

Aleksander Kiklewicz
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
UWM w Olsztynie

ZUR SUGGESTIVEN FUNKTION DES TEXTES

1. Sprache und suggestive Funktion

In der modernen Linguistik herrscht bei all ihrer konzeptuellen und disziplinären Mannigfaltigkeit die Beschreibung der Sprache unter rationalen Gesichtspunkten vor. Das äußert sich darin, dass Sprache als eine Widerspiegelung des intellektuellen Modells der Welt betrachtet wird und dass das Verhältnis von Sprache und Denken traditionell die zentrale Stellung in der Problematik der psychischen Natur von Zeichensystemen einnimmt.

Die semiotische Beschreibung der Sprache als einer Repräsentation des intellektuellen Modells der Welt basiert auf einer Reihe von logisch-verbale Korrelationen in der Art von

Wort — Begriff
Satz — Urteil
Text — Schlussfolgerung

Ein rationalistisches Sprachverständnis hat in der strukturellen Sprachwissenschaft dominiert, aber es ist auch in der modernen diskursiv-pragmatischen Linguistik sehr verbreitet. Die Deutung der Sprache als rationellem Phänomen bildet den Kern der gegenwärtigen linguistischen Semantik. Bei der semantischen Modellierung von kommunikativen sprachlichen Einheiten (z.B. in der Theorie der Referenz) tritt als Ansatzpunkt die Kategorie der Wahrheit auf. Die Wahrheit repräsentiert, nach D. Bolinger, „eine solche Eigenschaft der Sprache, die uns die Möglichkeit gibt, einander zu informieren“ (1987, 29).

Für die moderne linguistische Kognitivistik ist es charakteristisch, dass man unter Sprache ein intellektuelles Modell der Welt, mit anderen Worten – eine Konzeptsphäre versteht, die die Sprachkommunikation bestimmt. A. A. Kožinova (1999, 8 ff.) schreibt beispielsweise mit Bezugnahme auf J. Locke, dass das Wort ein logisches Symbol ist und man sein Wesen im ausgedrückten Begriff suchen muss.

Das kommunikative Wesen der Sprache wird vorwiegend informativ verstanden. Es wird angenommen, dass die Mechanismen der Redetätigkeit rationalen Charakters sind. So verläuft nach Meinung von I. A. Zimnjaja der Prozess der Wahrnehmung der Redemitteilung in Form seiner Erfassung, und „das positive Resultat des Erfassungsvorgangs im Akt der Redewahrnehmung ist das Verständnis“ (1976, 5; vgl. Murzin/ Štern 1991, 27). Auch das Kooperationsprinzip von H. P. Grice 1985 (s. auch: Schwitalla 1979, 48 ff.) wurde bezüglich der rationalen Sprachkommunikation formuliert. So analysiert Grice nur dialogische Sprechakte, während die irrationale Spracheinwirkung (z.B. die Suggestion) regelmäßig monologisch ist.

Die logisch-rationelle Semantik des sprachlichen Zeichens stellt nur einen Teil seines Inhaltes dar. N. I. Žinkin (1987, 149 ff.) hat gezeigt, dass an einem Denkprozess nicht nur der Begriff, sondern auch die Vorstellung teilnimmt. Er hat über einen universellen gegenständlichen Denkkode („предметный код“) geschrieben, der im Rahmen des inneren Sprechens aktualisiert wird.

Wenn die psychische Natur der Sprache deklariert wird, so sollten zwei Abarten der semiotisch-psychischen Korrelationen berücksichtigt werden, nämlich

Wort — Begriff

Wort — Vorstellung

Es gibt einige lexikalisch-semantische Gruppen, für die die Vorstellung und die Empfindung im Vergleich zu dem Begriff eine größere Bedeutung tragen, z.B. die Adjektive, die Geschmacks-, Farben- oder Geruchsmerkmale bezeichnen, vgl. russ. *красный, бурый, фиолетовый, кислый, приторный, соленый* u.a. Darin liegt auch die Ursache für die Schwierigkeiten ihrer lexikalischen Beschreibung in traditionellen Wörterbüchern. Beispielsweise wird das Adjektiv russ. *соленый* – *salzig* im Wörterbuch als ‘содержащий соль и имеющий передаваемый ею характерный вкус’ erklärt (Evgen’eva 1984, 189). Aber es wird nicht beschrieben, was mit ‘dem charakterischen Geschmack von Salz’ gemeint ist. Im Artikel *соль* finden wir folgendes: ‘белое кристаллическое вещество с острым характерным вкусом, употребляемое как приправа к пище’. Wieder treffen wir auf ‘charakteristischen Geschmack’ ohne eine Konkretisierung. Vgl. auch die lexikographische Beschreibung der Wörter *salzig* und *das Salz* in einem deutschen Wörterbuch (Götz/Haensch/Wellmann 1997):

salzig – ‘mit dem Geschmack von Salz’.

Salz – ‘kleine weiße Kristalle, die ähnlich wie Meerwasser schmecken und sich leicht in Wasser auflösen’

Meerwasser – [nicht beschrieben]

Ferner muss man der starken Symbolisierung von Wörtern mit einer konkreten lexikalischen Bedeutung in einigen Diskursen Aufmerksamkeit

schenken. So werden konkrete Substantive wie russ. *окно, дорога, телефон, трактор* u.a. im künstlerischen Diskurs als verschiedene Symbole verwendet (vgl.: Timenčik 1988, 155 ff.). Infolge der Symbolisierung verliert das Wort die Verbindung mit seinem Begriff, es tritt als ein Zeichen mit unbestimmtem, irrationellen Inhalt auf, der stark von dem kommunikativen Kontext abhängt. Das Wort drückt in diesem Fall die eigentliche Bedeutung nicht aus, es spielt nur auf ein semantisches Merkmal an.

Die Beschreibung der natürlichen Sprache unter rein rationellem Aspekt ist auch im Sinne der modernen Verständigungspsychologie nicht ausreichend. Diese unterscheidet zwischen einigen Arten der verbalen Einwirkung auf den Adressaten, nämlich zwischen Überzeugung und Suggestion. Die Überzeugung basiert auf Information und logischer Argumentation (Begründung). Die Wahrnehmung der Mitteilung bei der Überzeugung ist bewusst und kritisch (Kulikov 1978, 18). Im Gegensatz dazu basiert die Suggestion auf irrationaler, nicht argumentierter Einwirkung eines Subjekts (Suggestor) auf das andere (Suggestent), sowie auch auf nicht kritischer Wahrnehmung der Mitteilung, Fehlen der logischen Analyse ihrer inhaltlichen Struktur, Trennung der Mitteilung von der Erfahrung und dem Zustand des Rezipienten.

Die pragmatische Funktion des Textes lässt sich nicht mit der illokutiven Funktion identifizieren. T. J. Janko (1994, 102 ff.) unterscheidet nicht nur zwischen illokutiven Zielen, sondern auch zwischen den Graden ihrer Explizierung und ihrer Bestimmtheit. Unserer Meinung nach ist die pragmatische Textfunktion durch zwei ihrer Abarten vorgestellt, und zwar (i) durch den Inhalt der verbalen Einwirkung und (ii) durch die Weise der verbalen Einwirkung. Die zweite Subfunktion (ii) besitzt zwei Bedeutungen: (j) die rationelle und (jj) die nicht rationelle Einwirkung auf den psychischen oder physischen Zustand des Adressaten, sowie auch (indirekt) auf dessen Aufforderung zu bestimmten Handlungen oder, umgekehrt, die Warnung davor. Die irrationelle Spracheinwirkung stellt keinen spezifischen illokutiven oder perlokutiven Akt dar, da in diesem Fall die Explikation des entsprechenden performativen Verbs ausgeschlossen ist. Vgl.:

(Warnung) *Предупреждаю вас, что в лесу есть волки — Ich warne euch, dass es im Wald Wölfe gibt.*

(Rat) *Я советую вам не ходить в лес — там есть волки — Ich rate euch, nicht in den Wald zu gehen. Dort gibt es Wölfe.*

(Suggestion) **Я внушаю вам, что коммунизм — это бесклассовый общественный строй с единой общенародной собственностью на средства производства, с полным социальным равенством всех членов общества, где вместе с всесторонним развитием людей вырастут и производительные силы на основе постоянно развивающейся науки и техники, все источники общественного богатства польются полным потоком и осуществится великий принцип "от каждого — по*

*способностям, каждому – по потребностям” – (*Ich suggestiere euch: Der Kommunismus ist eine klassenlose Gesellschaft mit einheitlichem Volkseigentum an Produktionsmitteln, mit voller sozialer Gleichheit aller Mitglieder der Gesellschaft, wo gleichzeitig mit einer allseitigen Entwicklung der Menschen auch produktive Kräfte auf der Basis einer sich ständig entwickelnden Wissenschaft und Technik erwachsen. Alle Quellen des gesellschaftlichen Reichtums werden sich maximal erschließen, und es wird das große Prinzip verwirklicht „jedem – nach seinen Fähigkeiten, jedem – nach seinem Bedarf).*

Bei der irrationalen, indirekten Einwirkung kommt der Gebrauch des performativen Verbs in der Form der 1. Person Singular dem „illokutiven Selbstmord“ gleich.

2. Faktoren der suggestiven Einwirkung

Hinsichtlich der suggestiven Textfunktion muss man soziale, psychologische, verbale, epistemologische und praxeologische Faktoren der suggestiven Textfunktion unterscheiden. Wir wollen diese Faktoren im einzelnen betrachten.

2.1. Soziale Faktoren

2.1.1. Die Autorität

Einer der wichtigsten sozialen Faktoren der Suggestion ist die Autorität (Image) des Suggestors, seine soziale und psychische Überlegenheit über den Suggestenten. Als Beispiel kann man die Autorität des Priesters bei magischer Suggestion oder die Autorität des Älteren bei pädagogischer Suggestion anführen. Image schafft Vertrauen zur Informationsquelle. Dieser Faktor erfüllt die Funktion der „indirekten Argumentation“. Andererseits nimmt der Suggestor gewöhnlich an, dass das Objekt der Einwirkung suggestionsfähig sei, denn es gibt Individuen, die zu Suggestibilität neigen (Kovalev 1972, 64; Sinicyan 1994, 7). So wird eine erhöhte Veranlagung zur Einwirkung bei folgenden sozialen Gruppen registriert: a) bei Kindern, b) bei Schlafenden, c) bei Personen im Narkosezustand, d) bei Personen im Hypnosezustand, e) bei Personen im Affektzustand (z.B. bei Aufregung oder bei religiöser Exaltation), f) bei Personen mit niedrigem Niveau des Intellekts, g) bei Personen, die eine Gruppe bilden.

Im Gegensatz dazu sind Personen weniger suggestibel, deren Beruf mit intellektueller Arbeit verbunden ist, und deren Intellekt unzureichend ausgebildet ist.

2.1.2. Der Monolog

Einer der wichtigen kommunikativen Faktoren der Suggestion ist der monologische Charakter der Sprechfähigkeit – der Suggesterent hat keine Möglichkeit, sich der Redeeinwirkung zu entziehen.

2.1.3. Die Menschenmenge

Einer der die Suggestion fördernden sozialen Faktoren ist der Massencharakter der Teilnehmer an einem Sprechakt – die suggestive Einwirkung ist besonders stark im Bezug auf eine Menschenmenge (Freud 1990, 14-15; Čeveši 1991, 33). Nicht zufällig hielt Lenin (1979) den Film für die wichtigste Kunstform – die Tatsache, dass sich eine große Anzahl der Menschen den Film im Zuschauerraum ansieht, erleichtert die Manipulation des Bewusstseins. In der Menschenmenge fehlt die reflexive Wahrnehmung, d.h. ihre Bezogenheit auf die Verhaltenspläne der Individuen, gibt es nichts Unmögliches. Das russische Sprichwort lautet nicht zufällig: *Ha миру и смерть красна* – *Unter Menschen ist der Tod auch schön.*

2.2. Psychische Faktoren

2.2.1. „Pygmalion-Syndrom“

Unter „Pygmalion-Syndrom“ versteht man die eingeschränkte Konzentration des Adressaten auf eine bestimmte Idee, die Beseitigung anderer Objekte aus dem Feld der aktiven Wahrnehmung.

2.2.2. Die Gewohnheit

Bei suggestiver Einwirkung verbindet sich die Textwahrnehmung mit einem Gewohnheitsmechanismus, der von Psychologen als ein Prozess der neuronalen Aktivitätsentspannung in Folge eintöniger Stimulierung beschrieben wird (Pribram 1975, 83). Gewohnheit bedeutet, dass keine Rezipientenreflexion stimuliert wird (Bechterev 1994, 92).

2.2.3. Die Dominante

Zu den wichtigen realisierenden Faktoren der Suggestion gehört auch die semantische Dominante – die Idee, die dem Adressaten suggeriert wird und die alle anderen inhaltlichen Textkomponenten unterdrückt. Die Lehre von der Dominanten wurde Anfang der 20er Jahre des letzten Jahrhunderts von A. A. Uchtomskij ausgearbeitet. Er behauptet, dass jedes individualisierte psychische Verhalten von der erlebten Dominante

abhängig ist, d.h. vom besonderen Reflex, der die Arbeit der Nervenzentren organisiert, andere Reizherde im Nervensystem bremst und somit der Verhaltensweise eine Richtung verleiht (Uchtomskij 1950, 171).

2.3. Verbale Faktoren

Im Unterschied zu der psychischen Ansteckung — einer unbewussten Disponiertheit des Menschen für bestimmte psychische Zustände (z.B. Panik) — werden bei der Suggestion bestimmte verbale Mittel intentional verwendet (Andreeva 1980, 104).

2.3.1. Die semantische Dublierung

Die strukturelle Organisation des Textes ist ein wichtiges Element der Suggestion. Gerade deshalb sind, wie viele Psychologen betonen, solche Menschen nicht suggestibel, die unfähig sind, die elementare inhaltliche Analyse des Textes vorzunehmen, z.B. Taubstumme oder Geistesgestörte. Unter strukturellem Aspekt wird der Text so aufgebaut, dass das „Pygmalion-Syndrom“ entsteht. Für eine solche Manipulation des Hörenden durch Suggestion wird die Operation der semantischen Dublierung von Komponenten des Textes aktiv verwendet. So kann eine verbale Suggestion ohne Hypnose erfolgen (Rockliff 1992, 4-10).

Das Prinzip der semantischen Dublierung von Texteinheiten widerspricht offensichtlich dem kommunikativen Kooperationsprinzip nach H. P. Grice, nämlich den Postulaten: *Sei kurz (vermeide unnötige Wörter)* und *Sei organisiert* (Grice 1985, 223).

Gerade umgekehrt, bei irrationaler Einwirkung auf den Adressaten mit Hilfe der Rede gewährleisten ausgerechnet viele Wörter und Monotonie (Nichtorganisiertheit) das Erreichen des geplanten Effekts. Im Zusammenhang damit kann man Sergij Radonežskij zitieren (Anfang des 15. Jh.):

Сытость бо и длъгота слова ратникъ есть слуху, яко и преумноженная пища телесем – Fülle und Ausführlichkeit der Rede fördern deren Aufnahme — so, wie ьppiges Essen den Körper fördert.

2.3.2. Die Verwendung der Numeralien

Die Zahl entsteht, wie bekannt, im Ergebnis der qualitativen Identifikation von Objekten. Das Zählen tritt im suggestiven Text als Mittel der Schaffung semantischer Eintönigkeit auf. Jede neue Erwähnung einer Kardinalzahl wird vom Rezipienten als ein Zeichen des Fehlens neuer Information wahrgenommen. Es setzt ihn einer widerstandslosen Unterwerfung unter die Absichten des Suggestors aus. Vgl. den Hypnotext bei V. Sinicyn (1994): Mit diesem soll die Idee des Schlafs suggeriert wer-

den, dabei werden auch bestimmte lexikalische Mittel gebraucht – Kardinalzahlen.

Итак, Вы начинаете уже ощущать в голове легкий туман... Раз... Ваши веки начинают наливать свинцовой тяжестью... Два... С каждым моим словом все тяжелей и тяжелей становятся Ваши веки... Вы забываетесь... Три... Невозможно уже держать глаза открытыми, они сами закрываются... Четыре... Вы засыпаете приятным лечебным сном... Спать... Пять... И когда я назову цифру „шесть“, Вы уснете крепким лечебным сном... Спать... Еще крепче смыкаются веки... Спать... Шесть... Спать! – Also, Sie beginnen schon im Kopf einen leichten Nebel zu spüren... Eins... Ihre Lider fangen an, bleischwer zu werden... Zwei... Mit jedem Wort von mir werden Ihre Lider schwerer und schwerer... Sie schalten ab... Drei... Sie können die Augen nicht mehr offen halten, sie schließen sich von selbst... Vier... Sie fallen in einen angenehmen heilenden Schlaf... Schlafen... Fünf... und wenn ich die Zahl „sechs“ nenne, schlummern Sie fest in heilendem Schlaf... Schlafen... Noch fester schließen sich die Lider... Schlafen... Sechs... Schlafen!

2.3.3. Die analytischen Konstruktionen

Die Verwendung analytischer Konstruktionen, z.B. in einem Dokument, erhöht dessen Kompliziertheit, die als Mittel der irrationellen Einwirkung auf den Adressaten auftreten kann, indem sie das soziale Prestige des Textes erhöht (s.o.).

2.3.4. Die Schaltwörter

Schaltwörter fördern die Reflektion über den Text, deshalb sind sie in Texten unerwünscht, die eine direktive Funktion erfüllen. Im Gegensatz dazu kann die Verwendung von Schaltwörtern hohe Reflektion und Gediegenheit bei der Textproduktion suggerieren. Dies lässt sich in wissenschaftlichen Texten beobachten, vgl.:

Один из основных референциальных признаков субъекта и адресата – это одушевленность. Отсутствие его у адресата приводит к созданию метафорических предложений [...] Таким образом, неодушевленность для адресата является, скорее, исключением, чем правилом (Верниковская 1998, 40).

Eines der grundlegenden Merkmale des Subjekts und des Adressaten ist die Belebtheit. Verfügt der Adressat nicht über dieses Merkmal, führt dies zur Produktion metaphorischer Sätze [...] Die Unbelebtheit eines Adressaten ist somit eher die Ausnahme, als die Regel.

Das Schaltwort *скорее (eher)* ist hier überflüssig, weil „неодушевленность адресата“, wie es aus dem Text folgt, kategorisch ausgeschlossen ist. Aber die Verwendung solcher modalen Operatoren muss dem

Text Wissenschaftlichkeit und Feinheit verleihen. Eine ähnliche Erscheinung war in den 70. Jahren auch in der polnischen Jugendsprache verbreitet — sog. *antymowa* (K. T. Toeplitz), vgl.:

A jak ty się nazywasz, na przykład?

A ile ty masz lat, mniej więcej?

– Czy książka jest twoja? – Chyba moja...

2.3.5. Die sprachlichen Stereotypen

Sprachliche, d.h. lexikalische Stereotypen werden in der Massenkommunikation, z.B. in Liedertexten häufig verwendet (Norman 1991, 120 ff.). Dies erfolgt mit der Intention, Welt zu vereinfachen. Der Text wird leichter erkannt und akzeptiert, der Rezipient vertraut ihm. Man kann in diesem Fall von einem „magnetischen Effekt“ sprechen, bei dem stereotype Sprache von Hörenden komplikationslos angenommen wird.

2.4. Die Epistemologischen Faktoren

Suggestive Sprechakten sind auch durch semantische Besonderheiten gekennzeichnet. Eine der wichtigsten ist die Manipulation mit der Kategorie der Wahrheit. Entsprechend den Normen der Redekommunikation darf der Sprechende nicht die Postulate der Qualitätskategorie verletzen, d.h. er darf das nichts sagen, was er für nicht wahrhaftig hält und wofür er keine Gründe hat (GRICE 1985, 223). Bei irrationaler Redeeinwirkung wird diese Forderung jedoch nicht eingehalten.

2.4.1. Mögliches als Reales

Im Prozess der Suggestion erfolgt oft die Manipulation „Mögliches als Reales“ darzustellen. Vgl. das oben angeführte Textbeispiel der heilenden Hypnose:

Sie fangen schon an, im Kopf einen leichten Nebel zu spüren...

Statt: *Vielleicht fangen Sie schon an, im Kopf einen leichten Nebel zu spüren...*

Ihre Lider sollten anfangen, bleischwer zu werden...

Statt: *Ihre Lider fangen an, sich bleischwer zu fühlen...*

Sie können die Augen nicht mehr offen halten...

Statt: *Es wird schwer sein, die Augen offen zu halten...*

Nicht zufällig schrieb S. Freud (1990) davon, dass es in der Menschenmenge nichts Unmögliches gibt: Alle suggerierten Handlungen werden als unaufschiebbar wahrgenommen und sollen dringend realisiert werden.

Die semantische Manipulation von der Art „Mögliches als Reales“ ist überhaupt sowohl für die Massenkommunikation, als auch für den alltäglichen Umgang charakteristisch. Die gleiche Tendenz offenbart sich in den Schlussfolgerungen vom Typ *ab posse ad esse*, die nach den Beobachtungen von T. V. Bulygina/A. D. Šmelev für den totalitären Diskurs kennzeichnend sind (1990, 142).

2.4.2. Die Hyperkausativität

Während der Adressant dem Adressaten seinen Willen aufdrängt und ihn zur Erfüllung bestimmter Handlungen oder zum Eintauchen in einen bestimmten Zustand zwingt, kann er den Bezug auf die Wirklichkeit als Nachahmungsbeispiel für den Adressaten verwenden. In diesem Fall gibt es eine gewisse Ähnlichkeit zwischen der Suggestion und der Magie. Bereits J. G. Frazer schrieb, dass in der Magie kausal-resultative Beziehungen verabsolutisiert werden (1986, 19; s. auch: Toporov 1991, 450). Die Suggestion, vor allem die rituelle, ist auch durch Hyperkausativität gekennzeichnet. In der Literatur der Romantik wurden individuelle erotische Leidenschaften immer auf dem Hintergrund der antiken Mythologie betrachtet (Machov 1991, 12).

2.4.3. Die Selektion der möglichen Welten

Der Suggestor wählt eine solche Welt oder einen solchen Blickpunkt, in dem das ihn interessierende Objekt im besten Licht erscheint. So wird das Positivimage geschaffen, d.h. es erfolgt eine Idealisierung des Gegenstandes. D. Bolinger schreibt, dass die „tückischste von allen Vorstellungen über die Wahrheit diejenige ist, die die Wahrheit buchstäblich macht“ (1987, 29). Wenn die kalifornischen Lieferanten von gedörrten Pflaumen, für ihre Ware werbend, behaupten, dass ein Pfund gedörrter Pflaumen mehr Vitamine und Mineralsalz enthält als ein Pfund frischer Früchte, so spiegeln sie dabei einerseits die reale Lage der Dinge wider, aber andererseits verschweigen die Reklameauftraggeber andere Eigenschaften von gedörrten Pflaumen, und vor allem — diejenigen, nach denen frische Früchte besser als gedörrte Pflaumen sind.

Ein anderes Beispiel für die Selektion der möglichen Welten kann die Auswahl der Temperaturskala sein. Sowjetische Zeitungen schrieben nämlich, indem sie die Sommerolympiade in Los Angeles 1984 kritisierten, an der die Sportler des „sozialistischen Lagers“ nicht teilnahmen, dass in Amerika eine furchtbare Hitze herrsche. Verwunderlich ist aber, dass dabei die Lufttemperatur in Los Angeles nicht nach der Celsiusskala angegeben wurde, was für Europa natürlich wäre, sondern nach der Fahrenheitskala.

Температура воздуха в Лос-Анджелесе достигает 75 градусов по Фаренгейту – Die Lufttemperatur in Los-Angeles erreicht 75 Grad Fahrenheit.

Warum? Die Manipulation mit der Wahrheitskategorie besteht hier darin, dass, im Vergleich zur Celsiusskala, die nominale Temperaturgröße nach der Fahrenheitskala bedeutend höher ist – 20 Grad Celsius entsprechen etwa 68 Grad Fahrenheit. Die Absicht der kommunistischen Zeitungen war darauf gerichtet, dem normalen sowjetischen Leser, der mit der Fahrenheitsskala nicht vertraut ist, ein unerträglich heißes Wetter in Los Angeles zu suggerieren.

2.5. Die praxeologischen Faktoren

Der Suggestion, wie auch allen performativen Ausdrücken, ist die Einheit von Text und Handlung eigen – einige suggestive Texte werden durch auf den gleichen Effekt gerichtete praktische Handlungen begleitet, z.B. ein Wiegenlied kann durch Schaukeln des Kindes begleitet werden (Melnikov 1987, 21).

3. Suggestive Gattungen

3.1. Folkloristische Texte

3.1.1. Die Volkslieder

- In den lyrischen Volksliedern werden gewöhnlich zwei Welten dargestellt – die Welt der Natur und „die Welt des Helden“, wobei die zweite auf dem Hintergrund der ersten beschrieben wird. Dies vermittelt dem Adressaten die Idee des gesetzmäßigen Zusammenhangs der Erscheinungen, bestätigt Nichtzufälligkeit und verstärkt Wichtigkeit der beschriebenen Ereignisse. Eine solche semantische Textstruktur ist in der Folklore breit vertreten, so auch in den weißrussischen Volksliedern, die nach dem Prinzip des Isomorphismus aufgebaut sind: Die menschlichen Beziehungen, die Taten, die Zustände werden gewöhnlich auf dem Hintergrund der Natur beschrieben, vgl. folgende weißrussische Volkslieder (Hajduk 1997):

*Ой ты, дубе кунджаравы,
Шырокі ліст на табе.
Ой ты, хлопча маладжавы,
Дурны розум пры табе.
Oh du lockige Eiche
Du hast breite Blätter
Oh du junger Bursche
Du hast einen kurzen Verstand.*

*Не з тучы, не з хмары дробны дождж ідзе,
Хлопец да дзяўчыны што вечар ідзе.
Nicht aus der Wolke, nicht vom Himmel regnet es
Ein Bursche jeden Abend zu einem Mädchen geht.*

*Адна гара высокая, а другая нізка,
Адна мілая далёка, а другая блізка.
Der eine Berg ist hoch, und der andere — niedrig
Eine Geliebte ist weit, und die andere nah.*

Das führende konstruktive Prinzip des Volksliedes ist die Analogie zwischen der Welt der menschlichen Beziehungen und der Welt der Natur. Da alles, was in der Natur vorgeht, als etwas Stabiles, Ewiges, als die Absicht Gottes widerspiegelnd betrachtet wird, werden all diese Attribute auch auf den menschlichen Diskurs übertragen. Die Erwähnung der Natur, in der etwas Ähnliches vorgeht wie im menschlichen Leben, muss alle Zweifel bezüglich der Realität oder Zufälligkeit des beschriebenen sozialen Fragments beseitigen. So kann man das letzte Beispiel folgenderweise interpretieren: 'Die eine Geliebte ist nah, und die andere – weit, und das ist so einleuchtend wie die Tatsache, dass ein Berg hoch, und der andere niedrig ist'.

3.1.2. Die Zaubersprüche

Zaubersprüche gehören zu den ältesten suggestiven Gattungen (Bartaševič 1992, 6). Die heilenden Zaubersprüche zeigen folgende Züge: a) die intime, vertraute Einwirkung auf einen Patienten ohne Teilnahme einer dritten Person; b) der Text wird im Flüsterton artikuliert, deshalb werden die weißrussischen Zaubersprüche auch als *шэпты, шаптанні* – *Flüstern* bezeichnet; c) die Krankheiten werden in der Regel personifiziert; es wird eine feste kausale Verbindung zwischen der Natur und dem physischen Zustand des Patienten hergestellt; d) die Textstruktur ist durch syntaktischen und semantischen Parallelismus sowie lexikalisch-semantische Wiederholungen gekennzeichnet.

Die heilenden Zaubersprüche fungieren als eine Art Placebo — ein magisches Mittel, das dem Patienten als Medikament ohne chemische Wirkung hilft, die weißrussischen Beispiele s. in: Fjadosik 1992.

3.1.3. Die Volksweisheiten

Volksweisheiten resultieren in der Regel aus Beobachtungen von Naturerscheinungen und Erscheinungen im menschlichen Milieu. Sie werden zur Suggestion und Autosuggestion praktiziert und treten oft als Zeichen

mit irrationalen und affektivem, nicht nominativem Inhalt auf. Die funktionale Aufgabe solcher Texte besteht darin, eine hohe Wissenskompentenz des Menschen auszudrücken, z.B. (Seržputoŭski 1998):

*Калі многа грыбоў, то мала мёду — Wenn es viele Pilze gibt, gibt es wenig Honig.
Калі свярбіць правая рука, то хтось даць грошы, а калі левая, то прыдзецца
плаціць грошы — Wenn die linke Hand juckt, bekommt man Geld, und wenn die
rechte Hand juckt, muss man Geld zahlen.*

3.2. Die altrussische Literatur

Der feierliche Stil in der Literatur des 10-12. Jh. und der ornamentale Stil in der Literatur des 14-16. Jh. ist durch suggestive Elemente markiert. Wie D. S. Lichačev schreibt, wurden in den altrussischen Texten des 9-15. Jahrhunderts synonymische Konstruktionen verbreitet, die Abstrahierung und Idealisierung aufweisen: „[...] Es taucht ein gewisser Übersinn auf, der nicht aus jedem Wort im einzelnen abgeleitet werden kann, sondern nur im Kontext erscheint“ (1980, 12; s. auch 1979, 107). Lichačev hebt hervor, dass sich synonymische Konstruktionen in der ornamentalen religiösen Prosa durch erhöhte Emotionalität und Irrationalität auszeichnen. Das Ziel solcher Konstruktionen war die Herstellung bestimmter psychischer Zustände und Stimmungen beim Hörer. Vgl. „Žitie Stefana Permskogo“ (15. Jh.):

*Един инок, един възединенный и уединенный и уединяся, един уединенный, един
единого бога и на помощь призывая, един единому богу моляся и глаголя [...]*

3.3. Das Wiegenlied

Die Suggestion ist eines der markantesten Kriterien der Sprechfähigkeit im Kindesalter, dies kennzeichnet die verbale Suggestion auch als eine ontogenetische Erscheinung. Die typische suggestive Gattung im System der sozialen Kommunikation mit dem Kind ist das Wiegenlied. Die pragmatische Funktion des Wiegenliedes besteht darin, die Aufmerksamkeit des Kindes auf den Schlaf zu lenken, sein Ziel ist „der schmerzlose Übergang des Kindes vom Zustand des Wachens in den Schlaf“ (Melnikov 1987, 19-20). Die strukturelle Organisation des Wiegenliedes ist dieser pragmatischen Funktion völlig unterworfen. Die wichtigste strukturelle Charakteristik von Texten dieser Gattung ist die Monotonie, die durch Wiederholung von Komponenten verschiedenen Formats erreicht wird. Die Monotonie des Textes wird auch dank der Verwendung von parasprachlichen Mitteln erreicht, wie z.B. durch die rhythmische

Organisation des Textes, das Singen, das Wiegen, die monotone Intonation, die Dunkelheit u.a.

Die globale semantische Struktur der Mehrheit von Wiegenliedern ist auf dem Prinzip der Implikation aufgebaut. Ein Teil davon – das Antecedens – hat erzählenden Charakter und berichtet über die Natur (öfter die Tierwelt), die im Schlaf versunken ist. Vgl. ein Fragment aus dem „Wiegenlied“ von V. Brjusov:

*...Птицы спят;
 Накормили львицы львят;
 Прислонясь к дубам, заснули
 В роце робкие косули;
 Дремлют рыбы под водой;
 Почивает сом седой.
 ... Die Vögel schlafen;
 Die Löwinnen haben ihre Kleinen gefüttert;
 An die Eichen angelehnt sind
 Im Hain die schüchternen Rehe eingeschlafen;
 Fische schlummern unter Wasser
 Der graue Wels ruht aus.*

Ein anderer Teil des Wiegenliedes – der anaphorische – enthält die imperative Semantik und betrifft unmittelbar den Suggestenten, vgl.

*Спи, мой мальчик!..
 Спи, усни!..
 Баю-баю-бай!..
 Schlaf, mein Junge!..
 Schlaf, schlaf ein!
 Eia, eiaropeia!*

Zwischen diesen zwei Teilen stellt sich eine kausal-resultative Beziehung ein: Die Beschreibung der Welt soll nach der Absicht des Sprechenden die Aufmerksamkeit des Kindes auf die Idee des Schlafs richten, einen Effekt der Unvermeidlichkeit des Übergangs vom Zustand des Wachens in Schlaf schaffen, anders gesagt, die Unterwerfung des kindlichen Willens unter die umgebenden Welt soll erreicht werden. Vgl. einen von diesem Standpunkt aus charakteristischen Auszug aus dem Wiegenlied von K. Balmont:

*Легкий ветер присмирел,
 Вечер бледный догорел,
 С неба звездные огни*

*Говорят тебе: „Усни!..“
 Der leichte Wind hat sich gelegt,
 Der blasse Abend ist verloschen,
 Vom Himmel die Sternlichter
 Sagen dir „Schlaf ein!“*

3.4. Liebeslyrik

Lexikalische und grammatische Wiederholungen, syntaktische Parallelismen, mehrmalig wiederholte Anreden sind auch für die Poesie der Romantik charakteristisch (Machov 1991, 4). Elemente der Suggestion sind wahrscheinlich überhaupt für die Liebeslyrik kennzeichnend. Vgl. das Gedicht von A. Puškin „*вас любил...*“ („Ich habe Sie geliebt...“). R. Jakobson (1983, 470) wurde seinerzeit auf lexikalisch-grammatische Wiederholungen in diesem Text aufmerksam: Von 47 Wörtern, die den Text konstituieren, sind 14 Pronomen, davon kommt „ich“ viermal vor, aber nur im Nominativ und nur im Zusammenhang mit der Akkusativform „Sie“. Das Pronomen „Sie“ kommt sechs Mal vor, aber nur in indirekten- „gerichteten“ Kasus, nämlich, im Akkusativ und Dativ. Die Dublierung der syntagmatischen Gruppe *я вас – ich Sie* erfüllt eine suggestive Funktion – die Suggestion eines Bildes von tiefer erotischer Beziehung. Dank dem Prinzip der semantischen Wiederholung bildet jede neue Komponente nur eine Variation des schon vorgegebenen Themas, sie dient der Entwicklung einer bereits bestimmten semantischen Gestalt. Durch die Wiederholung wird diese Gestalt immer dominanter.

4. Schlussbemerkung

Die wichtigsten Merkmale der irrationalen und insbesondere suggestiven Einwirkung (lexikalisch-semantische Dublierung, Hyperkausalität, semantische Eindeutigkeit u.a.) realisieren sich vorwiegend in den Grenzen von Einheiten größeren Formats und unter der Bedingung, dass die kommunikative Einwirkung relativ langfristig ist. Diese funktionalstrukturelle Entsprechung weist darauf hin, dass die suggestive Funktion eine spezifische Funktion eben des Textes als Einheit transphrastischen Ausmaßes ist. Diese Funktion ist auch in verschiedenen modernen Kommunikationsbereichen verbreitet, z.B. im Bereich der politischen und wirtschaftlichen Werbung, der heilenden Hypnose, der Psychotherapie, der Schulpädagogik und der Liebeslyrik.

Literaturverzeichnis

- Andreeva, G. M. (1980), *Social'naja psihologija*. Moskva.
- Bartašević, G. A. (1992), *Belaruskija zamovy*. In: Zamovy. Red. A.S. Fjadosik. Minsk, 530.
- Bechterev, V. M. (1994), *Gipnoz. Vnuenie. Telepatija*. Moskva.
- Bolinger, D. (1987), *Istina — problema lingvističeskaja*. In: Jazyk i modelirovanie social'nogo vzaimodekstvija. Moskva, 23–43.
- Bulygina, T. V./Šmelev A. D. (1990), „Vozmonosti” estestvennogo jazyka i modal'naja logika. In: Jazyk logiki i logika jazyka. Moskva, 135–167.
- Cheveši, M. A. (1999) *Fenomen „tolpy” v traktovke filosofii XX v.* In: Filosofskie nauki. 1/2, 29–41.
- Dönninghaus, S. (1999), *Sprache und Täuschung. Ein Beitrag zur lexikalischen Semantik des Russischen unter Berücksichtigung kognitionstheoretischer Überlegungen*. Wiesbaden.
- Evgen'eva, A. P. (Hrsg.) (1984), *Slovar' russkogo jazyka*. T. 4. Moskva.
- Fjadosik, A. S. (red.) (1992), *Zamovy*. Minsk.
- Frazer, J. G. (1986), *Zolotaja vetv'*. Moskva.
- Freud, S. (1990), *Psichologija mass i analiz èlovečeskogo „ja”*. In: Iskusstvo kino. XI, 11–24.
- Götz, D./Haensch, G./Wellmann H. (Hrsg.) (1997), *Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache*. Berlin etc. 1997.
- Grice, H. P. (1985), *Logika i rečevoe obščenie*. In: Novoe v zarubežnoj lingvistike. 16. Lingvističeskaja pragmatika. Moskva, 217–237.
- Hajduk, M. (red.) (1997), *Pesni Belastotčyny*. Minsk.
- Jakobson, R. (1983), *Poezija grammatiki i grammatika poezii*. In: Semiotika. Moskva, 462–482.
- Janko, T. J. (1994), *Opisanija mira i rečevye dejstvija*. In: Logičeskij analiz jazyka. Jazyk rečevych dejstvij. Moskva, 99–105.
- Kovalev, A. G. (1972), *Kurs lekcij po social'noj psihologii*. Moskva.
- Kožinova, A. A. (1999), *Introvertirovannyj obraz mira v tekstach Kirilla Turovskogo*. Minsk.
- Kulikov V. (1978), *Psichologija vnušenija*. Ivanovo.
- Lenin V. I. (1979), *Polnoe sobranie sočinenij*. 10. Moskva.
- Lichačev, D. S. (1979), *Poetika drevnerusskoj literatury*. Moskva.
- Lichačev, D. S. (1980), „Preodolenie slova” v stile „pletjenija sloves” i istoriko-literaturnoe značenie ètogo javlenija. In: Túrnovska knižovna škola. 2, Sofija, 9–25.
- Machov, Ř. Ľ. (1991), *Ljubovnaja ritorika romantikov*. Moskva.
- Mel'nikov, M. N. (1987), *Russkij detskij fol'klor*. Moskva.
- Murzin, L. N./Štern, A. S. (1991), *Tekst i ego vosprijatie*. Sverdlovsk.
- Norman, B. J. (1991), *Lingvistika kadogo dnja*. Minsk.
- Pribram, K. H. (1975), *Jazyki mozga*. Moskva.
- Rockliff, D. (1992), *Tainstvennyje i sverchjestestvennyje javlenija*. Moskva.
- Schwitalla, J. (1979), *Dialogsteuerung in Interviews. Ansätze zu einer Theorie der Dialogsteuerung mit empirischen Untersuchungen*. München.
- Seržputouski, A. K. (1998), *Prymchi i zababony belarusau-paleškoj*. Minsk.
- Sinicyn, V. (1994), *Skola vnušnja i gipnoza*. Grodno.
- Timenčik, H. D. (1988), *K simvolike telefona v russkoj poezii*. In: Trudy po znakovym sistemam. XXII. Zerkalo. Semiotika zerkal'nosti. Tartu, 155–163.
- Toporov, V. N. (1991), *Zagovory i mify*. In: Mify narodov mira. 1. Moskva, 450–452.

- Uchtomskij, A. A. (1950), *Sobranie sočinienij*. 1. Leningrad.
- Vernikovskaja, T. V. (1998), *Adresatnaja situacija v pol'skom jazyke*. Minsk.
- Zimnjaja, I. A. (1976), *Smyslovoe vosprijatie rečevogo soobščeniya*. In: Dridze, T. M. / Leon-t'-ev, A. A. (Hrsg.), 1976, *Smyslovoe vosprijatie rečevogo soobščeniya (v uslovijach massovoj komunikacii)*. Moskva, 5–33.
- Žinkin, N. I. (1987), *O kodovykh pereključenijach vo vnutrennej reči*. In: *Obščee jazykoznanie. Chrestomatija*. Minsk, 139*152.

Summary

The author discusses the basic postulates of logical and pragmatic concepts of the language, distinguishes several aspects of verbal communication influence: a) it concerns the content of influence, b) it concerns the way of influence: ab) the rational influence, bb) the suggestive influence. The suggestion is considered a function, characteristic for the text, which is the linguistic unit of the largest format. Different factors of suggestive function realization in the text are considered: social, psychical, verbal as well as epistemological, and the also suggestive genres and types of texts: folk texts, texts of superstitions, texts of ancient literature, texts of lullabies, texts of lyrical poetry and other.