгвокультурних відмінностей комунікантів, культурно-специфічні стратегії та тактики реалізації мовленнєвого впливу, проблеми подолання міжкультурних комунікативних невдач. Але першочергового висвітлення потребує питання репрезентації культурно-детермінованого компонента при реалізації мовленнєвого впливу в умовах міжкультурної взаємодії.

Головною метою цієї роботи є встановлення національно-культурних характеристик мовленнєвого впливу, що забезпечують ефективність його реалізації в міжкультурному аспекті. Об'єктом дослідження є феномен мовленнєвого впливу, що виявляється у різних комунікативних ситуаціях міжкультурної взаємодії. Предметом дослідження є визначення особливостей прояву національно-культурних характеристик мовленнєвого впливу у міжкультурній комунікації.

Виклад основного матеріалу. Мовленнєвий вплив у широкому розумінні це вплив на індивідуальну та/чи колективну свідомість і поведінку, що здійснюється за рахунок мовленнєвих засобів, інакше кажучи, за рахунок повідомлень звичайною мовою. У вузькому розумінні мовленнєвий вплив трактується як конкретні приклади застосування особливостей будови та функціонування перелічених знакових систем, і передусім звичайної мови, з метою побудови повідомлень, що мають підвищену здатність впливу на свідомість та поведінку адресата чи адресатів повідомлення [11]. «Феномен мовленнєвого впливу пов'язаний передусім з цільовою установкою мовця – суб'єкта мовленнєвого впливу. Бути суб'єктом мовленнєвого впливу – значить регулювати діяльність свого співрозмовника. За допомогою мовлення спонукають партнера у комунікації розпочати, змінити, закінчити будь-яку діяльність, впливають на прийняття рішення або на уявлення співрозмовника про світ» [4, с. 21].

І.А. Стернін виділяє фактори мовленнєвого впливу як типи комунікативних сигналів чи прийомів, що застосовуються у процесі мовленнєвого впливу і визначають його ефективність. До них належить фактор адресата, фактор адресанта, фактор манери, фактор мови, фактор змісту, фактор дотримання комунікативної норми, фактор фізичної поведінки та інші. І далі об'єднує їх у три групи мегафакторів: фактор мовця, що передбачає врахування усіх аспектів його діяльності; фактор адресата, пов'язаний з врахуванням усіх аспектів того, на кого орієнтоване повідомлення і фактор повідомлення – те, що стосується наповнення змістом, побудови повідомлення і форм його мовного вираження [15, с. 49]. Застосовуючи цей підхід і враховуючи те, що «аналіз мовленнєвого впливу відбувається з позиції одного з комунікантів – суб'єкта мовленнєвого впливу, а об'єктом мовленнєвого впливу є його партнер у комунікації» [4] виділяємо фактори суб'єкта й об'єкта мовленнєвого впливу, а також фактор повідомлення та фактор ситуації реалізації мовленнєвого впливу.

Фактор ситуації реалізації мовленнєвого впливу є похідним від комунікативної ситуації і включає такі екстралінгвістичні аспекти: функціонально-комунікативна сфера, характер стосунків між суб'єктом і об'єктом впливу, норми та правила ведення інтеракції. Фактори суб'єкта й об'єкта впливу охоплюють гендерну специфіку й вікові характеристики, соціальний статус та соціальні ролі, психоментальні ознаки, особливості комунікативної поведінки, національно-культурну приналежність адресанта й адресата, і визначають вибір засобів, способів та прийомів реалізації мовленнєвого впливу в кожній окремій ситуації спілкування. Основними способами мовленнєвого впливу вважають: доведення, переконавання, умовляння, канючення, навіювання, наказ, прохання, примушування. «Мовленнєвий вплив – це наука саме про вибір слухного, адекватного способу впливу на особистість в конкретній комунікативній ситуації, про вміння правильно поєднувати різноманітні способи мовленнєвого впливу в залежності від співбесідника і ситуації спілкування для досягнення найбільшого ефекту [15].

У ситуації міжкультурної комунікації як «міжособистісної взаємодії між представниками різних груп, що вирізняються багажем знань та мовними формами символічної поведінки, які характерні для усіх членів кожної з цих груп» [20, с. 66], мовленнєвий вплив характеризується національною маркованістю. А фактори мовленнєвого впливу актуалізуються в умовах міжкультурної взаємодії набувають національно-специфічних характеристик. Кожна людина є носієм національно-культурного менталітету і володіє когнітивною базою – певною мірою структурованою сукупністю необхідних знань та національно-детермінованих уявлень національно-лінгвокультурного суспільства [7, с. 335]. Відмінність національних когнітивних баз, до яких у процесі здійснення мовленнєвого впливу апелюють суб'єкт і об'єкт впливу як представники різних національно-лінгвокультурних спільнот відбивається і на факторі повідомлення. Існує цілий арсенал мовних засобів з семантикою впливу. Це «лінгвістичні явища і лексичного, і граматичного, і стилістичного рівнів мови, що володіють сильним впливовим потенціалом і здатні висувати ті чи інші пов'язані з ним смисли у центр уваги» [18]. До характерних мовних маркерів впливу належать фонетичні, просодичні й ритмо-мелодійні елементи, а також лексичні одиниці позитивної та негативної оцінної семантики, перформативні дієслова, засоби підсилення спонукальної семантики висловлення, стилістично маркована лексика, засоби гіперболізації оцінки як лексичного рівня, так рівня словоформ; синтаксичні конструкції егоцентрованого, узагальнюючого та кваліфікативного характеру, риторичні питання та еліптичні речення, різноманітні інтенсифікатори денотативного та конотативного значення прикметників та дієслів. Впливовий потенціал також є притаманним синтаксичним виразним засобам та прийомам, а також риторичним фігурам і тропам: метафорі, метонімії, порівнянню, каламбурі.

Розглядаючи мовленнєвий вплив в аспекті міжкультурної комунікації необхідно враховувати той факт, що існують як універсальні механізми та прийоми мовленнєвого впливу, що характеризують особливості використання засобів впливу в більшості мовах, так і специфічні для кожної окремої мови, що відбивають її етнокультурну специфіку. Відповідно при цілеспрямованому продукуванні повідомлення мовець повинен використовувати впливовий потенціал як універсальних засобів впливу, так і одиниць з національно-культурним компонентом і бути обізнаним, щодо особливостей іншої культури аби розпізнавати культурно-специфічну інформацію в контексті міжкультурної комунікації.

Окрім розбіжностей в національно-культурній детермінації прийомів та засобів впливу міжкультурні характеристики мовленнєвого впливу базуються також на розбіжностях в стратегіях породження висловлень, що пов'язано з особливостями мови, й розбіжностях щодо мовних стереотипів та поведінкових стереотипів, етикету, тлумачення системи цінностей. Тобто, при реалізації мовленнєвого впливу в ситуації міжкультурної взаємодії національно-культурні аспекти факторів суб'єкта та об'єкта впливу, факторів

повідомлення та ситуації детермінують специфіку і ефективність впливу результатом якого є зміна поведінки, зміна емоційного стану, зміна відношення до подій, реалій і в цілому зміна картини світу у свідомості людини.

За твердженням Л.В. Куликової учасники міжкультурної взаємодії різняться національними комунікативними стилями – стійкою сукупністю комунікативних уявлень, правил і норм, опосередкованих культурою як макроконтрактом комунікації, які виявляються у відборі мовних засобів, організації смислу і національно-маркованій комунікативній поведінці носіїв мови [8, с. 182]. Отже, коли суб'єкт і об'єкт впливу є представниками різних культур здійснення мовленнєвого впливу вимагає знання та врахування суб'єктом впливу національного комунікативного стилю, що притаманний об'єкту впливу, і об'єднує в собі національно-специфічні аспекти факторів мовленнєвого впливу. Це допомагає не тільки при побудові власне повідомлення та виборі мовних засобів впливу, а і при інтерпретації реакцій і змістів об'єкта впливу, а також сприяє організації та регулюванню міжкультурної взаємодії, забезпечуючи ефективність мовленнєвого впливу. Важливим також виявляється врахування національно-культурних характеристик об'єкта впливу при виборі прийомів впливу, оскільки ті й ті самі доводи і аргументи, риторичні прийоми, прийоми підсилення тексту мають різну силу в різних культурах, і відповідно різну ефективність. Так, в китайській аудиторії ефективні афоризми, байки, ряди перелічення. Для англіїців велике значення має подача тієї чи іншої ідеї як старої, вже перевіреної досвідом. На американця сильний вплив справляє аргумент, побудований на демонстрації особистої користі. А німцю слід показати економію, зиск від реалізації тієї ідеї, що пропагандується. [15, с. 164]

Ефективне здійснення мовленнєвого впливу вимагає врахування і національно-культурної специфіки невербальних компонентів як засобів несловесної комунікації в мовленнєвому акті та несловесні елементи, які беруть участь у процесі вербалізації (при породженні мовлення) і девербалізації (при рецепції мовлення) [3], що функціонують як автономно, так і у взаємодії з вербальною складовою повідомлення ідентифікуючи, інтенсифікуючи та доповнюючи його зміст. Невербальна складова в ситуації міжкультурної взаємодії характеризується високим ступенем культурної детермінованості і виявляється у застосуванні етноспецифічних жестів, особливостях проксемічної поведінки, висоті тону голосу, темпу мовлення, паузації і навіть комунікативно значущому мовчанні. При реалізації мовленнєвого впливу суб'єкт і об'єкт впливу повинні мати навички декодування етноспецифічних невербальних компонентів, оскільки національно-культурна невідповідність невербальних засобів призводить до міжкультурного непорозуміння і знижує ефективність мовленнєвого впливу.

Висновки і пропозиції. Отже, міжкультурний аспект мовленнєвого впливу виявляється у ситуаціях міжкультурної комунікації і базується на національно-специфічних ознаках факторів мовленнєвого впливу. Ефективне здійснення мовленнєвого впливу в ситуаціях міжкультурної комунікації передбачає застосування національно-маркованих засобів і прийомів впливу, та вимагає врахування особливостей індивідуальної та національної ментальності, етнокультурної специфіки невербальних засобів, знання національного комунікативного стилю. Дослідження міжкультурного аспекту мовленнєвого впливу має широкі перспективи в інституційних та неінституційних дискурсах, де суб'єкт і об'єкт впливу є представниками різних лінгвокультур.

Список літератури:

1. Бацевич Ф.С. Нариси з лінгвістичної прагматики: монографія / Ф.С. Бацевич. – Львів: ПАІС, 2010. – 336 с.
2. Бацевич Ф.С. Теорія міжкультурної комунікації: сутність, презентативна одиниця, специфіка термінології / Ф.С. Бацевич // *Культура народів Причорномор'я*. – Симферополь, 2008. – № 137. – Т. 1. – С. 11–14.
3. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации / И.Н. Горелов. – Москва, 2007. – 112 с.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М.: КомКнига, 2008. – 288 с.
5. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: монографія / Т.Ю. Ковалевська. – вид. друге, випр. і доп. – Одеса: Астропринт, 2006. – 324 с.
6. Криворучко С.И. Лингвопрагматические свойства перлокутивных оптимизаторов в современном немецкоязычном дискурсе: дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.04 / Криворучко Сергей Иванович. – Харьков, 2011. – 250 с.
7. Красных В.В. Свой среди чужих: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: ИТДГК Гнозис, 2003. – 375 с.
8. Куликова Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме / Л.В. Куликова. – Красноярск, 2006. – 392 с.
9. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики / А.А. Леонтьев. – М.: Смысл, 1999. – 287 с.
10. Матвеева Г.Г. Основы прагмалингвистики: монографія / Г.Г. Матвеева, А.В. Ленец, Е.И. Петрова. – М.: Флинта: Наука, 2014. – 232 с.
11. Паршин П.Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности / П.Б. Паршин // *Рекламный текст: Семиотика и лингв.* – М., 2000. – С. 55–75.
12. Петлюченко Н.В. Харизматика: мовна особистість і дискурс: [монографія] / Н.В. Петлюченко. – Одеса: Астропринт, 2009. – 464 с.
13. Петренко В.Ф. Основы психосемантики: [учебное пособие] / В.Ф. Петренко. – М.: Изд-во МГУ, 1997. – 400 с.
14. Селіванова О.О. Мовленнєвий вплив в комунікативній взаємодії / О.О. Селіванова // *Психолінгвістика*. – 2012. – Вип. 10. – С. 223–229.
15. Стернин И.А. Основы речевого воздействия. Учебное издание. – Воронеж: «Истоки», 2012. – 178 с.
16. Сугестивні технології маніпулятивного впливу [Текст]: навч. посіб. / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Е.Д. Скулиш, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов]; за заг. ред. Е. Д. Скулиша. – К: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. – 248 с.
17. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория / Е.Ф. Тарасов // *Оптимизация речевого воздействия*. – М.: Наука, 1990. – С. 5–18.

18. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В.Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
19. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.В. Яшенкова. – К.: ВЦ «Академія», 2010. – 312 с.
20. Knapp K. / A. Knapp-Potthoff: Interkulturelle Kommunikation. In: Zeitschrift für Fremdsprachenforschung 1, 1990. – S. 62–93.

Козлова В.В.

Сумской государственной педагогической университет имени А.С. Макаренко

МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация

Статья посвящена проблеме речевого воздействия в межкультурной коммуникации. Проанализированы факторы речевого воздействия и выявлены их национально-специфические особенности. Установлены национально-культурные характеристики речевого воздействия, обеспечивающие его эффективность. Важным в условиях межкультурных расхождений субъекта и объекта речевого воздействия оказался учет особенностей национального коммуникативного стиля, умелое применение национально маркированных средств и приемов воздействия. Эффективность речевого воздействия предусматривает учет и национально-культурной специфики невербальных компонентов в межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, речевое воздействие, факторы речевого воздействия, национально-культурные характеристики, субъект речевого воздействия, объект речевого воздействия.

Kozlova V.V.

Sumy A.S. Makarenko State Teachers Training University

CROSS-CULTURAL ASPECT OF SPEECH IMPACT

Summary

The article focuses on the problem of speech impact realization in cross-cultural communication. The factors of speech impact are analysed and their nationally-specific features are revealed. Speech impact national and cultural characteristics that provide the efficiency of its realization are determined. In terms of cross cultural divergence of subject and object of speech impact emphasis is laid on taking into account the specificity of national communicative style, effective use of nationally-marked means and devices of speech impact. Efficiency of speech impact realization is stipulated by consideration of national and cultural specificity of nonverbal components in cross-cultural communication.

Keywords: cross-cultural communication, speech impact, factors of speech impact, national and cultural characteristics, subject of speech impact, object of speech impact.