

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СУГЕСТИВНОСТІ В ЛІНГВІСТИЦІ

Аккурт Владислава Євгенівна¹

Державний заклад “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, Одеса, Україна

E-mail: ladyboss2105@gmail.com

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-3542-3428>

У промові завжди міститься більше інформації, ніж те, що в ній безпосередньо сказано. Крім буквального сенсу, кожне висловлювання має комунікативну інтенцію, одним з видів якої є навіювання.

В статті розглядаються основні точки зору на сугестію як лінгвістичне явище, а також базові поняття, пов'язані з даною сферою дослідження.

Кожне висловлювання виконує комунікативну функцію, одним з видів якої є навіювання. Вивчення сугестивної функції дискурсу входить в область дослідження мовного впливу, яке як наука сформувалося завдяки динамічному розвитку психолінгвістики, прагматичної лінгвістики, теорії комунікації, риторики, логіки, психології мови, соціальної психології та інших наукових напрямків.

Мовний вплив можна розуміти в широкому і вузькому сенсах. У даній роботі він розглядається у вузькому сенсі: під мовним впливом мається на увазі вплив на свідомість і поведінку особистості за допомогою мови, що відрізняється особливими предметними цілями мовця. Для досягнення вербального управління людською поведінкою застосовуються різні способи впливу, в класифікації яких вчені розходяться. Ми виділяємо 3 види мовного впливу: переконання, навіювання (сугестія) і спонування (волевиявлення).

Сугестія, або непряме навіювання, передбачає вплив на підсвідомість, емоції та почуття адресата і характеризується неусвідомленістю заволодіння інформації, що повідомляється. Мета сугестії — вести об'єкт впливу в транс і вселити що-небудь, спонукати до певних дій.

Навійним або сугестивним може бути мовний акт будь-якої ілюктивної сили, якщо його метою є вплив на психіку, почуття, волю і розум

¹ викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”

Founder: State Institution: “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky”

The editor-in-chief of the journal — **Tetiana Korolova**, Doctor of Philology, Professor, Head of the department of Translation, Theoretical and Applied Linguistics, the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine)

The Editorial Board members:

Natalya Bidyuk, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Chair of Foreign Language Teaching Methods and Practice, Khmelnytskyi National University;

Alla Bohush, Academician of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Chair of Preschool Pedagogy, the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine);

Viktor Britsyn, Doctor of Philology, Professor, O. O. Potebnia Institute of Linguistics of the National Academy of Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine);

Ahmeshka Chaikovska, Doctor of Philology, Professor, Dean at the Faculty of Philology at Jan Dlugosz University in Czestochowa (Czestochowa, Poland);

Volodymir Glushchenko, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of the General, Germanic and Slavic Linguistics, Slovyansk State Pedagogical University (Slovyansk, Ukraine);

Jan Grzesiak, Doctor of Humanities, Professor, Adam Mickiewicz University in Poznan (Poland);

Mykola Gumennyi, Academician of the National Academy of Sciences of Higher School of Ukraine, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of the Ukrainian and Foreign Literature, the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine);

Olena Karpenko, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of English Grammar, I. I. Mechnikov Odesa National University (Odesa, Ukraine);

Raisa Martynova, Corresponding Member of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Doctor of Pedagogy, Professor, Head of the Chair of the Western and Eastern languages and Methodology of Language Teaching, the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine);

Anatolii Naumenko, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of Theory and Practice of Translation and German Philology, Petro Mohyla Black Sea National University (Mykolaiv, Ukraine);

Nina Ozerova, Doctor of Philology, Professor, Potebnia Institute of Linguistics of the National Academy of Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine);

Oleksandra Popova, Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Chair of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, Dean at the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine);

Olena Shablii, Doctor of Philology, Professor at the Chair of the Foreign Languages at the Faculty of Law of Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine);

Din Sin, PhD candidate of Psychological Sciences, Assistant Professor at the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky”, Associate Professor at the Harbin Humanitarian Engineering University, Coordinator of the International Project “Confucius Institute” (Odesa, Ukraine);

Ryszard Stefaniak, Doctor of Philology, Professor, Vice-President at the Jan Dlugosz University in Czestochowa (Czestochowa, Poland);

Valentyn Taranets, Doctor of Philology, Professor at the Chair of the Germanic and Eastern Languages at the International Humanitarian University (Odesa, Ukraine);

Oleh Tyshchenko, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Technical Translation at Lviv State University of Life Safety (Lviv, Ukraine);

Leonid Velytchenko, Doctor of Psychology, Professor at the Chair of Theory and Methodology of Practical Psychology, the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine);

Tetiana Yablonska, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor at the Chair of the Western and Eastern languages and Methodology of Language Teaching, the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine);

Anastasiia Yumrukuz, PhD candidate in Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Chair of the Germanic Languages and Methodology of Language Teaching (Odesa, Ukraine);

Mykola Zymomria, Academician of the National Academy of Sciences of Higher School of Ukraine, Doctor of Philology, Professor, Head of the Chair of the Germanic Languages and Translation Studies, Drohobych State Pedagogical University of Ivan Franko (Drohobych, Ukraine)

The deputy editor-in-chief: **Svitlana Yukhymets**, PhD candidate in Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Chair of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, the State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky” (Odesa, Ukraine)

людини та зниження ступеня свідомості, аналітичності та критичності при сприйнятті навіюваної інформації.

Ключові слова: *сугестія, мовленнєвий вплив, навіювання, спонукання, нейролінгвістичне програмування.*

У ХХ столітті мовленнєвий вплив як дослідницький напрямок традиційно розглядався в руслі психології, соціології, теорії комунікації, педагогіки і пропаганди. Важливий внесок у лінгвістичне вивчення мовленнєвого впливу внесли дослідники: Л. А. Кисельова, Е. Ф. Тарасов, Н. А. Безменова, А. Н. Баранов, П. Б. Паршин та ін.

Велика кількість робіт в західній науці, що мають відношення до розробки проблеми мовної дії, належать до сфери сугестивних методик, що мають практичну спрямованість.

У сучасних дослідженнях феномен сугестії, або навіювання, недостатньо вивчений, а сугестивна лінгвістика є наймолодшим з лінгвістичних напрямків, в чому і полягає **актуальність** роботи.

Об'єктом дослідження є теоретичний аспект сугестії.

Метою дослідження є здійснення аналізу сугестивного поняття. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: 1) на основі аналізу робіт вітчизняних і зарубіжних лінгвістів визначити сутність понять “мовленнєвий вплив” і “сугестія”; 2) визначити основні особливості сугестивної лінгвістики як найбільш молодого напрямку сучасного мовознавства.

Питання про зміст і обсяги поняття “мовленнєвий вплив” в даний час не можна визнати до кінця вирішеним. У загальному вигляді мовленнєвий вплив (МВ) являє собою вплив на свідомість і поведінку особистості за допомогою мови. Таке розуміння МВ відбивається в роботах Є. Ф. Тарасова, який пропонує визначити мовний вплив як “вплив на індивідуальну або колективну свідомість і поведінку за допомогою мови й спрямований на їх зміну і регуляцію” [17]. Можна навести кілька десятків трактувань визначення мовного впливу, проте для кращого розуміння цього феномена буде ефективніше розглянути два основних курси, в межах яких дослідники розглядають поняття “мовленнєвий вплив”. Даний термін традиційно трактується в широкому і вузькому значеннях.

У широкому значенні мовленнєвий вплив — це будь-яке повідомлення природною мовою в усній та/або письмовій формах, взяте в аспекті його цілеспрямованості. П. Б. Паршин пише, що таке ви-

словлювання визначається свідомими та несвідомими інтенціями адресанта і цілями комунікації, й здійснюється за допомогою лінгвістичних, паралінгвістичних і нелінгвістичних символічних засобів [11]. В такому розумінні мовленнєвий вплив має і зворотну сторону: це той комунікативний ефект, який те чи інше повідомлення справляє на адресата, інакше кажучи, являє собою перлокутивний акт. В кінцевому підсумку, будь-який мовний акт тим самим виявляється особливою формою здійснення впливу на його реципієнта, — впливу, здійснюваного шляхом передачі останньому деякої інформації.

У вузькому сенсі, який найчастіше цікавить дослідників, під мовним впливом розуміють “використання особливостей пристрою і функціонування знакових систем, і перш за все природної мови, з метою побудови повідомлень, що володіють підвищеною здатністю впливу на свідомість і поведінку адресата або одержувачів повідомлення” [22]. Отже, передача мовних повідомлень є не кінцевою метою комунікації, як у випадку мовного впливу в широкому сенсі, а засобом досягнення інших цілей, заздалегідь визначених адресантом. У такому вигляді мовленнєвий вплив трактується саме з практичної точки зору, являє собою об'єкт дослідження масової комунікації, політичної й судової лінгвістики. Всі дослідники вважають, що даний вид впливу відрізняється особливими предметними цілями мовця, в які входить зміна особистісного сенсу того чи іншого об'єкта для адресата, перебудова категоріальних структур його свідомості, оцінок, зміна поведінки, психічного стану або психофізіологічних процесів. Досягнення цих цілей передбачає вирішення адресантом ряду завдань, що і вивчається теорією мовного впливу: подолання захисного бар'єра об'єкта впливу, “нав'язування” тих чи інших образів, емоцій і установок.

Для досягнення зазначених цілей застосовуються різні способи впливу, серед яких традиційно виділяють переконання і навіювання (сугестія). З приводу інших способів мовного впливу вчені розходяться в класифікації.

Так, І. А. Стернин виділяє шість способів мовного впливу [15].

1. Доведення. Доводити — це наводити аргументи, що підтверджують правильність будь-якої тези. Доведення апелює до логічного мислення адресата, воно позбавлене емоцій, оцінювання.

2. **Переконання.** Переконувати — значить вселяти в реципієнта впевненість, що істину доведено. Переконання будується не тільки на логіці, а й на емоціях, тому що, переконуючи, ми намагаємося фактично нав'язати комуніканту свою точку зору.

3. **Умовляння.** Чи означає емоційне спонукання співрозмовника відмовитися від своєї точки зору і прийняти точку зору мовця. Найчастіше засноване на багаторазовому повторенні повідомлення, що супроводжується інтенсивним емоційним натиском з боку адресанта.

4. **Канючення.** Це спроба домогтися від співрозмовника результату шляхом багаторазового емоційного повторення прохання. Канючення характеризується повною відсутністю аргументації й представляє суто інтереси адресанта. Найчастіше використовується дітьми.

5. **Навіювання.** Вселяти — це спонукати співрозмовника просто прийняти за істину без обдумування і без будь-якого критичного осмислення слова адресанта. Навіювання засноване на сильному психологічному та емоційному тиску, нерідко і на авторитеті впливає.

6. **Примус.** Примусити — означає змусити людину зробити щонебудь проти його волі. Примус зазвичай ґрунтується на грубому натиску, агресії та загрозі. Такий спосіб мовного впливу не є цивілізованим.

У своїх більш пізніх роботах І. А. Стернин крім перерахованих вище видів мовного впливу виділив ще два: прохання і наказ [14].

Дещо інша типологія запропонована Л. І. Рюминою [11], яка, як і Є. Ф. Тарасов, В. Н. Панкратов і М. Р. Желтухіна, до методів мовної дії відносить зараження і наслідування [13; 16; 10; 6]. Зараження є “процесом передачі емоційного стану від одного індивіда до іншого на психофізіологічному рівні контакту” [4], крім власне смислового впливу або додатково до нього. Психічне наслідування — це усвідомлений або неусвідомлений приклад наслідування, зразкам дій, манери поведінки. У закордонній психології до них відносять також нейропсихологічне програмування [7].

Однак в нашій роботі зараження розглядається як підвид навіювання шляхом фігурування оцінювального й емоційного впливу, а наслідування — як наслідок навіювання, а не як окремий спосіб мовного впливу. Таким чином, наша класифікація засобів мовленнєвого впливу представлена переконанням, навіюванням (сугестією) і як третій спосіб ми вважаємо за доцільно виділити спонукання (волеви-

явлення). Під терміном “спонукання” в даному контексті маємо на увазі зовнішнє стимулювання реципієнта прямим впливом на його волю. До спонукання ми відносимо заклик, наказ і примус. Умовляння ж варто розглядати як підвид переконання.

Різниця перших двох перерахованих способів мовленнєвого впливу — навіювання і переконання — сходиться до аристотелівської концепції риторики, згідно з якою ритор володіє двома важелями впливу на аудиторію — логічними й емоційними аргументами [1]. У разі сучасного мовного впливу переконання здійснюється з опорою на свідомість, розум реципієнта, а навіювання — з опорою на емоції. Переконання будується за допомогою доказів, обґрунтування та аргументації — логічних процедур, які використовуються для вибудовування зв'язної структури дедуктивних, індуктивних міркувань та міркувань за аналогією, що складаються з тез, аргументів і висновків [21].

Навіювання — це вплив на підсвідомість, емоції й почуття людини, що здійснюється шляхом ослаблення контрольно-регулятивної функції свідомості, зниження свідомості та критичності при сприйнятті та реалізації навіюваного змісту. Навіювання досягається і вербальними (словами, інтонацією), і невербальними засобами (мімікою, жестами, діями, зовнішньою обстановкою). Само по собі навіювання є широким поняттям і містить як відкрите пряме або імперативне навіювання (наприклад, під час сеансу гіпнозу, психотерапії, аутотренінгу), так і приховане, замасковане або непряме навіювання (сугестію).

Згідно з класичним визначенням В. М. Бехтерева, сугестія — це “пожвавлення у випробуваного або прищеплення йому шляхом слова відповідного зовнішнього або внутрішнього роздратування” [3]. У “Новому словнику методичних термінів і понять” сугестію пояснюють як “особливий вид психічного впливу (передусім словесного) на психіку людини з метою створення у неї певного стану, спонукання до будь-якої дії” [9]. Сугестія полягає в повідомленні інформації в прихованому, замаскованому вигляді та характеризується неусвідомленістю, непомітністю, не випадковістю її засвоєння. Навіємим або сугестивним може бути мовленнєвий акт будь-якої іллокутивної сили, якщо він супроводжується конкретною інтенцією, що полягає у впливі на психіку, почуття, волю і розум людини й знижує ступінь свідомості, аналітичності та критичності при сприйнятті інформації,

що навіюється; введенні об'єкта в стан трансу і навіювання чого-небудь, спонуканні до певних дій. Сам термін “сугестія” використовується багатьма авторами (наприклад, С. Ю. Головіним, І. Ю. Черепановою) як синонім терміна “навіювання”. У своїй монографії дослідник Є. В. Шелестюк пропонує виділити три рівні сугестивного навіювання: афективне (емоційне) навіювання, навіювання несвідомих образів і думок (ейдетико-когнітивне) і навіювання несвідомих установок. Емоційне навіювання властиве соціальному мовленнєвому впливу, аргументації, умовлянню, спонуканню, моральним оцінкам; ейдетико-когнітивне навіювання — аргументації, художній розповіді, зображенню; установче навіювання ґрунтується на відборі й розкладі фактів, тез і аргументів [21].

Найбільший інтерес, на наш погляд, становить непряме навіювання, засноване на сугестії, оскільки воно важче піддається виявленню та аналізу, ніж інші типи мовленнєвого впливу. Більше того, на практиці предметом теорії мовного впливу є здебільшого ті комунікативні ситуації, в яких об'єкт впливу не усвідомлює, що знаходиться під навіюванням, що й обумовлює популярність мовленнєвої сугестії.

Термін “сугестія” (від лат. *Suggestio* — *натяк, навіювання*) був введений в 1866 р. французьким лікарем Августом Амвросієм Льебо, який першим включив навіювання в перелік психотерапевтичних методів. Довгий час сугестивна техніка використовувалася в психотерапевтичних цілях як складова частина гіпнотичного сеансу. Фізіологічну основу сугестії та гіпнозу відкрили російські вчені І. П. Павлов і В. М. Бехтерев, встановивши, що сугестія є проявом найпростішого умовного рефлексу [12]. Таким чином, феномен сугестії набув нового значення як метод мовного управління психічним і соматичним станом, який базується на сприйнятті слова як реального подразника. Однак лінгвістична основа непрямого навіювання на той момент залишалась неглибоко виявленою.

На початку ХХ століття американський психіатр Мілтон Еріксон розробив свій підхід до змінених станів свідомості, створивши новий напрямок клінічного гіпнозу. Характерною рисою еріксонівського гіпнозу є особлива гіпнотична мова, що відрізняється яскравістю та образністю. Саме ця модель навіювання лягла в основу нейролінгвістичного програмування (НЛП), в рамках якого закордонні психоте-

рапевти Дж. Гріндер і Р. Бендлер розробили власні сугестивні методики [5].

З теоретичної точки зору феномен сугестії отримав більший розвиток завдяки вітчизняним дослідникам. Радянський психолог Д. М. Унадзе пов'язав навіювання з поняттям “установки особистості” — неусвідомлюваної схильності психіки людини до певного типу сприйняття або дії [19]. Отже, метою сугестії є зміна установок сугерента, іншими словами, об'єкта навіювання, шляхом використання сукупності вербальних засобів і психологічних прийомів. Необхідність мовленнєвих інструментів довела наявність сугестивної функції слова, таким чином зв'язавши лінгвістику з вивченням проблеми сугестії.

Сугестивна лінгвістика була визнана новим напрямком в мовознавстві після захисту в 1996 р. докторської дисертації І. Ю. Черепановою, яка роком раніше опублікувала монографію “Начала сугестивної лінгвістики” [20]. За словами Черепанової, унікальність сугестивної лінгвістики полягає в тому, що за предметом свого дослідження вона багаторівнева (від фонетики до синтаксису), а за методами — міждисциплінарна. Даний напрямок розглядає мову як явище сугестивне, тобто виконує комунікативно-маніпулятивну функцію. З цього випливає висновок, що мовленнєвий сугестивний вплив є невідокремленим компонентом акту комунікації.

Оскільки сугестивний вплив полягає в зміні індивідуальних ментальних установок під впливом певного тексту або висловлювання, можна розділити цей процес на такі етапи: 1) зміна стану адресата, що відбувається з використанням звукових, синтаксичних і просодичних засобів; 2) подальше формування певної установки, що ґрунтується на основі словесного опису, який включає змістовні лінгвістичні засоби (слова, пропозиції, тексти). Тому в реалізації сугестивної функції мови беруть участь всі рівні й засоби мовної системи, хоча, як показує практика, їх рольовий розподіл у звичайних текстах комунікативного призначення та в сугестивних текстах значно відрізняється. Це пов'язано перш за все з тим, що сугеренту не властиво свідомо аналізувати при сприйнятті тексту його звукові характеристики та особливості синтаксичної побудови, що повністю задовольняє мету мовної сугестії — коригувати установку особистості шляхом подачі інформації таким чином, щоб її сприйняття здійснювалося несвідомо, без критичної оцінки.

З огляду на той факт, що непряме навіювання апелює не до свідомості сугерента, а до психічних структур, які лежать за його межами, можна стверджувати, що мовна сугестія характеризується “логікою трансу” [18], тобто толерантністю щодо логічних суперечностей під впливом емоційних та ірраціональних елементів психіки слухача. Відсутність в адресата адекватного розуміння повідомлення зазвичай пов’язане з міжособистісним компонентом сугестії — довірою авторитету і влади сугестора як суб’єкта, керівника процесом навіювання. Для структури сугестивного висловлювання є характерним непряме кодування, яке полягає в уникненні чітких і прямих формулювань, що демонструють мету адресанта. Засобом досягнення цієї мети часто служить вживання певних фігур, тропів і синтаксичних конструкцій, які в прихованій формі передають значення слів або висловлювань, які має на увазі сугестор.

Соціопсихологічні характеристики комунікантів також відіграють чималу роль в процесі сугестії. Щодо проблеми непрямого впливу необхідно враховувати сугестабільність адресата, тобто його сприйнятливості до сугестії. Легко піддаються впливу діти, молодь, люди з низьким рівнем розвитку інтелекту, люди, які страждають на розумові розлади або знаходяться в зміненому стані свідомості, а також маси. На сьогодні навіювання широко застосовується в психології та психотерапії як метод немедикаментозного лікування і корекції психічного та соматичного стану хворого. Такий спосіб робить можливим лікування різних видів депресій, неврозів і фобій в обхід свідомого контролю пацієнта і його захисних реакцій [2]. В експериментальній і популярній психології сугестія є способом для зміни емоційного стану, мотивації й установок особистості, а також як педагогічний процес, спрямований на виявлення прихованих схильностей і здібностей індивідуума [8].

Таким чином, кожне висловлювання виконує комунікативну функцію, одним з видів якої є навіювання. Сугестія, або непряме навіювання, передбачає вплив на підсвідомість, емоції і почуття адресата та характеризується неусвідомленістю засвоєння інформації, що повідомляється. Мета сугестії — ввести об’єкт впливу в трансний стан і нав’язати що-небудь, спонукати до певних дій. На сьогоднішній день сугестивна лінгвістика дозволяє маніпулювати аудиторією.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Аристотель. Риторика / пер. с древнегреческого и прим. О. П. Цыбенко. М.: Лабиринт, 2000. С. 147.
2. Артемчук А. Ф. Целительные возможности лечения средствами души, внушения, психотерапии. *Психиатрия и религия на стыке тысячелетий*. Харьков, 2006. Т. 4. С. 10–12.
3. Бехтерев В. М. Объективная психология. М.: Наука, 1991. С. 336.
4. Головин С. Ю. Словарь психолога-практика. 2-е изд. Минск: Харвест, 2003. С. 223.
5. Гриндер Дж., Бендлер Р. Формирование транс: техника формирования и использования гипнотических состояний: пер. с англ. М.: КААС, 1994; Бендлер Р. Используйте свой мозг для изменения. *Нейролингвистическое программирование*: пер. с англ. Новосибирск: Изд-во Новосибир. ун-та, 1992.
6. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003.
7. Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия: учеб. пособие. М.: Педагогическое общество России, 2000.
8. Лозанов Г. К. Суггестопедия при обучении иностранным языкам. *Методы интенсивного обучения иностранным языкам*. Вып. 1. 1973. С. 9–17.
9. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) [Электронный ресурс]. Печатное издание М.: Издательство ИКАР, 2009. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/az/> (дата обращения: 02.02.2019).
10. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2000.
11. Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности. *Рекламный текст: семиотика и лингвистика*. М.: ИД Гребенникова, 2000. С. 53–55.
12. Поршнев Б. Ф. Социальная психология и история [Электронный ресурс]. М.: Наука, 1979. URL: http://aleksandr-kommari.narod.ru/Porshnev_Sotsialnaya_psihologiya_i_istoriya.htm (дата обращения: 01.03.2019).
13. Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе: учеб. пособие. М., 2004.
14. Стернин И. А. Основы речевого воздействия: учебное издание. Воронеж: Истоки, 2012. С. 50.
15. Стернин И. А. Речевое воздействие как теоретическая и прикладная наука. *Теоретические и прикладные проблемы языкознания*. Воронеж: Истоки, 2008. С. 244–245.
16. Тарасов Е. Ф. Методологические и теоретические проблемы речевого воздействия. *Оптимизация речевого воздействия* / под ред. Р. Г. Котова. М.: Наука, 1990. С. 5–18.
17. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения. *Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации* / под ред. Ф. М. Березина, Е. Ф. Тарасова. М.: Наука, 1990. С. 7.
18. Термин взят из статьи: Петренко В. Ф., Кучеренко В. В. Искусство суггестивного воздействия, или некоторые мысли впрок. *Журнал практикующего психолога* / под ред. А. Ф. Бондаренко. 2009. Вып. 6 2000. С. 73–84.
19. Унадзе Д. Н. Общее учение об установке. *Психологические исследования*. М.: Наука, 1966. С. 140–152, 164–169, 180–183.
20. Черепанова И. Ю. Дом колдуны. Начала суггестивной лингвистики. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1995.

21. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. С. 43–45.
22. Ягодкина М. В., Иванова А. П., Сластишинская М. М. Реклама в коммуникационном процессе. СПб.: Питер, 2014. С. 124.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ СУГГЕСТИВНОСТИ В ЛИНГВИСТИКЕ

*Аккурт Владислава Евгеньевна*¹

Государственное учреждение “Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского”, Одесса, Украина

Выступление всегда содержит больше информации, чем то, о чем в нём говорится. Кроме буквального смысла, каждое утверждение имеет коммуникативное намерение, одним из видов которого является внушение.

В статье рассматриваются основные взгляды на внушение как языковое явление, а также основные понятия, связанные с данной отраслью.

Каждое утверждение выполняет коммуникативную функцию, одним из видов которой является внушение. Изучение суггестивной функции дискурса является частью изучения лингвистического воздействия, которое как наука сформировалось благодаря динамическому развитию психолингвистики, прагматической лингвистики, теории коммуникации, риторики, логики, языковой психологии, социальной психологии и других научных направлений.

Речевое воздействие можно понимать в широком и узком значении. В данной статье оно рассматривается в узком значении: под языковым влиянием понимается воздействие на сознание и поведение личности с помощью языка, который характеризуется конкретными объективными целями оратора. Для достижения вербального контроля за поведением человека используются различные методы влияния, в которых классификации расходятся. Мы рассматриваем 3 типа лингвистического воздействия: убеждение, внушение и волеизъявление.

Внушение или косвенное внушение предполагает воздействие на подсознание, эмоции и чувства адресата и характеризуется бессознательностью восприятия информации, которая сообщается. Целью внушения является введение объекта воздействия в транс и что-то навевать, вызвать определенные действия.

Внушаемый или суггестивный речевой акт любой иллокутивной силы считается состоявшимся, если его цель заключается в воздействии на

¹ преподаватель кафедры перевода и теоретической и прикладной лингвистики Государственного учреждения “Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского”, Одесса, Украина

психику, чувства, волю и разум человека, а также на уменьшение степени сознания, аналитичности и критичности в восприятии получаемой информации.

Ключевые слова: суггестия, речевое воздействие, внушение, побуждение, нейролингвистическое программирование.

THEORETICAL ASPECTS OF THE CONCEPT OF SUGGESTION IN LINGUISTICS

*Akkurt Vladyslava*¹

State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky”, Odesa, Ukraine

The speech always contains more information than what it says directly. In addition to the literal sense, each statement has a communicative intention, one of the types of which is suggestion.

The article considers the main points of view on the suggestion as a linguistic phenomenon, as well as the basic concepts related to this field of study.

Each statement performs a communicative function, one of the types of which is suggestion. The study of the suggestive function of discourse is part of the field of study of linguistic influence, which as a science was formed due to the dynamic development of psycholinguistics, pragmatic linguistics, communication theory, rhetoric, logic, language psychology, social psychology and other scientific fields.

Linguistic influence can be understood in broad and narrow sense. In this article, it is considered in the narrow sense: under the linguistic influence implies the influence on the consciousness and behavior of the individual with the help of a language characterized by specific objective goals of the speaker. To achieve verbal control of human behavior, different methods of influence are used, in which the classifications are divergent. We distinguish 3 types of linguistic influence: belief, suggestion and induction (will).

Suggestion, or indirect suggestion, implies influence on subconsciousness, emotion and sense of the addressee and is characterized by unconsciousness of assimilation of the reported information. The purpose of a suggestion is to introduce an object of influence into a trance and to instill something, to induce certain actions.

An intentional or suggestive language act of any illocutionary force may be if its purpose is to influence the psyche, the senses, the will and the mind of person and to decrease the degree of consciousness, analyticity and criticality in the perception of the information to be invoked.

¹ assistant lecturer at the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky”, Odesa, Ukraine

REFERENCES AND NOTES

1. Aristotel'. Ritorika / per. s drevnegrecheskogo i prim. O. P. Tsybenko. M.: Labirint, 2000. S. 147.
2. Artemchuk A. F. Tselitel'nyye vozmozhnosti lecheniya sredstvami dushi, vnusheniya, psikhoterapii. Psikhatriya i religiya na styke tysyacheletiy. Khar'kov, 2006. T. 4. S. 10–12.
3. Bekhterev V. M. Ob"yektivnaya psikhologiya. M.: Nauka, 1991. S. 336.
4. Golovin S. YU. Slovar' psikhologa-praktika: 2-ye izd. Minsk: Kharvest, 2003. C. 223.
5. Grinder Dzh., Bendler R. Formirovaniye transa: tekhnika formirovaniya i ispol'zovaniya gipnoticheskikh sostoyaniy: per. s angl. M.: KAAS, 1994; Bendler R. Ispol'zuyte svoy mozg dlya izmeneniya. Neyrolingvisticheskoye programmirovaniye: per. s angl. Novosibirsk: Izd-vo Novosib. un-ta, 1992.
6. Zheltukhina M. R. Tropologicheskaya suggestivnost' mass-medial'nogo diskursa: o probleme rechevogo vozdeystviya tropov v yazyke SMI: monografiya. M.: In-t yazykoznananiya RAN; Volgograd: Izd-vo VF MUPK, 2003.
7. Kabachenko T. S. Metody psikhologicheskogo vozdeystviya: Ucheb. Posobiye. M.: Ped. o-vo Rossii, 2000.
8. Lozanov G. K. Suggestopediya pri obuchenii inostrannym yazykam. Metody intensivnogo obucheniya inostrannym yazykam. Vyp. 1. 1973. S. 9–17.
9. Novyy slovar' metodicheskikh terminov i ponyatiy (teoriya i praktika obucheniya yazykam). Pechatnoye izdaniye M.: Izdatel'stvo IKAR, 2009. [Elektronnyy resurs] "GRAMOTA. RU". URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/az/> (data obrashcheniya: 02.02.2019).
10. Pankratov V. N. Manipulyatsii v obshchenii i ikh neytralizatsiya. M.: Izd-vo In-ta psikhoterapii, 2000.
11. Parshin P. B. Rechevoye vozdeystviye: osnovnyye formy i raznovidnosti // Reklamnyy tekst: semiotika i lingvistika. M.: ID Grebennikova, 2000. S. 53–55.
12. Porshnev B. F. Sotsial'naya psikhologiya i istoriya. M.: Nauka, 1979. [Elektronnyy resurs] // URL: http://aleksandr-kommari.narod.ru/Porshnev_Sotsialnaya_psihologiya_i_istoriya.htm (data obrashcheniya: 01.03.2019).
13. Ryumshina L. I. Manipulyativnyye priyemy v reklame: ucheb. posobiye. M., 2004.
14. Stermin I. A. Osnovy rechevogo vozdeystviya. Uchebnoye izdaniye. Voronezh: Istoki, 2012. S. 50.
15. Stermin I. A. Rechevoye vozdeystviye kak teoreticheskaya i prikladnaya nauka // Teoreticheskiye i prikladnyye problemy yazykoznananiya. Voronezh: Istoki, 2008. S. 244–245.
16. Tarasov Ye.F. Metodologicheskiye i teoreticheskiye problemy rechevogo vozdeystviya // Optimizatsiya rechevogo vozdeystviya / Pod red. R. G. Kotova. M.: Nauka, 1990. S. 5–18.
17. Tarasov Ye.F. Rechevoye vozdeystviye kak problema rechevogo obshcheniya // Rechevoye vozdeystviye v sfere massovoy kommunikatsii / Pod red. F. M. Berezina, Ye.F. Tarasova. M.: Nauka, 1990. S. 7.
18. Termin vzyat iz stat'i Petrenko V. F., Kucherenko V. V. Iskusstvo suggestivnogo vozdeystviya, ili nekotoryye mysli vprok // Zhurnal praktikuyushchego psikhologa / Pod red. A. F. Bondarenko. Vyp. 6 2000. 2009. S. 73–84.
19. Unadze D. N. Obshccheye ucheniye ob ustanovke // Psikhologicheskkiye issledovaniya. M.: Nauka, 1966. S. 140–152, 164–169, 180–183.

20. Cherepanova I. YU. Dom koldun'i. Nachala suggestivnoy lingvistiki. Perm': Izd-vo Perm. un-ta, 1995.
21. Shelestyuk Ye.V. Rechevoye vozdeystviye: ontologiya i metodologiya issledovaniya. M.: FLINTA: Nauka, 2014. S. 43–45.
22. Yagodkina M. V., Ivanova A. P., Slastushinskaya M. M. Reklama v kommunikatsionnom protsesse. SPb: Piter, 2014. S. 124.

Стаття надійшла до редакції 14.02.2019