

UOT 800; 81`271

NİTQİ TƏSİRİN TƏSNİFATI, VASİTƏLƏRİ VƏ ÜSULLARI

K.Ə.HƏBİBOVA
AMEA-nın İ.Nəsimi adına Dilçilik İnstitutu
konul_habibova@mail.ru

Nitq unikal dil hadisəsi kimi bir çox elm sahələrinin tədqiqat predmetidir. Bu məqalədə nitqi təsirin müxtəlif meyarlar əsasında təsnifatından, nitqi təsirin ifadə vasitələrindən bəhs edilir. Nətiqlərin dinləyicilərə göstərdiyi nitqi təsir zamanı istifadə edilən üsullar da xüsusi olaraq araşdırılır. Məqalədə aparılan araşdırma zamanı belə bir qənaətə gəlinir ki, nitqi təsir psixolinqvistik hadisə olmaqla bərabər, həm də sosiolinqvistik səciyyəlidir. Nitqi təsirin üsulları və vasitələri isə sadəcə olaraq dil elementlərindən deyil, həm də dilxarici amillərdən bilavasitə asılıdır.

Açar sözlər: nitqi təsir, ünsiyyət, nitq, dil, psixolinqvistika, sosiolinqvistika

Dil törəməsi olan nitq ictimai həyatın, demək olar ki, əsasını təşkil edir. Nitqin olmadığı sahəni təsəvvür etmək olduqca çətindir. Hazırda bu fenomenal hadisə bir çox həmhüdüdü elm sahələrinin predmetinə çevrilib. Dildən törəməsinə baxmayaraq, nitq və dil bir çox cəhətlərinə görə bir-birindən əsaslı şəkildə fərqlənir. S.S.Hüseynov qeyd edir ki, “dilənin və nitqin quruluşuna eyni meyarlarla yanaşmaq olmaz. Dilin quruluşu onun böyük vahidi olan cümlədə öz əksini tapır, həm də o, danışanın ifadəsindən, fərdi zövqündən tam asılı deyil. Nitqin quruluşu isə cümlədən başlanır, cümlələr silsiləsini, abzasları, bütövlükdə fikrin tamamlanmasını bildirən mətni əhatə edir” [1, 22]. Dildən fərqli olaraq, danışq aktının əsası olan nitq parçaları semantik cəhətdən tamalandıqda ünsiyyət aktını şərtləndirir. Ünsiyyətin əsasında isə nitq vasitəsilə kommunikaantların bir-birinə göstərdikləri qarşılıqlı təsir dayanır.

Bir çox tədqiqatçılar (F.Zimbardo, M.Lyayppe [11]; İ.A.Стернин [18] və b.) haqlı olaraq qeyd edirlər ki, istənilən ünsiyyət hər bir halda verbal və ya qeyri-verbal səviyyədə göstərilən təsirdir. Bu baxımdan nitqi öyrənən elmlər qarşısında müasir dövrdə dayanan və bir çoxlarının diqqətini çəkən əsas məsələlərdən biri nitqi təsirin mexnizm özəlliklərinin, bu mexnizmin ünsiyyət prosesində hansı yollarla realaşdırılması və bu təsire qarşı yönələn qoruma vasitələrinin araşdırılmasıdır.

Ünsiyyət prosesinin əsasını təşkil edən nitqi təsire ümumi cəhətdən

yanaşıqda, onu aşağıdakı əlamətlər üzrə təsnif etmək olar:

1. Nitqi təsir yalnız bir insana yönələrək monoloji olduğu kimi, dialoji xarakterə də malik ola bilər. İkinci halda bu təsirin əsas məqsədi hər hansı bir biliyə malik olan ikinci tərəfdən müəyyən bir məlumat və ya informasiya əldə etməkdir.

2. Nitqi təsiri onun ictimai funksiyasına görə ictimai təsir forması kimi dəyərləndirdikdə, nəzərə alınmalıdır ki, bu zaman nitqi təsir təkistişamətlidir və böyük bir sosituma qarşı yönəldilir. Bu məqamda nitqi təsirin təsnifatı baxımından L.L.Fedorova öz tipologiyasını təqdim edir: 1) ictimai təsir; 2) iradənin ifadə edilməsi; 3) izah etmə və məlumatlandırma; 4) dəyərləndirmə və emosional nitqi təsir növləri [20, 46-51].

Üstünlük təşkil edən nitq aktlarında nitqi təsirin qeyd edilən tipologiyasını tamamlayan M.R.Jeltuxina nitqi təsirin aşağıdakı növlərini qeyd edir: ictimai, iradənin ifadə edilməsi / məlumatlandırıcı və ya izahedici və emosional dəyərləndirmə təsiri. Bu cür fərqləndirmə nitq aktlarının və nitq janrlarının təsnifatı ilə oxşarlıq təşkil edir. Əslində nitqi təsir məsələsinə bir-birindən fərqli yanaşmalar mövcud olduğundan bu barədə yekdil fikir yoxdur. Bu baxımdan dilçilik ədəbiyyatında rast gəldiyimiz mövcud təsnifat və yanaşmaları nəzərə alaraq nitqi təsirin təsnifatını aşağıdakı qaydada nəzərdən keçirək:

1. Perlokutiv effekt (adresatın reaksiyası) nöqtəyi-nəzərindən nitqi təsirin aşağıdakı təsnifatını [14] təqdim etmək olar: qiymətləndirici, emosional və rasional;

2. Subyekt və təsir obyektı arasındakı birbaşa ünsiyyətə görə nitqi təsiri iki qrupa ayırmaq olar: vasitəsiz (əlaqəli) və vasitəli (distansional) nitqi təsir;

3. Ətraf aləmin xarakterinə görə isə nitqi təsiri individuallaşdırılmış və vasitəli nitqi təsir olmaqla iki qrupa ayırırlar [11].

4. Subyektin obyektə olan münasibətinə görə isə nitqi təsir birbaşa, dolay, dolay təsirin elementləri ilə birbaşa və birbaşa elementlərin təsiri ilə dolay ola bilər [17].

5. Nitq aktlarının dərk edilməsi prinsiplərinə görə isə biz V.İ.Karasikin təklif etdiyi kimi [12], nitqi təsirin məqsədli istiqamətlənən (birbaşa dominant şəxs, qanuni hakimiyyətin idarəedicisi, ictimai statusuna görə ən yüksək mövqedə dayanan şəxs tərəfindən həyata keçirilən, manipulyativ xarakterə malik nitqi təsir və məqsədsiz yönələn qeyri-iradi nitqi təsir [10] olmaqla iki qismə ayrılmasının tərəfdarıyıq. Birinci halda nitqi təsirin mexanizmini inandırma və təlqinetmə, ikinci növ nitqi təsirin mexanizmini isə yoluxdurma və təqlid etmə təşkil edir.

İ.A.Sternin nitqi təsirin yuxarıda qeyd edilən mexanizmləri ilə yanaşı aşağıdakı əsas vasitələri də əlavə edir: isbatlamaq, dilə tutmaq, and içmək, əmr etmək, xahiş etmək, təhrik etmək [17].

Lakin manipulyativ nitqi təsiri araşdıran Ye.V.Denisyuk hesab edir ki, bu cür bölgü doğru deyil, belə ki, burada subyektin nitqinin formalaşdırılması əsas götürülür və nitqin obyektinin daxili aləmi kənarında qalır [8]. Lakin onun bu iddiası bizə inandırıcı gəlmir. Belə ki, nitqi təsiri formalaşdıran və onun

yanarına təşəbbüs göstərən məhz elə nitqin subyektidir. Təbii ki, belə olduğu halda subyektin mövqeyi daha üstün hesab edilməlidir.

6. Simmetriklilik meyarlarına görə konstruktiv və qeyri-konstruktiv təsir növləri də fərqləndirilir [16]. Təsir prosesi avtoritet və hakim mövqə məsələlərinin vəhdəti kimi çıxış edir. Bu məsələni araşdıran M.R.Jeltuxina belə bir qənaətə gəlir ki, təsirin reallaşmasında iştirak edən əsas amil hakimiyyət deyil, avtoritetdir. Hakimiyyət avtoritetin əlində olduqda bu iki anlayış bir-birinin üstünə düşür [10]. Yəni adresant adresata nisbətə ikincinin arzu və istəklərindən, ehtiyaclarından çıxış edərək adresatın üzərində hakimiyyətə o zaman nail ola bilər ki, sonuncu onu real və doğru olaraq qəbul etsin. Nəticədə adresantın fikri adresat üçün avtoritet mahiyyəti kəsb edir.

7. Kommunikativ xususyyətlərinə görə nitqi təsiri aşağıdakı kimi də təsnif etmək mümkündür:

— Motivasiyanın təbiətinə görə: göstərilən əks təsir gücünün intensivliyi və nəzarətin nə dərəcədə olması: həvəsləndirən və ya mükafatlandırma hissi oyadan; məcburiyyət yaradan; qanunilik təsiri bağışlayan; sadəcə olaraq məlumata maraq oyadan [22]; etibarlılıq, güvən hissi formalaşdıran [19] nitqi təsir.

— Natiqin təsir mənbəyinə görə: yalnız şəxsə və ya ictimaiyyətə yönələn [13] nitqi təsir.

KİV-də nitqi təsiri bir neçə parametərə görə təsnif etmək olar: 1. təsir sahəsinə görə (koqnitiv və emosional); 2. istiqamətinə görə (birbaşa və dolay); 3. davamlılığına görə (qısa müddətli, uzun müddətli) [7].

Nitqi təsir konkret ünsiyyət şəraitində həmsöhbətin özəllikləri nəzərə alınmaqla maksimal nəticə əldə etmək məqsədilə bu təsir növünün sivil qaydada, bacarıqlı şəkildə, ən uyğun vasitələrin seçilməsi və onlardan məharətlə istifadəsi ilə hər hansı bir şəxsə və ya soluma qarşı reallaşdırılması və ya həyata keçirilməsi haqqında elmdir. Belə ki, “eyni məsələdən, məlum faktdan danışan və ya yazan iki adamın nitqi məzmunca eyni olsa da, nəqlətmə formasına, quruluşuna görə bir-birindən fərqlənəcək. Həyatda tam bir-birinin eyni iki adam olmadığı kimi, bir-birinin eyni olan iki nitq parçası da yoxdur” [1, 26-27].

Bu sahədə araşdırma aparən tədqiqatçılar nitqi təsirin üsul və vasitələrinə xüsusi diqqət ayırırlar. Bunlar arasında N.A.Rubakin haqlı olaraq qeyd edir ki, psixoloji təsir göstərilən zaman sözlərin seçimi ikinci dərəcəlidir, burada ən önəmli olan danışanın şəxsi keyfiyyətləridir [15]. Hesab edirik ki, söhbət nitqi təsirdən getdikdə, burada əsas rol bu təsirin reallaşmasında, həyata keçməsində istifadə edilən vasitələrin üzərinə düşür. Bu sahəylə bağlı fikir yürüdən tədqiqatçıların əksəriyyəti də bu fikirdədir (S.Yermakov, T.Mixaylov [9], İ.Tarasova [18], M.Fedosyuk [21] və b.). Nitq “elə olmalıdır ki, dinləyicilər ona qulaq asaraq hiss etsinlər ki, daha hər şey aydındır. Beləliklə, dinləyicilər nitqin məzmununa və natiqin səsinə görə bunu hiss etməlidirlər” [2, 43].

Nitqi təsirin təbiətini araşdırarkən M.Yu.Fedosyukun aşağıdakı mülahizəsi ilə razılaşmamaq olmur. O qeyd edir ki, yalnız söylənilən ifadənin tərkib komponentləri nitqi təsir göstərmir. Bununla yanaşı, onun linqvistik səciyyəsi

və eyni zamanda danışanın davranışının bəzi xüsusiyyətləri də bu təsiri formalaşdıran əsas vasitələr sırasında sadalanmalıdır [21]. Davranış məsələsinə toxunarkən qeyd etmək lazımdır ki, “həddən artıq əl-qol hərəkəti natiqə kömək etmir, daha da mane olur, dinləyiciləri güldürür, onların fikrini nitqin əsas məzmunundan yayındırır” [2, 45-46].

Nitqi təsir nəzəriyyəsinin nitq aktları nəzəriyyəsi ilə əlaqəli olduğunu diqqətə alaraq, M.Yu.Fedosyuk belə hesab edir ki, nitqi təsirin müsbət və ya mənfi olmasından asılı olmayaraq, onun ifadə vasitələri semantik (adresatın emosiyalarına məzmunu ilə təsir edən), pragmatik (adresata danışanın nitqi davranışları ilə təsir etməsi) və üslubi (dil vasitələrinin seçimi ilə adresata təsir etmək) olmaqla üç qrupa ayrılmalıdır [21]. Bir məsələ də diqqəti xüsusilə çəkir ki, mənfi və müsbət emosional təsirə xidmət edən vasitələr bir çox məqamlarda bir-birinə uyğun gəlsələr də, müsbət emosiya yaratmağa yönələn təsir vasitələri mənfi ilə müqayisədə kasadlıq təşkil edir.

Sırf nitqi təsir mexanizmlərinin müəyyən edilməsi olduqca mürəkkəb və subyektivdir, çünki adresatın şüuruna və altşüuruna təsir göstərmə prosesi çox mürəkkəb, müxtəlif yönlüdür və bir çox amillərdən asılıdır.

Bu mexanizmlərin müəyyən edilməsi şərti xarakter daşıyır və əsasən, nəzəri və təcrübi tədqiqatlar məqsədilə həyata keçirilir, müxtəlif prinsip və meyarlara əsaslanır. Bu məqsədlə R.M.Blakar şərti olaraq nitqi təsirin aşağıdakı üsullarını qeyd edir: söz və ifadələrin seçimi; yeni söz və ifadələrin yaradılması; qrammatik formanın seçimi; supraseqment özəlliklərin (emfaza, səs tonu) nəzərə alınması; gizli və ya nəzərdə tutulanlara eyham edilməsi; ardıcılığın müəyyən edilməsi [6].

İ.P.Tarasova öz təsnifatında nitqi və qeyri-nitqi təsir vasitələrini bir arada nəzərdən keçirərək, onların istifadə üsullarını aşağıdakı şəkildə taktiki usullar kimi göstərir: təkrar; danışan tərəfindən formalaşdırılan fikrin bir hissəsini inkar etmək; nitq formaları və bu formalar vasitəsilə ötürülən fikri hücumla almaq; danışanın sahəsində ünsiyyətin davamlılığına köklənərək müxtəlif ictimai rollara görə oyun; psixoloji cəhətdən fərqli rollara görə oyun; valideyn uşaq rollarına görə oyun (Böyük və kiçik münasibətləri əsasında).

O qeyd edir ki, nitqi təsir ünsiyyətin çoxölçülü amilidir və bu amilin tədqiqi kommunikativ dilçilik prizmasından danışanın şəxsiyyətini müxtəlif cəhətlərdən izah və xarakterizə edən anlayışlar toplusu, nitqi ünsiyyətin strategiya və taktikaları ilə vəhdətdə həyata keçirilməlidir [18].

Bir sıra tədqiqatçılar (A.Baranov, P.Parşin [4] və b.) kütləvi informasiya vasitələrində və digər diskurs növlərində (məişət, işgüzar, dini və s.) nitqi təsir mexanizmləri arasında prinsipial fərqlərin olmamasını iddia edirlər və bunu qanunauyğun hesab edirlər. Belə ki, onların fikrincə, nitqi təsir subyektivi kommunikantların çıxış mövqelərinin transformasiyası üçün nəzərdə tutulan ünsiyyət iştirakçılarının mövqeyini və rollarını tənzimləmək strategiyalarına malikdir [5; 12]. Digər qrup tədqiqatçılar isə bu fikirlə razı deyillər. Diskursun bütün növlərində müəyyən strategiya və taktikaların eyniliyini nəzərə alan M.

R.Jeltuxina qeyd edir ki, bu eyniliyə baxmayaraq, onların təsir gücü fərqlidir. Bunlar arasında ən yüksək göstərici KİV-ə aiddir [10].

Aparılan araşdırma zamanı belə qənaətə gəlinir ki, nitqi təsir sosiolinqvistika və psixolinqvistikanın kəsişmə nöqtəsində araşdırılmalıdır.

Nitqi təsirin növləri birbaşa və dolayı, geniş miqyaslı və dar çərçivəli olmaqla iki qrupa ayrıla bilər. Məqalədə qeyd edilən və tədqiqatçıların irəli sürdükləri təsnifatlar əsasında təqdim edilən nitqi təsir növləri isə birbaşa və dolayı, geniş miqyaslı və dar çərçivəli nitqi təsirin variasiyaları kimi qəbul edilməlidir.

Nitqi təsirin üsulları isə lingvistik və ekstra-lingvistik olmaqla iki qrupa ayrılrsa da, bütün hallarda bir-biri ilə vəhdət təşkil edir və bir-birini tamamlayır. Bu amillərdən biri olmadıqda nitqi təsir lazımi effektlə nəticələnə bilməz.

ƏDƏBİYYAT

1. Hüseynov S.S. Nitq mədəniyyəti. Bakı: Yazıçı, 2010, 240 s.
2. Qasimov Ə.Ə. Məhkəmə nitqi açıq nitqin növü kimi. // Bakı Universitetinin Xəbərləri: Sosial-siyasi elmlər seriyası, 2010, № 4, s. 40-47
3. Бакумова Е.Р. Способы воздействия в дискурсе политиков разных институциональных типов // Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения. Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2003, с. 124-127.
4. Баранов А.Н., Паршин П.Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание// Роль языка в средствах массовой коммуникации. М., 1986, с. 217-222.
5. Берн Э. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы. М.: Прогресс, 1988. 399 с.
6. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти. // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987, с. 37-64.
7. Брайант Дж., Томсон С. Основы воздействия СМИ. пер. с англ М.: Издательский дом «Вильямс», 2004, 432 с.
8. Денисюк Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект. АКД, Екатеринбург, 2004, 23 с.
9. Ермаков С.В., Михайлова Т.В и др. Власть в современной языковой и этнической картине мира. М.: Знак, 2004, 408 с.
10. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ. дисс. на соис. уч. степ. д. филол. наук. М., 2004, 720 с.
11. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. СПб.: Питер, 2001, 448 с. (Серия «Мастера психологии»).
12. Карасик В.И. Социальный статус человека в лингвистическом аспекте / «Я», «субъект», «индивид» в парадигмах современного языкознания. М., 1992, с. 3-17.
13. Осипова Е.В. Власть: отношение или элемент системы? / Власть. Очерки современной политической философии Запада. М.: Наука, 1989, с. 61-94.
14. Почепцов Г.Г. Коммуникативные аспекты семантики. Киев: Вища шк., 1987, 131 с.
15. Рубакин Н.А. Тайна успешной пропаганды // Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолнгвистики. М.: Изд-во «Наука», 1972, с. 130-136.
16. Сидоренко Е.В. Личностное влияние и противостояние чужому влиянию. / Морозов А.В. Психология влияния СПб.: Питер, 2001, 512 с.
17. Стернин И.А. Практическая риторика как предмет исследования. / Речевое общение. Спец. Вестник-Красноярск, 2000 Вып.2 (10). с. 19-27.

18. Тарасова И. П. Структура личности коммуниканта и речевое воздействие. // Вопросы языкознания, 1993, №5, с. 70-83.
19. Тедески Дж.Т., Неслер М.С. Основы социальной власти и социального влияния // Иностранная психология, 1994, т. 2 № 2 (4), с. 25-31.
20. Федорова Л.Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения. // Вопросы языкознания, 1991, № 6, с. 46-51
21. Федосюк М.Ю. Выявление приемов «демагогической риторики», как компонент политического искусства // Риторика в развитии человека и общества: Тез. науч. конф. Пермь, 1992, 276 с.
22. Raven В.Н. Political Application of the Psychology of Interpersonal Influence and Social Power // Political Psychology, 1990. V. 11. pp. 493-520.

СРЕДСТВА, ПРИЕМЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

К.А.ГАБИБОВА

РЕЗЮМЕ

Как уникальное языковое явление, речь является предметом исследования во многих областях науки. Данная статья посвящена классификации речевого воздействия по различным критериям и средствам речевого воздействия. Методы и приемы для воздействия на слушателей посредством речи также исследуются в данной статье. В статье делается вывод о том, что на речь влияет как психолингвистический феномен, так и социолингвистический характер. Методы и средства речевого воздействия напрямую зависят не только от языковых элементов, а также от экстра-лингвистических факторов.

Ключевые слова: речевое воздействие, коммуникация, речь, язык, психолингвистика, социолингвистика

MEANS, DEVICES AND CLASSIFICATION OF SPEECH IMPACT

К.А.HABIBOVA

SUMMARY

As a unique linguistic phenomenon, speech is the subject of study in many fields of science. This paper is dedicated to the classification of speech persuasion according to it's various criteria and means. Methods and devices for influencing listeners through speech are also explored in this article. The article concludes that speech is affected by both a psycholinguistic phenolmenon and a sociolinguistic nature. Methods and means of speech influence directly depend not only on language elements, but also on extra-linguistic factors.

Keywords: speech impact, speech, language, communication, psycholinguistics, sociolinguistics