

Связь ценностных ориентаций с речевым воздействием.

Эфендиев Заур Ясин

Студент

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет психологии, Баку, Азербайджан
E-mail: efendiyev.zaur@gmail.com*

В связи с большой практической значимостью речевого воздействия, исследования проведенные на изучение его механизмов достаточно много [1,3,4,7,8]. Но, несмотря на такое большое количество проведенных исследований, некоторые особенности механизмов речевого воздействия не попадают в фокус внимания исследователей. И как нам представляется, изучение этих особенностей могло бы привести к увеличению эффективности использования данного вида воздействия, кроме этого стать объяснением немало важных теоретических вопросов. Одним из таких особенностей является учёт ориентировки в личностных ценностях реципиента при осуществлении речевого воздействия.

Вслед за Д.А. Леонтьевым личностные ценности, наряду с потребностями, понимаем как один из источников мотивации [6]. Поэтому важность учёта личностных ценностей реципиента мы можем увидеть при анализе приема речевого воздействия, которого Т.С. Кабаченко условно обозначила как использование мотива «донора» [5]. Особенность такого воздействия заключается в том, что «опираясь на базисные социальные потребности человека, в частности на потребность в принадлежности к конкретной группе, осознаваемой как носитель определенных ценностей, идеалов, обеспечивающих либо соответствующий образ Я, либо параметры удовлетворения актуальных потребностей, либо перспективы личности» можно изменить побудительность мотива. Данная идея такого приема речевого воздействия близка к теоретической модели воздействия через убеждение, о котором писал А.А. Леонтьев [5]. Для разъяснения этого А.А. Леонтьев вводит два понятия: "поле значений" и "смысловое поле" [5]. Поле значений понимает, как структуризация общественного опыта, присвоенный индивидом, "т.е. та "сетка" через которую он видит мир, та система категорий, с помощью которой он этот мир расчленяет и интерпретирует" (Леонтьев, 2008, с.272). А «смысловое поле» понимает как "структура отнесенности значений к выраженным в них мотивам, как включенность значений в иерархию деятельностей индивида" (там же). Основная особенность воздействия через убеждение предполагает изменение смыслового поля без изменения поля значения, которая достигается следующим образом: мы не сообщаем никакой объективно новой информации реципиенту, а представляем то, что он знал в ином свете, "например, мы можем связать известную ему информацию с новым, иерархически более высоким мотивом или даже, "столкнув" мотивы разной "высоты" убедить реципиента ориентироваться на более высокий мотив" (там же с.275). Успех воздействия через убеждение А.А. Леонтьев связывает с моделированием субъектом коммуникации смыслового поля реципиента.

Как мы предполагаем личностные ценности, являясь источником мотивации, могут стать мотивами "донорами" и быть составной частью смыслового поля реципиента. Что говорит о важности учёта личностных ценностей при речевом воздействии. Для

проверки нашего предположения мы спланировали исследование, схема которого представлена ниже.

Участниками исследования выступают студенты психологического факультета. Исследование состоит из четырех этапов:

I этап: заполнение методик для диагностики ценностных ориентаций (методики Ш.Шварца и М.Рокича).

II этап: выполнение контрольной работы участниками исследования, которые будут предупреждены об этом за день до выполнения. Будет фиксироваться успешность выполнения

III этап: испытуемые делятся на две группы: контрольная и экспериментальная группа. Контрольная группа также, как и во втором этапе выполняет контрольную работу. В экспериментальной группе за день до выполнения контрольной работы осуществляется речевое воздействие с использованием мотива "донора" ("донором" станет наиболее выраженная ценность среди испытуемых, которая была диагностирована на первом этапе исследования). Фиксируется успешность выполнения контрольной работы в контрольной и экспериментальной группах.

IV этап: заполнение методик для диагностики волевых и мотивационных компонентов: ВСК(волевой самоконтроль), ССА (самооценка силы воли), мотивация обучения в вузе, изучение мотивов учебной деятельности студентов.

Для проверки нашей гипотезы, после получения всех этих данных проводится сравнение: 1) успешность выполнения контрольной работы на третьем этапе между контрольной и экспериментальной группами; 2) успешность выполнения контрольной работы между вторым этапом и экспериментальной группой третьего этапа. Результаты проведенного исследования будут подробно представлены в докладе.

Литература

1. Денисюк, Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект : Дис. . . канд. филол. наук : 10.02.01 / Денисюк Е.В. - М.: РГБ, 2005. – 168 с.
2. Кабаченко, Т.С. Методы психологического воздействия: Учебное пособие. – М.: Педагогическое общество России, 2000. – 544 с.
3. Котов, А.А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ : Дис. . . канд. филол. наук : 10.02.19 / Котов А.А. - М., 2003. – 272 с.
4. Леденева, С.Н. Методы психолингвистической оценки эффективности речевого воздействия: Дис. . . канд. филол. наук : 10.02.19 / Леденева С.Н. - М.: РГБ, 2005. – 161 с.
5. Леонтьев, А.А. Психология общения. 5-е изд. М.: Смысл; Издательство центр "Академия" 2008. – 368с.
6. Леонтьев, Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 3-е изд., доп. М.: Смысл, 2007. – 511 с.

7. Хорошилова, С.П. Психологические средства повышения эффективности речевого воздействия : Дис... канд. психол. наук :19.00.01 / Хорошилова С.П. - Новосибирск, 2006. - 212 с.
8. Шелестюк, Е.В. Речевое воздействие - онтология и методология исследования: Дис... д-ра филол. наук :10.02.19 / Шелестюк Е.В. - Челябинск, 2009. - 276 с.