

УДК 81'42:159.947.5

Слухай Н. В.

СОВРЕМЕННЫЕ РУССКОЯЗЫЧНЫЕ МОТИВАТОРЫ К ОНЛАЙН-ИЗУЧЕНИЮ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ: АСПЕКТ СУГГЕСТИВНОГО АНАЛИЗА

Мотиваторы – поведенческие стимулы, объективированные вербальными и невербальными формами, относятся к древнейшим феноменам человеческой коммуникации. Центральное место среди них принадлежит позитивным мотиваторам, направленным на активизацию человека, развитие и совершенствование человеческого разума и духа. В изучении иностранных языков мотиваторы всегда играли значительную роль, однако с развитием сети Интернет их роль возросла, а природа мотиваторов изменилась в соответствии со спецификой виртуального общения. Появились специально сконструированные, или креативные, мотиваторы – завершённые стимулирующие тексты малого объема, построенные с учетом традиционных и новейших методик влияния на сознание и подсознание человека. Креативные мотиваторы успешно реализуют свой потенциал при условии наличия суггестивной составной – форм влияния в обход рациональных каналов контроля сознания адресата или при необычной апелляции к ним. В качестве акта суггестивной коммуникации типичный мотиватор имеет своеобразную структуру, которая включает пролонгированную фазу якорения, часто редуцированную фазу наведения транса, особую фазу утилизации транса, исследованные в статье со стороны трансовых методик и средств речевого воплощения. Фаза конгруэнтного инклюзивного или обезличенного якорения часто соединена с фазой наведения транса. Среди якорей в равных пропорциях представлены стимуляторы-эмоциогены и стимуляторы-рациоогены: эмоциональная карта содержит больше разновидностей, рациональная карта – большее число якорей, явленных меньшим числом разновидностей, то есть эмоциональная карта «прошивает» рациональную. Утилизация транса основана на особых трансовых методиках стимуляции к действию. Выполненный анализ предоставляет исследователю ключ к осмыслению текстов влияния различной степени сложности.

Ключевые слова: мотиваторы, суггестия, онлайн-коммуникация, иностранные языки.

Мотиваторы принадлежат к древнейшим формам человеческой коммуникации, что подтверждается и последовательностью явленных формирующейся детской речью форм вербального антропогенеза, и теориями происхождения языка, особое место среди которых занимает суггестивная теория Б. Ф. Поршнева. Б. Ф. Поршнев, однако, указывал на приоритетную роль в становлении человеческой речи, включая детскую, запретительных сигналов, как «нет» и «нельзя» [1, с. 475–481], или негативных мотиваторов, в то время как практика наблюдения над становлением детской речи, педагогическая практика свидетельствуют о перво-степенной роли в человеческой коммуникации побудительных сигналов, или позитивных мотиваторов. Роль позитивных мотиваторов резко возросла в современном постмодерном мире, где существенно вырос удельный вес демотиваторов – патогенных текстов, разрушающих или стагнирующих человеческий разум. Мотиваторы – естественная составная часть коммуникативного процесса, однако специально сконструированные мотиваторы, или креативные мотиваторы, способствующие быстрому освоению новых участков знаний, являются принадлежностью преимущественно психотерапевтического и педагогического дискурсов и особенно важны в сфере преподавания иностранных языков. Поэтому усиленного внимания ученых и широкой общественности заслуживают позитивные креативные мотиваторы к изучению иностранных языков, особенно те из них, что расположены в сети Интернет, поскольку они обращены к широкому кругу реципиентов.

Целью исследования является осмысление современных мотиваторов к онлайн-изучению иностранных языков в аспекте особенностей вербализации их суггестивного потенциала.

В число задач исследования входят следующие: анализ распределения фаз суггестивного воздействия в текстах мотиваторов (якорения, утилизации и наведения транса), выявление особенностей вербализации различных фаз суггестивного влияния, соотношение рациональной и эмоциональной составляющих на разных этапах воздействия на суггеренда.

В силу высокой значимости проблем мотивации обучаемого рассматриваемые вопросы всегда пребывали в центре направлений педагогики, лингводидактики, суггестопедии. Степень исследованности суггестивного ресурса педагогических текстов подробно освещена в нашем исследовании [2, с. 162–175], современные онлайн-мотиваторы к изучению иностранных языков в суггестивном аспекте прежде изучены не были.

Мотиваторы – это поведенческие стимулы, объективированные вербальными и невербальными стимуляторами к действию. Позитивные мотиваторы направлены на активизацию человека, стимулируют его креативное поведение, обеспечивают развитие и совершенствование человеческого разума и духа. В изучении иностранных языков мотиваторы всегда играли значительную роль, однако с развитием сети Интернет эта роль возросла, а природа мотиваторов изменилась в соответствии со спецификой виртуального общения.

Материалом исследования послужили русскоязычные мотиваторы к изучению шведского языка, отобранные в течение года из рассылки активно функционирующего сайта www.hosgeldi.com. Число желающих изучить шведский язык растет объективно. Стимуляцию их активности обеспечивают профессионально сконструированные мотиваторы. Материалы рассылки дублируются каждый месяц с небольшими вариациями, поэтому можно говорить о приблизительно 50 оригинальных базовых текстах и приблизительно 270 или

чуть больше вариантах. Оговорки, как, например, «эффективнее заниматься английским 7 раз в неделю по 15–20 минут, чем раз в неделю 10 часов подряд» показывают, что мотиваторы к изучению шведского языка являются, скорее всего, переводами типичных рассылок по изучению иностранных языков (английского или любого другого) и поэтому могут быть рассмотрены как универсальные.

Ежедневная рассылка представляет собой краткие (от трех до тридцати пяти строк) послания реципиентам широкого круга, например:

1. *Все зависит от Вас самих. Хотите быть богаче? Секрет прост – больше работайте и получайте новые профессиональные знания. Хотите быть умнее? Читайте серьезные книги. Хотите выучить иностранный язык? Учите хотя бы несколько новых слов каждый день.*

2. *В каждом человеке скрыт огромный потенциал. И каждый решает сам – развить или закопать свой потенциал. Сделали выбор в пользу развития? Тогда ловите подборку новых слов на пока незнакомом для Вас языке. Учите новые слова каждый день и развивайтесь!*

3. *Дарвин верил в эволюцию человека из обезьяны. Не разочаровывайте старика – развивайтесь как личность! Учите язык. Каждый день – хотя бы по несколько новых слов. На самом деле, это еще проще, чем кажется»* (сохранено оригинальное оформление примеров).

Как видим, мотиваторы представляют собой завершенные стимулирующие тексты малого объема с введением, основной частью и заключением, построенные с учетом традиционных суггестивных методик.

Введение представляет фазу конгруэнтного инклюзивного или обезличенного якорения, часто соединенного с наведением транса: «Если Вы подписались на сайт, потратили время, чтобы найти качественный и бесплатный ресурс, значит, у вас была и есть цель»; «Разговаривать на шведском сегодня не только модно, но и весьма полезно»; «Ваше утро начинается с кофе и серфинга по соцсетям? Смените приоритеты и прямо сейчас позвольте себе роскошь саморазвития»; «Вы желаете путешествовать без преград по всему миру или хотите, чтобы Ваша карьера развивалась более стремительно?»; «Все мы научились говорить и писать по-русски к семи годам. И говорить о некой исключительной неспособности к изучению языков – просто еще один способ скрыть свою лень» и подобные.

Якорение (и чаще всего синкретизированная с ним фаза наведения транса) основано на широком круге стимулов, например: «вы успешно боретесь с ленью; у вас есть цель; изучение языка – модно и полезно, это роскошь саморазвития; вы способный человек; вы исполните желание путешествовать, разовьете карьеру» и подобных, в число которых встроены методические спецификаторы (овладевайте произношением, словарным запасом и так далее) и средства программирования поведения человека (императив, интимизация, номинализация и прочие), организованные сериями психотехник.

Среди якорей в равных пропорциях представлены чередующиеся стимуляторы-эмоциогены и стимуляторы-рационалы. К стимуляторам-эмоциогенам относятся стимуляторы удовольствия, радости, счастья, позитива и страха («вы получите удовольствие, обрадуетесь приближению цели, путешествия приятнее; обучение сокращает на 70% вероятность того, что вы когда-нибудь заболите старческим слабоумием; гордиться собой; интересно; радоваться каждому шагу приближения к мечте; ничто не заряжает позитивом лучше» и подобные). Стимуляторы-эмоциогены включают «поглаживания» («мы вас любим, вы способный человек, доброе утро, будем рады вас видеть на уроке, приветствую вас, уважаемый подписчик»), интриги («Дорогие читатели, как вы думаете, в чем секрет быстрого изучения иностранного языка?», «Знаете ли вы, что знание всего 350 слов...»), приманки («Хотите разговаривать свободно на шведском?»), аналоговые тексты («Запомнить 10 новых слов каждый день – это легкая цель, которую может выполнить даже двухлетний малыш. Вы же не глупее ребенка?! Докажите, что Вы можете быть лучше и умнее»; «Дарвин верил в эволюцию человека из обезьяны. Не разочаровывайте старика – развивайтесь как личность! Учите язык»; «Учиться – все равно, что плыть против течения, остановился – и тебя отнесло назад»), сенсорогены («Новые знания с утра пораньше бодрят лучше контрастного душа!»; «наша память подвластна тренировке ещё в лучшей степени, чем наши мышцы»; «привычка № 3 – Каждый день съедайте несколько свежих фруктов или овощей <...> привычка № 10 – Учите по 10 иностранных слов каждый день»), апелляции к авторитету, мнению большинства или прецедентным текстам («Знание само по себе – сила», – Ф. Бэкон», «американские и канадские ученые говорят», «нейропсихология утверждает», «в журнале *Annals of Neurology* опубликованы»; «по данным 270 британских служб знакомств», «абсолютно все научные исследования лингвистов и психологов однозначно свидетельствуют»; «Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее!» – Эта цитата из «Алисы в стране чудес» как нельзя лучше описывает современность»), лозунги, в том числе и авторского происхождения, паремиологические единицы («изучение языка – это роскошь саморазвития»; «регулярные занятия – это залог успеха»; «Чтобы умным стали звать, / Надо мозг свой развивать. / Каждый час учите слово, / Жизнь не тратьте бесполезно; Не позволяй душе лениться! / Чтоб в ступе воду не толочь, / Душа обязана трудиться / И день и ночь, и день и ночь!» – стихи Н. Заболоцкого) «Умными не рождаются, а становятся», «Под лежащий камень вода не течет»), трюизмы («изучение языка – модно и полезно»; «главное – учиться правильно и систематически»; «все мы научились говорить и писать по-русски к семи годам»; «знания нельзя просто купить за деньги и даже за большие деньги – знания можно приобрести только путем пусть небольших, но регулярных усилий с вашей стороны»; «великие дела состоят из малых, большое дело – овладение ино-

странным языком – состоит из малых – ежедневных небольших занятий»; «для достижения мечты нужно усердно и регулярно трудиться»).

К стимуляторам-рациогенам относятся формы, апеллирующие к рассудку («вы успешно боретесь с ленью, у вас есть цель делать карьеру, путешествовать, стать богаче, умнее, завести друзей, заключить брак, познакомиться с другой культурой, учиться за границей, вы укрепляете здоровье, выучите язык, у вас будет ясный ум, хорошая память, с утра приведете мысли в порядок и настроитесь на продуктивную деятельность, это необходимо, несложно, легко» и т. д.), включая посулы («осталось совсем чуть-чуть и вы сможете без труда общаться совершенно свободно, исполните желание путешествовать, разовьете карьеру»; «даже если вы решите учить язык в 60 лет, шансы повысить продолжительность жизни тут же увеличатся»; «лингвистические знания даже помогают найти свою вторую половинку», «учить иностранный язык полезно для романов не только за границей, но и в своей стране»), подмены цели («Вы подписались на сайт, потратили время, чтобы найти качественный и бесплатный ресурс, значит, у вас была и есть цель»; «ваше утро начинается с кофе и серфинга по соцсетям? Смените приоритеты и прямо сейчас позвольте себе роскошь саморазвития»; «сформулируйте свою мечту (для чего Вам нужен язык) и радуйтесь каждому шагу, который приближает Вас к ней»); имплантированные мотиваторы («1) хочу свободно излагать свои мысли на шведском <...> 3) хочу читать литературу в оригинале <...> 4) хочу самостоятельно путешествовать <...> 6) езжу к родственникам за рубеж, надоело, что все за столом смеются, а я ничего не понимаю <...> 18) хочу пройти стажировку за рубежом <...> 25) собираюсь блеснуть перед друзьями своими новыми знаниями, всех удивить знанием нового языка!»), предвидения («Если вы уснете сейчас, вы сможете увидеть свою мечту во сне. Если будете учиться сейчас, уже скоро вы сможете жить в своей мечте»; «в каждом человеке скрыт огромный потенциал. И каждый решает сам – развить или закопать свой потенциал. Сделали выбор в пользу развития?...»). Сказанное позволяет составить карты якорения.

Рациональная карта якорения основана на рациогенах, включает посулы, подмены цели, имплантированные мотиваторы и предвидения. Эмоциональная карта якорения основана на эмоциогенах, включает поглаживания, лозунги, в том числе и авторского происхождения, паремиологические единицы, трюизмы, интриги, приманки, аналоговые тексты, апелляции к авторитету, мнению большинства или прецедентным текстам, сенсорогены. Эмоциональная и рациональная карты уравновешены: эмоциональная карта содержит больше разновидностей, рациональная карта – количественно большее число якорей, явленных меньшим числом разновидностей, то есть эмоциональная карта «прошивает» рациональную.

Из пяти психотехник введения суггеренда в ресурсное состояние внушения (неполной фактивности, гиперконцентрации, деконцентрации, хаотизации, сенсбилизации) доминирует гиперконцентрация, исторически известная своей эффективностью втягивания в процесс аутосуггестии, особенно на уровне эмоциональной гиперконцентрации, здесь представленной как желание обладать чем-либо, выучив язык.

Утилизация транса (вы достигнете цели) основана на следующих трансовых методиках: прямой приказ («учитесь с нами легко», «приступайте прямо сейчас»), псевдодialog («Хотите научиться говорить на шведском? – Не ленитесь!»), временной дисконтинуум («Настало время приблизиться еще на один шаг к овладению языком»), использование слов с пустым референтным индексом («В эпоху доступной информации в Интернет это стало гораздо проще, Это займет 10–20 минут»), формирование псевдопотребности и приказ («И все что вам нужно это 10 минут свободного утреннего времени, Вы все равно посещаете интернет каждый день, так проведите это время с пользой – выучите новые слова на шведском. Вот просто прямо сейчас отложите все дела и посвятите пять минут себе – выучите несколько слов на шведском»), использование философских мотиваторов («ваш день будет прожит не зря! Не откладывайте жизнь на потом, Не откладывайте мечту «в долгий ящик»!), абсолютизаторов («Абсолютно все научные исследования лингвистов и психологов однозначно»), асимметричных сопоставлений («чем больше языков человек знает, тем выше его интеллектуальный уровень, лучше способность к адаптации в окружающем мире и все когнитивные способности»; «Новые знания с утра пораньше бодрят лучше контрастного душа!»), оценочных стимуляторов («Проведите следующие 20 минут эффективно! Выучить 10 новых иностранных слов – это очень просто!»), предоставление всех выборов (названы 25 причин, затем: «Нашли свою причину? – Выбор за вами! Выбор за вами, идти быстрой поступью к цели либо плестись в хвосте и потом всю жизнь жалеть, что не одолели эту дорогу»), псевдоказузация («И чем больше вы выучите слов, тем быстрее приблизите свою мечту»), вексельные формы («У Вас тоже всё обязательно получится. Верьте в свои силы и ставьте себе большие цели»), формирование мы-круга («и еще один совет», «вместе с нами»), возрастная регрессия («Так что не ленитесь и не придумывайте себе оправданий», «вам нужно в течение 21 дня не отлынивать от изучения, просто сделайте это и можете авансом гордиться собой за то, что именно сейчас не позволили лени управлять вашей жизнью»), введение в состояние антифактивности («Вы сами не заметите, как выучите язык в течение нескольких месяцев»).

Анализ текстов онлайн-мотиваторов к изучению иностранных языков в аспекте встроенных средств суггестивного воздействия показал их значительное число и разнообразие, а также двуканальное (рациональное и эмоциональное) влияние даже в современных безыскусных прагматических ориентированных произведениях малой формы, что обусловлено влиянием устойчивой педагогической традиции. Выполненный анализ предоставляет исследователю ключ к осмыслению намного более сложных текстов влияния – в диапазоне от ориентированных на коллективного суггеренда масс-медийных политических и рекламных до персонцентричных патогенных и терапевтических текстов.

Использованная литература:

1. Поршнев Б. Ф. О начале человеческой истории (проблемы палеопсихологии) / Б. Ф. Поршнев. – Москва : Мысль, 1974. – 487 с.
2. Слухай Н. В. Суггестия и коммуникация: лингвистическое программирование поведения человека / Н. В. Слухай. – Київ : Київський університет, 2012. – 319 с.

References:

1. Porshnev B. F. O nachale chelovecheskoy istorii (problemy paleopsikhologii) / B. F. Porshnev. – Moskva : Mysl, 1974. – 487 s.
2. Slukhay N. V. Suggestiya i kommunikatsiya: lingvisticheskoye programmirovaniye povedeniya cheloveka / N. V. Slukhay. – Kyiv : Kyivskiy universytet, 2012. – 319 s.

Слухай Н. В. Сучасні російськомовні мотиватори до онлайн-вивчення іноземних мов: аспект сугестивного аналізу

Мотиватори – поведінкові стимули, об'єктивовані вербальними та невербальними формами, належать до найдавніших феноменів людської комунікації. Центральне місце серед них посідають позитивні мотиватори, спрямовані на активізацію людини, розвиток і вдосконалення розуму й духу людини. У процесі вивчення іноземних мов мотиватори завжди відігравали значну роль, проте з розвитком мережі Інтернет їхня роль зросла, а природа мотиваторів змінилася відповідно до специфіки віртуального спілкування. З'явилися спеціально сконструйовані, або креативні, мотиватори – завершені стимулюючі тексти малого обсягу, побудовані з урахуванням традиційних і новітніх методик впливу на свідомість і підсвідомість людини. Креативні мотиватори успішно реалізують свій потенціал за умов наявності в них сугестивного складника – форм впливу в обхід раціональних каналів контролю свідомості адресата або за умови незвичайної апеляції до них. Як акт сугестивної комунікації типовий мотиватор має своєрідну структуру, що включає до свого складу пролонговану фазу якоріння, часто зредуковану фазу наведення трансу, особливу фазу утилізації трансу, досліджені у статті з боку трансових методик і засобів мовленнєвого втілення. Фаза конгруентного інклюзивного або знеособленого якоріння часто поєднана з фазою наведення трансу. Серед якорів у рівних пропорціях представлені стимулятори-емоціогени й стимулятори-раціогени: емоційна мапа містить більше різновидів якорів, раціональна мапа – більшу кількість якорів, представлених меншим числом різновидів, тобто емоційна мапа «прошиває» раціональну. Утилізація трансу заснована на особливих трасових методиках стимулювання до дії. Виконаний аналіз дає досліднику ключ до осмислення текстів впливу різного ступеня складності.

Ключові слова: мотиватори, сугестія, онлайн-комунікація, іноземні мови.

Slukhai N. V. Analysis of suggestion in modern Russian-language motivators for online foreign language learning

Motivators may be defined as behavioral incentives which are subjectivized in both verbal and non-verbal forms standing among the archaic phenomena of human communication. The core place among them belongs to positive motivators that act to incentivize, develop and improve the human mind and spirit. Motivators have always played an important role in the learning of foreign languages; however, they soared to new significance after the advent of the Internet, while the motivators' nature has changed according to specifics of the virtual communication. There appeared intentionally constructed (or creative) motivators – cohesive stimulating texts of small size that are compiled basing on both traditional and state-of-art techniques of influence on the human conscious and sub-conscious. Creative motivators successfully realize their potential only in the presence of a suggestion component, i.e. forms of influence that bypass the addressee's rational control or use an uncommon appeal to it. Being an act of suggestive communication, the typical motivator has a specific composition that includes an anchoring phase, a reduced phase of trance induction, and a specific phase of trance utilization; all three are studied in this article with regard to trance techniques and means of speech embodiment. The phase of congruent inclusive, or impersonal, anchoring is often merged with the phase of trance induction. Amongst the anchors, emotion-inducing and ratio-inducing stimulants are equally represented: an emotional map captures more anchor types, a rational map depicts more anchors represented by a smaller number of types; i.e. the emotional map “underruns” the rational one. Trance utilization is based on specific stimulating trance techniques. The study delivers clues for comprehending texts of influence of varying grades of complexity.

Key words: motivators, suggestion, online communication, foreign languages.