

понимания, связанных именно с лингвоориентированным пониманием. При этом наряду с некими техниками, общими для различных языков (их семей, групп и союзов), каждый язык неизбежно будет обладать своим набором уникальных техник лингвоориентированного понимания, отражающих его неповторимые черты.

Таким образом, технологические аспекты лингвоориентированного понимания текстов еще ждут своего рассмотрения.

6. Выводы

Выделение лингвоориентированного понимания и соответствующего ему типа текстов может быть полезным и в теоретическом, и в методическом, и в практическом филологическом отношении, оградив читателя от углубленного поиска смыслов там, где им не место.

Лингвоориентированные тексты являются прекрасным иллюстративным материалом для соответствующих теоретических текстов о языке и необходимыми пролегоменами к чтению текстов для распрямляющего понимания. Разработка инструментального аппарата лингвоориентированного понимания в настоящее время имеет методологические ограничения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бёльль Г. Собр. соч.: в 5 т. – Т. 2. – М.: Худож. лит., 1990. – 719 с.
2. Богин Г.И. Уровни и компоненты речевой способности человека: Учеб. пособие. – Калинин: Калин. гос. ун-т, 1975. – 106 с.
3. Богин Г.И. Типология понимания текста: Учеб. пособие. – Калинин: Калин. гос. ун-т, 1986. – 88 с.
4. Брюсов В.Ю. Собр. соч. В 7 т. – Т. 3. – М.: Худож. лит., 1974. – 696 с.
5. Заболоцкий Н.А. Стихотворения и поэмы. – Ростов н/Д: Фирма «Ирбис», 1999. – 416 с.
6. Самуйлова Л.В., Палкова А.В. Немецкий конъюнктив: Учеб. пособие. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2010. – Ч. 1. – 73 с.
7. Щедровицкий Г.П. Избранные труды.–М.: Шк. Культ. Полит., 1995. – 800 с.
8. Энциклопедия для детей. – Т. 10. Языкознание. Русский язык / Глав. ред. М.Д. Аксёнова. – М.: Аванта+, 1998. – 704 с.

Е.С. Шакурова

К ВОПРОСУ О ПОСТРОЕНИИ МОДЕЛИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

В настоящее время обострился интерес к проблемам речевого воздействия, что можно объяснить сложившейся обстановкой как в России, так и за рубежом. К речевому воздействию прибегают практически во всех сферах жизни и деятельности человека. Стремление оказывать влияние друг на друга в процессе взаимодействия, желание манипулировать друг другом, регулировать поведение собеседника при помощи речи стало причиной осознания особой роли слова и его всемогущества.

Ежедневно мы сталкиваемся с тем, что кто-то при помощи речи пытается воздействовать на нас, на наши мысли, чувства, поступки. Естественно, мы также являемся не только объектом, но и субъектом этого воздействия, т.е. сами можем воздействовать на кого-либо при помощи речи. Таким образом, современный человек живет в условиях постоянного речевого воздействия.

Анализ проблем речевого воздействия как отрасль научного знания начал складываться довольно давно. Однако изучение этих проблем реализуется с позиций весьма различающихся подходов, что объясняется отсутствием онтологических предпосылок построения теории речевого воздействия. Именно поэтому теория речевого воздействия еще не оформилась как достаточно самостоятельная наука. Под речевым воздействием (далее – РВ) понимается «любое воздействие словом на человека для целенаправленного изменения его внутреннего состояния и поведения» [9: 3], т.е. «регуляция деятельности одного человека другим при помощи речи» [8: 3].

Изучение волюнтаривной (воздействующей) функции языка имеет давнюю историю. «Общение – это в первую очередь желание определенным образом повлиять на кого-либо» [5: 34]. Р.О. Якобсон [10] на основе теории коммуникативного акта определил систему функций языка и речи. Три из них являются универсальными, т.е. такими, которые присущи любому языку во все исторические эпохи. Это, во-первых, функция сообщения и получения информации, во-вторых, экспрессивно-эмотивная функция (выражение говорящим или пишущим своего отношения к тому, о чем он сообщает) и, в-третьих, призывно-побудительная (волюнтаривная) функция, связанная с регуляцией поведения адресата сообщения. В качестве частного случая призывно-побудительной функции Р.О. Якобсон называет магическую функцию. Интерес к языку как объекту исследования зародился именно в связи с этой магической функцией. «Представления о силе слова, о его обрядовом и магическом значении, о соответствии между словом и обозначаемым им человеком или предметом весьма важны для многих традиционных культур» [1: 11]. «Первыми филологами и первыми лингвистами всегда и всюду были жрецы» [3: 289].

Именно об этой функции говорит А.Ф. Лосев в своей книге «Философия имени» [6: 267]: «Слово – могучий деятель мысли и жизни. Слово поднимает умы и сердца, исцеляя их от спячки и тьмы. Слово двигает народными массами и есть единственная сила там, где, казалось бы, уже нет никаких надежд на новую жизнь». Под влиянием слова «пробуждается в рабах творческая воля, у невежд – светлое сознание, у варвара – теплота и глубина чувства», «родные и вечные слова, забытые или даже поруганные, вдруг начинают сиять и светом, и силой, и убеждением, и вчерашний лентяй делается героем, и вчерашнее тусклое и духовно-нищенское состояние – ярко творческим и титаническим порывом и взлетом» [Op. cit.: 267].

Повышенный интерес отечественных лингвистов волюнтаристическая функция языка привлекла к себе в 90-е гг. XX века. В это время происходят большие изменения в жизни страны. Открытость общества и экономики потребовали новых научных разработок по вопросам воздействия слова на человека, в первую очередь, в связи с политической и коммерческой рекламой, а также в связи с духовным оскудением общества. Негативные последствия реформ и большие психологические перегрузки и стрессы, затронувшие все слои общества, предъявили социальный спрос на использование результатов исследований в терапевтических целях.

Итак, при помощи речи можно заставить человека начать, изменить, закончить какую-либо деятельность; изменить его внутреннее состояние; повлиять на его убеждения, мировоззрение, жизненные принципы. В данном случае речь идет о воздействии словом на деятельность, чувства, эмоции и внутренний, духовный мир человека. Таким образом, под РВ будем понимать процесс целенаправленного воздействия словом на человека при условии наличия при этом двух и более коммуникантов, связанных между собой отношениями координации.

Определим понятия объекта и субъекта РВ. Участника речевой коммуникации, на которого направлено воздействие, можно определить как объект воздействия. Под субъектом РВ понимается участник речевой коммуникации, который осуществляет воздействие.

Обратимся к описанию и анализу условий, при которых совершается процесс полноценного РВ. Одним из таких условий будет являться наличие двух и более коммуникантов. В частности, возможно наличие только двух коммуникантов, один из которых является объектом РВ (т.е. тем, на кого направлено воздействие), а другой – субъектом РВ (т.е. тем, кто осуществляет воздействие). В дальнейшем подобную ситуацию будем называть «Модель 1». Процесс РВ может также осуществляться при наличии множества коммуникантов, один из которых – субъект, а множество – объект РВ. Определим подобную ситуацию как «Модель 2». В данном случае речь идет о так называемой массовой коммуникации, примером которой может служить общение лектора с аудиторией, политического лидера со своим электоратом и пр. В ситуации массовой коммуникации возможна иная расстановка акцентов. Так, большинство участников коммуникации могут являться субъектом РВ и оказывать воздействие лишь на одного коммуниканта – объекта РВ. Назовем подобную ситуацию «Модель 3». Систематизируем все сказанное выше в табл. 1.

Следует отметить, что возможны речевые ситуации, когда субъект РВ может одновременно являться и объектом РВ, т.е. не только воздействовать, но и подвергаться такому же воздействию со стороны своего собеседника. Чаще всего подобная бинарность коммуникативных ролей характерна для ситуаций, описанных в Модели 1. Принципиальное отличие между ситуациями массовой коммуникации, описанными на примере Модели 2 и Модели 3, следует определить использованием кардинально отличающихся

средств воздействия. Так, субъекты РВ в ситуациях, описанных в Модели 2, в большей степени используют средства *речевого* воздействия. Участники коммуникации – субъекты РВ – в ситуациях, описанных в Модели 3, в большей степени прибегают к использованию средств *психологического* воздействия.

Таблица 1. Ситуации массовой и личностной коммуникации

Личностная (единичностная) коммуникация	Массовая коммуникация
<i>Модель 1:</i> наличие двух коммуникантов, один из которых субъект, а другой – объект РВ.	<i>Модель 2:</i> наличие множества коммуникантов, один из которых – субъект, а оставшееся большинство – объект РВ. <i>Модель 3:</i> наличие множества коммуникантов, большинство из которых – субъект, а один – объект РВ.

Следующим обязательным условием полноценного процесса РВ можно считать его совершение в структуре координативных, социальных отношений, когда коммуниканты связаны отношениями равноправного сотрудничества, а не формальными или неформальными отношениями субординации. Если коммуниканты связаны отношениями субординации в рамках определенной социальной структуры, то РВ может быть сведено к императивному, приказному требованию, адресованному обладателем более высокого социального статуса представителю более низкого статуса, с целью совершить указанное действие.

Некоторые исследователи считают возможным процесс РВ не только в структуре координативных отношений, но и в структуре субординативных отношений, называя первое «мягким» РВ, а второе – «жестким» РВ [4]. Так, к «жесткому» (субординативному) РВ относят военную коммуникацию, поскольку «одним из видов речевой регуляции поведения индивида является приказ или распоряжение командира, отличающееся безоговорочностью и категоричной императивностью» [7: 174]. Учитывая сказанное выше, процесс полноценного, эффективного, полноправного РВ необходимо изучать на актах общения коммуникантов, связанных между собой отношениями координации, когда субъект воздействия не может предъявить императивных требований и должен побудить к добровольному совершению действия. Это можно отразить в табл. 2.

Таблица 2. Характер отношений между коммуникантами

Отношения субординации	Отношения координации
Императивное общение по модели «начальник – подчиненный», «командир – боец», «преподаватель – студент» и т.п.	Равноправное и добровольное общение, сотрудничество, взаимодействие без принуждения, приказа, требования.

Следующим условием осуществления процесса РВ является определение и формулирование целевой установки субъекта РВ. Целевая установка – цель речевого общения, без которой не может состояться полноценное, эффективное РВ. Иными словами, целевая установка – это формулирование того, чего хочет достичь автор сообщения: убедить в чем-либо; изменить эмоциональный фон собеседника; побудить к началу, продолжению, завершению или к совершению действия. Таким образом, субъект РВ определяет и формулирует цель коммуникации как воздействие на деятельность, эмоции и мировоззрение объекта РВ.

Итак, обязательными условиями совершения процесса полноценного РВ будут являться наличие двух и более коммуникантов, связанных между собой координативными, равноправными отношениями сотрудничества. Также обязательным условием РВ будет являться определение и формулирование целевой установки субъекта РВ.

РВ может быть совершено с большим или меньшим успехом, что зависит от средств, оптимизирующих процесс РВ. В этом случае речь идет не только о *полноценном*, но и об *эффективном* процессе РВ. Процесс РВ будет намного качественнее, действеннее и эффективнее, если до начала коммуникации применить метод так называемого «зондирования» объекта воздействия, под которым понимается определение его социального и гражданского статуса, уровня образованности и культуры, материального положения (если речь идет о коммерческой или политической рекламе), тезауруса и мотивации объекта РВ. Объект РВ, обладая известной свободой выбора своих действий, изменяет свою деятельность только в том случае, когда это изменение отвечает его потребностям.

Одним из средств оптимизации процесса РВ является, по мнению Е.Ф. Тарасова, привлечение внимания к источнику и/или автору сообщения. Эта задача наиболее сложна, когда автор речевого сообщения (субъект воздействия) может рассчитывать только на произвольное внимание со стороны объекта воздействия. Поэтому сравнительно много усилий затрачивается в рекламных и политических текстах, в плакатах, в средствах наглядной агитации для привлечения произвольного внимания.

При трансляции текстов РВ по телевидению и по радио задача привлечения внимания решается за пределами самого текста. Например, воздействующий текст включается в музыкальную телепрограмму, рейтинг которой достаточно велик. Возможна также ситуация, когда внимание к потенциально воздействующему тексту привлекается предварительным сообщением – так называемым анонсом. Несколько иначе задача привлечения внимания решается в периодической печати, где прилагаются усилия для визуально-графического выделения текста РВ среди других сообщений. Задача привлечения внимания предreshает успех РВ в целом.

Следующим средством, оптимизирующим процесс РВ, является определенный, продуманный выбор средств РВ, который зависит от результатов «зондирования» объекта воздействия. Осознанный и продуманный вы-

бор средств РВ является залогом эффективной коммуникации, т.е. такой коммуникации, цель которой не только заведомо определена, но и достигнута. Проблема выбора средств РВ достаточно многогранна, обширна, требует особой доскональной разработки и не является целью данной статьи. Укажем лишь, что под средствами РВ понимаются языковые единицы, используемые в той или иной ситуации общения, отбираемые с учетом максимально эффективного достижения предполагаемой цели общения. Такие языковые средства имеют эмотивный или аргументативный воздействующий потенциал и могут отбираться в соответствии с мировоззренческим, культурным, образовательным или социальным уровнем коммуниканта – объекта воздействия.

Одним из средств, оптимизирующих процесс РВ, является также правильное и последовательное расположение информации. Большой эффект оказывает расположение самой важной информации не в середине, а в начале текста (антикульминация) или в конце текста (кульминация). Исследования [8] показали, что расположение самой важной информации в конце текста или речи (кульминация) предпочтительнее для благожелательного и заинтересованного читателя/слушателя, для которого достаточно небольшого стимула, чтобы заставить прочитать текст или дослушать речь до конца. Расположение наиболее важной информации в начале текста или речи (антикульминация) наиболее эффективно в тексте, адресованном нейтральному или незаинтересованному читателю/слушателю, на которого наиболее сильное воздействие необходимо оказать в начале текста, чтобы тот дочитал или дослушал его до конца.

Для осуществления максимально эффективного процесса РВ необходимо предположение или прогнозирование его результата, который не всегда может соответствовать целевой установке субъекта воздействия. Например, политический лидер имеет цель убедить электорат, а конечный результат прогнозирует как победу на выборах. Так, рекламодатель может сформулировать цель как внушение доверия к рекламируемому продукту, а предположительным конечным результатом будет являться его покупка, приобретение.

Не всегда индивид вступает в коммуникацию, заранее проведя «зондирование» объекта воздействия, подобрав средства РВ и прогнозируя результат. В таких случаях процесс РВ не является эффективным. Более того, «зондирование» объекта воздействия может быть проведено по ходу осуществления коммуникации. В таком случае процесс РВ приобретает спонтанную окраску. Возможны и такие случаи, когда целевая установка определяется после «зондирования» объекта воздействия. В такой ситуации процесс коммуникации также приобретает спонтанный характер, а прогноз результата зачастую не может быть произведен вообще.

Таким образом, процесс РВ может быть предполагаемым, планируемым и подготовленным, а также неожиданным и спонтанным. В зависимо-

сти от этого последовательность действий, подготавливающих и сопровождающих коммуникацию, может быть разной.

Так, при *планируемом* и *подготовленном* процессе РВ подготовка к коммуникации включает: формулирование цели; фондирование объекта воздействия; выбор средств привлечения внимания; выбор средств РВ; правильное расположение информации; прогнозирование результата, после чего следует вступление в коммуникацию и ее осуществление.

При *неожиданном* и *спонтанном* процессе РВ имеет место вступление в коммуникацию / осуществление коммуникации, что определяет действия, осуществляемые по ходу коммуникации, а именно: зондирование объекта воздействия; формулирование цели; выбор средств привлечения внимания; выбор средств РВ; прогнозирование результата факультативно. Это лишь один из возможных вариантов последовательности сопровождающих коммуникацию действий.

Итак, средства, оптимизирующие процесс РВ, следует дифференцировать на три группы: психологические (зондирование объекта воздействия; выбор средств привлечения внимания; расположение информации; прогнозирование результатов), лингвистические (выбор средств привлечения внимания; выбор средств РВ) и внелингвистические/неязыковые (разработка и развитие средств связи; использование печатных СМИ, радио, телевидения, интернета; наглядность, сопровождающая процесс РВ).

Описание и анализ условий совершения РВ и оптимизирующих его средств имеют своим результатом конкретную схему, модель процесса воздействия словом на человека, частично выявляют механизм РВ и являются собой определенное руководство к осознанному и продуманному осуществлению процесса РВ.

Исследование и анализ актов речевого воздействия как проблемы речевого общения актуальны в сегодняшней жизни не только из-за соблазнительной перспективы овладеть искусством убеждения и воздействия словом, но из-за перспективы избежать множества манипуляций.

В заключение уместно привести цитату из работы известных психологов, исследователей процесса речевого воздействия и убеждения: «Ежедневно нас буквально бомбардируют непрерывные потоки убеждающих сообщений. Причем чаще всего на нас влияют не логическими аргументами, а манипуляцией (...), нашими наиболее глубокими человеческими эмоциями. На счастье или на беду, но наша эпоха – эпоха пропаганды!» [2: 24].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алпатов В.М. История лингвистических учений. – М.: Язык русской культуры, 1998. – 367 с.
2. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.

3. Волошинов В.Н. Философия и социология гуманитарных наук. – СПб.: Астапресс LTD, 1995. – 380 с.
4. Далецкий Ч. Риторика: заговоры, и я скажу, кто ты. – М.: Омега-Л; Высш. шк., 2003. – 488 с.
5. Келлер Р. Языковые изменения: о незримой руке в языке. – Самара: Изд-во Сам. ГПУ, 1997. – 307 с.
6. Лосев А.Ф. Философия имени. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1990. – 269 с.
7. Семенова Е.С. Проблема речевого воздействия в сфере военной коммуникации // Актуальные проблемы филологии в вузе и школе: Мат-лы XVIII Тверской межвуз. конф. ученых-филологов и школьных учителей. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2004. – 388 с.
8. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1990. – С. 3–14.
9. Ханский А.О. Вербальное утешение. – Тверь: ГЕРС, 2001. – 80 с.
10. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против»: Сб. ст. – М.: Прогресс, 1960. – С. 193–230.

ОБЗОРЫ

T.W. Gretschnikowa

ASCHENPUTTEL DES CURRICULUMS: MIGRANTENLITERATUR ALS UNANGESPROCHENES MLTIKULTURELLES POTENZIAL

Die moderne deutschsprachige Literatur wird im Curriculum der russischen Fremdsprachenfakultäten – zumindest in den Regionen – meist in der Form eines Überblickskursus angeboten, der den Studierenden das Bild der aktuellen literarischen Haupttendenzen, Namen und Werke zu verschaffen sucht. In der akademischen Realität von heute wird aber nicht nur literaturbezogene und didaktische Information, sondern auch interkulturelle Komponente erforderlich: sowohl direkt in den Hochschulen, wo Fachkräfte auf dem Gebiet der interkulturellen Kommunikation ausgebildet werden, als auch indirekt im Rahmen der pädagogischen Ausbildung: die Studierenden werden später im Schulalltag – sowohl in der Lehre, als auch im praktischen Umgang mit Kindern unterschiedlicher Nationalitäten – mit multikultureller Problematik konfrontieren. Im gewissen Sinne sorgt schon die Fremdsprachenausbildung an sich für die interkulturelle Kompetenz der zukünftigen AkademikerInnen. Die Textanalyse und fremdsprachige Lektüre bilden dabei – traditionsgemäß – eine Stütze. Gewählt werden meistens die „guten alten“ oder die „Neoklassiker“, wo Text von garantierter Qualität ist und selbstverständlich – so die weit verbreitete Meinung – kulturbezogenes Wissen vermitteln kann. Bewegen wir uns in einer zweidimensionalen (deutsch-russischen) Ebene, so mag es stimmen. Wollen wir aber ein der aktuellen Situation entsprechendes multidimensionales Bild von Deutschland verschaffen, so brauchen wir einen Perspektivenwechsel und