

Е.В. Шелестюк

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

**Онтология
и методология исследования**

Монография

2-е издание, исправленное и дополненное

Москва
Издательство «ФЛИНТА»
Издательство «Наука»
2014

УДК 80
ББК 81.2-5
Ш42

Шелестюк Е.В.
Ш42 Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография / Е.В. Шелестюк. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. — 344 с.

ISBN 978-5-9765-2032-5 (ФЛИНТА)
ISBN 978-5-02-038611-2 (Наука)

В монографии обсуждается онтологическая природа речевого воздействия как воздействия, определяемого предметными целями коммуникации; рассматривается сущность трех основных способов РВ — убеждения, внушения и побуждения; приводятся классификации типов, приемов, средств и инструментов этого явления. Предлагается комплексная методология исследования речевого воздействия, соответствующая иллюкутивному, перлокутивному и локутивному ракурсам его рассмотрения.

Для студентов, аспирантов и преподавателей филологических факультетов вузов.

УДК 80
ББК 81.2-5

ISBN 978-5-9765-2032-5 (ФЛИНТА)
ISBN 978-5-02-038611-2 (Наука)

© Шелестюк Е.В., 2014
© Издательство «ФЛИНТА», 2014

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Глава 1. Речевое воздействие как объект исследования	13
1.1. Научные области, исследующие явление речевого воздействия	13
1.2. Лингвистические методики исследования речевого воздействия	15
1.3. Содержание и объем понятия «речевое воздействие»	30
1.4. Факторы и психологические законы речевого воздействия. Организация речевоздейственной коммуникации в аспекте деятельности	40
1.5. Способы речевого воздействия	43
1.6. Типы речевого воздействия	56
1.7. Приемы речевого воздействия	66
1.8. Инструменты некорректного аргументирования — софизмы	86
1.9. Особенности речевого воздействия в СМИ. Коммуникативная асимметрия как фактор идеологического воздействия	98
Выводы по главе 1	112
Глава 2. Речевое воздействие в различных компонентах речевой коммуникации. Феноменология РВ в тексте	114
2.1. Сущность и типы речевоздейственных текстов	115
2.2. Стилистические и жанровые особенности текстов популярной психологии	117
2.3. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности	127
2.4. Лингвистический анализ воздейственного потенциала текстов	133
2.4.1. Примеры лингвистического анализа аргументативных и суггестивных характеристик текстов популярной психологии	145
2.5. Экспериментальная верификация выводов лингвистического анализа воздейственности текстов	193
2.5.1. Шкалирование (семантический дифференциал) как способ выявления внушающего воздействия текста	193
2.5.2. Топологический эксперимент как способ выявления убеждающего воздействия текста	208
Выводы по главе 2	217

Глава 3. Феноменология речевого воздействия в планах адресанта и адресата	220
3.1. Интенционально-смысловой и дискурсивно-коммуникативный аспекты речевого воздействия	220
3.1.1. Смысл в герменевтическом аспекте	221
3.1.2. Смысл в психологическом аспекте	224
3.1.3. Единицы смысла — «смысловые структуры»	227
3.1.4. Смыслообразование на разных уровнях сознания	233
3.2. Речевое воздействие в плане адресанта. Интенции адресанта (иллокутивные силы) и этапы интенционально-смыслового развертывания текста	242
3.3. Речевое воздействие в плане адресата. Закономерности смыслового восприятия текста и его перлокутивный эффект	260
3.3.1. Зависимость речевого воздействия от уровня языковой личности реципиента	273
3.3.2. Эффективность воздействия и составляющие РВ	283
Выводы по главе 3	288
Заключение	291
Литература	297
Приложение	317

ВВЕДЕНИЕ

В научном обиходе понятие речевого воздействия имеет относительно недолгую историю. Само понятие было введено в начале 1970-х годов группой психолингвистов при Институте языкознания АН СССР и впервые обозначено в сборнике «Речевое воздействие: Проблемы прикладной психолингвистики» [1972]. Так, речевое воздействие было выделено в отдельную научную проблему, актуальную для целого ряда стыковых дисциплин, таких как психолингвистика, прагмалингвистика, стилистика, лингвориторика, теория речевого общения.

Несмотря на накопленные теоретические и практические данные о речевом воздействии, вплоть до настоящего времени онтологический статус данного явления нельзя признать четко очерченным, нет также универсальной методологии его анализа. Вместе с тем очевидно, что современные парадигмы лингвистики позволяют взглянуть на эту проблему с разных сторон и интегрировать различные данные в целостную картину. Мы полагаем, что только такой целостный взгляд на речевое воздействие может создать теоретическую базу для изучения его проявления в специальных областях — психотерапевтическом, политическом, публицистическом, педагогическом и прочих дискурсах, а также особенностей воздейственных текстов разных стилей и жанров¹. В противном случае наработки по речевому воздействию в специальных областях будут грешить однобокостью и недостаточной теоретической обоснованностью, а экстраполяция данных с одной области на другую вызовет затруднение.

В данном исследовании осуществлен системный подход к явлению речевого воздействия, соединяющий парадигмы психолингвистики, лингвистики текста, прагмалингвистики, неориторики и филологической герменевтики. Здесь рассматривается онтология речевого воздействия, приводится подробная классификация его способов, типов,

¹ Как синоним слова «воздейственный» мы будем использовать термин «речевовоздейственный».

приемов и инструментов, предлагается оригинальная комплексная прагма- и психолингвистическая методология анализа РВ — в ракурсе текста, адресанта и адресата сообщения. Широта нашего подхода связана с психолингвистической онтологией речевого воздействия, обусловленностью речевоздейственной речевой коммуникации, психическими структурами коммуникантов (мотивами, установками, ценностями и проч.), находящимися за пределами собственно речевой коммуникации. Поэтому, наряду с наиболее очевидной для традиционной лингвистики «поуровневой» методикой исследования аргументативных и суггестивных свойств текста, мы сочли важной разработку методик определения воздействия с помощью оценки смысловых структур автора и реципиентов текста. В разработке этих методик мы опирались на позитивный опыт школ интен-анализа и герменевтического анализа, которые, наряду с другими междисциплинарными направлениями, значительно расширили исследовательскую сферу теории языка.

Объектом нашего исследования является речевое воздействие как сложный психолингвистический процесс. Предметом изучения является речевое воздействие в онтологическом и феноменологическом аспектах, то есть выявление существенных признаков данного явления и его проявлений в процессе речевой коммуникации.

Основную гипотезу исследования можно сформулировать следующим образом: речевое воздействие распространяется на три основных компонента речевой коммуникации — адресанта, воздейственный текст и адресата (реципиента). Начальный и конечный пункты речевого воздействия охватывают структуры сознания коммуникантов в виде интенциональных смысловых структур адресанта и трансформированных смысловых структур адресата. Промежуточное звено, носитель информации — воздейственный текст, воплощает смыслы адресанта (и потенциальные смыслы адресата) в языковой форме — в виде комплекса лингвистических средств убеждения, внушения и побуждения. Речевое воздействие доступно изучению в любом из трех модусов его существования, причем результаты этих исследований взаимно подтверждают друг друга.

Целью исследования является рассмотрение онтологических свойств речевого воздействия, представление развернутой классификации его способов, типов, средств и инструментов, разработка ком-

плексной трехсторонней методологии его анализа. Поставленная цель обусловила решение следующих задач:

- 1) определить содержание и объем понятия речевого воздействия;
- 2) выявить характеристики данного явления, факторы и психологические законы его протекания, особенности организации речевоздейственной коммуникации;
- 3) выстроить классификацию речевого воздействия;
- 4) осуществить анализ речевого воздействия в ракурсе локуции (системный лингвистический анализ аргументативно-суггестивных свойств текста);
- 5) исходя из концепции речевого воздействия как диалога смыслов, рассмотреть понятие смысла в герменевтическом и психологическом аспектах, основные смысловые структуры и процесс смыслообразования на разных уровнях сознания;
- 6) проанализировать речевое воздействие в ракурсе адресанта и виды его прагматических намерений;
- 7) проанализировать воздействие в ракурсе адресата сообщения: оценить зависимость РВ от качества интерпретации, понимания и осмысления текста и от уровня языковой личности реципиента.

Системное изучение речевого воздействия потребовало попутного решения ряда дополнительных исследовательских задач, в частности, разработки или уточнения смежных с речевым воздействием научных понятий убеждения, внушения, побуждения, аргументативности, персуазивности, суггестивности, императивности и др., а также разработки нескольких следующих дополнительных практических и экспериментальных методик: количественное определение соотношения различных способов РВ в тексте; вычисление показателей истинности, информативности и информационной плотности текста; качественно-количественный анализ используемых когнитивных операций; методики определения речевого воздействия в ракурсах адресата и адресанта.

Решение данных задач осуществляется в рамках интегративного подхода, объединяющего направления психолингвистики, лингвистики текста, прагмалингвистики, неориторики и филологической герменевтики. Эти направления в комплексе и составляют методологическую и теоретическую базу нашего исследования. Мы использо-

вали такие методы, как прагматический анализ (включая анализ типов речевых актов, иллокутивных целей текста и оценку потенциальной эффективности коммуникации), когнитивный анализ (анализ когнитивных операций и логических процедур с точки зрения их влияния на речевое воздействие), риторический анализ (анализ структур аргументации и топики текстов), анализ лингвистических средств суггестии, экспериментальные методы психолингвистики, анализ коммуникации в свете теории речевой деятельности, интен-анализ, герменевтический анализ и ряд вспомогательных методов.

Теоретическую базу данного исследования составили следующие концепции отечественных и зарубежных авторов, посвященные различным аспектам исследования коммуникативной деятельности и речевого воздействия: а) теории коммуникации и информационного обмена (В.Л. Артемов, Т.М. Дридзе, И.А. Зимняя, А.А. Леонтьев, А.Н. Леонтьев, В.Ф. Петренко, М.И. Скуленко, О.А. Феофанов, Ю.А. Шерковин и др.); б) психолингвистика, прагмалингвистика и дискурс-анализ (А.Н. Баранов, М.Р. Желтухина, О.С. Иссерс, А.А. Котов, П.Б. Паршин, Ю.К. Пирогова, Е.Ф. Тарасов, Л.Л. Федорова и др.); в) суггестивная лингвистика и «нейролингвистическое программирование» (А.П. Журавлев, Й. Мистрик, Р.Г. Мшвидобадзе, В.Я. и А.В. Семке, И.Ю. Черепанова, Р. Бендлер, Дж. Гриндер и др.); г) риторика и неориторика (А.А. Волков, В.З. Демьянков, А.А. Ивин, И.А. Стернин, Г.П. Щедровицкий, Ж. Дюбуа, И. Коппершмидт, Л. Ольбрехт-Тытека, Х. Перельман и др.); д) теория речевой деятельности (школа А.Н. Леонтьева и А.А. Леонтьева) и е) филологическая герменевтика (школа Г.И. Богина).

Новизна исследования заключается в том, что в работе впервые предлагается системный подход к речевому воздействию, позволяющий рассматривать его в ракурсе основных аспектов речевой коммуникации. Три направления нашего исследования относительно автономны и взаимодополняемы. Благодаря такому подходу речевое воздействие предстает как явление, проявляющееся в тексте в виде в виде категорий аргументативности, суггестивности и императивности, а также ряда речевых актов, соответствующих убеждению, внушению и побуждению; в ракурсе адресанта — в виде интенций говорящего воздействовать на те или иные смысловые структуры адресата; в ракурсе адресата — в виде трансформаций его смысловых структур под воздействием текста. Новизна работы также заключается в разра-

ботке ряда методик качественного и количественного определения различных аспектов речевого воздействия.

В работе определен онтологический статус речевого воздействия, выявлена его коммуникативно-прагматическая и психолингвистическая сущность. Упорядочен терминологический аппарат, связанный с проблемой исследования речевого воздействия. Выстроена разветвленная классификация речевого воздействия, разработана и апробирована комплексная методология его анализа. Уточнены смежные с речевым воздействием научные понятия, разработан ряд дополнительных практических и экспериментальных методик.

Методология исследования речевого воздействия, предложенная в работе, а также включенные в нее отдельные методики (в частности, определения количественных показателей аргументативности, суггестивности, истинности, информативности, информационной плотности текста) могут использоваться для анализа ответственности текстов гуманитарной сферы. Методы анализа интенциональных структур адресантов и выявления закономерностей трансформаций смысловых структур реципиентов могут также применяться для анализа речевой деятельности в психолингвистике и теории речевой коммуникации. Указанные результаты могут быть рекомендованы для использования в учебном процессе, в курсах лекций и спецкурсах, связанных с проблемами речевого воздействия: психолингвистика, теория текста, теория речевой коммуникации, прагмалингвистика, когнитивная лингвистика, социолингвистика, стилистика и риторика. Кроме того, данное исследование может быть применено профессионалами в области практической коммуникации: практикующими психологами и психотерапевтами, журналистами, специалистами по речевому имиджу.

В качестве основной эмпирической базы взяты работы современных авторов жанра популярной психологии (около 5000 страниц текста), таких как Р. Бендлер, Т.В. Гагин, Д. Гордон, Дж. Гриндер, В. Гурангов и В. Долохов, Р. Дилтс, А. Егидес, Д. Карнеги, Р. Кийосаки, Н. Козлов, В. Леви, М. Норбеков, Дж. Рон, А. Свияш, Г.Н. Сытин, Н. Хилл и др. Предмет и задачи нашего исследования обусловили широкий диапазон единиц анализа: отдельное высказывание, коммуникативный блок, текст книги и ряда книг одного автора, тексты той или иной тематики, написанные разными авторами.

Материал исследования представляет собой своеобразный речевоздейственный дискурс, ближе всего находящийся к воспитательно-педагогическому и психотерапевтическому дискурсам, сочетая их черты. Осознавая своеобразие текстов популярной психологии как воздейственного дискурса, мы, тем не менее, считаем, что большинство выводов относительно речевого воздействия в них, а также предлагаемая комплексная методология оценки РВ вполне могут быть экстраполированы и на другие виды дискурса, в которых убеждение или внушение являются основными целями (например, на сферы масс-медиа, педагогики, делового общения, судебного ораторства и т.п.).

Говоря о стилистической и жанровой принадлежности текстов популярной психологии, следует отметить, что они относятся к научно-популярному подстилю научного функционального стиля (с элементами публицистического, художественного и разговорного стилей) и представляют собой специальный жанр научно-популярной литературы, состоящий, в свою очередь, из ряда поджанров, определяемых по тематическому признаку: «искусство общения»; отношение к себе, к другим, к различным аспектам жизни; терапия конкретных психологических проблем; достижение личного успеха в различных областях; самосовершенствование, самоактуализация, «личностный рост», тренировка отдельных способностей; решение проблем здоровья и его укрепление с помощью психотехник.

Приведем основные положения, выносимые на защиту:

1. Речевое воздействие есть влияние, оказываемое субъектом на реципиента с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств в процессе речевого общения, обусловленное особыми предметными целями говорящего, включающими: изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройку его категориальных конструктов, влияние на поведение, изменение эмоционального настроя либо психофизиологических процессов. Промежуточными задачами речевого воздействия являются: преодоление защитного барьера реципиента («негоциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдетико-когитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально-установочное внушение). Речевое воздействие имеет и обратную сторону: это изменения смысловых структур, оценок, поведенческих моделей и психофизиологических процессов реципиента в результате речевого действия субъекта коммуникации.

2. Речевое воздействие осуществляется в виде набора речевых актов, объединяющихся в ряд типов: социальное воздействие, воздействие с помощью художественных образов, информирование, доказывание, аргументация, симулированный диалог, уговаривание, призыв, повеление, принуждение, оценка, эмоциональное воздействие, психическое программирование. Способами речевого воздействия являются убеждение, внушение и побуждение, внутри которых выделяется ряд приемов и инструментов.

3. В текстах основные способы речевого воздействия — убеждение и внушение — проявляются в наличии соответствующих речевых актов (РА убеждения и РА внушения) и соответствующих типов РВ. Но само по себе присутствие этих видов речевых актов еще не обеспечивает убедительности и суггестивности текста; важную роль играют лингвистические и логико-риторические средства, способствующие достижению убеждающего или внушающего эффекта. Мы объединяем эти средства в понятия текстовых категорий аргументативности и суггестивности.

4. Аргументативность (доказательность) обеспечивается такими свойствами текста, как истинность положений текста; аргументированность, зависящая от качества и количества используемых для доказательства когнитивных операций; целостность текста, отражающая логику смысловой предикации; информативность, которая включает в себя информационную насыщенность и новизну (полезность). Аргументативность включает подкатегорию персуазивности (убедительности, связанной с усилением аргументации), обеспечиваемую рядом микро- и макролингвистических средств: риторическими фигурами, софизмами, а также связностью, имплицитностью и модальностью текста.

5. Суггестивность текста предполагает воздействие на подсознание читателя посредством специфически маркированных компонентов и структур текста косвенно, через бессознательное, способствующих реализации целеустановки адресанта. Суггестивность проявляется в ряде допропозициональных лингвистических характеристик текста: на уровнях фонетики, просодики, графики, орфографии, синтаксиса, лексики, словообразования, морфологии. Кроме того, она может проявляться и на макролингвистическом уровне: в категории персональности, в плотности информации, в структурно-композиционной организации текста и в его стилевых особенностях.

6. Предлагаемая нами методика лингвистического анализа текста с целью выявления его речевоздейственного потенциала является достаточно строгой процедурой, позволяющей количественно и качественно определять соотношение способов и типов речевого воздействия в нем и выявлять его аргументативно-суггестивные свойства. На практике можно ограничиться анализом отдельных аспектов аргументативности и суггестивности — в зависимости от исследовательского интереса.

7. Исследование РВ в ракурсе адресанта выявляет ряд поэтапно реализуемых интенций адресанта, связанных с трансформацией смысловых структур адресата. Подготовительный этап включает в себя процедуры: адаптации, презентации автора, презентации тематики, формирования мотива восприятия текста, описания проблемной ситуации сквозь призму личностных смыслов адресанта. Основной (рефрейминговый) этап воздействия включает процедуры: изменения личностных смыслов и смысловых диспозиций адресата; рефрейминга категориальных конструкторов (убеждений, ценностей и потребностей) адресата; мотивирования и программирования деятельности, имплицитной содержанием текста; программирования психофизиологических процессов.

8. Исследование речевого воздействия в ракурсе адресата выявляет зависимость трансформаций его смысловых структур от особенностей интерпретации, понимания и осмысления текста. Кроме того, приемлемость содержательно-смыслового наполнения текста для реципиентов, отражающая один из аспектов эффективности текстового воздействия, обнаруживает зависимость от уровня языковых личностей реципиентов.

Глава 1

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Научные области, исследующие явление речевого воздействия

«Речевое воздействие» как исследовательское направление охватывает комплекс проблем, изучаемых в отечественной науке начиная с 1970-х годов и традиционно относящихся к таким предметным областям, как идеологическая пропаганда, лекторско-пропагандистская деятельность, проблемы психологии речи и речевого общения, педагогическое и психотерапевтическое воздействие, судебно-ораторское искусство и др. В 1990-х годах практические аспекты речевого воздействия стали активно разрабатываться также в таких предметных областях, как массовая коммуникация, реклама, PR-технологии.

Традиционно проблемы речевого воздействия рассматривались в русле психологии, социологии, теории коммуникации, педагогики, например [Леонтьев А.А. 1972, Леонтьев А.Н. 1977; Феофанов О.А. 1974, Поршнев Б.Ф. 1979, Шенк Р. 1980 (перев. с англ.), Артемов В.Л. 1985, Скуленко М.И. 1986; Дридзе Т.М. 1984; Зимняя И.А. 1976, 1978; Петренко В.Ф. 1988, 1990].

В числе отечественных работ 1970—1980-х годов, посвященных лингвистическим аспектам речевого воздействия, следует упомянуть следующие: [Левин Ю.И. 1974; Киселева Л.А. 1978; Тарасов Е.Ф. 1986; Баранов А.Н., Паршин П.Б. 1986; Безменова Н.А. 1989; Проблемы эффективности... 1989]. Важный вклад в лингвистическое и междисциплинарное изучение речевого воздействия внесли отечественные публикации, которые появились в серии сборников, опубликованных Институтом языкознания АН СССР (издательство «Наука»): «Речевое воздействие: Проблемы прикладной психолингвистики» (1972);

«Смысловое восприятие речевого общения» (1976); «Общение: теоретические и прагматические проблемы» (1978); «Теоретические и прикладные проблемы речевого общения» (1979); «Проблемы организации речевого общения» (1981); «Общение: структура и процесс» (1982); «Текст и культура» (1985); «Деятельностные аспекты языка» (1988); «Общение. Текст. Высказывание» (1989); «Оптимизация речевого воздействия» (1990); «Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации» (1990) и др.

Начиная с 1990-х годов речевое воздействие рассматривается как полноправный объект лингвистики, главным образом как подраздел психо- и прагмалингвистики. В числе работ, изданных в это время, упомянем следующие: [Тарасов Е.Ф. 1990 а, б; Баранов А.Н. 1990, 1991; Федорова Л.Л. 1991; Гловинская М. Я. 1998; Иссерс О.С. 1999; Паршин П.Б. 2000; Пирогова Ю.К. 2002; Апресян В. Ю. 2003; Желтухина М.Р. 2003; Котов А.А. 2003].

За рубежом сходный круг проблем исследуется под иными названиями. Во-первых, это «научная аргументация», в конце XIX — первой половине XX в. изучаемая в рамках философии языка, а в последнее время рассматриваемая в русле лингвистической прагматики и теории дискурса (например, [Vossler K. 1904; Kambartel F., Schneider H. 1981; McDowell J.H. 1985; Allwood J. 1986; Поппер К. 2004; Eemeren F.H.v., Grootendorst R. 2004]). Во-вторых, это «пропаганда» и «технологии убеждения» ('persuasion technology' или 'persuasion techniques'), изучаемые главным образом социологией, социальной психологией и теориями политической и массовой коммуникаций [Блакар Р.М. 1987; Хабермас Ю. 2000; Ellul J. 1972; Schank R.C., Abelson R.P. 1977; Miller M. 1982; Engel S.M. 1984; Bayley P. 1985; Pratkanis A., Aronson E. 1992; Jowett G. 1999; Rushkoff D. 1999; Fogg B.J. 2003]. В-третьих, это «деловая коммуникация», рассматриваемая в русле ориентированных на практику делового общения школ, например Д. Карнеги и подобных [Carnegie D. 1990; Nichols R.G. et al. 1999; Patterson K. et al. 2002; Christensen L. Th. et al. 2003; Adler R.B., Elmhurst J.M. 2004; Patterson K. et al. 2004]. В-четвертых, это «техники убеждения» в рекламе, «продвижение товара» (sales promotion) в маркетинге и т.п. [Degen C. 1987; Levin I.P., Gaeth G.J. 1988; Simonson I. et al. 1993, 1994; Ganzach Y., Karsahi N. 1995; Tellis G.J. 1998 и др.].

Отдельно следует отметить такую традиционную сферу изучения приемов и техник убеждения, как риторика, достижения которой в настоящее время развиваются неориторикой (например, [Дюбуа Ж. 1986; Перельман Х., Олбрехт-Тытека Л. 1987; Демьянков В.З. 1989; Свинцов В.И. 1990; Стернин И.А. 2001, 2002; Elertsen H., Hartig W. 1979; Florescu V. 1982; Kopperschmidt J. 1985, 1985a; Ueding G., Steinbrink B. 1986; Billig M. 1996]). Эти направления исследуют логический и силлогистический аспекты речевого воздействия, развивая теорию аргументации как средства убеждения.

Наконец, это напрямую связанные с нашим материалом персуазивно-суггестивные методики (техники убеждения и внушения), разрабатываемые различными психологическими, психотерапевтическими и психиатрическими школами (включая НЛП, психоанализ, гештальт-терапию, когнитивную и нарративную психотерапию, гипнотерапию и т.д.): [РП 1979; Бендлер Р. 1992; Энрайт Дж. 1992; Шерток Л. 1992; Гриндер Дж., Бендлер Р. 1993; Гордон Д. 1994; Хеллер С., Стил Т.Л. 1994; Эрикссон М. 1995; Хейли Дж. 1995; Дилтс Р. 1999; Семке В.Я., Семке А.В., Аксенов М.М. 2002; Abroms G.M. 1968; Stoltenberg C.D. et al. 1989; Efran J.S. et al. 1990; Frank J.D. 1993; Gardner R.A. 1993; Hermans H.J.M., Hermans-Jansen E. 1995].

1.2. Лингвистические методики исследования речевого воздействия

В лингвистике разработано несколько методик исследования речевого воздействия. Избираемые методики во многом определяются научными методологией и парадигмой, на которые опирается исследователь. Не меньшее значение для выбора методики имеет форма исследуемой речи — устная либо письменная — и стиль текста.

Вплоть до середины 1980-х годов исследования средств речевого воздействия в основном проводились в традициях структурной лингвистики, часто без учета социокультурных, этнолингвистических, гендерных, психологических и других факторов, заложенных в «воздейственном» тексте или действующих в ситуации его предъявления.

ния². Классификации лингвистических средств воздействия положил начало Б.Ф. Поршнев, который определил следующие «этажи» языкового воздействия (а именно суггестии): 1) фонологический, 2) номинативный, 3) семантический, 4) синтаксическо-логический, 5) контекстуально-смысловой, 6) формально-символический [Поршнев Б.Ф. 1974]. Примерно в этом русле, хотя и значительно полнее и с привлечением когнитивного и семиотического инструментария, делает описание лингвистических средств воздействия П.Б. Паршин [Паршин П.Б. 2000]. Несколько обособленно развивалось специфическое направление суггестологии, или суггестивной лингвистики [Мистрик Й. 1967, Штерн А.С. 1969, Мшвидобадзе Р. Г. 1984, Журавлев А.П. 1974, 1988, Жельвис В.И. 1990, Черепанова И.Ю. 1995].

С 1980-х годов наметилась тенденция рассматривать речевое воздействие в устной и письменной коммуникации (в последнем случае — в основном в «малых жанрах» публицистического и газетного стилей — рекламе, листовках, лозунгах и т.д.), в коммуникативно-прагматической и когнитивной парадигмах. Такие черты устных и малых жанров письменных текстов, как диалогичность, краткость (некоторые из них эквивалентны единому речевому акту), привязанность к экстралингвистической (знаковой) ситуации, ясность интенций, пресуппозиций, психологических и социальных ролей собеседников, стереотипность (а значит, соответствие типичным фреймам или сценариям), — делают их благодатным материалом для изучения в рамках теорий речевых актов, дискурса и когнитивной семантики

² Такой подход представляется оправданным, если согласиться с Б.М. Гаспаровым в том, что единое строение образного мира и наличие аналогичных языковых образов у всех людей, говорящих на том или ином языке, не зависят от пола, возраста, образования, профессии и других дифференцирующих факторов. «Кто бы ни был мой партнер в социальном отношении, коль скоро я признаю его “говорящим по-русски”, я могу рассчитывать на то, что огромная часть моего образного мира способна вызывать адекватный резонанс в образном мире этого говорящего. Мир языковых образов является индивидуальным достоянием каждого говорящего, возникающим из духовных ресурсов его личности; однако пути, по которым складывается этот мир, не произвольны: они направляются языковым опытом, очертания которого, именно в силу коллективности этого опыта, имеют огромные сферы соприкосновения в языковой памяти говорящих на одном языке» [Гаспаров Б. М. 1996: 288].

(например, [Федорова Л.Л. 1991, Котов А.А. 2003, Баранов А.Н. 1991, 2003, 2004, Иссерс О.С. 2003, Желтухина М.Р. 2003]). Стереотипность (категориальное сходство) также позволяет изучать их в качестве концептуальных структур, сопоставимых с прототипом, в рамках теории прототипов [Иссерс О.С. 1999].

Ниже мы рассмотрим ряд лингвистических концепций речевого воздействия подробнее. Заметим, что эти подходы являются по-своему частными — они не дают системного анализа речевого воздействия, но только рассматривают его отдельные аспекты.

Фреймовый подход к анализу речевого воздействия метафоры осуществляется в [Баранов А.Н. 1991]. Фрейм определяется как когнитивная структура, основанная на вероятностном знании человека о типических ситуациях и связанных с этим знанием ожиданиях по поводу свойств и отношений реальных или гипотетических объектов; фрейм организован вокруг какого-либо концепта в виде пучков ассоциаций, которые несут существенную, типическую и потенциальную информацию, связанную с данным концептом, и состоит из вершины — темы, родового концепта и слотов или терминалов, заполняемых концептами-ассоциатами. А.Н. Баранов описывает процесс метафоризации в аспекте процедур с фреймами, такими как замена содержания традиционного слота или подслота конкретными данными той или иной ситуации, перенесение содержания из одного фрейма в другой, введение нового слота во фрейм, уничтожение содержания подслота или всего слота в целом, свертывание фрейма к одному или нескольким слотам или подслотам.

В [Баранов А.Н. 2003, 2004] развивается дескрипторная теория метафорических моделей и рассматриваются дискурсивные практики, связанные с использованием той или иной модели. Метафора представляет собой структурированный концептуальный феномен, чей сигнификат соответствует признакам сферы-источника («метафорической модели», например *родственных отношений, персонификации, механизма, организма, пути, пространства и движения, погоды, фауны, растения-дерева, медицины, религии, театра, игры* и др.), а денотат — объему понятия, которое характеризуется с помощью этой модели (например, разнообразные политические реалии). В указанных работах также обсуждаются понятия денотативного разнообразия и денотативной стабильности как дескрипторные характеристики

концептуальных метафор; выделяются такие типы метафор, как фигурные и фоновые. Отмечается, что метафорические выражения должны быть достаточно типичными, в противном случае, то есть в случае несоответствия сигнификатов метафор обычным речевым практикам, эти метафоры могут восприниматься как коммуникативная неудача. С другой стороны, с точки зрения А.Н. Баранова, необычные сочетания метафорических моделей, «стилистические кунштюки», могут являться своеобразным средством осмысления кризисной ситуации и построения альтернатив для решения проблем.

В отношении речевого воздействия эта теория оказывается полезной в нескольких аспектах. Во-первых, она показывает, как метафорическое переосмысление высвечивает те или иные характеристики объектов действительности, моделирует их, прогнозирует их развитие и направляет деятельность, связанную с ними. Во-вторых, она позволяет выявить типичные «конstellации метафорических моделей» того или иного дискурса, используемые для оформления речевых актов. Наконец, она важна для исследования концептосфер, так как позволяет регистрировать типичные денотаты той или иной метафорической модели, то есть выявлять конкретно-понятийное наполнение абстрактного концепта.

В [Котов А.А. 2003] развивается теория доминантных (эмоциональных) и рациональных сценариев — отношений, связывающих начальную признаковую модель некой значимой единицы и вызываемую ею эмоциональную и рациональную реакцию реципиента (результат воздействия). Теория А.А. Котова основана, в частности, на концепциях М. Минского (понятие «протоспециалиста»), Л. У. Барсалю, С.А. Сломана, модели представления идеологической концепции Р. П. Абельсона, модели Н. Дж. Нильсона и ряде других. Д-сценарии (доминантные сценарии) структурно похожи на р-сценарии (рациональные сценарии), но если р-сценарий при обнаружении некоторого компонента смысла (посылки) строит логический смысл (результат вывода), то д-сценарий при обнаружении смысла (описываемого как начальная модель д-сценария) запускают соответствующие эмоциональные и поведенческие реакции. Д-сценарии конкурируют с р-сценариями (рациональными выводами) при анализе поступающих текстов и перехватывают управление в тех случаях, когда а) смысл текста наиболее близок к начальной модели д-сценария, б) когда к

активизации д-сценариев существует предрасположенность (адресат находится в эмоциональном состоянии) или в) когда ситуация не может быть быстро оценена механизмами рациональной обработки информации. Дается подробная классификация негативных доминантных сценариев (опасность, ограничение, присвоение ресурса, обман и др.).

Методология определения д-сценариев А.А. Котова опирается на четыре выделенных им механизма речевого воздействия в СМИ посредством речевой агрессии. В первую группу выделены модификации признаковых моделей в результате операций с какими-либо компонентами знаков или единиц поверхностных уровней лингвистической модели. Описываются приёмы воздействия, основанные на различных механизмах номинации, замене референтов, интенционалов, смещении лексического значения, замене знаков на омонимичные или на изменении денотативного статуса. Во второй группе рассматривается конструирование и изменение признаковых моделей с помощью выводов и ситуативных эффектов. Для их описания используется введенный в работе аппарат р-сценариев. В третьей группе анализируется использование для речевого воздействия персональных и наивных сценариев (сценариев, включающих наивные модели). Рассматривается модификация представления о контргруппе под действием референции к планам контргруппы, указание в тексте поведенческих и коммуникативных целей как фактор воздействия. С помощью наивных сценариев и моделей описываются ироничные суждения о контргруппе. В четвертой группе анализируются механизмы воздействия, использующие различные свойства коммуникации, а именно: факторы прагматики, компоненты коммуникации, модели коммуникантов, смена коммуникативных ролей. Рассматриваются примеры речевого воздействия, основанные на цитировании и использующие механизмы атрибуции высказываний.

Формалистический характер данной теории РВ продиктован стремлением инвентаризировать типы манипулятивного речевого воздействия для «включения их в системы анализа семантики как набор целевых паттернов, распознаваемых в тексте», «автоматизации коммуникативных стимулов в автоматических системах поддержания диалога» и других целей, так или иначе связанных с компьютерной семиотикой.

С нашей точки зрения, теория доминантных сценариев А.А. Котова и его классификация механизмов РВ в принципе могут быть также применены при рассмотрении речевого воздействия в более объемных и когнитивно сложных текстах, например психологических и психотерапевтических, однако эта теория слишком формализована и удалена от традиционного понимания речевого воздействия, в связи с чем мы будем использовать ее положения лишь частично.

О.С. Иссерс [Иссерс О.С. 1999] рассматривает речевое воздействие в отношении когнитивных категорий и прототипов. Постулируемые исследователем «персуазивные категории» формируются на основе пересечения некоторого числа характерных «свойств — признаков»; при этом прототипом является единица, проявляющая эти свойства в наибольшей степени. Использование понятия прототипа позволяет проследивать процесс формирования персуазивных категорий «от простого к сложному», от типичных случаев — через усложнения — к маргинальным. Если рассматривать концептуальные зависимости в пределах определенной категории как узлы семантической сети, то речевое воздействие можно определить как *операции над семантическими сетями (разрыв ассоциативных связей и установление новых)*.

Операции над семантическими зависимостями выстроены по принципу «отдаления» от прототипа: отождествление представляет собой наиболее стандартный, эталонный способ (он быстрее опознается, чаще употребляется, ускоряет решение разнообразных задач, связанных с идентификацией), а сближение по нетипичным признакам — в какой-то степени аномальный, парадоксальный.

Анализируя репрезентацию категории «свой круг» (с прототипами «свой — чужой»), О.С. Иссерс иллюстрирует операции (процедуры) РВ на конкретных примерах из прессы. Установление новых ассоциаций — это идентификация (отождествление, «А есть В»); атрибуция (сближение по свойствам, «А имеет, обладает В»); стереотипизация — сближение по типичному (-ым) признаку (-ам), «А имеет отношение к В») и номинация по нетипичному признаку (навешивание ярлыков, использование парафразов (сближение по нетипичному (-ым) признаку (-ам), «А имеет отношение к В, хотя это и не очевидно»). Разрыв ассоциативных зависимостей осуществляется по моделям: 1) «А не есть В»; 2) «А не имеет В»; 3) «А не имеет отношения к В»; 4) «А имеет лишь частичное (некоторое) отношение к В» — то есть здесь имеют

место процессы, по своей цели противоположные отождествлению, атрибуции, стереотипизации и навешиванию ярлыков.

М.Р. Желтухина [2003] приводит типологию тропологических (главным образом метафорических) когнитивных моделей воздействия на адресата в массмедиаальном дискурсе в рамках одного или нескольких фреймов (тропологические модели также именуются «фреймовыми трансформациями» или «типами рефрейминга»). При этом тропы понимаются М.Р. Желтухиной предельно широко — как взаимодействие лингвистических и экстралингвистических компонентов фрейма — и включают метафору, метонимию, парафраз, гиперболу, мейозис, каламбур, параномазию, оксюморон и ряд других. По мнению автора типологии, объектом воздействия рефрейминга является преимущественно подсознание, поэтому тропологический рефрейминг описывается как один из механизмов суггестии. Часть приведенных ею когнитивных операций, однако, скорее описывает убеждение, отражает характер аргументирования, логических умозаключений и направлена на рациональное мышление. То, что когнитивные операции могут не осознаваться непосредственно в момент РВ, связано с недостаточностью времени на их осознание, однако при успешном убеждении реципиент сам впоследствии может использовать эти операции для доказательства соответствующего тезиса.

Обобщая положения вышеуказанных теорий, а также исходя из анализа собственного корпуса речевоздейственных высказываний, можно прийти к нижеследующей типологии ментальных операций и процедур, производимых при речевом воздействии³.

1. Моделирование в пределах одного фрейма. Сюда входят экстра- и интрафреймовые операции

Экстрафреймовые операции как когнитивный прием, изменяющий континуальные параметры фрейма, играют особую роль в психотерапевтическом дискурсе. Они отражают следующую психологическую закономерность: переживание может охватывать человека целиком во фрейме, предполагающем определенный промежуток времени, пространственную перспективу и ракурс видения события, однако если изменить (расширить или сузить) внешние рамки фрейма, то это пере-

³ Наша типология не претендует на завершенность, в ней приводятся лишь ряд уже известных или достаточно очевидных операций.

живание может показаться вполне банальным или малосущественным. Эти операции включают в себя следующие модели.

1. Изменение континуального аспекта фрейма за счет временного рефрейминга — расширения и сужения контекста, с использованием фраз типа *на фоне всей жизни, учитывая долговременные последствия, для будущих поколений, сто лет назад, на ближайшие годы, здесь и сейчас, живя сегодняшним днем и др.*
2. Изменение масштаба и перспективы фрейма за счет пространственного рефрейминга с использованием фраз типа *если рассматривать ситуацию в масштабах всей страны (всего человечества), если сравнить Ваше положение со страданиями других людей (катастрофы, войны и т.п.), если сопоставить Ваши проблемы с проблемами типичной семьи и т.п.*
3. Изменение ракурса фрейма за счет учета точки зрения других людей или другого человека как способ увидеть и переосмыслить ситуацию, переживание или суждение с точки зрения другой модели мира, создание «иной ментальной карты этой ситуации». Достигается с помощью фраз типа *если посмотреть на ситуацию со стороны, с точки зрения стороннего наблюдателя, с точки зрения другого участника (других участников) ситуации, с позиции начальника, простого служащего, президента и т.п.*

В группу интрафреймовых операций входят следующие.

4. Изменение эмоционально-оценочной характеристики концепта за счет замены слота с какой-либо коннотацией, зачастую стереотипной, на слот с противоположным коннотативным полюсом. Например, *Эгоизм — это плохо, потому что от того, что человек считается только со своими интересами и не учитывает чужие, могут пострадать другие люди и общество* заменяется на *Эгоизм — это хорошо, потому что неограниченная реализация собственного интереса пойдет на благо раскрепощению творческой энергии индивидов.*
5. Наложение слотов фрейма — внутрифреймовые («видовые») аналогии. Ср. наложение слотов фрейма «политик»: *Я — русский Клинтон. То же образование, те же манеры, тот же возраст (В. Жириновский).*
6. Свертывание фрейма к одному или нескольким слотам — синекдохи и некоторые виды метонимий. В основе смыслового сдвига

лежит отношение «часть-целое» или «предмет-признак» (*Государство — это я; руководящий стакан, катастрофа*).

7. Дублирование или перекрещивание содержания сходных слотов — тавтологии, синонимические повторы, обеспечивающие комизм либо иронию, например *Рубикон перейден до предела; средства массовой дезинформации рассказывают басни.*

2. Моделирование с использованием двух или нескольких фреймов

1. Ассоциация и диссоциация, когда один фрейм включается в другой в качестве слота (или слот исключается из фрейма, обособляясь в отдельный фрейм):
 - а) Идентификация и растождествление фреймов («А (не) есть В»), например *Мы с ним антиподы, Мы не рабы, рабы не мы;*
 - б) Отнесение к классу и исключение из класса («А (не) имеет отношения (-я) к В», «А (не) есть часть В»), например *«Яблоко» не является левой партией.*
 - в) Атрибуция и отрицание атрибуции («А (не) обладает В»), например *Сам персонаж является абсолютным раздражителем.*
2. Метафоризация — введение во фрейм слота, принадлежащего несовместимому с ним фрейму («А подобно В»), например *Паровоз плана Маршалла потянул за собой в Европу инвестиции; Объединенная Европа в поисках идеологического цемента.*
3. Аналогия либо сравнение — («А подобно В в некоторых свойствах»), например *Решая проблемы с помощью насилия, мы становимся похожими на зверей.*
4. Стереотипизация с помощью соотнесения объекта с прототипическими концептами («А имеет отношение к В», где В — прототипический концепт). С этой целью часто используются антонимии или аллюзии: *Робин Гуды трубят сбор*⁴.
5. Метонимия («А есть причина (результат, инструмент, цель и т.п.) В»)⁵.

⁴ Помимо стереотипизации на уровне имени собственного в этом примере также наблюдается ирония на уровне высказывания.

⁵ Сюда входят, в частности, рациональные, критические и мечтательные метонимические модели, используемые в СМИ, психотерапии и проч. (обсуждаются в [Желтухина 2003]): «проблема — результат», «результат — проблема», «ошибка — обратная связь», «обратная связь — ошибка», «невозможное — как если бы», «как если бы — невозможное», «результат 1 — результат 2».

6. Ирония («А противоположно В»): *Три четверти города занято зелеными друзьями*⁶.
7. Оксюморон («А есть атрибут понятия, противоположного В»): *заклятые друзья*.
8. Каламбур («А есть атрибут как В, так и не связанного с ним понятия»): *отстаивать точку зрения... когда она отстаивалась...*
9. Генерализация (chunking up) — рекатегоризация объекта путем перефразирования; определения понятия с помощью общих суждений, не отражающих его существенных свойств, либо индуктивная классификация нескольких объектов по их общим признакам в макрогруппы. Например, *Непривлекательность* — это отличие от нормы, выделение из обычной массы, повод для личностного развития.
10. Конкретизация (chunking down) — анализ компонентов категории, партикуляризация обобщений, благодаря которой происходит переключение внимания с категорий на конкретные признаки и свойства, например, трудноразрешимая проблема делится на ряд мелких и разрешимых. Например, *Он неспособен к обучению. — К чему именно? Восприятию, запечатлению, хранению, воспроизведению информации?*
11. Проведение аналогий или «боковое смещение» (chunking laterally) — поиск аналогий, сходных или связанных с использованными в исходном утверждении понятиями. Эта модель предполагает аналогическое или метафорическое переосмысление, дающее толчок к возникновению новых идей и перспектив в решении проблемы. Механизм этой модели заключается в метафорическом и аналогическом перефразировании, например *Неудача — попытка Колумба открыть торговый путь на восток, закончившаяся открытием Америки; Непривлекательный человек — птенец лебедя, «гадкий утенок»; Неспособность к обучению подобна сбою в компьютерной программе. Где происходят сбои? Виновата ли в этом конкретная строчка про-*

⁶ Ирония основана на противоположности смыслов «три четверти города занято» и «друзьями». Деревья выступают в качестве друзей человека и одновременно — своеобразных «оккупантов» города.

*граммы? Сама программа? Компьютер-посредник? Программист?*⁷

12. Сцепление фреймов с помощью логического рассуждения и включение их в качестве слотов в один фрейм (chaining). Эта модель позволяет увязывать разные объекты, явления и свойства путем переосмысления — построения нестандартных логических цепочек. Например *Расширение производства повышает безопасность руководителя предприятия. Почему? Совместная работа с разными людьми, сопровождающая его, дает ощущение безопасности, так как руководитель предприятия становится частью группы. Группа работает совместно, так что ответственность разделяется между разными ее участниками, что также способствует повышению безопасности каждого индивида и т.д.*
13. Символизация, предполагающая такую контекстную актуализацию образа, при которой происходит «углубление» его семантики за счет индуцированного ассоциирования с символическими означаемыми, отвлеченными от конкретной семантики этого образа⁸.
14. Интертекстуальные отсылки, обеспечивающие подключение знаний о других текстах к данному.

Что касается письменной коммуникации, а именно текстов крупных жанров художественного, научно-популярного, публицистического стилей, то речевое воздействие в них в большой степени подпадает под предмет изучения теории текста (а конкретно теории текстовой ответственности), концентрирующей на свойствах текстов как таковых. Предполагается, что речевое воздействие во многом зависит

⁷ Эта модель лежит в основе «сказкотерапии» (аллегорической терапии), активно используемой рядом направлений НЛП. Метафорическое фантазирование способствует нахождению реципиентом собственного решения благодаря ассоциированию аллегорических образов с конфликтами своей внутренней жизни и «рекалибровки существующего паттерна» [Гордон 1994].

⁸ Например, такая символическая деталь, как туман, может реализовать концепты тайны, предчувствия события или лжи, мистификации; концепты отчуждения и индивидуализма могут воплощаться в образах стен, наушников, изолирующих от других людей, темных очков, затемненных стекол машин и др.

от конкретных качеств текстов. Общие категории текста, влияющие на его убедительность — это прежде всего его целостность, связность, а также информативность (психолингвистические характеристики связности, цельности и информативности текста отмечают А.А. Леонтьев [Леонтьев А.А. 1979, 1999: 133—144] и Т.М. Дридзе [Дридзе Т.М. 1972, 1984]). Специальные категории текста, соотносящиеся с речевоздейственными свойствами письменных текстов, — это имплицитность (включая импликации, пресуппозиции, подтекст, затекст, сверхтекст), модальность, персональность и диалогичность (взаимодействие образа автора и читателя, дискурсов повествователя, героев, разноречия), ассоциативное развертывание, интертекстуальность и ряд других (об этих категориях, в частности, в [Гальперин И.Р. 1981; Тураева З. Я. 1986; Чаковская М. С. 1986; Молчанова Г. Г. 1987; Воробьева О.П. 1991; Валгина Н.С. 1998; Пирогова Ю.К. 2002; Болотнова Н.С. 2002; Шевченко Н.В. 2003]).

В числе психолингвистических методик прогнозируемой оценки речевого воздействия текстов широко распространены контент-анализ — количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей, а также принципиально схожие с ним методики выявления эмоционально-смысловых доминант художественных и поэтических текстов [Беянин В. П. 1999, Пищальникова В.А. 1999]. Методика интент-анализа, разработанная Т.Н. Ушаковой и Н.Д. Павловой [2000], позволяет выявить намерения отправителя текста, в связи с которыми осуществляются направленные к определенной цели речевые акты. В отношении определения актуального (а не прогнозируемого) речевого воздействия показательными являются экспериментальные методы, определяющие РВ «на выходе», прежде всего метод семантического шкалирования и ассоциативный метод.

Наконец, весьма перспективными представляются семиотические подходы к тексту, в свете которых текст рассматривается как структура, категориально-смысловая иерархия или динамическая система реализации коммуникативных программ. Такие подходы, помимо анализа смысловых вех текста, также раскрывают развертывание авторского замысла, то есть исследуют речевое воздействие «на входе», в области актуализации авторских интенций. Н.И. Жинкиным и его школой разработана модель иерархии смысловых предикатов,

описывающая смысловую организацию текста: предикаты I порядка (предикации идеи) передают основную мысль и являются главными; предикаты II порядка (предикации основного содержания) передают второстепенные мысли; предикаты III и IV порядка (предикации полноты содержания) являются дополнительными к предикатам II порядка. Предикации идеи и основного содержания выражаются в тексте смысловыми вехами, или семантически необходимыми предложениями, в которых заключена новая мысль, значимая для последующего развития сюжета. Предикации полноты содержания выражаются предложениями, не являющимися семантически необходимыми. Совокупность всех семантически необходимых предложений (смысловых вех) образуют полную смысловую программу текста [Жинкин Н.И. 1998].

А.М. Шахнарович [1995] исходит из общепринятого в психолингвистике положения о том, что цельная картина фрагмента мира, отображенного в тексте, находится вне текста. В то же время компоненты текста являются «представителями» фрагмента мира, выражающими отражение этого мира субъектом. Это приводит исследователя к постулированию внутренних, первичных, содержательно-прагматических программ, реализуемых в тексте на этапе текстового «замысла», и внешних, вторичных, формально-лингвистических программ, реализуемых собственно в фактуре текста — в «явленной» речевой деятельности. К первичным относятся семантическая, смысловая, когнитивная и пресуппозитивная программы, к вторичным — синтаксическая, морфологическая, лексическая, фонетическая. Семантическая программа предусматривает специальную работу сознания по анализу действительности. Она завершается выбором компонентов объективного мира с целью последующего их обозначения языковыми средствами. Одной из ее задач является выстраивание некоторой семантической перспективы текста, семантических «вех». Смысловая программа вторична по отношению к семантической, она определяет смысловую структуру текста и базируется на отношении «адресант — текст». Когнитивная программа определяет когнитивную структуру текста, основана на «картине мира» в сознании адресанта и ориентирована на такую же (в основном) «картину мира» в сознании адресата. Формирование и действие этой программы связаны с функционированием системы когнитивных эталонов, опреде-

ляющих квалификацию и отбор элементов действительности, их оценку и приписывание им атрибутивных признаков. Программа, условно названная пресуппозитивной, связана с когнитивной, но не тождественна ей, эта программа базируется на уже выстроенной цепочке отобранных компонентов ситуации и служит для их организации в тексте. Внешние программы, по-видимому, обладают теми же характеристиками, что и программы организации высказывания. Лексическая обеспечивает выбор слов по значению в соответствии с семантическими задачами и прагматической ориентированностью текста. Морфологическая и синтаксическая (и добавим, фонетическая) программы определяют «поверхностную» структуру текста. Так описывается иерархия программ, реализующих процесс порождения текста.

Гипотеза А.М. Шахнаровича задает достаточно четкий алгоритм анализа коммуникативной деятельности как со стороны автора, так и со стороны читателя. Со стороны автора в основе этой деятельности лежат внутренние программы, а в связи с ними и в зависимости от них реализуются программы внешние. При этом «встречные» программы читателя реализуются в обратном порядке: сначала внешние программы чтения и восприятия текста, а затем — внутренние программы интерпретации, понимания и осмысления. К сожалению, выдвинув гипотезу, автор не демонстрирует ее применение на практике.

Современные семиотики художественных и прочих текстов, рассматривающие текстовые макрокомпоненты и свойства с привлечением данных теории текста, также косвенно отражают программы текстового воздействия. Л.Г. Бабенко [2003] выделяет ряд сфер и свойств текста, соответствующих трем сторонам семиотических явлений любых уровней — семантике, синтактике и прагматике. С семантикой текста коррелируют семантико-концептуальная и денотативная сферы, с синтактикой — свойства (категории) дискретности и связности текста, с прагматикой — коммуникативная организация текста. Каждый из этих макрокомпонентов и свойств обладает определенным речевоздейственным потенциалом.

Семантическое пространство текста включает: а) концептосферу — тематически-ассоциативные слова, группирующиеся вокруг ключевых концептов; концептосфера подразделяется на ядро — когни-

тивно-пропозициональную структуру, приядерную зону — лексические репрезентации когнитивно-пропозициональной структуры, ближайшую периферию — образные номинации концепта, и дальнейшую периферию — эмоционально-оценочные смыслы; б) денотативное пространство, включающее глобальную ситуацию, эпизодную структуру и пространственно-временную актуализацию текста (хронотопы, актуализацию реального и психологического пространства и времени, топонимы, антропонимы, пространственно-временную лексику); в) эмотивное пространство, включающее доминантные и фрагментарные эмоции, оценки, чувства и ощущения, авторскую и персонажные эмотивные оценки концептуального и денотативного содержания.

Структурная организация текста предполагает оценку следующих его свойств: а) членимость, или дискретность, текста (особенности его объемно-прагматического, контекстно-вариативного и структурно-смыслового состава); б) связность текста (особенности логико-семантических, грамматических и прочих связей).

Коммуникативная организация текста включает, согласно Л.Г. Бабенко, три прагматически значимых компонента: а) коммуникативные регистры текста (выделены Г.А. Золотовой и включают изобразительный, информативный, генеритивный, волюнтивный и реактивный); б) особенности тема-рематических структур; в) характеристику рематической доминанты (по Г.А. Золотовой).

Наконец, актуализация смысла происходит через собственно лингвистические (микролингвистические) компоненты текста.

В целом анализ, предлагаемый Л. Г. Бабенко, сам по себе во многом способен прояснить речевоздейственный потенциал текста. Чем эффективнее реализуется каждый из упомянутых макрокомпонентов и свойств текста, по отдельности и в сочетании друг с другом, тем эффективнее речевое воздействие. Возможно, разработка системы числовых оценок каждого из этих компонентов и свойств может помочь вычислить потенциальную эффективность текстового воздействия.

Признавая важность вышеупомянутых концепций для анализа различных семиотических аспектов текста, заметим, что собственно речевоздейственный потенциал тех или иных характеристик текста в них не ставится в центр внимания. Для изучения этого потенциала анализ текста следует организовывать по иному принципу — тексто-

вые характеристики и компоненты надо группировать на основе их речевоздейственных свойств. Этот подход реализуется в главе 2 данного исследования, где приводится методика лингвистического анализа аргументативных и суггестивных свойств текста.

1.3. Содержание и объем понятия «речевое воздействие»

Вопрос о содержании и объеме понятия «речевое воздействие» в настоящее время нельзя признать до конца разрешенным. Речевое воздействие традиционно трактуется в широком и узком смыслах. Е.Ф. Тарасов отождествляет РВ в широком смысле с речевым общением в целом. Таким образом, речевое воздействие в широком смысле — это любое речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, целевой обусловленности. В любом речевом общении коммуниканты пытаются достичь определенных неречевых целей, которые в итоге ведут к регуляции деятельности собеседника. По рассуждению Е.Ф. Тарасова, быть субъектом РВ — это значит регулировать деятельность своего собеседника, так как при помощи речи мы побуждаем другого человека начать, изменить, закончить какую-либо деятельность или создаем у него готовность к совершению той или иной деятельности, когда возникает в этом необходимость. Речевое воздействие в узком смысле, по мнению Е.Ф. Тарасова, это речевое общение в системе средств массовой информации или агитационном выступлении непосредственно перед аудиторией. Его отличает то обстоятельство, что оно обычно используется в структуре координативных социальных отношений, когда коммуникантов связывают отношения равноправного сотрудничества, а не формальные или неформальные отношения субординации. Это регулирование субъектом РВ деятельности другого человека, в известной мере свободного в выборе своих действий и действующего в соответствии со своими потребностями. Объект воздействия, будучи не связанным отношениями субординации с субъектом речевого воздействия и обладая известной свободой выбора своих действий, изменяет свою деятельность только в том случае, когда это изменение отвечает его потребностям [Тарасов Е.Ф. 1990а, 1990б]. Таким образом, РВ в широком смысле, согласно Е.Ф. Тарасову, включает в себя как субъектно-объектные отношения субор-

динации (императивное требование), так и отношения координации (убеждение, внушение, заражение), РВ в узком же смысле предполагает лишь координативные отношения.

По мнению П.Б. Паршина, речевое воздействие в широком смысле — воздействие на индивидуальное и/или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами — с помощью сообщений на естественном языке [Паршин П.Б. 2000]. РВ также предполагает использование сообщений, построенных средствами других семиотических кодов, к которым относятся прежде всего кинесика и проксемика; эстетические коды словесного творчества; а также, в случае письменной коммуникации, средства графического оформления текста (метаграфемика), креолизация текста и проч. Под речевым воздействием в узком смысле понимаются конкретные примеры использования особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем и прежде всего естественного языка с целью построения сообщений, обладающих *повышенной* способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения. Эта способность обеспечивается свойством воздейственного текста, названного П.Б. Паршиным «преодолением защитного барьера» реципиента воздействия. Эффективное преодоление защитного барьера (подкуп, обман, прорыв и т.д.), согласно исследователю, — это и есть то, что понимается под речевым воздействием в узком смысле и что изучается специальной дисциплиной, именуемой теорией речевого воздействия.

И.А. Стернин определяет речевое воздействие в контрасте с манипулированием [Стернин И.А. 2001]. РВ есть воздействие на человека при помощи речи с целью побудить его сознательно принять точку зрения другого человека, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т.д. Манипулирование — это воздействие на человека с целью побудить его сообщить информацию, совершить поступок, изменить свое поведение и т.д. бессознательно или вопреки его собственному мнению, намерению.

Теоретизируя принципы эффективности речевого воздействия, выдвинутые Д. Карнеги, И.А. Стернин, по существу, рассматривает свойства речевого общения в целом. Речевое воздействие заключается в четкости поставленных коммуникативных целей и адекватности выбранных языковых средств, а проявляется оно в эффекте, свиде-

тельствующем о достижении или недостижении адресантом поставленных целей. По Стернину, основными целями субъекта речевого воздействия являются: фатические — установление, возобновление, поддержание, развитие, сохранение контакта; предметные — получение или дача чего-либо; информационные — сообщение или получение информации. Как рассуждает Стернин, критериями верности выбора языковых средств являются эффективность и результативность воздействия. При этом основные аспекты эффективности РВ — достижение поставленной цели (или целей) и сохранение баланса отношений с собеседником (коммуникативное равновесие), избежание ссоры. Например, если не достигнута информационная цель (вас не поняли), то эффективность речевого воздействия всегда равна нулю. Если не достигнута коммуникативная цель (отношения не сохранены, нарушены, собеседник обиделся), то воздействие также неэффективно, поскольку сохранение коммуникативного равновесия — одно из условий эффективности речевого воздействия. Недостижение предметной цели свидетельствует о безрезультатности речевого воздействия, но не всегда о его неэффективности (если коммуникативное равновесие сохранено). Если достигнуты предметная и информационная цели, но не достигнута коммуникативная, тогда речевое воздействие будет результативным (есть результат), но неэффективным (так как важнейшее правило речевого общения — коммуникативное равновесие — не соблюдено). В случае, если собеседники ставят перед собой чисто коммуникативные цели — поддержать отношения (светская беседа, фатический диалог) и при этом соблюдают принятые в обществе каноны светского общения, то такое общение (при отсутствии нарушений) всегда оказывается эффективным, так как в этом случае предметная цель совпадает с коммуникативной (поддержать отношения).

Указанные И.А. Стерниным цели, с нашей точки зрения, отражают общие цели речевого общения. Если же говорить о речевом воздействии в узком смысле, то основные цели воздействия в нем — предметные, внутри которых выделяется та или иная специфическая цель (изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройка его смыслового конструкта, влияние на его поведение, изменение его психического состояния и т.д.). Кроме того, в РВ в узком смысле выражены промежуточные задачи: эмоционально-уста-

новочные — воздействие на эмоции и формирование установок; эйдетико-когитивные — введение, закрепление и стереотипизация определенных образов и мыслей (эйдетико-когитивных структур); негоциативные — преодоление бессознательного сопротивления объекта воздействия. Повторимся, что все цели речевого воздействия в узком смысле следует рассматривать как подвиды предметных целей.

И.А. Стернин называет эффективными и «цивилизованными» все способы РВ, за исключением принуждения, отмечая, что «речевое воздействие как наука об эффективном и цивилизованном общении учит нас обходиться без принуждения» [Стернин И.А. 2001]. Заметим, однако, что, помимо этикетной нормативности, которую предполагает «цивилизованность», определенные типы речевого воздействия могут не отвечать этическим нормам — это происходит в том случае, если адресантом используются манипулятивные техники воздействия без учета ближних и отдаленных интересов адресата. Таким образом, РВ может быть (и часто бывает) «цивилизованным», но неэтичным. С другой стороны, принуждение — «нецивилизованный» метод речевого воздействия, может быть вполне этичным средством воспитания.

Возможно, достаточно точное понимание лояльности речевого воздействия дает концепция В. Сергеечевой, которая связывает речевое воздействие с воспитанием потребностей. По мнению Сергеечевой, суть речевого воздействия — в формировании и коррекции потребностей, личностных установок и самостоятельной активности человека; при этом корректным будет делать это ненавязчиво, с ухищрениями, основанными на знании психологии, а воздействовать на потребности, мотивации (совокупность побуждений), установки личности следует, *не затрагивая ценностей высшего порядка*. При этом выделяются два направления воспитания потребностей и соответствующих этой цели способов РВ: «снизу вверх» — через создание и изменение внешних условий для перестройки личности; «сверху вниз» — когда побуждение передается человеку в готовом виде [Сергеечева В. 2002: 38]. Помимо потребностей и мотивации реципиентов, для аргументирующего субъекта важно внимание к таким условиям лояльности воздействия, как учет последствий решений, принимаемых реципиентами в результате РВ, и соответствие иллюкативных целей и аргументации истории и культуре того или иного общества [Волков А.А. 2003: 41]. Таким образом, РВ будет квалифицироваться как приемлемое («лояль-

ное») в том случае, если оно направлено на формирование смысловых структур человека с учетом его ближних и отдаленных интересов, благоприятных последствий его решений, а также с учетом иерархии ценностей, исповедуемых его культурой.

Итак, цели речевого воздействия могут носить манипулятивный и неманипулятивный («лояльный») характер, то есть учитывать и не учитывать интересы адресата, при этом они могут осуществляться с помощью корректных и некорректных приемов и инструментов (ср. корректное и софистическое аргументирование, просьба и волевой нажим и т.д.). Эффективность в достижении целей речевого воздействия будет предполагать, помимо реализации их непосредственной интенциональной сущности, отсутствие манипуляции, то есть ненанесение психике реципиента какого-либо вреда и отсутствие негативного влияния на него.

В.Ф. Петренко рассматривает РВ в ракурсе перестройки сознания реципиента [Петренко В.Ф. 1990]. Сознание можно представить в виде многослойной уровневой системы — «психосемантической модели», включающей как осознаваемые, так и неосознаваемые компоненты (последние относятся к уровню бессознательного, характеризующемуся меньшей расчлененностью и рефлексивностью). В.Ф. Петренко полагает, что в рамках психосемантической модели сознания существуют три типа изменений сознания в результате РВ, три воздейственных эффекта на сознание с помощью речи: 1) изменение отношения *S* к *O* — изменение коннотативного значения объекта, события, реалии, что отождествляется с изменением личностного смысла человека; 2) формирование общего эмоционального настроя, психологического состояния человека; 3) изменение знаний о мире, перестройка категориальной структуры индивидуального сознания, введение в нее новых категорий (конструктов).

При этом очевидно, по Петренко, что РВ в широком и узком смыслах имеют разную степень обобщения и привязанности к конкретной ситуации. РВ в широком смысле слова «связано с перестройкой индивидуального сознания, или <...> с перестройкой имплицитной картины мира или образа мира» [ibid.: 19]. Как следует из рассуждений В.Ф. Петренко, оно соотносится со всеми тремя видами изменений сознания — в совокупности или по отдельности, причем его результат выходит за рамки конкретной ситуации общения (или определенного коммуникативного

фрейма), распространяясь на систему убеждений личности или его эмоциональный фон. РВ в узком смысле не связано с категориальной перестройкой сознания (имплицитной картины мира субъекта, образа мира), не предполагает введение в сознание новых категорий; оно лишь вызывает изменение коннотативного значения объекта либо общего эмоционального настроя в конкретном коммуникативном фрейме.

С нашей точки зрения, однако, такое разграничение РВ в широком и узком смыслах не вполне оправданно. Мы полагаем, что речевое воздействие в узком смысле может предполагать и перестройку целых концептуальных структур реципиента, важно, что оно связано с предметными целями общения: произвести определенные изменения в мироощущении, мировосприятии, мировоззрении или поведении реципиента, проще говоря, с целями *добиться* или *получить* что-либо от него. Попутно РВ решает задачи преодоления психологического сопротивления («защитного барьера») реципиента⁹, влияния на его эмоции, установки, внушение определенных образов и мыслей. Преодолевая барьер, субъект производит желательные или выгодные для себя изменения психики реципиента — меняет его эмоции, оценки, установки, внушает ему те или иные образы, мысли, желания.

По В.Ф. Петренко, РВ может быть монологичным как форма воздействия на другого человека и диалогичным как форма побуждения к общению другого человека — носителя неких знаний, ценностей, уникальной картины (образа) мира, и включать возможность перестройки не только сознания другого человека, но и собственного. Основными формами РВ являются устная, письменная речь и внутренняя речь, связанная с автокоммуникацией, хотя, при широкой трактовке языка и речи, согласно Петренко, сюда можно отнести и видеоряд киномонтажа, и ритуальный обряд, и пантомиму. Эффектом РВ, помимо упомянутых трех видов изменения сознания, может являться непосредственное изменение поведения субъекта.

Рассмотрим подробнее три основных типа перестройки сознания в результате РВ, выделенные Петренко.

Первый тип — изменение отношения субъекта к некоему объекту без перестройки категориальной структуры индивидуального сознания

⁹ Это преодоление может осуществляться корректными и некорректными, прямыми и косвенными приемами (ср. такие виды речевого воздействия, как аргументация, просьба, волевой нажим, манипуляция и т.д.).

ния — фактически меняет местоположение координатной точки, соответствующей коннотативному значению объекта, не затрагивая координатные оси семантического пространства, в которое этот объект включен. РВ такого типа используется, в частности, в призывах, лозунгах, рекламе и характеризуется образностью, метафоричностью; его стилистика тяготеет к языку «улиц и площадей», где агитатор при дефиците времени, «бросая в толпу горящие слова», должен вызвать у слушателей мгновенный отклик. Коннотации единичного объекта (понятия, представления, образа, персонажа и т.д.) могут быть изменены за счет привязки к нему ярких, эмоционально насыщенных образов. Такие эмоциональные «якоря» формируют стереотипы и типы — мало структурированные и обладающие низкой системной организацией формы обобщения [ibid.: 21].

Второй тип — формирование общего эмоционального настроения реципиента воздействия — имплицитно задает критерий истинности его мироощущения, принимая за точку отсчета «истину эмоционального момента», то есть эмоционального настроения души экзистенциального «я», родового или коллективного «мы», или описывая мир с некоей отстраненно надвременной, трансцендентальной позиции (природы, этических или эстетических ценностей, науки), «выходящей за рамки конкретного исторического бытия». Поскольку эмоции выступают как наиболее глубинные формы категоризации, определяющие пространство, время и общие контуры выстраиваемого сознанием концептуального образа мира, изменение эмоционального состояния влияет на субъективный образ мира и на степень возможной активности и самореализации субъекта в рамках определяемой этим образом мира модели. Иначе говоря, задавая пристрастность отражения уже в самом базисе образа мира, эмоции определяют возможные формы поведения субъекта, определяют направленность его в принятии решения. Вместе с тем, перестраивая семантическую организацию индивидуального сознания, эмоции упрощают его когнитивную сложность. «Эмоции, как кривые зеркала, делают более выпуклыми те или иные аспекты действительности и, изменяя вес того или иного семантического признака значения в зависимости от его эмоциональной окраски, создают, подобно калейдоскопу, узоры семантических структур (гештальтов)» [ibid.: 24]. По мнению В.Ф. Петренко, сами по себе эмоциональные состояния не порождают новых категориальных

структур (то есть не меняют координатные оси семантического пространства и результирующие семантические конструкторы), для этого требуется внутренняя творческая (мировоззренческая) работа субъекта по осмыслению мира. РВ, формирующее определенный настрой, характерно в первую очередь для лирической поэзии, политических воззваний, психотерапевтического (включая гипнотическое) воздействия.

Третий тип изменения связан с перестройкой категориальной структуры индивидуального сознания, когда в эту структуру вводятся новые категории, по-новому классифицирующие, упорядочивающие объекты, события окружающей предметной и социальной действительности [ibid.: 26]. Речевое воздействие, обеспечивающее такие изменения, свойственно научным и прежде всего методологическим текстам. Если категориальные конструкторы индуцируются имплицитно содержащейся в некоем тексте системой категорий другого человека (писателя, собеседника), то их усвоение требует интенсивной внутренней работы по пониманию и осмыслению текста. Будучи усвоенными субъектом, эти категории задают смысловое (семантическое) пространство, в рамках которого происходит восприятие и осознание действительности. Обыденное сознание содержит сотни биполярных конструкторов-шкал, заданных оппозицией прилагательных с общим генетическим родовым понятием, или архисемой («больше — меньше» — архисема количества, «тяжелый — легкий» — архисема веса и т.д.)¹⁰. Многочисленные категории склеиваются в «личностные конструкторы» [Kelly G. 1970]. Согласно В.Ф. Петренко, существуют также униполярные конструкторы, обусловленные избранием за точку отсчета автостереотипа — собственного «Я» (эго-, этно-, социоцентризм) [Петренко В.Ф. 1990: 29].

Существуют универсальные (общечеловеческие) противопоставления концептов, но они могут также иметь специфику, связанную с факторами культуры, социальной, возрастной, половой группы или образа мира конкретного индивида. Например, «вежливость» в ряде

¹⁰ Любопытно, что в начальной стадии онтогенеза сознания (раннее детство) антонимичные полюса не дифференцируются, причем более ранний и активный запас слов относится к немаркированным членам оппозиции («больше», «тяжелый» и т.д.). Впрочем, вопрос о маркированности / немаркированности членов оппозиций до сих пор окончательно не решен.

случаев будет близка «воспитанности» и противоположна «грубости», в других же случаях — близка «слабости» и противоположна «силе характера». Это положение согласуется с мнением когнитологов о влиянии на функционирование концептов фоновых ситуаций их восприятия и усвоения [Barsalou L.W. 1992; Yeh W., Barsalou L.W. Интернет-ресурс]. Для оперирования с концептом субъект бессознательно производит моделирование (имитацию) предшествующего опыта восприятия этого концепта, то есть совокупной ситуации, в которой воспринимался соответствующий объект, включая пространство, релевантные объекты, лица, обстоятельства и т.д. Этот факт обуславливает своеобразие категориальной структуры индивидов, несмотря на единство базовых свойств концептов у всей социальной общности. Категориальные структуры обладают различной устойчивостью в зависимости от возраста, степени конформности и неконформности, пластичности и ригидности личности, но в любом случае ранние модели восприятия концепта неизменно оказывают влияние на последующее оценивание конкретных проявлений этого концепта.

Суммируя существенные характеристики РВ, можно дать ему следующие дефиниции. **Речевое воздействие в широком смысле** — это произвольная и непроизвольная передача информации субъектом реципиенту (либо группе реципиентов) в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которая осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств и определяется сознательными и бессознательными интенциями адресанта и целями коммуникации — предметной, коммуникативной или информационной, а также пресуппозициями и конкретной знаковой ситуацией. **Речевое воздействие имеет и обратную сторону:** это тот коммуникативный эффект (результат), который то или иное сообщение оказывает на реципиента. Основные компоненты речевого воздействия укладываются в схему «иллокуция — локуция — перлокуция», что свидетельствует о прагмалингвистической сущности РВ и о его присутствии на всех стадиях речевой коммуникации. Более детально процесс РВ в совокупности его компонентов можно представить в виде схемы, представляющей собой трансформацию схемы передачи

информации Р. Якобсона: «адресант — иллокуция (интенция) — пресуппозиция (прагматический контекст) — запланированное сообщение — канал 1 — сигнал (локуция) — канал 2 — адресат — воспринятое сообщение — пресуппозиция (контекст) — интерпретация, понимание (как результат интерпретации), осмысление — перлокутивный эффект».

Речевое воздействие в узком смысле слова есть влияние, оказываемое субъектом на реципиента с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств в процессе речевого общения, отличающееся особыми предметными целями говорящего, которые включают изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройку категориальных структур его сознания, изменение поведения, психического состояния либо психофизиологических процессов. Достижение этих целей предполагает решение адресантом ряда задач: преодоление защитного барьера реципиента («негоциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдетико-когнитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально-установочное внушение). Как и в случае РВ в широком смысле, речевое воздействие в узком смысле имеет обратную сторону: это изменения смысловых структур, оценок, поведенческих моделей и психофизиологических процессов реципиента в результате речевого действия субъекта коммуникации.

Особо остановимся на определении манипулятивного РВ, или манипуляции. Основные признаки манипуляции, согласно выборке определений из авторитетных теоретических источников, — это: 1) родовой признак — психологическое воздействие, 2) отношение манипулятора к другому как средству достижения собственных целей, 3) стремление получить односторонний выигрыш, 4) скрытый характер воздействия (как факта воздействия, так и его направленности), 5) использование (психологической) силы, игра на слабостях, 6) побуждение, мотивационное привнесение и 7) мастерство и сноровка в осуществлении манипулятивных действий [Доценко Е.Л. 2003]. На основе выявленных признаков Е.Л. Доценко предлагает на выбор несколько однотипных определений манипуляции [ibid.: 52—53], из которых наиболее обобщенным является следующее: **манипуляция — это вид психологического воздействия, при котором мастерство манипулятора исполь-**

зуется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент. Существует и более частное понимание манипуляции как **воздействия, при котором знание потребностей, мотиваций другого лица эксплуатируется в негативном плане и используются приемы, вынуждающие это лицо принимать невыгодные решения, совершать незапланированные действия либо поступки, противоречащие его имиджу и даже неприемлемые для него как личности** [Сергеечева В. 2002: 19]. **Манипулятивное речевое воздействие соответствует манипуляции с помощью речи и паралингвистических средств.**

Следует разграничивать понятия манипулятивного и некорректного речевого воздействия. Если первое предполагает неучет интересов собеседника и носит, таким образом, сугубо психологический и телеологический характер, то второе связано с нарушением логики при убеждении (прежде всего с использованием инструментов некорректной аргументации — софизмов) или применением некорректных средств при побуждении (например, подкуп, обольщение, провокация). Манипулятивное РВ может предполагать использование некорректных приемов и инструментов, однако в целом они нередки и в неманипулятивном — лояльном — речевом воздействии, например в ходе воспитания, перевоспитания или исправительного воспитания.

1.4. Факторы и психологические законы речевого воздействия. Организация речевоздейственной коммуникации в аспекте деятельности

На основании анализа ряда источников ([Желтухина М.Р. 2004, Стернин И.А. 2001, Головин С.Ю. 2003, Зимбардо Ф., Ляйппе М. 2000]) можно выделить следующие *факторы, способствующие эффективности речевого воздействия.*

1. Информационно-текстовые: 1) *формальные*: а) эффективные форма и композиция сообщения (фонетико-просодическое оформление и графика; сочетание логических, эмоциональных компонент; последовательное расположение тезисов и аргументов; композиционная правильность); б) наглядность и доступность информации (лекси-

ческая и грамматическая упрощенность текста, использование жестов, иллюстраций, знаков); в) фактор объема сообщения (объем сообщения должен быть оптимальным для восприятия); г) факторы соблюдения / несоблюдения коммуникативных и языковых норм; 2) *содержательные*: а) степень важности, значимости информации; б) ее соответствие интересам и потребностям адресата; в) уровень аргументированности, логичность; г) контекстуальность (включенность информации в культурный и социально-исторический контекст); 3) *процессуальные*: а) частота подачи информации (многократное повторение в разных источниках и в разной интерпретации способствует усвоению и закреплению информации); б) скорость подачи информации (с увеличением скорости уменьшается количество времени на анализ).

2. Личностные и психические: 1) внешность адресанта; факторы взгляда, физического поведения во время речи (движение, жесты, позы), манеры (дружелюбие, искренность, эмоциональность, немонотонность, воодушевление); фактор размещения в пространстве; 2) социальный статус адресанта и адресата, обаяние; волевое, интеллектуальное, характерологическое превосходство, авторитетность; 3) установление контакта с собеседником (-ами); 4) отношения, складывающиеся между адресантом и адресатом — доверие и недоверие, зависимость, подчинение, превосходство, равноправное сотрудничество и т.д.; 5) согласованность информации с основными установками и мотивацией адресата; 6) уровень конформности личности адресата¹¹; 7) психические склонности и состояния адресата, куда относятся внушаемость; повышенная тревожность, неуверенность в себе, чрезмерная доверчивость, заниженная самооценка, впечатлительность, стресс, заболевание, утомление, депрессия и другие особенности, отражающие неустойчивое состояние психики; 8) низкий уровень осведомленности адресата (в условиях сокрытия истинной информации и незнания фактов повышается внушаемость); 9) интел-

¹¹ По Ф. Зимбардо, конформисты (они же личности с высоким самомониторингом) — те, кто высоко ценит свою гармоничную включенность в социальную ситуацию, поддаются влиянию, если оно оказывается авторитетной личностью или соответствует тенденции большинства; неконформисты — те, кто выше ценит последовательность своего поведения, осмысленно отражающую внутренние чувства, мнения и ценности, поддаются влиянию, если сообщение содержит релевантную информацию об этих ценностях.

лектуальные качества адресата (слабость логического анализа, низкий уровень компетентности повышают силу воздействия).

3. Ситуативные: 1) неопределенность ситуации (в отсутствие определенных и проверенных данных у реципиентов возрастает психологическая напряженность из-за невозможности прогнозирования и планирования деятельности; растет влияние домыслов, слухов, подрывных доктрин); 2) фактор времени воздействия; 3) фактор количества участников коммуникативного акта; 4) фактор места и времени воздействия, а также внешнего антуража, условий протекания процесса воздействия.

И.А. Стернин [Стернин И.А. 2001] приводит значимые для осуществления РВ законы общения: зеркального развития общения (имитация стиля общения собеседника); зависимости результата общения от объема коммуникативных усилий; прогрессирующего нетерпения слушателей; падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера; первичного отторжения новой идеи; ритма общения (соотношение говорения и молчания); речевого самовоздействия (словесное выражение идеи или эмоции формирует эту идею или эмоцию у говорящего); отторжения реципиентом публичной критики; доверия к простым словам; обращения к простым истинам; притяжения критики (чем больше личность выделяется из окружающих, тем больше о ней злословят и тем больше людей подвергает критике ее действия); коммуникативных замечаний (если собеседник в общении нарушает некоторые коммуникативные нормы, другой собеседник испытывает желание сделать ему замечание); ускоренного распространения негативной информации; искажения информации при ее передаче («закон испорченного телефона»); детального обсуждения мелочей (люди охотнее сосредотачиваются на обсуждении незначительных вопросов); речевого усиления эмоций (эмоциональные выкрики человека усиливают переживаемую им эмоцию); речевого поглощения эмоции (при связном рассказе о переживаемой эмоции она поглощается речью и исчезает); эмоционального подавления логики (в условиях эмоционального возбуждения человек плохо говорит и плохо понимает обращенную к нему речь).

Деятельностный подход к речевому воздействию рассматривает последнее в качестве речевой составляющей коммуникации, предназначенной для обеспечения какой-либо деятельности [Ермолаев Б.А.

1990]. Если коммуникатор нацелен на долгосрочную перспективную деятельность адресата РВ, то он может производить «коммуникативное воздействие» в трех основных направлениях: во-первых, это программирование целеобразования реципиента так, чтобы в его конкретных будущих целях была постоянно задействована мысль о коммуникаторе и его деятельности как основная составляющая целевых образов; во-вторых, это замаскированное управление процессом осознания реципиентом ситуации его будущей деятельности и программирование его целеобразования так, что цели реципиента образуются, а деятельность осуществляется без какого-либо участия коммуникатора; в-третьих, это создание у реципиента впечатления взаимодействия, кооперации и взаимное создание необходимых условий для этой деятельности.

1.5. Способы речевого воздействия

Способ речевого воздействия можно определить как совокупность приёмов или операций практической деятельности, определяемой иллюкативными целями воздействующего субъекта и подчинённых решению его конкретных задач. К способам РВ традиционно относят убеждение и внушение (суггестию).

Убеждение — воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Основу метода убеждений составляет отбор, логическое упорядочение фактов и выводов согласно единой функциональной задаче, логическое доказательство, возможно, вкупе с эмоциональным воздействием, призванное обеспечить сознательное принятие реципиентом системы оценок и суждений в согласии с иной точкой зрения [Панкратов В.Н. 2001, Головин С.Ю. 2003].

Убеждение строится с помощью доказательства, обоснования и аргументации — логических процедур, которые объединяет выстраивание связной структуры дедуктивных, индуктивных рассуждений и рассуждений по аналогии, состоящих из тезисов, аргументов и выводов; логической конструкции из силлогизмов, индуктивных умозаключений, умозаключений по аналогии. Типичными высказываниями этих процедур являются: определение, постулирование, обоснование, описа-

ние, экспликация, пояснение, доказательство, опровержение, экзemplификация, толкование, обобщение, сообщение с модусом знания, предположения, мнения и др.

В соответствии с логическими традициями *доказательством* принято называть процедуру установления истинности некоего высказывания (именуемого в пределах доказательства тезисом) путем его выведения из других высказываний (аргументов, оснований).

К *обоснованию*, в отличие от доказательства, можно относить процедуру, подтверждающую высказывание, сообщаящую ему определенную степень вероятности, это нестрогий (недедуктивный) вывод [Свинцов В.И. 1990].

Если доказательство и обоснование рассматриваются преимущественно с логико-методологической точки зрения, то при исследовании феномена *аргументации* мы выходим в более широкую и сложную сферу интеллектуально-речевой коммуникации [Брутян Г.А. 1984]. В отличие от доказательства и обоснования, для которых не обязательны коммуникативные аспекты, аргументация — приведение доводов с намерением изменить убеждения другой стороны (аудитории) — принципиально ориентирована на достижение прогнозируемого коммуникативного эффекта, на то, чтобы «навязать» реципиенту значение истинности, которым снабжено сообщение.

Остановимся на аргументации подробнее. Формально структура единицы аргументации, подобно доказательству и обоснованию, может иметь виды: «аргумент (-ы) — тезис», «тезис — аргумент (-ы)» или «тезис — аргумент (-ы) — вывод (расширяющий или логически следующий из смысла тезиса)». Две первых структуры соответствуют силлогизму, а последняя — полисиллогизму. Содержательный цикл аргументации в целом включает три этапа: на этапе эпидейктической аргументации устанавливаются общие места (общие идеи, топосы), принципы и ценности, на основе которых обсуждаются проблемы; на этапе судительной аргументации устанавливаются, определяются и оцениваются факты (предмет — прошлое); на этапе совещательной аргументации обсуждаются предложения и принимаются решения (предмет — будущее) [Волков А.А. 2003: 45]. Нарушения в части эпидейктической аргументации ведут к неопределенности и спорности фактов. Если фактический материал проработан невнимательно, решения будут беспочвенными и необоснованными. Если не обсуж-

даются новые предложения и не принимаются решения, рассуждения о принципах и фактах теряют смысл.

Аргументация, в отличие от доказательства и обоснования, во многом определяется конкретным временным, пространственным и социальным контекстами, и имеет своей конечной целью не знание само по себе, а убеждение в приемлемости каких-то положений [Ивин А.А. 2006а]. Поэтому при переходе в сферу коммуникации, к логико-методологическим характеристикам, влияющим на эффективность сообщения, добавляется широкий спектр оценок, с точки зрения логики «нестрогих», но приобретающих исключительное значение для достижения прогнозируемого эффекта. Речь идет о *доступности, весе, силе, убедительности* и т.п. качествах сообщения.

Различие между логико-методологическими и собственно коммуникативными аспектами аргументации проявляется в выборе некоторых процедур. Так, в ряде социально-информационных ситуаций эмпирические высказывания (в обиходе именуемые фактами) по своему аргументационному воздействию обладают особой ценностью и поэтому являются предпочтительными в качестве аргументов¹². Аналогично с точки зрения логики и методологии науки несущественно «линейное» (в пространстве и времени) расположение аргументов относительно друг друга, они образуют в совокупности некую многочисленную конъюнкцию. Однако в ряде случаев предпочтительно приводить аргументы в некоей очередности, рассчитанной на оптимальный коммуникативный эффект. К соображениям, влияющим на эту очередность, может относиться и возможная неожиданность приводимых аргументов для противоположной стороны [Свинцов В.И. 1990]. По мнению В.З. Демьянкова, аргументация обладает большей воздейственной силой, нежели обычные сообщения, суждения, а также доказательства и обоснования, поскольку в ней присутствует элемент внушения, причем речевое внушение в аргументации не сводится к насильственному внедрению в сознание чего-либо полностью чуждого, а предполагает предварительную обработку этого сознания с тем, чтобы новое отношение к предмету не

¹² Факты являются излюбленным инструментом аргументации в публицистике. Отмечаются как достоинства, так и недостатки эмпирических аргументов; среди последних выделяют локальность, односторонность, возможность субъективной интерпретации [Мерзон 1972].

диссонировало с устоявшимися представлениями — осознанными или неосознанными [Демьянков В.З. 1989]. Это внушение и обеспечивается, по-видимому, упомянутыми выше отбором фактов для аргументации и перестановками аргументов.

Убеждающие сообщения имеют ряд особенностей. Во-первых, поскольку для процесса передачи и приема сообщения характерно взаимодействие сознаний коммуникантов, не исключена интеллектуальная агрессия передающего и интеллектуальное сопротивление принимающего информацию. Степень (сила) того и другого возрастает в процессах, которые по своему основному назначению призваны быть переубеждением. Во-вторых, в информационном поведении человека сохраняются неконтролируемые (или слабоконтролируемые) истинностные механизмы, получающие выражение, в частности, в дезинформационных сообщениях, основанных на подсознательном самообмане и обмане, а также в податливости, восприимчивости реципиента к дезинформационным сообщениям, основанной на сформировавшемся пристрастии к объекту.

П. Шародо выделяет три вида (ордера) аргументации: 1) аргументация-размышление, скорее экспонирующая — перечисляющая — соображения по нарастанию значимости, чем принуждающая их принять; 2) аргументация-компоновка, выстраивающая сеть причинно-следственных связей, в соответствии с планом, прямолинейно или с корректировкой, воплощаемой по ходу дела; 3) аргументация-действие — навязывание адресату определенной последовательности действий типа наблюдения (когда говорят: «*Ну вот посмотрите...*»), сопоставления («*Сравните...*»), углубления в тему, обобщения, критики (цит. по [Демьянков В.З. 1989]). Положение В.З. Демьянкова о большом суггестивном потенциале аргументирования относится главным образом к аргументации-действию, в котором выражено «ведение» адресата, а также присутствует элемент спора, «состязательности» и, возможно, игры (следовательно — азарта), что делает этот тип РВ логико-эмоциональным.

Несомненно, существует также *манипулятивная* аргументация, характеризующаяся игнорированием реальных интересов адресата и внедрением в его психику целей, желаний, намерений, отношений или установок, не имеющих у него на момент осуществления РВ¹³. Ее

особенностью является кажущееся апеллирование к критическому мышлению, логическому анализу при том, что ряд манипулятивных приемов «направляют» ход мысли адресата.

Говоря об убеждении как способе речевого воздействия, нельзя не упомянуть еще один важный момент. В разных ситуациях общения используются разные по строгости и корректности формы, приемы и средства убеждения, и оправданность их выбора определяется так называемыми «*метаинформационными*» конвенциями — директивами (инструкциями, рекомендациями и т.д.), регулирующими информационное поведение потенциального коммуникатора [Свинцов В.И. 1990]. Три типа условно выделенных В.И. Свинцовым конвенций (МК-1, МК-2, МК-3) основаны на степени их определенности. В МК-1 четко определен статус коммуникантов, столь же четко очерчено поле облигативной информации, что достигается официальным (юридическим, административным и т.д.) нормированием информационного поведения потенциального коммуникатора. В конвенциях типа МК-2 при достаточно определенном статусе коммуникантов поле облигативной информации не является столь же определенным; понятие долженствования здесь имеет контуры некоего побуждения, а так называемые сильные нормы (нарушение которых влечет юридическое или административное наказание) отсутствуют. Размытость границ между облигативной и факультативной информацией в МК-2 позволяет манипулировать благоприятными и неблагоприятными фактами, выдвигая на первый план одни и замалчивая другие (например, в учрежденных отчетах, сводках, и т.д.). По мнению Свинцова, оптимизация речевых сообщений, регулируемых МК-2, связана «с внесением более четких деонтических (нормативных) начал в отношения между коммуникантами» и более четкое «определение поля облигативной информации». Наименее определенные конвенции относятся к типу МК-3. Здесь граница между облигативной и факультативной информацией еще более размыта: понятие долженствования для коммуникатора ассоциируется с его представлением о долге, признании, профессиональном мастерстве и т.п. Представления об объективности информации в конвенциях типа МК-3 относительно, в значительной степени обусловлены социальной позицией коммуникантов.

Итак, приемы убеждения определяются деонтическими нормами, принятыми в той или иной сфере коммуникации. Все области фор-

¹³ Классификация приемов манипулятивной аргументации приводится в параграфе 1.7.

мального убеждения можно соотнести с теми или иными метаинформационными конвенциями: с МК-1 соотносятся законодательная, нормативно-правовая документация, кодексы и др.; с МК-2 — некоторые сообщения средств массовой коммуникации (репортажи, информационные сводки, новостные статьи и программы, бюллетени, коммюнике), учрежденческие отчеты и т.д.; МК-3 приняты в областях педагогики, воспитания, психотерапии, рекламы, делового общения, менеджмента, политической пропаганды, публицистики. Судебно-ораторское искусство и предвыборная агитация, очевидно, находятся на границе метаинформационных конвенций 2 и 3.

Внушение — воздействие на подсознание, эмоции и чувства человека, косвенно обеспечивающее воздействие на его ум, волю, поведение и осуществляющееся за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания, снижения сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания благодаря отсутствию целенаправленного активного понимания, развернутого логического анализа и оценки со стороны реципиента [Черепанова 1995, Панкратов 2001, Головин 2003]. На внушении отчасти основано воздействие средств массовой коммуникации, рекламы, моды, обычаев, формирование веры. Внушение широко применяется в медицине (психотерапии) для коррекции психического и соматического состояния больного, в экспериментальной и популярной психологии оно служит приемом для направленного изменения эмоционального состояния, мотивации, установок личности.

Внушение достигается языковыми средствами — словами, интонацией, и вербальными — словами, интонацией, и невербальными — мимикой, жестами, действиями, внешней обстановкой. Отмечается, что содержанию сознания, усвоенному внушением, в дальнейшем присущ навязчивый характер; оно с трудом поддается осмыслению и коррекции, являя собой совокупность «внушенных установок». Внушение — компонент обычного человеческого общения, но оно может выступать и как специально организованный вид коммуникации, предполагающий некритическое восприятие сообщаемой информации, противоположный убеждению. Внушение реализуется в форме гетеросуггестии (интерпсихической деятельности) и автосуггестии (интрапсихической деятельности). Внушение, производимое группой, — один из факторов конформности.

По методам реализации внушения подразделяются на прямые (императивные) и косвенные, а также преднамеренные и непреднамеренные. В этом отношении становится существенным разграничение внушения как такового и суггестии. Термин «суггестия» используется многими авторами (например, С.Ю. Головиным, И.Ю. Черепановой) как синоним термина «внушение». Мы полагаем, что внушение — широкое понятие, включающее как открытое прямое внушение (например, во время сеанса гипноза, психотерапии, аутотренинга), так и скрытое, замаскированное или косвенное внушение (суггестию). Содержание косвенного внушения (суггестии) включается в сообщаемую информацию в скрытом, замаскированном виде и характеризуется неосознанностью, незаметностью, произвольностью его усвоения. В дальнейшем мы будем использовать термин «внушение» главным образом для обозначения *косвенной и скрытой суггестии, опосредованной убеждением или побуждением*. По содержанию суггестивное внушение может быть неоднородным. Мы выделяем в нем три аспекта: *аффективное (эмоциональное) внушение, внушение бессознательных образов и мыслей (эйдетико-когитивное) и внушение бессознательных установок*.

Внушение (эмоциональное, эйдетико-когитивное, установочное) является компонентом человеческого общения; оно проявляется в высказываниях и текстовой ткани на разных уровнях языковых единиц. Однако оно может пониматься и как специально организованный вид коммуникации, противоположный убеждению и предполагающий бессознательное восприятие реципиентом сообщаемой информации. Так, в НЛП внушение часто рассматривается как специальный психопрограммирующий коммуникативный акт, включающий три этапа: раппорт, присоединение и ведение. *Раппорт* — это привлечение внимания суггеренда, та первичная информация, которая позволяет начать общение и создает намерение у партнера его продолжить. Раппорт предполагает создание доброжелательной, дружественной атмосферы между воспитателем и воспитуемым, пациентом и врачом, в ситуации психологического эксперимента — между исследователем и испытуемым и т.д. *Присоединение* («подстройка») к сознанию человека означает завоевание его расположения и доверия с помощью ряда механизмов (соответствие темпа речи частоте дыхания суггеренда, повторение его поз и жестов), «активное слушание» или «резонирова-

ние» [Гриндер Дж., Бендлер Р. 1993: 18—19]. Во время присоединения суггестор изучает личность суггеренда, его пресуппозиции и установки с тем, чтобы связать внушение с чем-то в непосредственном конкретном опыте человека и сделать его более заслуживающим доверия. Кроме того, на этапах присоединения и ведения (собственно речевого воздействия суггестора) учитывается базовая перцептивная система регуляции суггеренда — кинестетическая, визуальная или аудиальная. В зависимости от нее планируется смысл суггестивных фраз. Широко применяются изменение яркости, интенсивности внушаемых сенситивных образов и синестезия — включение в переживание реципиента других сенсорных модальностей (например, сочетание аудиальных и визуальных образов при метафорическом описании некой ситуации). Использование последней обусловлено свидетельством экспериментальных данных психологии о том, что «наши сенсорные системы взаимодействуют на модальном уровне высоко-паттерными способами» [Гордон Д. 1994: 92], то есть определенные образы одной сенсорной модальности связываются с соответствующими образами других модальностей. *Ведение* строится с учетом запрограммированных для суггеренда выводов и решений. На этом этапе используются: 1) аффирмации-экзерситивы — речевые акты, сообщающие о принятии решения и совершении действия таким образом, что действие, отсроченное в будущее, объявляется уже совершенным, например *Вы спокойны; Ваше тело чувствует себя бодрым и отдохнувшим*; 2) «вставленные команды» — скрытые императивы, посредством которых является введение в предложение имени или местоимения 2-го лица таким образом, что сопутствующая фраза становится для клиента директивой (*И вам приятны эти ощущения, и вы говорите себе: «Да, сейчас... сейчас мне будет еще приятнее, и я знаю это!»*); 3) программирующие вопросы а) вопросы на подтверждение — *Вы знаете, что можно застраховать машину? Среди ваших знакомых у кого-нибудь была страховка?*, б) альтернативные — *Вы выберете одинаковую страховую программу на детей и родителей, или вы будете делать разные программы?* в) специальные типа *Когда мне к Вам заехать?* и ряд других техник. Кроме того, здесь используется «якорение» — маркировка событий, персонажей, высказываний или отдельных слов с помощью интонаций, жестов, прикосновений и т.д., чтобы внедрить их в пределы внимания клиента и закрепить в подсознании.

В числе собственно лингвистических приемов внушения следует упомянуть темп речи и тембр голоса, фоносемантические и интонационные особенности речи; суггестивный потенциал грамматики, лексики и др. На уровне синтаксиса работает правило предпочтения связанных переходов между предложениями (с союзами «и», «когда», «если», «потому что» и т.д.), поскольку ровный переход от одного предложения к другому вызывает незаметное изменение состояния и облегчает достижение суггестивного эффекта. С другой стороны, нарушения связности — высказывания дизъюнктивного характера, разрывная коммуникация, неестественные переходы или отсутствие переходов — воспринимаются как «удары» и обеспечивают сильное и резкое изменение состояния [Гриндер Дж., Бендлер Р. 1993: 22]. Именно неожиданность — нарушение привычного потока восприятия — и раздваивание сознания, ставящее его в логический тупик, лежат в основе транса, на фоне которого во много раз возрастает эффективность гипнотического внушения (ср. также теории М. Эриксона, В. Сатир, С. Хеллера и Т.Л. Стила и др.).

Филогенез внушения (суггестии) связан с эволюцией второй сигнальной системы. Основатель палеопсихологической теории суггестии Б.Ф. Поршнев полагает, что суггестия является особой системой сигнальной регуляции, лежащей в основе формирования сознания, второй сигнальной системы. Опровергая тезис о том, что у истоков второй сигнальной системы лежит обмен информацией, т.е. сообщение чего-либо от одного к другому, он подчеркивает важность особого рода влияния одного индивида на действия другого — специфического общения «еще до прибавки к нему функции сообщения» [Поршнев Б.Ф. 1974].

По своему физиологическому генезису суггестия связана с возбуждением навязанных реакций и торможением естественных импульсов ЦНС на раздражители. Она в значительной степени противоречит первой сигнальной системе — тому, что подсказывает и диктует организму его собственная сенсорная сфера, осуществляя замену сигналов, поступающих с сенсорно-афферентного блока, или реакций, свойственных эффекторному блоку, другими, вызываемыми по второй сигнальной системе. Этот вид влияния обеспечивает запуск бессознательных программ, так что психика и/или физиология человека должны приспособливаться, находя во внешней среде пути к выпол-

нению внушенных заданий. Рассматривая филогенетическое развитие суггестии, Б.Ф. Поршнев отмечает, что она является межиндивидуальным регулирующим механизмом взаимодействия, формирующимся вслед за такими формами взаимодействия, как имитация, интердикция (запрет) и прескрипция (прямое приказание).

Впоследствии функция контроля над бессознательным, которая изначально является социально-обусловленной, становится способом самоорганизации деятельности одного индивида, интерпсихическое действие превращается в интрапсихическую саморегулирующуюся систему. Суггестия развивается в автосуггестию, которая и завершает формирование второй сигнальной системы. Параллельно развивается контрсуггестия, которая предполагает выработку системы способов противостояния суггестивному воздействию на бессознательное. Б.Ф. Поршнев постулирует существование «третьей сигнальной системы», отвечающей за контрсуггестию — механизмы противостояния суггестивному навязыванию чужой воли.

Наибольший интерес, на наш взгляд, представляет косвенное внушение, основанное на суггестии, поскольку оно труднее поддается выявлению и анализу, чем прямое внушение, интердикция или прескрипция. По содержанию суггестивное внушение может быть неоднородным. Мы выделяем в нем три аспекта: аффективное (эмоциональное) внушение, внушение бессознательных образов и мыслей (эйдетико-когитивное) и внушение бессознательных установок. При этом эйдетико-когитивный, эмоциональный и установочный виды суггестии могут сопутствовать тем или иным типам речевого воздействия. Так, аффективное внушение свойственно социальному речевому воздействию (приветствие, прощание), аргументации, уговариванию, побуждению, моральным оценкам; эйдетико-когитивное внушение — аргументации, художественному рассказу / изображению; внушение установок играет важную роль в РВ «безоценочной информации», доказательствах и аргументации и основывается на отборе и расстановке фактов, тезисов и аргументов. Особенно выражено внушение установок в психическом программировании. Однако зачастую разные виды внушения сочетаются в одном коммуникативном акте.

Ученые отмечают важность внушения на начальном этапе аргументации, так как оно приводит реципиента в нужное для успеха РВ

состояние, подготавливает почву для убеждающего воздействия. Как отмечает О.А. Феофанов, «разум требует высшей степени дисциплины, концентрации внимания. Много легче обычное впечатление. Разум отталкивает зрителя, логика досаждаёт ему. Эмоции возбуждают, они ближе к поверхности, мягче куются» [Феофанов О.А. 1974: 227]. Кроме того, часто внушением образов, эмоций, установок восполняется недостаток содержательных знаний и фактов.

В целом внушение способно передать сенсорно-эмоциональный образ явления в его нерасчлененности. Но одним внушением нельзя значительно повлиять на категориальные конструкторы, убеждения или ценности. В настоящее время экспериментально подтверждено, что подпороговые средства суггестии, да и прямое внушение, привлекая и удерживая внимание и оставаясь в памяти, тем не менее не оказывают заметного или длительного действия на жизнедеятельность реципиента (например, [Pratkanis A. 1992]). Резонно предположить, что если внушаемое содержание не соответствует или противоречит смысловым структурам личности, объект суггестии может даже вызывать активное отторжение. Поэтому решающую роль в формировании рациональных смысловых структур все же играют информация и аргументация, выстраивающая эту информацию в логическую схему, хотя и подбор информации, и структура аргументации могут также способствовать внушению.

Помимо внушения и убеждения, к методам РВ, по мнению ряда исследователей, относятся заражение (Е.Ф. Тарасов, В.Н. Панкратов, М.Р. Желтухина) и подражание (М.Р. Желтухина, В.Н. Панкратов). *Заражение* — процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида к другому на психофизиологическом уровне контакта — помимо собственно смыслового воздействия или дополнительно к нему. Психологи отмечают, что при наличии обратной связи заражение способно нарастать в силу взаимной индукции, обретая вид циркулярной реакции, которая сопутствует эффективным массовым акциям, публичному восприятию ораторских выступлений, произведений искусства и прочего и служит дополнительным сплавляющим фактором до тех пор, пока не превысит определенной интенсивности и не выйдет из-под контроля. В последнем случае обоюдное заражение приводит к распаду формальных и неформальных нормативно-ролевых структур, к вырождению организованно взаимодействующим

шей группы в разновидность толпы, способствует массовой панике и т.п. [Головин С.Ю. 2003].

Психическое *подражание* — следование некоему примеру, образцу; самостоятельное копирование действий, воспринятых у других. У подростков и взрослых подражание выступает элементом научения в некоторых видах деятельности либо служит цели идентификации с референтной личностью (группой) [Головин С.Ю. 2003]. Очевидно, в ракурсе речевого воздействия подражание можно рассматривать либо как эффект воздействия «суперэго» — внутреннего голоса, «судьи», задающего модели «правильного» поведения, либо как отсроченное следствие более раннего внушения.

Мы будем рассматривать заражение как подвид внушения, а подражание — как его следствие, а не как отдельные способы РВ.

Отнесение к способам РВ, наряду с убеждением и внушением, речевого аспекта *воспитания* (например, в [Сергеечева В. 2002]) также представляется нам достаточно спорным. Воспитание определяется как деятельность по передаче новым поколениям общественно-исторического опыта; планомерное и целенаправленное воздействие на сознание и поведение человека с целью формирования определенных установок, потребностей, понятий, принципов, ценностных ориентаций, обеспечивающих условия для его развития, подготовки к общественной жизни и труду; содействие осознанному принятию им общественных ценностей, самостоятельности в решении сложных нравственных проблем согласно образцам и идеалам общества [Головин С.Ю. 2003]. Очевидно, что воспитание основано на речевом воздействии. Однако в воспитании РВ носит комплексный характер, включая в себя всю совокупность способов воздействия с помощью речи (убеждение, внушение, подражание); к тому же, оно глубоко интегрировано с прочими, неречевыми способами воздействия — управляемой предметно-практической деятельностью, использованием личного примера, образцовых моделей, созданием и изменением внешних условий для формирования и перестройки личности и другими. Поэтому мы не будем рассматривать воспитание как отдельный способ РВ.

И.А. Стернин приводит более подробную классификацию способов РВ, делая акцент на воздействии, рассчитанном на осознанное

восприятие реципиентом сообщаемой информации, а не на воздействии на бессознательное. К таким способам относятся *доказывание* (логический вывод), *убеждение* (вселение в собеседника уверенности, что истина доказана, с использованием и логики, и эмоционального давления), *принуждение* (вынуждение человека сделать что-либо против его воли), *уговаривание* (эмоциональное побуждение собеседника отказаться от его точки зрения и принять нашу). Неосознаваемое речевое воздействие оказывается *внушением* — побуждением собеседника принять на веру сказанное без обдумывания и критического осмысления [Стернин И.А. 2001]. С нашей точки зрения, однако, доказывание (наряду с информированием и аргументацией) соотносится с убеждением, как частное с общим; то же касается принуждения и уговаривания, которые (наряду с приказом и призывом) соотносятся, как частное с общим, с побуждением.

Подведем итог вышеизложенному. Мы склонны усомниться в правомерности сведения способов РВ к убеждению и внушению, поскольку в этом случае границы обоих терминов становятся неправомерно расширенными и размытыми. Например, угроза, просьба, похвала, порицание, с нашей точки зрения, трудно вписываются в убеждение либо во внушение в традиционном понимании (разумеется, если не делать соответствующие корректировки в определении этих терминов). Вместе с тем убеждение и внушение — в настоящее время общепризнанные способы РВ, поэтому в ряде случаев мы предварительно соотнесем некоторые типы РВ с убеждением либо внушением, поставив соответствующий способ РВ под вопрос (РВ в ходе социального взаимодействия, например, РВ извинений — внушение-заражение? убеждение?; РВ в ходе информирования — убеждение?).

Помимо убеждения и внушения, мы относим к способам РВ **побуждение** (волеизъявление) — внешнее стимулирование реципиента прямым воздействием на его волю (призыв, приказ, принуждение и уговаривание). Оценочное воздействие и эмоциональное воздействие как отдельные способы РВ не выделяются, так как мы сочли возможным отнести их к внушению. Итак, **мы выделяем три способа речевого воздействия: убеждение, внушение и побуждение (волеизъявление), которым соответствует ряд типов и приемов РВ.**

1.6. Типы речевого воздействия

Помимо способов РВ: убеждения, внушения и побуждения — мы рассматриваем **типы РВ**, которые представляют собой обобщенные группы прагматических видов высказываний, выделяемых на основании единой коммуникативной функции. Понятие типа РВ некоторым образом перекликается с понятиями речевой (коммуникативной) стратегии, определяемой как комплекс речевых действий, направленных на достижение тех или иных коммуникативных целей, и коммуникативной тактики, означающей одно или несколько речевых действий (речевых приемов), направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего [Иссерс 2003]. Однако тип РВ соотносится не с коммуникативной целью говорящего в какой-либо ситуации общения, а с прагматической функцией, общей для тех или иных видов высказываний. Иными словами, типы РВ — это своеобразная номенклатура сходных по прагматической сущности высказываний. Что касается коммуникативных тактик, то они представляют собой непосредственное использование в речи этих видов высказываний. Здесь на первый план выступают понятия дискурса, коммуникативной ситуации и целей коммуникантов — то есть широкого прагматического контекста, который предопределяет выбор тех или иных типов речевого воздействия, тех или иных прагматических видов высказываний.

При разграничении типов речевого воздействия, с одной стороны, и коммуникативных тактик, с другой, можно провести аналогию с языком и речью (в широком смысле, дискурсом): в первом случае это система абстрактных знаков, код, во втором — реализация этого кода (и ее закрепление в виде соответствующих дискурсивных практик). При этом определенная коммуникативная стратегия в той или иной ситуации общения может предполагать разные коммуникативные тактики, то есть включать в себя разные прагматические виды высказывания. Например, при выборе стратегии компрометации в качестве тактик могут использоваться такие виды высказываний, как обвинение, инсинуация, насмешка (типы РВ — оценка и эмоциональное воздействие); при выборе стратегии подчинения — требование, увещевание, доказательство (типы РВ — повеление, уговаривание и аргументация).

Перейдем к классификации типов речевого воздействия. Лингвистическое направление, основывающееся на прагмалингвистическом

анализе речевого материала, выявляет следующие типы РВ: 1) социальные воздействия, 2) волеизъявления, 3) оценочные и эмоциональные речевые воздействия и 4) разъяснение и информирование [Федорова Л.Л. 1991]. При этом все реакции объектов РВ могут быть обобщены в действия подчинения, содействия либо противодействия воле говорящего.

В *социальном воздействии* не происходит передачи информации как таковой, но осуществляются определенные обиходно-бытовые, межличностные, ритуальные и прочие социальные акты: приветствия, прощания, представления, благодарности, извинения, прощения, соболезнования, обязательства, обращения и законодательные акты, молитвы, заклинания, посвящения и др. Собеседник, осуществляющий в акте общения социальное воздействие, «руководствуется речевоздействующей, но не коммуникативной целью» [ibid.: 48]. Социальное воздействие названо «общением-деятельностью» (в отличие от «общения-действия», подчиненного социальному взаимодействию и не являющегося деятельностью в строгом смысле слова) и подчинено цели вызвать у собеседника ответные социальные конвенциональные действия; реакции собеседника стандартны и задаются социальными нормами.

Волеизъявления, по мнению Л.Л. Федоровой, являются ядерной группой речевых воздействий. К акциям волеизъявления относятся (по убыванию интенсивности РВ): приказ, повеление, призыв, агитация, указание, убеждение, совет, предложение, просьба (просьба о разрешении, просьба дать информацию), пожелание. К реакциям волеизъявления относятся реакции согласия, несогласия, возражения, отказа, разрешения, запрета.

Оценочные и эмоциональные воздействия направлены на чувства собеседников и характеризуются особым эмоциональным строем речи (междометия, восклицания, интонации). Они включают в себя: морально-этические и социально-правовые оценки — положительные (похвала (поощрение), одобрение (поддержка), защита, оправдание) и отрицательные (порицание, осуждение и обвинение); собственно эмоциональные РВ, связанные с областью субъектно-эмоциональных межличностных отношений (оскорбление, брань, угроза, насмешка, ласка, ободрение, утешение).

Разъяснение и информирование включают в себя сообщения и суждения, которые могут изменять образ мыслей и степень осведомленности собеседника, «не обладая, однако, большой силой воздействия».

С разъяснением и информированием соотносятся также не упомянутые Л.Л. Федоровой убеждающие и переубеждающие сообщения, а именно *доказательство, обоснование и аргументация*.

Перейдем непосредственно к классификации типов речевого воздействия. Выделяемые нами типы речевого воздействия во многом согласуются с классификацией Л.Л. Федоровой [1991]. Вместе с тем добавляется ряд неучтенных Федоровой типов РВ, в частности, присущих художественному и психотерапевтическому дискурсу, а ряд компонентов ее классификации уточняется. Итак, нами выделены следующие **типы речевого воздействия**, состоящие из тех или иных прагматических видов высказываний.

- 1) **Социальное воздействие** — приветствие, прощание, представление, благодарность, извинение, прощение, обещание и т.д.
- 2) **Воздействие с помощью художественных образов:**
 - а) рассказ — повествование, рассказ о собственном опыте или опыте другого человека (экспериментальные высказывания), рассказ о некоем обобщенном герое;
 - б) изображение — художественное описание.
- 3) **Информирование** — известие, сообщение, сведение.
- 4) **Доказывание (аргументация-доказывание)** — определение, постулирование, обоснование, описание, экспликация, пояснение, доказательство, опровержение, экзemplификация, толкование, обобщение, сообщение с модусом знания, предположения, мнения и др.
- 5) **Аргументация-ведение** — виды сообщений те же, что и в доказывании, но со специальным подбором фактов и упорядочиванием аргументов для убеждения и переубеждения адресата, иногда с некорректным представлением тезиса и аргументов в виде несвойственных им высказываний, с добавлением эмоционально-оценочного модуса, с манипуляцией с модусами мнения и знания и т.п.
- 6) **Симулированный диалог** — обращение, риторический вопрос, вопросно-ответные комплексы.
- 7) **Уговаривание** — просьба, предложение, совет, пожелание, навязывание, подначивание, обольщение, подкуп и др.
- 8) **Призыв** — воззвание, лозунг, агитация, реклама; презентация, самопрезентация и др.

9) **Повеление** — приказ, указание, распоряжение, команда, требование, запрет, позволение, заказ, напоминание, желание и др.

10) **Принуждение** — угроза, запугивание, волевой нажим и т.п.

11) **Оценка:**

- а) этическая, эстетическая, интеллектуальная, утилитарная — похвала, одобрение, порицание, осуждение;
- б) социально-правовая — защита, оправдание, осуждение, обвинение.

12) **Эмоциональное воздействие** — ободрение, утешение, ласка, жалоба, шутка, насмешка, хвастовство, оскорбление, угроза, выражение эмоций (например, сожаления, радости, недоумения).

13) **Психическое программирование** — кодирующие формулы, восклицания, аффективно-эмоциональные фразы, аффирмации-экзерситивы, «вставленные» команды¹⁴.

Вероятно, разным прагматическим видам высказываний присуща разная степень интенсивности, глубины и прочности речевого воздействия. Интенсивность РВ соответствует большей или меньшей яркости запечатления информации. Глубина характеризует подключение при воздействии различных ментальных процессов реципиента на уровне сознания и бессознательного и сложность образующихся в результате воздействия смысловых структур. Прочность означает долговечность сформированных в результате РВ смысловых структур, их сопротивление стиранию из памяти с течением времени. Эти характеристики носят характер гипотетического обобщения, поскольку точных данных об интенсивности, глубине и прочности разных типов воздействия не имеется, к тому же они, по-видимому, определяются в каждом конкретном случае совокупностью психологических, социальных, физических и прочих факторов.

В нижеследующей обобщающей таблице мы попытались полно представить классификацию типов РВ в соответствии с теми или иными речевыми актами.

¹⁴ Аффирмация-экзерситив — речевой акт, сообщающий о принятии решения и совершении действия. Таким образом, действие, отсроченное в будущее, объявляется уже совершенным, например, *Я спокоен; Мое тело чувствует себя бодрым и отдохнувшим*. Вставленная команда — скрытый императив, вводимый с помощью обобщенно-личных предложений типа *И тебе приятны эти ощущения, и ты говоришь себе: "Да, сейчас... сейчас мне будет еще приятнее, и я знаю это!"*

Таблица 1

Типы речевого воздействия, прагматические виды высказываний, присмы и способы РВ, характеристики каждого типа

Тип РВ	Прагматические виды высказываний	Специфика (психологические, прагматические, прагматические приемы РВ, отличающиеся данным тип)	Способ РВ	Основные иллюстративные функции	Направленность РВ на создание (разум), эмоции, установок, мотивацию	Прямое либо косвенное (имплицитное); произвольное / произвольное	Интенсивность, глубина и прочность воздействия
1	2	3	4	5	6	7	8
Социальное воздействие	Приветствия, прощания, представления, благодарности, извинения, прощения, соболезнования, обещания, клятвы, обязательства, посвящения и др.	Выбор языкового материала, голосовой динамики и просодики (официальная, приятельская, заигрывающая, интригующая, заискивающая и т.д.). Использование невербальных знаков (мимика, жесты, позы, дистанция между говорящими)	Внушение-завлечение, в ряде случаев побуждение	Фатические, эмоционально-установочные; предметные и иногда — информационные	Направленность на эмоции и бессознательные установки	Может быть прямым либо косвенным (имплицитным); произвольным либо произвольным	Интенсивность — средняя, ниже средней; глубина — средняя; прочность — средняя
Воздействие с помощью художественных образов: Рассказ Изображение	Повествование, художественное описание	Целенаправленная реализация авторского замысла через речевую ткань, систему образов, архитектонику текста	Внушение, убеждение, опосредованное логикой повествования и художественного описания	Предметные (эйдетико-когнитивное и эмоциональное внутреннее), отчасти информационные	Направленность на бессознательное, в меньшей степени — на рациональное мышление	Речевое воздействие косвенное (имплицитное); может быть произвольным либо произвольным	Интенсивность — высокая, средняя, глубина — высокая, прочность — высокая

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Информирование (РВ «безоценочной» информации)	Известие, сообщение, сведение	Отбор и расстановка сообщений, расположение коммуникативно-смысловых блоков внутри сообщения и др. (подробнее ниже в типологии приемов убеждения)	Убеждение, внушение через пристраивание к нужной подаче информации	Информационные, установочные, предметные (закрепление и стереотипизация эйдетико-когнитивных структур)	Направленность на логическое усвоение информации и формирование бессознательных установок	Сочетание прямого информирования и косвенного внушения; произвольное	Интенсивность — низкая, глубина — высокая, прочность — высокая
Доказывание (аргументация-экспонирование и аргументация-компоновка, по П. Шаролю)	Пояснения, экспликации, экспликации, доказательства, обоснования, постулирование, определения, резюмирование, обобщение и др. Согласно / несогласие, подтверждение, возражения, опровержения, комментарии, толкования и др.	Отбор и расстановка тезисов и аргументов, выстраивание доказательств	Убеждение	Информационные, предметные	Направленность на логическое усвоение информации	Прямое; произвольное	Интенсивность — низкая, средняя, глубина — высокая, прочность — высокая
Аргументация (аргументация-ведение по П. Шаролу)	Виды высказываний те же, но со специальным подбором и упорядочиванием аргументов для убеждения и переубеждения адресата, с добавлением эмоционального модуля и т.д.	«Ведение» адресата — навязывание ему определенной последовательности действий (наблюдения, сопоставления, углубления в тему, обобщения, критики и т.д.); выраженность эмоционально-оценочного модуля	Убеждение, внушение	Информационные, предметные, эйдетико-когнитивные, эмоционально-установочные	Направленность на логическое усвоение информации, внушение эмоций, знание, значительных усвоений, образцов и мыслей	Прямое, произвольное	Интенсивность — выше средней, глубина — высокая, прочность — высокая

1	2	3	4	5	6	7	8
Симулированный диалог	Обращение, риторический вопрос, готовые вопросы-ответные комплексы	Интеррогативное лексико-грамматическое оформление и просодика	Побуждение, внушение	Предметные, установочные	Направленность на рациональный компонент сознания, а также на бессознательные установки и мотивацию	Прямое либо косвенное, произвольное	Интенсивность — средняя, глубина — низкая, прочность — низкая
Уговаривание (в том числе с элементами манипуляции)	Просьба (о разрешении, дать информацию), предложение, приглашение, совет, рекомендация, пожелание, мольба, утешение, наставление, предостережение, предупреждение, подначивание, подбивание, навязывание, соблазнение, подкуп и др. Согласие / несогласие, разрешение / запрещение, учет / неучет, отклик, пренебрежение, игнорирование	Реквизитивное лексико-грамматическое оформление, голосовые параметры и просодика Паралингвистические приемы.	Побуждение с элементами внушения	Предметные, установочные	Направленность на установки и мотивацию через эмоции	Прямое, произвольное	Интенсивность — средняя, глубина — низкая, прочность — низкая

1	2	3	4	5	6	7	8
Призыв	Воззвания, лозунги, агитация, реклама	Фасцинация (приковывание внимания), образность ключевых слов, использование управляемых ассоциаций, стереотипов, эмоциональных повторов, создание иллюзии свободного выбора, завоевание адресата апеллицией к определенным ценностям, игра на склонностях адресата (гедонизм, ориентирование на референтную группу, имитация паттернов поведения ближайшего окружения и т.д.)	Побуждение с элементами внушения	Эмоционально-установочные, предметные (определяемые контекстом ситуации)	Направленность на установки и мотивацию через эмоции	Прямое, произвольное	Интенсивность — высокая, глубина — низкая, прочность — выше средней
Повеление	Приказ, указание, инструкция, распоряжение, команда, требование, запрет, позволение, заказ, напоминание, желание и др.	Императивность лексико-грамматического оформления, специфические голосовые параметры и просодика, паралингвистические приемы с учетом особенностей ситуации и коммуникативных ролей	Побуждение (волеизъявление)	Предметные, установочные	Направленность на установки и мотивацию через осознанное восприятие	Прямое, произвольное	Интенсивность — выше средней, глубина — низкая, прочность — низкая

1	2	3	4	5	6	7	8
Принуждение	Волевой нажим, угроза, запугивание, шантаж	Манипуляция, речевая агрессия, апелляция к эмоциям, использование психологических приемов «гапо-эффекта» (эффекта ореола), подмены родительских фигур (духовные отец и мать), регрессии адресата к более ранним стадиям личностного развития и др.	Побуждение (волеизъявление) с элементами внушения	Установочные, предметные	Направленность на установки и мотивацию через эмоции	Косвенное, произвольное	Интенсивность — высокая, глубина — низкая, прочность — выше средней
Оценка Эстетическая, интеллектуальная, утилитарная	Похвала, одобрение, порицание, осуждение	Использование речевой динамики, средств номинации (парафразов, эвфемизмов, «ярлыков») с эмоционально-оценочными коннотациями, стереотипов и т.д.	Внушение с элементами убеждения, побуждение	Установочные, предметные	Направленность на установки и мотивацию через эмоции	Косвенное, произвольное либо непроизвольное	Интенсивность — выше средней, глубина — ниже средней, прочность — выше средней
Социально-правовая	Защита, оправдание, осуждение, обвинение, замечание, поощрение	Комплекс приемов с преобладанием элементов аргументации и незначительной долей эмоционально-оценочного воздействия	Убеждение с элементами внушения, побуждение	Установочные, предметные	Направленность на установки и мотивацию через осознание	Прямое, произвольное	Интенсивность — средняя, глубина — высокая, прочность — выше средней

1	2	3	4	5	6	7	8
Эмоциональное воздействие	Ободрение, утешение, ласка, жалоба, шутка, насмешка, хвастовство, инсинуация, упрек, оскорбление, брань, угроза, выражение эмоций (например, сожаления, радости, недоумения)	Эмоциональное давление, формирование либо изменение эмоционального фона, установок или отношения к кому-либо (чему-либо)	Внушение, побуждение	Эмоционально-установочные, предметные	Направленность на эмоции и бессознательные установки	Прямое, произвольное (реже непроизвольное)	Интенсивность — высокая, глубина — низкая, прочность — выше средней
Психическое программирование	Кодирующие формулы, аффирмации-экзерцитивы, «вставленные» команды, программирующие вопросы	Многократное повторение, специфическая голосовая динамика и просодика (кодирующие звуко-смысловые и интонационные комплексы), приемы рефрейминга, обращения, ассертивы и др.	Внушение, побуждение	Эмоционально-установочные, предметные	Направленность на внушение эмоций, оценок, бессознательных установок, образов и мыслей	Прямое, произвольное	Интенсивность — высокая, глубина — низкая, прочность — высокая

Можно говорить об определенных закономерностях распределения способов речевого воздействия — убеждения, внушения и побуждения — в тех или иных типах РВ. С убеждением соотносятся преимущественно, хотя и не исключительно, такие типы речевого воздействия и соответствующие им прагматические виды высказываний, как доказывание, аргументация (в том числе манипулятивная), информирование, рассказ (экземплификация); с внушением — конвенционально-социальное воздействие, оценки, эмоциональное воздействие, симулированный диалог, художественное изображение и психическое программирование; с побуждением — повеление, призыв, принуждение и уговаривание. Вместе с тем, способы речевого воздействия могут сочетаться в одном типе РВ. Например, в таких прагматических высказываниях уговаривания, как подначивание, обольщение, присутствуют как побуждение, так и внушение. В будто бы чисто информативных высказываниях (тип РВ — информирование) могут присутствовать как убеждение, так и внушение.

К сожалению, до сих пор не разработана лингвистическая классификация речевых жанров, трактуемых, в духе М.М. Бахтина, как относительно устойчивые типы высказываний, «в которых неразрывно связаны на основе специфики общения три момента: тематическое содержание, стиль и композиционное построение» [Федорова Л.Л. 1991: 50]. Мы полагаем, что представленная здесь классификация типов речевого воздействия и соответствующих речевых актов может служить основанием для классификации речевых жанров с учетом всех трех аспектов.

1.7. Приемы речевого воздействия

Исследователи в областях психолингвистики, практической психологии, педагогики, управления людьми, идеологической пропаганды, рекламы, а также риторики и практики аргументации приводят целый инвентарь приемов и инструментов РВ. На основании имеющихся данных мы попытались составить собственную типологию этих явлений.

Приемы речевого воздействия — это специфические психологические, речевые и семиотические действия со стороны воздействующего субъекта, единичные либо совокупные, направленные на достижение его целей (то есть на реализацию определенных иллю-

кутивных сил). К приемам РВ относится также деятельность воздействующего субъекта по контролю над речевой ситуацией.

Среди «лояльных» логико-риторических и психологических приемов убеждения выделяют две основных группы: прямое убеждение (поиск весомых аргументов и выстраивание доказательства) и корректировка потребностей и мотивов. К последней группе относятся нацеливание, компромисс, прием растущих требований (усиление давления), упреждающая аргументация (перехват инициативы), сопоставление и сравнение (предоставление возможности сделать осознанный выбор), позитивная фрустрация («Спорим, ты не сможешь этого сделать?»), прием «хороший парень — плохой парень», прием примера и негативного примера и др. [Сергеева В. 2002]. Однако наиболее исследованной представляется сфера манипулятивного убеждения и внушения, когда в психику реципиента(-ов) внедряются цели, оценки, идеи, искажающие объективную картину мира или выгодные коммуникатору без учета интересов реципиента.

Ниже приводится типология приемов манипулятивного убеждения, а также приемов внушения, отобранных нами на основании анализа психолингвистических и психологических исследований РВ, в частности П.Б. Паршина [2000], В.Н. Панкратова [2001], В. Сергеевой [2002]; материалов сборников серии «Речевое общение» и «Речевое воздействие», опубликованных Институтом языкознания АН СССР (издательство «Наука») в 1976—1990 гг.; трудов по теории аргументации [Перельман Х., Олбрехт-Тытека Л. 1987; Демьянков В.З. 1989], работы С.Г. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием» [2002].

К приемам манипулятивного убеждения можно отнести следующие:

1. *Дезинформация.* Этот крайний, весьма эффективный прием манипуляции имеет смысл охарактеризовать подробно. Дезинформацией принято называть ложные сообщения, однако сам по себе феномен дезинформации неоднороден. Прежде всего он включает как ложные сообщения о реальных объектах и явлениях, так и фабрикации фактов — вымысел объекта или явления (например, сфабрикованные опросы общественного мнения). Важно также, что ложность сообщений не всегда является результатом умысла, интенции говорящего.

Согласно В.И. Свинцову [1981, 1990], истинностные механизмы элементарного коммуникативного акта включают в себя:

- а) объективное истинностное значение того фрагмента знания, который включается в сообщение (информация может основыв-

ваться на объективном факте или на предположении, фантазии);

- б) субъективное — адекватное или неадекватное — представление коммуникатора об этом значении (коммуникатор может обладать истиной или заблуждаться);
- в) истинностную интенцию коммуникатора (его намерение трансинформировать¹⁵ или дезинформировать реципиента);
- г) восприятие реципиентом сообщения как истинного или ложного (результат верификационных операций в процессе приема сообщения).

Одной из существенных причин передачи неистинной информации является объективная невозможность отнести предмет сообщения к разряду истинных по причине отсутствия инструментов или возможностей его верификации. Другой важной причиной, обуславливающей дезинформацию, является заблуждение коммуникатора (вполне совместимое с самыми благими его намерениями). По мнению В.Н. Свинцова, отождествление дезинформации лишь с интенциональной дезинформацией прагматически наивно, ибо «добрые» намерения способны нанести не меньший вред, чем «злые». Например, распространение ложной информации может происходить в заблуждении о ее истинности (передача слухов, сплетен и др.). Но все же основной причиной дезинформации является интенция коммуникатора. Так, желая трансформировать адресата, коммуникатор истинное (по его мнению) знание передает как истинное, а ложное — как ложное; желая ввести в заблуждение, он меняет истинностный знак на противоположный.

На этапе приема сообщения реципиент может сохранить или переменить знак истинности или ложности сообщения. Если реципиент согласен с истинностной квалификацией сообщения (сохраняет знак истинности), то прогнозируемый коммуникативный эффект достигнут; если же он переменяет знак истинности, которым явно или неявно снабжено сообщение, на противоположный, то коммуникативный эффект выражается нулевой или даже отрицательной величиной. При этом убеждения могут приниматься аудиторией не только потому, что они выражают истину, но и по многим другим важным и второстепенным причинам; в силу того, например, что некоторые следствия обсуждае-

мых убеждений подтверждаются опытом, хорошо согласуются с уже принятыми убеждениями, потому что убеждения просты, высказаны авторитетным лицом, согласуются с традицией, с информацией, полученной из других источников, представлены в эстетически совершенной форме, отвечают интересам аудитории и т.д. С другой стороны, если некоторое положение истинно, из этого не следует, что оно непременно будет принято аудиторией. Представленная истина может быть оценена как дезинформация, если она, например, получена из неавторитетного источника, ненадежных информационных каналов, не согласуется с информацией, полученной из других источников, не соответствует устоявшимся традициям, противоречит общепринятым теориям, не отвечает групповым или классовым пристрастиям аудитории, кажется бесполезной, а то и вредной и т.д. [Ивин А.А. 2006а].

На суперпропозиционном уровне текстовых сообщений трансинформация и дезинформация имеют свои особенности. В художественных текстах отмечается детерминированность истинностной оценки узкой компетентностью потребителя (например, ошибки исторических романов не замечаются современными читателями, ошибки в киноизображении быта и характерологического своеобразия того или иного этноса не замечаются представителями других этносов и т.д.). Вместе с тем в противоположность концепции Г. Фреге о том, что художественные тексты, основанные на литературной фикции (вымысле, фантазии), являются принципиально неverifiedуемыми, экспериментально доказано, что истинностные характеристики все же релевантны для читателей художественных текстов [Сорокин Ю.А. 1979]. Важность истинностной оценки, естественно, возрастает в текстах публицистического и научно-популярного стилей, поэтому возрастает и результативность дезинформационных сообщений. В публицистических текстах дезинформация может использоваться как средство идеологической пропаганды. В настоящее время СМИ стремятся избегать прямой дезинформации, однако «инвертированная» дезинформация, когда реципиент оценивает истинное заявление, поступившее из «ненадежного» источника, как дезинформацию, имеет место достаточно часто.

Антропоцентрическому дискурсу научно-популярного стиля, например текстам популярной психологии, свойственна выраженная экзистенциально-этическая направленность и дидактичность. И хотя эти тексты соотнесены с объективной реальностью (они касаются

¹⁵ Под трансинформацией подразумевается передача истинной информации.

свойств человека как биологического вида, психических структур личности, насущных проблем индивида), истинность в них играет второстепенную роль. В основном они относятся к объектам, основанным на нравственных и эстетических ценностях, и лишь отчасти — к объектам, обладающим истинностными характеристиками. Дезинформация в текстах такого рода может касаться научных данных о физиологии и психологии человека; особую роль в научно-популярных текстах приобретает дезинформация уровня объективной истины — когда вымыслы, предположения, умозрительные, недоказанные и неverified идеи преподносятся как истинные суждения (это характерно для сочинений парапсихологического, эзотерического и т.п. характера).

2. *Уклон* ('bias, slanting'), т.е. предвзятая подача информации, специальный подбор фактов и аргументов. По мнению А. Моля, это весьма эффективное средство манипуляции сознанием, поскольку искажение реальности достигается чаще в результате кумуляции мелких отклонений, происходящих всегда в одном и том же направлении, чем решительных, бросающихся в глаза действий [Моль. А. 1973]. При этом малые сдвиги, приводящие к «поляризации» потока сообщений, должны быть ниже порога семантической восприимчивости среднего получателя, то есть в среднем должны не замечаться. Можно выделить несколько механизмов, обеспечивающих этот прием манипулятивной аргументации.

- а) *Полуправда*, достигаемая с помощью манипулирования схематичностью и детальностью презентации информации. Сообщается лишь информация, которая выгодна говорящему, и едва упоминается или полностью замалчивается та, которая ему невыгодна. Для прессы обычным является игнорирование факта А, который противоречит идеологической установке, и использование факта Б, который содействует ей, хотя в реальности имели место оба факта. Количественный подбор фактов и аргументов для усиления или ослабления значимой для формирования мнения информации можно оправдать тем, что информационное поведение человека (и журналиста, в частности) предполагает относительно свободный выбор референтов или их аспектов. Однако целенаправленный подбор существенно влияет на истинностные аспекты сообщения и нередко ведет к тому, что сообщение, полностью состоящее из истинных высказываний, в определенных обстоятельствах можно оценить как дезинформационное,

поскольку оно косвенно может приводить реципиентов к ложным выводам или указывать на ложные причинно-следственные связи. Например, в большинстве сообщений касательно смерти А. Литвиненко в ведущих западных СМИ (Би-Би-Си, «Гардиан») подчеркивается критическое отношение последнего к российскому президенту и не освещается его контрабандная деятельность, связанная с радиоактивными веществами.

Замалчивание в сообщении некоторых фактов играет роль передачи истинных или ложных сведений. Роль манипулятивного замалчивания фактов подчеркивается во многих исследованиях. В работе М. Мазура [1974] вводится понятие диссимуляционной дезинформации, типичными проявлениями которой являются случаи замалчивания собственных потерь в военных сводках, сокрытие ошибок в отчетах и т.п.; в статье Гедымина эпизоды замалчивания каких-то фактов авторами исторических документов приравниваются к обычным ошибкам (ложным суждениям) (цит. по [Свинцов В.И. 1990: 85]). Молчание может считаться и трансинформацией (истинной информацией); это происходит как в случае отсутствия некоего доступного реферирования факта, так и в том случае, если этот факт относится к полю факультативной информации.

- б) *Подтасовка фактов* — акцентирование или затушевывание некоторых компонентов в целом нейтральной информации, которое достигается расположением информации в ряду других фактов и аргументов. Одним из способов искажения информации может быть ее непосредственное соположение в тексте с каким-либо выгодным для говорящего фактом. Совмещение тех или иных фактов порождает дополнительные смыслы, причем имплицитные, неявно реализуемые в высказывании, как правило, легко восстанавливаются реципиентом. Это дает адресанту возможность подвести реципиентов к управляемому выводу. Ср. заголовок *The Guardian's take on the intriguing life of the KGB man turned controversial critic of the Putin government* (www.guardian.co.uk) (*Точка зрения «Гардиан» на интригующую жизнь агента КГБ, впоследствии критика правительства Путина*), в котором прошлая разведывательная деятельность и критическое отношение А. Литвиненко к правительству России имплицитно увязывается с его печальным

концом. Читатель подводится к управляемому выводу о том, что Литвиненко — жертва российских спецслужб. Другим способом искажения информации является усиление или ослабление позиции того или иного факта. Помещение высказываний, выражающих приемлемые для манипулятора факты и взгляды, в «сильную позицию» в тексте (эмфатическое начало или конец сообщения), а также прочие лингвистические средства эмпазы обеспечивают направленное усвоение информации, при том, что сохраняется иллюзия непредвзятости и объективности¹⁶. В качестве примера рассмотрим подзаголовок *The suspected killer was captured on cameras at Heathrow as he flew into Britain to carry out the murder. Friends of the ex-spy say that he was murdered by a hired killer, sent by the Kremlin, who vanished hours after administering a deadly dose of radioactive polonium-210 to Litvinenko* (<http://www.timesonline.co.uk/article/0,,3-2556377,00.html>) (*Подозреваемый убийца был заснят на камеры аэропорта Хитроу, в тот момент, когда он прилетел в Британию, чтобы привести убийство в исполнение. Друзья бывшего шпиона заявляют, что он был убит наемным убийцей, посланным Кремлем, который скрылся спустя несколько часов после отравления Литвиненко летальной дозой радиоактивного полония-210*). Хотя в начале второго высказывания содержится ссылка на мнение друзей Литвиненко, ее позиция ослаблена по сравнению с основной информацией. Дополнительным средством реализации смысла является оборот «привести в исполнение» в первом высказывании, имплицитный заказное убийство.

- с) *Пристрастная селекция аргументов или односторонняя аргументация*, когда показывается точка зрения лишь одного оппонента и ей присваивается качество единственно правильной. Этот прием перекликается с подтасовкой фактов и искажением информации, но направлен не на информирование, а на собственно аргументацию. Например, в ходе каких-либо военных операций СМИ, действующие в интересах нападающей стороны, предоставляют аудитории главным образом аргументацию, оправдывающую эти

¹⁶ По свидетельству ряда психологов, наиболее эффективной схемой убеждения в монологической аргументации является очередность «аргумент — контраргумент (в качестве уступки) — вывод из основного аргумента» («факт — уступка в виде противоположного факта — вывод из первого факта»).

операции. При этом оппозиционная точка зрения блокируется или представляется в невыгодном свете. Подвидом этого приема можно считать прием «двойные стандарты» или «готтентотская мораль», предполагающий смену коннотаций при представлении аналогичных доводов «своими» и «чужими».

- d) *Маскировка и дробление информации*. Это специальные приемы подачи информации, способствующие ее искажению. При маскировке информации важное сообщение, которое невыгодно репрезентирует позицию манипулятора, может маскироваться с помощью предварительного перенасыщения аудитории второстепенной информацией (прием «демократии шума»). Дробление информации при подаче препятствует формированию целостной картины явлений или событий или приводит к ощущению недосказанности.
- e) *Изъятие информации из контекста и ее произвольная трактовка*. Этот прием более всего характерен для журналистики, хотя нередко встречается и в научном дискурсе (особенно гуманитарном, например в историографии). Пример из журналистики: фраза *Грузины могут вымереть как нация* из интервью с российским дипломатом о процессах глобализации и демографии вызвала негативную реакцию в грузинских СМИ.
- f) *Искажение истинных масштабов событий и явлений* — преуменьшение и преувеличение их значимости. С помощью этого приема ряд событий можно превратить в серьезную проблему («псевдопроблему»), затрагивающую интересы нации, замаскировать интересы отдельных социальных групп под национальные интересы и т.п. С другой стороны, нередки случаи преуменьшения значимости события. Например, как пишет С.Г. Кара-Мурза, когда за бесценок продавали Норильский комбинат, министр экономики и финансов успокаивал массы: «Да что вы, это мелочь, зато из этих денег учителям зарплату выплатят за октябрь» [Кара-Мурза С.Г. 2002: 571].

Апелляция к устоявшимся стереотипам и архетипам — глубинным, социально / генетически обусловленным моделям фрагментов действительности, устойчиво ассоциируемым с теми или иными концептами, а также к культурно-символическому материалу. Апелляция к этим семиотическим единицам активизирует определенные ассоциации, оценки и эмоции. Например, справед-

ливость должна торжествовать, люди добры («люди добрые»), будущее прекрасно («все будет хорошо»), добро побеждает зло, Бог поможет и др. Символы (Родина, Бог, ребенок и др.) позволяют включать «психические автоматизмы» — типичные паттерны восприятия, когда реципиент оценивает сообщение через призму стереотипов и воспринимает его быстро, не думая. Наряду с униполярными стереотипами, в целях речевого воздействия используются и стандартные семиотические оппозиции «свой — чужой», «хороший — плохой» и др.

Следует отметить, что постмодернистский речевоздейственный дискурс часто прибегает и к расшатыванию, разрушению устойчивых культурных, социальных и даже генетически обусловленных семиотических единиц (включая персоналии и типы) с помощью карнавализации и децентрации — маргинализации их центральных ценностных признаков посредством включения этих концептов в новые контексты (см. ниже о дестереотипизации)¹⁷.

¹⁷ Согласно Ж. Деррида, любой идеологический дискурс создается за счет центрации — «предпочтения» при именовании или описании концепта каких-либо сем другим семам, постановка их «в центр», в привилегированную позицию. Центрация достигается последовательным использованием однотипных контекстов, благодаря которым «упорядочивается» картина мира, формируется определенное миропонимание. Центрация сопровождается привнесением эмоционально-оценочных коннотаций в семантику знака и обычно связывается с противопоставлением, когда один концепт традиционно оценивается как положительный, более правильный или важный по сравнению с противоположным. Так, по Деррида, европейскому мышлению свойственен логоцентризм — привилегированное положение слова перед эмоцией, импульсом, действием, жестом, фоноцентризм — привилегированное положение устной речи по сравнению с письмом; фаллоцентризм — привилегированное положение мужского начала перед женским, теоцентризм — привилегия божественного перед земным, телеоцентризм — привилегированное положение необходимости и конечной цели перед случайностью, игрой. Другие случаи центрации — запад-восток, белая раса — цветные расы и другие. Задачей постмодернистского философа и критика является децентрация концепта, лишение его центральных сем привилегированного статуса, выявление и акцентирование периферийной семантики за счет иных, нетипичных контекстов. В том числе используется «логомахия» — «методологическая стратегия философии постмодернизма <...> ориентирующая на десакрализующее переосмысление феномена логоса в игровом контексте» [История философии 2002].

4. *Стереотипизация* — обобщение и типизация ситуаций, событий и явлений, способствующие формированию и закреплению стереотипов, созданию мифологем и идеологем (идеологических стереотипов). Концепт либо категориальный конструкт формируется и фиксируется в качестве стереотипа за счет центрации отдельных (привилегированных) семантических признаков. Это достигается благодаря последовательной и повторяющейся тематической организации сообщений, подбору контекстов, акцентирующих выгодные адресанту смыслы, избираемые для создания стереотипа.

Стереотипизация часто используется в СМИ для создания образа государства, например, большинство сообщений о Китае, передаваемых до недавнего времени западными СМИ, увязывались с нарушением прав человека в этой стране, что существенно влияло на знание о китайском обществе у западной публики, точнее, формировало устойчивое предубеждение о жизни в Китае. Теперь, когда мировая конъюнктура изменилась, сообщения о Китае неизменно сопровождаются контекстами, в которых акцентируется бурный рост его экономики, звучат призывы делать инвестиции в китайский рынок¹⁸. В качестве другого примера стереотипизации можно назвать целенаправленное внедрение в сознание россиян ранее чуждых им идей индивидуализма, соперничества, «священности» (неприкосновенности) частной собственности.

С другой стороны, широко используется и *дестереотипизация* — разрушение старых стереотипов, символических фигур, мифологем и идеологем за счет децентрации, например: *Бизнесмен полезнее для общества, чем бюджетник. Вот, Билл Гейтс думает только о своей выгоде, однако он больше сделал для общества, чем какой-нибудь школьный учитель* и др.

5. *Размывание и подмена понятий* — приемы, в определенной степени связанные со стереотипизацией и дестереотипизацией, поскольку также предполагают операции над концептами и стереотипными представлениями. Размывание понятий означает такую трактовку концепта, которая меняет его ядро, неправомерно сужая, расширяя его или принося в него новые семантические признаки таким образом, что поня-

¹⁸ Этот факт, между прочим, наглядно показывает типичное маневрирование западной элиты с целью обеспечения и политических, и экономических интересов.

тие «релятивизируется», становится неопределенным, может использоваться в разных смыслах и позволяет делать разные выводы. Ср. размывание понятия «демократия»: *Демократия требует наличия демоса — просвещенного, зажиточного, достаточно широкого «среднего класса», способного при волеизъявлении руководствоваться не инстинктами, а взвешенными интересами. Если же такого слоя нет, а есть масса... — говорить надо не о демосе, а о толпе, охлосе... Сейчас возрождение «доперестроечных» структур во всей их жестокости было бы опасно не как насилие над народом, а наоборот, как реализация чаяний самого народа, — такого, каким он стал, сроднясь с этими структурами* (Д. Драгунский, цит. по [Кара-Мурза С.Г. 2002]). Как рассуждает С.Г. Кара-Мурза, из такой трактовки демократии явствует, что демократы есть сплоченное меньшинство, которое присвоило себе право судить, кто есть демос, а кто — толпа. Если бы «инстинкты» граждан России совпадали с материальными «интересами» Д. Драгунского, он бы назвал их демосом. А поскольку чаяния народа угрожают его интересам, то это — толпа, «а толпу позволительно и обманывать, и рассеивать, и даже расстреливать — это нарушением демократии он не считает» [Кара-Мурза С.Г. 2002: 426]. Кара-Мурза также приводит примеры релятивизации (и даже устранения) понятий долга и греха, которая позволяет оправдывать и идеализировать обычно осуждаемые феномены, такие как предательство, стяжательство, разврат и др.

Подмена понятий предполагает манипулятивное название одного концепта именем другого либо название денотата именем, которое выражает иной, не соответствующий данному денотату, концепт. Например, благодаря подмене понятия «свободы» понятием «жизни без запретов» свободой могут называть анархию, приобретение с помощью обмана и силы жизненных ресурсов, моральную распущенность и т.д. Примером подмены понятий также является ситуация, когда говорят, что некто «был осужден», будучи отстраненным от работы в Академии наук и переведенным на работу, скажем, в педагогический вуз (примеры из [Кара-Мурза С.Г. 2002]). Еще одним примером подмены понятий является использование понятий психическая энергия, энергетика личности для обозначения того факта, что в процессе общения неизбежно совершаются большие или меньшие усилия и может возникнуть чувство усталости. Этой подменой понятий могут пользоваться шарлатаны, превращая метафору в некую физическую

субстанцию, которую можно по желанию вычерпать из сосуда, а можно налить.

6. *Манипуляции с модусами мнения и знания.* Одним из способов манипулирования является нейтрализация различия между мнением и знанием — намеренное сокрытие модусов спорности, предположения, мнения в высказывании, когда ни лексически, ни грамматически они не эксплицируются. В отсутствие перформативных глаголов высказывание автоматически приобретает модус знания. Отсутствие эксплицитного модуса спорности нейтрализует различие между знанием и мнением, что позволяет более успешно воздействовать на слушающего [Болинджер Д. 1987, Баранов А.Н. 1990]. Например, предположение наличия в Ираке ядерного оружия перед нападением США на Ирак в 2003 г. камуфлировалось в американских СМИ высказываниями, в которых отсутствовал модус предположения (следовательно, присутствовал модус знания).

Часто манипуляция осуществляется за счет отсутствия модуса мнения в так называемых «общесмысловых высказываниях»¹⁹ — обобщенных афористических фразах, которые часто не подвергаются реципиентом критическому анализу и воспринимаются как аксиомы или доказанные истины. Такие высказывания зачастую несут сомнительную информацию благодаря неправомерному обобщению или отсутствию веских доказательств. Например: *Размеры дохода редко превышают уровень развития личности* (пример из [Рон Дж. 1997]), *Я не настолько богат, чтобы позволить себе покупать дешевые вещи*. Иногда в таких высказываниях используются наречия — маркеры модуса знания: *очевидно, естественно, понятно*.

7. *Маскировка несостоятельных тезиса или аргументов* с помощью несвойственных им речевых актов. Аргументация включает в себя комплекс когнитивных процедур, в который может входить аналогия, контрастирование, перечисление, дескрипция, именование, экспликация, выбор, классификация, метафоризация, интроспекция и др. При этом важнейшей когнитивной процедурой аргументации, определяющей все прочие, является онтологизация знания — интеграция нового знания в модель мира человека и его согласование с имеющимися представлениями о действительности [Баранов А.Н. 1990]. Манипулятивная ар-

¹⁹ Термин Ю.А. Бирюковой [1998].

гументация предполагает нарушение процедуры онтологизации знания, «подгонку» тезиса и аргументов в соответствии с интенциями манипуляторов. Для этого используются иллюкативные акты, несовместимые с когнитивной направленностью тезиса и аргументов.

В случае явной аргументации нормативными речевыми актами, наиболее приспособленными к введению тезиса, являются: 1) «эпистемические» суждения — речевые акты утверждения, предположения, выражения мнения и др., ориентированные на модель мира и знания адресата. Например, *Поиски знаний — это одна из стратегий на пути к богатству и счастью; Я думаю, что трудности и неприятности следует использовать для личностного развития* (примеры из [Рон Дж. 1997]); 2) «императивы» в широком смысле — речевые акты, непосредственно затрагивающие процесс принятия решений: предложение, приказ / повеление, совет, пожелание, желание и т.п. Например, *Предлагаем широкий выбор товаров; Познай самого себя; Окружайте себя победителями; Единственный путь для вас получить что-то лучшее — это если вы сами станете лучше; Желательно, чтобы вы работали над обеспечением своей истинной ценности, иначе вы быстро окажетесь в самом низу экономической лестницы.*

Если адресант в манипулятивных целях не желает обнаружить перед адресатом тезис, то этот тезис может вводиться речевыми актами, не свойственными аргументации, но в определенной степени влияющими на представления, установки и мотивацию адресата: это обещание, обязательство, согласие, вопрос (включая программирующие: специальные, альтернативные; вопросы на подтверждение (общие)), недоумение, сожаление, радость и т.п. Например, *Сегодня вы получаете уникальную возможность участвовать в лотерее в магазине...; Эти прекрасные <...> вы получаете совершенно бесплатно, оплатить нужно только процент от стоимости перевозки и доставки; Вы сейчас можете поговорить со мной или мне перезвонить?; Вы хотите, чтобы я познакомил вас с продуктом «Herbalife» по телефону или при личной встрече?; Среди ваших знакомых у кого-нибудь когда-либо была страховка?; Сетевым маркетингом могут заниматься не все. Раньше я также думал, что это не для меня. Но когда я все-таки решился, я ни на секунду не пожалел о том, что сделал; У нас для вас есть интересная работа; Вы мечтаете в отпуске загорать на Майами-бич?; Сколько денег вам нужно иметь для финансового благополучия?; Почему вы не*

хотите испытать свой шанс зарабатывать хорошие деньги?; Приятно иметь дело с человеком дела, бизнеса, прибыли, а не представителем партии неумех и нытиков (примеры, в том числе, из [Погребенский В. et al. 1994; Грязнова О.И. 1997]). Многие способы непрямого введения тезиса описываются НЛП.

Тезис может вводиться также намеками, в основе которых лежит *управляемое умозаключение или пресуппозиции*. Коммуникант «рассчитывает» на догадку адресата, используя психический автоматизм определенных логических переходов [Доценко Е.Л. 2003: 144]. Например, сообщение сына *В магазин завезли первоклассные плееры*, предполагает, что отец догадается приобрести ему плеер.

Что касается аргументов, то они, во-первых, должны быть истинны, а во-вторых, самодостаточны — не должны, с точки зрения реципиента, требовать дальнейшего обоснования (т.е. не могут быть представлены как тезисы более «низкого» уровня иерархии). Отклонения от этих двух принципов можно считать манипуляцией. Кроме того, для явного введения аргумента естественно использовать речевые акты пояснения, экспликации, доказательства, экзemplификации, толкования, постулирования, определения и пр. — иллюкативная функция которых в когнитивных терминах может быть описана как обеспечение изменения онтологического статуса знания (неэксплицитное — эксплицитное; непонятное — понятное; неточное — точное и т.п.). Выбор необычных речевых актов для оформления аргументов может также свидетельствовать о манипуляции. Ряд манипулятивных операций с аргументами описывается в [Баранов А.Н. 1990].

Среди **приемов суггестивного воздействия**, используемых для реализации эмоционально-установочных целей («правил суггестивного речевого внушения»), мы выделяем:

1. *Общепсихологические:*

- а) опора на позитивную и на негативную установку в отношении личности коммуникатора (факта или объекта информации);
- б) использование позитивных и негативных склонностей, психического состояния коммуникантов, свойств личностей;
- в) чрезмерная эмоциональность, сопровождающая высказывания, когда говорящий пытается «давить на чувства», вызвать жалость, стыд, разозлить, уязвить или, напротив, вызвать состояние эйфории, неоправданного довольства;

- d) использование фактора времени — манипулирование скоростью и частотой подачи информации;
- e) персонализация и ритуализация событий — отвлечение внимания от сути явления или события за счет акцентирования личностей участников или процедуры проведения мероприятия, например, в политике — рассуждения о внешнем виде, деталях костюмов, интерьера; в сетевом маркетинге — о личностях ведущих спонсоров и дистрибьюторов и т.д.;
- f) задача информации оттенков сенсационности и срочности [Шиллер Г. 1980, Кара-Мурза С.Г. 2002]. Сенсационными являются сообщения о событиях, которым придается высокая важность и уникальность и на которых концентрируется и удерживается внимание публики. Срочность предполагает придание информации характера незамедлительности и неотложности. Часто сенсационность и срочность используются для отвлечения внимания реципиентов от важных событий и насущных проблем.

2. Психотерапевтические (рефрейминг) и психолингвистические:

- a) подстройка к психике реципиента (соответствие темпа речи частоте дыхания суггеренда, повторение его поз и жестов), использование активного слушания, резонирования;
- b) установка якорей — маркировка событий, идей, персонажей интонациями, жестами, прикосновениями, обращением по имени и т.д. с тем, чтобы внедрить их в пределы внимания и зафиксировать в сознании (подсознательном) реципиента;
- c) использование базовых перцептивных систем регуляции (аудитивная, визуальная, кинестетическая, дигитальная) и синестезии. Перцептивная модальность может учитываться индивидуально, когда говорящий для обеспечения раппорта обращается к базовой модальности реципиента (*Послушайте, Смотрите, Поймите*). Универсальное воздействие оказывают высказывания с разнообразием образности, в программирующих словах которых задействуются все модальности, ср. *Перестань думать. Живи ощущениями. О чем это я?... Когда я в деревне вечером выхожу на крыльцо, на меня просто обрушивается этот темный, звонкий и плотный вечер. В лицо и нос бьют насыщенные запахи, со всех сторон в меня летят треск, шелестение и свисты, а во все тело вливается и тепло, и прохлада...*;

- d) использование управляемых ассоциаций — связей между психическими явлениями, образующимися, когда актуализация (восприятие, представление) одного из них влечет за собой появление другого (например, описание вкуса, полезности и эстетически приятной формы продукта вызывает аппетит)⁴
- e) использование вставленных команд и программирующих вопросов. Говоря о вставленных командах, заметим, что вместо прямых команд с модусом обязательства НЛП рекомендует давать команды с модусом предложения или пожелания (можете, можно, хотел(-а) бы). Так, вместо команды *Вы чувствуете полное расслабление* психотерапевту желательно сказать *Вы можете почувствовать полное расслабление* или *Я хотел бы, чтобы Вы сейчас начали расслабляться*. Эффективность таких высказываний основана на создании иллюзии свободы выбора, а также на большей приемлемости для реципиентов речевых актов предложения и пожелания, чем приказа;
- f) использование перефразирования с помощью смены модальных операторов, обеспечивающее иное восприятие действительности. Например, в ответ на формулировку *Я не могу этого сделать*, следует фраза *Скажите лучшие «Я не хочу этого делать» или «Я не должен этого делать»*;
- g) использование металингвистической модели (мета-модели) рассуждения, когда внимание концентрируется не на смысле высказываний реципиента о его проблеме, а на том, как оформляются эти высказывания. По мнению психологов, это позволяет терапевту и самому клиенту видеть ситуацию не в свете рациональной модели, а сквозь призму бессознательных процессов. Мета-модель используется прежде всего в методике шестишагового рефрейминга НЛП. В нее входят вопросы, уточняющие и своеобразно преломляющие проблему (*Он пугает меня. — Как именно он пугает вас? Я испытываю депрессию. — Как именно вы узнаете, что испытываете депрессию, вину или фобию?*); высказывания, стимулирующие внутренний диалог с бессознательным (*Попросите творческую личность на подсознательном уровне обратиться к части, отвечающей за поведение, и определить, что она пытается сделать для всей личности. Затем заставьте творческую часть генерировать новые способы реализации ее*

намерения); высказывания, контролирующие закрепление установок (*И сейчас я хотел бы попросить все другие части личности этого человека просмотреть созданные варианты и подтвердить, что у них отсутствуют возражения против их осуществления*), и ряд других средств²⁰;

- h) использование обобщенных и абстрактных слов, амбивалентных фраз, приемов номинализации, пассивизации и релятивизации²¹. В манипулятивном дискурсе туманность и уклончивость используются для того, чтобы ясное обнаружение идеалов и интересов отправителя сообщения не включило психологическую защиту тех, кто не разделяет этой позиции, или не побудило к мысленному диалогу, затрудняющему манипуляцию. Абстрактные слова и высказывания используются и в психотерапии. Здесь возможны такие цели, как «стирание информации» о конкретных лицах и обстоятельствах ситуации, предоставление реципиенту свободы выбора в решении проблемы либо активизация «трансдеривационного поиска» [Гриндер Дж., Бендлер Р. 1993; Гордон Д. 1994]²².

²⁰ «Классическая» схема НЛП-терапии состоит из шести частей (шестишаговый рефрейминг); две части — вводная и заключительная — добавлены психотерапевтом в связи с условиями коммуникативной ситуации (пресуппозиции) и с личным желанием максимально оптимизировать коммуникативную ситуацию.

- (0) Вводная часть. Установление доброжелательного контакта.
- (1) Договор с частью личности, ответственной за нежелательное поведение.
- (2) Договор с конструктивной частью личности.
- (3) Расширение «карты мира» личности.
- (4) «Экологическая проверка».
- (5) Договор с частями о контроле.
- (6) «Протяжка» в будущее.
- (7) Заключительная часть: прощание, создание благоприятного настроения [Черепанова И.Ю. 1995 (Ч. 1): 183—184].

²¹ Называние субъекта действия во фразе правительство возобновило военные действия и его утаивание во фразах возобновление военных действий (номинализация), возобновились военные действия (пассивизация), возобновившиеся военные действия (релятивизация).

²² По Р. Бендлеру и Дж. Гриндеру, трансдеривационный поиск — это процесс поиска в воспоминаниях и ментальных представлениях того личного референтного опыта, производным от которого является текущее понимание ситуации. Иначе говоря, это выявление смыслов, явно не выраженных в поверхностной структуре высказываний клиентов.

Например, в психотерапевтических высказываниях могут упоминаться безадресная злость, грусть: *Вспомните моменты, когда Вы испытывали злость. Покажите, в каком месте тела вы ее ощущали; Спроси у своей грустинки, чего она хочет*;

- i) суггестивное использование средств когезии в тексте, конъюнктивных и дизъюнктивных переходов от высказывания к высказыванию. Средства конъюнкции (*и, потому что, если, когда, так*) используются для обеспечения ровного перехода от фазы присоединения к фазе внушения и незаметного изменения состояния²³. Преднамеренная дизъюнкция, по мнению представителей НЛП, является толчком к резкому изменению состояния (например, *Это не значит, что то, что вы делаете — плохо, но свидетельствует о серьезном недостатке знаний. Понятно ли Вам то, что я говорю?* [Гриндер Дж., Бендлер Р. 1993: 20]);
- j) использование ассертивов и негативов. Кодированная суггестивность фраз согласия («да») признана многими психологическими и психотерапевтическими школами. Распространенным является мнение о том, что избежание негативных частиц («не», «нет») и их производных позволяет расположить к себе собеседников и благоприятствует воздействию на них. С другой стороны, оно тренирует умение понимать логику и аргументы людей с иными взглядами и в конечном счете вырабатывает внутреннее приятие мировоззрения других людей, мира и событий.

Утверждается также, что бессознательное не понимает слов «нет» и «не», то есть невосприимчиво к запретам и отрицаниям.

²³ Ср. средства когезии в отрывке из сеанса НЛП-терапии: «Та проблема, которую ты сейчас обозначила, очень близка твоему сознанию. И я уверен, что ты совершенно четко представляешь, что хочешь в себе изменить. И если это так, я обращаюсь сейчас к той части личности этого человека, к той его части бессознательного личности, которая ответственна за то поведение, которое мы назовем нежелательным. Если, конечно, не возникает возражений против этого. И я прошу эту часть личности дать мне знать через сознание человека о том, хочет ли она работать со мной только на благо этого человека, только на его пользу. И я говорю ей СПАСИБО, СПАСИБО за то, что она согласилась на это. И если я правильно ее понял, я прошу ответить на небольшой вопрос: согласна ли она сказать человеку, для чего она это делает» (цит. по [Черепанова 1995]).

Приемы убеждения и внушения

«Лояльные» приемы убеждения

1. Прямое убеждение (поиск весомых аргументов и выстраивание доказательства).
2. Корректировка потребностей и мотивов.

Манипулятивные приемы убеждения

1. Дезинформация:
 - а) ложные сообщения о реальных объектах и явлениях;
 - б) фабрикация фактов.
2. Предвзятое представление информации, уклон:
 - а) полуправда, замалчивание;
 - б) подтасовка фактов;
 - с) маскировка и дробление информации;
 - д) пристрастная селекция аргументов или односторонняя аргументация;
 - е) изъятие информации из контекста и ее произвольная трактовка;
 - ф) искажение истинных масштабов событий и явлений.
3. Эксплуатация культурно-символического материала, устоявшихся стереотипов и архетипов.
4. Стереотипизация и дестереотипизация.
5. Размывание и подмена понятий.
6. Манипуляции с модусами мнения и знания (в частности, сомнительные «общесмысловые высказывания», преподносимые как аксиомы).
7. Маскировка несостоятельных тезиса или аргументов с помощью несвойственных им речевых актов.

Приемы внушения (суггестии)

1. Общепсихологические:
 - а) опора на позитивную и на негативную установку реципиентов;
 - б) использование позитивных и негативных склонностей, психического состояния, свойств личностей коммуникантов;

Однако это положение представляется нам спорным. Как показывает практика социально-исторического развития, в ряде случаев использование негативов вполне эффективно, например в запретах («не убий», «не укради» и др.). Ассертивные высказывания и слово «да» должны преобладать в контекстах утверждения, согласия и одобрения, отрицательные высказывания и слова «нет» и «не» — в контекстах запрета, ограничения, отрицания и неодобрения в соответствии с иллокутивными силами (интенцией говорящего).

- к) Игра с референтными индексами (конкретными существительными, которые специфически именуют что-либо в опыте клиента). Одним из правил НЛП-терапии является избегание референтных индексов («проблема» вместо конкретного ее именованного, «человек», «лицо» вместо конкретной личности, с которой связана проблема, и др.).
- л) Использование возможностей речевой динамики (изменение тона, громкости голоса, темпа речи, модуляции и др.).
- м) Повторение слов и высказываний — лозунгов, призывов, аффирмаций-экзерситивов (например, слова «Хорошо!» в психотерапевтическом дискурсе). Многократное повторение мысли, даже не разделяемой реципиентом, оставляет мнемонические следы в его памяти, достаточно глубоко врежется в подсознание и может влиять на его чувства, мысли и поведение (хотя нельзя игнорировать и смысловую аттрицию высказывания из-за его частого употребления).

Разновидностью этого вида РВ является прием «Карфаген должен быть разрушен» (прием римского сенатора Катона Старшего) — целенаправленное и постепенное приучение собеседника к какому-либо бездоказательному утверждению (призыву) при помощи его повторения, затем — объявление его очевидности.

- п) Использование для номинации эмоциональной, оценочной и экспрессивной лексики, лексики с закрепившимися коннотациями и культурно-стереотипными ассоциациями. Например, в СМИ при описании идеологического врага часто используется негативно-оценочная лексика: *клика, диктатура, изуверский, подрывать, эксплуатировать, разрушать, парализовать*.

- c) возбуждение тех или иных эмоций в отношении информации;
 - d) манипулирование скоростью и частотой подачи информации;
 - e) персонализация и ритуализация событий;
 - f) придача информации коннотаций сенсационности и срочности.
2. Психотерапевтические (рефрейминг) и психолингвистические:
- a) подстройка к психике реципиента;
 - b) установка якорей;
 - c) использование базовых перцептивных систем регуляции (аудиальная, визуальная, кинестетическая, дигитальная) и синестезии;
 - d) использование управляемых ассоциаций;
 - e) использование вставленных команд и программирующих вопросов;
 - f) использование перефразирования с помощью смены модальных операторов;
 - g) использование металингвистической модели (мета-модели) рассуждения;
 - h) использование обобщенных и абстрактных слов, приемов номинализации, пассивизации и релятивизации, фраз с расплывчатой семантикой;
 - i) суггестивное использование средств когезии;
 - j) использование ассертивов и негативов;
 - k) избежание референтных индексов;
 - l) использование возможностей речевой динамики;
 - m) повторение фраз (призывов, лозунгов, аффирмаций-экзерсисов);
 - n) использование для номинации эмоциональной, оценочной и экспрессивной лексики, лексики с закрепившимися коннотациями и культурно-стереотипными ассоциациями.

1.8. Инструменты некорректного аргументирования — софизмы

Инструменты некорректного аргументирования (софизмы) — некорректные рассуждения и мнимые умозаключения, обоснованность которых является кажущейся, порождается субъективным впечатле-

нием, вызванным недостаточностью логического или семантического анализа. Софизмы представляются абстрактными логико-речевыми схемами потенциальных конкретных высказываний ложной аргументации. Используя данные психологической, логико-риторической, лингвистической литературы (в частности, работ П.Б. Паршина [2000], В.Н. Панкратова [2001], В. Сергеевой [2002], М.Р. Желтухиной [2003], А.А. Котова [2003], Т.А. Воронцовой [2006], Д.В. Хворостина [2006]), а также традиционную таксономию софизмов и логических ошибок, принятую в риторике [Encyclopædia Britannica 2005 Ultimate Reference Suite], мы выделили несколько групп софизмов.

Заметим, что в своей классификации мы во многом опираемся на риторическую традицию, которая кладет в основу определения софизмов принцип некорректности рассуждения. Понимаемые таким образом софизмы могут представлять собой довольно разнородные логико-риторические, лингвистические и коммуникативно-прагматические явления. Так, к софизмам могут относиться и рассуждения, обосновывающие нелепость или ложь, и неверные полисиллогизмы, и некорректные коммуникативные тактики, и ряд риторических приемов (например, в случае обширной группы софизмов *ad hominem*). Мы сочли возможным трактовать все эти явления как софизмы, поскольку полагаем, что для исследования речевого воздействия их отличия не столь принципиальны по сравнению с общей для них *некорректностью аргументирования*. Повторим также, что некорректность аргументации и манипуляция суть разные явления, хотя многие наши примеры демонстрируют сочетание первой и второй (о сути манипуляции см. 1.3).

Итак, выделяются следующие группы софизмов.

I. «Материальные» ловушки, при которых используются *некорректные формы доказывания и оспаривания*

1) Софизмы постулирования и аргументирования:

- a) выдвижение тезиса в форме *quaesitio* или *plurimum interrogationum* — вопросов, которые не имеют смысла либо на которые не может быть дано однозначного ответа: *Вы прекратили бить свою жену?; За что мы платим?*
- b) подмена тезиса (*ignoratio elenchi*) — вместо выдвинутого в начале тезиса доказывается сходный с ним, но другой тезис; например, при доказательстве положения *Для деловой успешности важно умение общаться* приводятся аргументы, дока-

зывающие более «сильное» положение *Успешность бизнеса основана на умении руководителя общаться*;

- с) неправомерное обобщение в тезисе: *Программисты много зарабатывают; Женщины не равны мужчинам по уму; Русские ленивы; Американское оружие предназначено исключительно для обороны от внешних агрессоров* (сотрудник корпорации «Локхид»).

Тезис и вывод также могут быть безосновательными из-за недостаточности или несостоятельности аргументов; эта ситуация описывается следующими софизмами:

- д) ложная аналогия или ложное противопоставление, например *Российская Федерация — последняя империя, и, как все империи, она должна распасться*;
- е) ловушка «особого обстоятельства» (secundum quid), например *Транснациональные корпорации — безусловное благо, так как создают рабочие места и предоставляют людям средства к существованию*²⁴;
- ф) ловушка «от собирательного смысла к смыслу разделительному» (fallacia a sensu composite ad sensum divisum) и обратная: *Просто удивительно, что кто-то еще верит в сказки про злых американцев, стремящихся всех постричь под свою гребенку (реплика на форуме, посвященному агрессии США против Ирана)*²⁵; *Надо прежде всего думать о своей выгоде. Если мне будет хорошо, то и людям (обществу) будет хорошо*;
- г) petitio principii — аргументация, когда тезис доказывается аргументами, которые сами по себе требуют доказательства: *Н. всегда голосует мудро, потому что голосует за ...*;
- h) non sequitur — отсутствие логической связи между посылкой и выводом *Отмена нижнего порога избирателей — еще один*

²⁴ Не учитываются такие обстоятельства, как единоличное владение национальными ресурсами и средствами производства, ограничение развития национальных экономик, подавление конкурентов, одностороннее развитие рынка и т.д.

²⁵ Игнорируется то обстоятельство, что, хотя отдельные американцы дружелюбны и благожелательны, американское правительство, представляющее нацию в целом, ведет агрессивную политику.

шаг на пути гибели Святой Руси (реплика по поводу снижения порога явки избирателей);

- i) аргументация по кругу, например, *Бог есть, потому что об этом говорит Библия. Библия истинна, потому что она Слово Божье*; — *Эта команда — лучшая в ассоциации из-за большого потенциала отбивающих игроков. — Почему вы считаете их потенциал высоким? — Ну, в конце концов, эти игроки составляют основу команды, лучшей в ассоциации*;
- j) аргументация ложной причины, например *Врачи и учителя мало зарабатывают, потому что плохо работают*;
- k) post hoc ergo propter hoc — после этого, следовательно, вследствие этого, например *Сбой электроэнергии произошел, потому что утром соседи наверху делали ремонт и включали электродрель*;
- l) аргументация ad ignorantiam: *Экстрасенсорные способности существуют, поскольку не доказано обратного*;
- m) ad verecundiam (подмена истинности полезностью, выгодностью, прогрессивностью, новизной, материальным или абстрактным благом; прецедентностью), например *Это так, поскольку так пошло с древности*;
- n) апелляция к авторитету, например, *Это так, поскольку так принято во всем цивилизованном мире; Миллионы считают, что «Виндоус» — лучшая операционная система, значит, это так и ряд других*.
- 2) Софизмы оспаривания:
- a) reductio ad absurdum, например, — *Стало быть, по-вашему, убеждений нет? — Нет и не существует. — Это ваше убеждение? — Да. — Как же вы говорите, что их нет? Вот вам уже одно на первый случай* (И.С. Тургенев «Рудин»);
- b) «троянский конь» — рассуждение, внешне сходное с мнениями или представлениями оппонента, но сопровождаемое подспудным внедрением идей, выгодных говорящему; искажение тезиса и доводов оппонента и косвенная демонстрация их несостоятельности (иногда с лицемерной попыткой их оправдания);
- с) «бумеранг» — тезис или аргумент, высказанный одним из партнеров, обращается против него же (часто касается обвинений);

- d) «лингвистическая косметика» — перефразирование и резюмирование. Как вариант этого типа можно рассматривать мнимое недопонимание (*Итак, вы полагаете...*) с последующим искажением мысли оппонента.

II. *Вербальные ловушки* включают в себя следующие:

- a) амбивалентность — двусмысленность, расплывчатость, контекстуальная многозначность, когда контекст допускает несколько интерпретаций лексемы или грамматической формы. Например, пресловутая фраза *Секса у нас (в СССР) нет*²⁶ амбивалентна благодаря широте значения слова *секс*. В русском языке у этого слова, наряду со значениями «то же, что сексуальность, т.е. совокупность психических реакций, переживаний, установок и поступков, связанных с проявлением и удовлетворением полового влечения» (БСЭ), бытовало значение «аморальность, сексуальная распущенность» (ср. распространенное в советское время сочетание-клише «секс и насилие», характеризующее определенные аспекты западной культуры, например, в статье БСЭ «Массовая культура»). Именно последнее значение и подразумевалось в данном высказывании в момент его произнесения. В вырванной же из контекста фразе акцентировалось первое значение слова *секс*, благодаря чему само высказывание было превращено в своеобразный идеологический жупел;
- б) имплицитность лингвистических средств, например *В России пока сильны научные наработки; Сегодня даже учителям средней школы ясно, что российский покупатель не пойдет в супермаркет с обшарпанным полом; ...и те, кто считает себя абсолютно здоровым*.

III. *Формальные ловушки* — силлогизмы и полисиллогизмы, в построении которых преднамеренно нарушены правила. Сюда могут входить риторические фигуры, содержащие иронию, парадоксы, амбивалентность, т.е. сочетающие разные, подчас противоположные смыслы. Например, *Вечно перед тобой стоит дилемма: купить хороший автомобиль или поддержать отечественного производителя; Большие всего борются за мир те, кто представляет для него наибольшую угрозу; Вы говорите, что женщины не способны на великие научные открытия, поскольку мы не знаем таких исторических precedентов. Поскольку мы не знаем и Ваших великих открытий, не следует ли из этого, что Вы — женщина?* (реплика студентки в ответ на высказывания профессора).

IV. *Софистика ad hominem* («к человеку»), когда доказательство тезиса подменяется оценочными высказываниями о лицах, участвующих в дискуссии, их аргументах или о предмете дискуссии. *Ad hominem* может применяться на этапах аргументирования и оспаривания и включает в себя ряд стратегий и тактик.

1) Агональная (конфlikто-провоцирующая) стратегия, которая может быть направлена на создание коммуникативного дисбаланса, а также на вторжение в аксиологическое и когнитивное пространство собеседников (телеологический аспект агональной стратегии рассматривается в [Воронцова Т.А. 2006]).

- i) В случае направленности на коммуникативный дисбаланс (нарушение правил мены ролей собеседников) предполагается выбор следующих тактик:

- a) перебивание и многовопросье в целях приведения оппонента в замешательство и т.п.;
- b) игнорирование личности и аргументации оппонента (например, его вопрос или реплика остается без внимания);
- c) «забалтывание» или перекрикивание собеседника;
- d) «троллинг» — уход от темы, переводение разговора на другую тему;
- e) «флейм» — провокационные высказывания, не имеющие отношения к первоначальной причине спора, и ряд других.

- ii) В случае направленности на девальвацию личности собеседника и его аргументов или формирование негативной оценки собеседника у третьих лиц используются тактики:

- a) переход на личность (*Вы утверждаете, что среди безбожников есть порядочные люди, а сами бросили жену с ребенком*);
- b) компрометация, разоблачение оппонента, «чтение мыслей на подозрение» (*Вы рассуждаете так, что можно сразу понять, в каком «запаснике» вы кормились*);

²⁶ Фраза была произнесена участницей телемоста СССР—США в 1986 г.

- с) аналогия оппонента с часто критикуемыми лицами, якобы имеющими сходное мнение (*Гитлер полностью с вами согласился бы*);
 - d) девальвация аргументации оппонента суждениями типа *Это банально (примитивно), Ваше заявление свидетельствует о недостатке знаний (опыта)*;
 - e) постулирование проблематичности и утопичности, связанных с заявлением оппонента (*Гладко было на бумаге, да забыли про овраги*);
 - f) сведение факта к личному мнению (*Это лишь ваше личное мнение*);
 - g) демонстрация обиды, страдания, ущерба, претерпеваемых по вине оппонента (*Вы за кого нас принимаете?*);
 - h) «обезличенная номинация» оппонента, например *Уважаемый, ...; Женщина, ...; Коллега справа..., Депутат, сидящий напротив...*;
 - i) раздражение оппонента и принижение его в глазах публики при помощи иронии и сарказма — *Извините, коллега, а вы в армии служили? — Да, я в армии служил два года. — О, тогда это очень большое знание армии, знаете*, пример из [Воронцова Т.А. 2006: 296];
 - j) тактика ребячливости, фамильярности в споре с оппонентом — снижение стиля в рассуждении о личности и доводах оппонента (*Молодой коллега, который почему-то забыл представиться, спрашивает...*);
 - k) «рабулистика» — преднамеренное искажение смысла высказываний оппонента, преподносящее их как забавные или странные, обыгрывание формы высказывания оппонента с помощью каламбуров, акцентирование неудачных формулировок, оговорок и т.д., например, — *Зачем же все эти тропы и фигуры огульно объединять под термином «метафора»? — «О-гуль-но»!*
- iii) Если агональная стратегия направлена на негативную центрацию концепта (на изменение или перекомпоновку его содержательных признаков и изменение его оценки), то такой концепт помещается в контексты, выгодные говорящему (например, *Наше государство сегодня не имеет независи-*

мого суда, не имеет независимой Думы, независимого законодательства, не имеет гражданского контроля за спецслужбами и правоохрнительными структурами, не имеет свободных средств массовой информации и политической значимости, и самое главное, что оно имеет, оно является частью того самого бандитского капитализма, который построен в середине 90-х годов, такому государству ничего нельзя доверить (Г. Явлинский, пример из [Воронцова Т.А. 2006]).

- iv) Если агональная стратегия направлена на актуализацию той или иной негативной эмоции (негативных доминантных (эмоциональных) сценариев), связанной с объектом или концептом, то могут использоваться следующие тактики:
 - a) унижение, которое активизируется сообщениями о фактах и ситуациях, свидетельствующих об унижении (*Один известный англичанин сказал, что образ русской женщины ассоциируется у него с милой, в общем, дамой, но почему-то без зубов...*);
 - b) опасность, которая активизируется сообщениями о том, что некоторое лицо, ситуация или событие представляет опасность для коммуниканта (*Вокруг одни террористы, каждый день взрывы!, Чеченцы будут взрывать дома в наших городах*);
 - с) боязнь ограничения, которая активизируется сообщениями об ограничении свободы или ресурсов (*Правительство не дает нам делать того, что мы хотим, Мэр забрал под свою дачу лучшие охотничьи угодья, и теперь нам с вами негде будет охотиться*);
 - d) возмущение присвоением ресурса, которое активизируется сообщениями о присвоении, уничтожении или неравноценном обмене ресурса (*Правительство собирает с нас налоги и ничего не дает взамен*);
 - e) возмущение обманом, которое активизируется сообщениями об обмане либо о скрытных действиях агрессора (*Государство всю жизнь нас обманывало, Правительство сообщило, что больница стоит сорок миллионов, но за*

эти деньги можно было построить не одну такую больницу) и прочие (типология агональных доминантных сценариев приводится в [Котов А.А. 2003]).

- v) Подвидом агональной стратегии является также тактика «апелляции к силе» (*ad baculum*) — навязывание вывода благодаря явной или скрытой угрозе (*Неверующие и иноверцы не спасутся*).
- 2) Гармонизирующая стратегия, цель которой — влияние на реципиента «снизу вверх» и «сверху вниз» в позитивном коммуникативном ключе, сближение с оппонентом, разрядка психологической напряженности, включает в себя следующие тактики:
 - a) подчеркнутое уважение или псевдоуважение (*Хотел бы попросить нашего уважаемого депутата дать разъяснение*);
 - b) сближение социальных и межличностных ролей «сверху вниз» или «снизу вверх»;
 - c) заискивание, лестные обороты речи;
 - d) комплимент в сочетании с уступительными придаточными с «но», «хотя» и прочими формальными выражениями уступки: *Вы же умный и интеллигентный человек, вы же понимаете, что доверять бразды правления быдлу нельзя*.
- 3) Стратегия призыва к народу (*ad populum*) — популизм, игра на популярности, фасцинация (очарование, использование притягательности):
 - a) тактика позитивной репрезентации и саморепрезентации (восхваление, самореклама, подчеркивание связи с успешными, знаменитыми и другими людьми);
 - b) уподобление «своему кругу» коммуникантов в базовой семиотической оппозиции «свой — чужой» (*Богатые разделяют участь всех россиян, мы плоть от плоти нашего народа*);
 - c) игра на популярных идеях и стереотипах, например на идее великодержавия и т.п.;
 - d) ложная самокритика (*Знаете, чего нам не хватает?.. Наглости!*);

- e) подмена поиска истины выражением эмоционального отношения к предмету обсуждения, рассказом о частных событиях или собственном опыте, не связанных с предметом обсуждения напрямую;
- f) тактика обособления от объектов критики, демонстрация исключительности;
- g) призыв к сочувствию, состраданию (*ad misericordiam*);
- h) привлечение поддержки группы, апелляция к вышестоящей инстанции и ряд других.

Схема 2

Инструменты некорректного аргументирования — софизмы

I. Материальные ловушки:

- 1) Софизмы постулирования и аргументирования:
 - a) выдвижение тезиса в форме plurimum interrogationum;
 - b) неправомерное обобщение в тезисе;
 - c) подмена тезиса (*ignoratio elenchi*);
 - d) ложная аналогия;
 - e) *secundum quid* — ловушка «особого обстоятельства»;
 - f) «от собирательного смысла к смыслу разделительному» (*fallacia a sensu composite ad sensum divisum*);
 - g) *petitio principii* — аргумент, основанный на выводе из положения, которое само по себе ещё требует доказательства;
 - h) *non sequitur* — отсутствие логической связи между посылкой и выводом;
 - i) аргументация по кругу;
 - j) аргументация ложной причины;
 - k) *post hoc ergo propter hoc*;
 - l) аргументация *ad ignorantiam*;
 - m) *ad verecundiam*;
 - n) апелляция к авторитету.
- 2) Софизмы оспаривания:
 - a) *reductio ad absurdum*;
 - b) «троянский конь»;

- с) «бумеранг» — тезис или аргумент, высказанный одним из партнеров, обращается против него же (часто касается обвинений);
- д) «лингвистическая косметика» — перефразирование и резюмирование.

II. Вербальные ловушки:

- а) амбивалентность;
- б) имплицитность.

III. Формальные ловушки (ошибки в построении силлогизмов и полисиллогизмов).

IV. Софизмы *ad hominem* (применяются и при постулировании, и при оспаривании):

- 1) Агональная (конфlikто-провоцирующая) стратегия:
 - i. направленность на коммуникативный дисбаланс (нарушение правил мены ролей собеседников):
 - а) перебивание и многовопросье;
 - б) игнорирование личности и аргументации оппонента;
 - с) «забалтывание» или перекрикивание;
 - д) «троллинг» — уход от темы, переводение разговора на другую тему;
 - е) «флейм» — провокационные высказывания, не имеющие отношения к первоначальной причине спора, и ряд других;
 - ii. направленность на девальвацию личности собеседника и его аргументов:
 - а) переход на личность;
 - б) компрометация, разоблачение оппонента, «чтение мыслей на подозрение»;
 - с) аналогия оппонента с часто критикуемыми лицами;
 - д) девальвация аргументации оппонента суждениями типа «это банально» и т.п.;
 - е) постулирование проблематичности и утопичности, связанных с заявлением оппонента;
 - ф) сведение факта к личному мнению;
 - г) демонстрация обиды, страдания, ущерба, претерпеваемых по вине оппонента;
 - h) «обезличенная номинация» оппонента;

- i) ирония и сарказм;
 - ж) ребячливость, фамильярность, снижение стиля;
 - к) «рабулистика»;
- iii. направленность на негативную центрацию концепта (на изменение его оценки с помощью помещения в негативные контексты);
 - iv. направленность на актуализацию негативной эмоции, запуск негативных доминантных (эмоциональных) сценариев, связанных с объектом или концептом:
 - а) актуализация эмоции унижения;
 - б) актуализация эмоции опасности;
 - с) актуализация боязни ограничения;
 - д) актуализация возмущения присвоением ресурса;
 - е) актуализация возмущения обманом;
 - v. *ad baculum*.
- 2) Гармонизирующая стратегия:
 - а) подчеркнутое уважение или псевдоуважение;
 - б) сближение социальных и межличностных ролей;
 - с) заискивание, лестные обороты речи;
 - д) комплимент (часто в сочетании с уступительными придаточными).
 - 3) Стратегия призыва к народу (*ad populum*):
 - а) тактика позитивной репрезентации и саморепрезентации;
 - б) уподобление «своему кругу» коммуникантов в базовой семiotической оппозиции «свой — чужой»;
 - с) игра на популярных идеях и стереотипах;
 - д) ложная самокритика;
 - е) подмена поиска истины выражением эмоционального отношения к предмету обсуждения;
 - ф) тактика обособления от объектов критики, демонстрация исключительности;
 - г) призыв к сочувствию, состраданию (*ad misericordiam*);
 - h) привлечение поддержки группы, апелляция к вышестоящей инстанции и ряд других.

1.9. Особенности речевого воздействия в СМИ. Коммуникативная асимметрия как фактор идеологического воздействия

Данный параграф имеет целью обозначить особенности речевого воздействия в дискурсе СМИ. Заметим, что связанное с речевым воздействием свойство СМИ — коммуникативная асимметрия — в равной степени может относиться к любому идеологизированному и идеологически выстроенному дискурсу (а значит, вероятно, к очень многим дискурсам гуманитарной сферы), таким образом, наш анализ в этом параграфе можно рассматривать как модель исследования речевого воздействия на уровне любого дискурса.

Термин-метафора «асимметричность информации» (информационная асимметрия, *asymmetric(al) information*) изначально появился в американской экономике для обозначения такого свойства свободного рынка, как владение информацией одними его участниками и невладение — другими, благодаря чему одни субъекты сделки получают преимущество перед другими²⁷. Впоследствии концепция информационной асимметрии была экстраполирована на другие области, так или иначе связанные с социальными коммуникациями. Развивалась эта концепция в рамках западной науки, но у нее имеются аналогии с отечественными наработками в области теории коммуникации, прикладной психолингвистики, речевого воздействия и теории аргументации. (В этой связи весьма интересны оставшиеся незавершенными разработки по информационной деонтике, метакоммуникативным конвенциям в разных стилях, жанрах и подъязыках общения и т.п.²⁸).

Понятие информационной асимметрии является прототипом постулируемого нами более широкого понятия *коммуникативной асимметрии*, которое, помимо асимметричности информации, созда-

²⁷ Теория информационной асимметрии на рынках была разработана Дж.А. Акерлофом, А.М. Спенсом и Дж.Э. Стиглицем, которые в 2001 г. получили за нее Нобелевскую премию в области экономики.

²⁸ Например, в серии сборников, изданных Институтом языкознания АН СССР в 1970—1990 гг.: «Общение. Текст. Высказывание» (1989); «Оптимизация речевого воздействия» (1990); «Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации» (1990) и др.

ваемой с помощью подстройки информационного потока, включает в себя также асимметричность самого дискурса.

Что же понимается под термином «асимметрия» науками, связанными с речевой коммуникацией? С точки зрения ньюсмейкеров, асимметрия создается нарушением сбалансированного информационного состояния, то есть уже самим фактом новости, особенно срочной и сенсационной, и ценна тем, что новое, необычное пробуждает интерес реципиента к новостному каналу. Новость, создающая временную асимметрию, может поддерживаться (разоблачаться) в дальнейших сообщениях, но часто новости следующего дня просто вычеркивают новости дня прошедшего, тем самым поддерживая принцип асимметричности.

Однако наиболее существенные признаки коммуникативной асимметрии заключаются не в новизне (сенсационности, срочности) информации, но в ее необъективности и неполноте, а также в предвзятости самого дискурса. Коммуникативную асимметрию следует понимать как системное встраивание в дискурс доминирующей идеологии при подавлении альтернативных идеологий. И, как говорилось выше, имеются две составляющие коммуникативной асимметрии — асимметричность самого дискурса и асимметричность информации в нем. Опишем каждую из них.

Асимметричность дискурса ('bias'). Асимметрия, предвзятость дискурса обеспечивается специфическими когнитивно-лингвистическими и лингвокультурными средствами, такими как оперирование единой системой фреймов, оппозиций, понятий, концептов, конверсационных практик и номинативных (в том числе терминологических) баз. Эти единые лингвоментальные структуры используются для описания той или иной ситуации вне зависимости от конкретного языка. Для создания такой унифицированной системы:

- вводятся единообразные фреймы, отражающие образ мира западных элит, с соответствующими оппозициями и оперативными единицами — понятиями и концептами²⁹;
- унифицируются языки, в них для идеологически значимых концептов подбираются одинаковые означающие, часто используются слова-интернационализмы или общие слова-

²⁹ Ср. либеральная демократия, диктатура, тоталитаризм, развитые и развивающиеся страны, страны третьего мира, цивилизованное (развитое) общество, государство-изгой, рыночная vs командная (ср. «плановая») экономика и др.

понятия, призванные вуалировать, эвфемизировать реальность — из них выстраивается уклончивый демагогический дискурс, *doublespeak*³⁰;

- происходит единообразная центрация дискурса, когда определенные реальные или мнимые свойства описываемых объектов с помощью контекста неизменно ставятся в центр внимания, благодаря чему формируются некие единые оценочные образы, в том числе «образы врага»³¹;
- стереотипизируются сами дискурсы, когда большинство предметных ситуаций описываются схожим образом, с помощью одних и тех же фреймов, понятий и концептов, хотя и на разных языках;
- насаждаются единые скрипты, конверсационные практики, диктующие, что принято, а что не принято говорить в тех или иных обстоятельствах.

³⁰ Ср. примеры таких эвфемизированных номинаций: “world opinion” — «мнение мирового сообщества» (понятие, часто служащее для выражения расстиражированного мнения мировых элит); “responsibility to protect” — «ответственность защищать» (принцип оправдывает осуществление на территории любого государства оперативных действий по подготовке «оппозиции», разрушения, бомбардировки и убийства мирных граждан под предлогом их защиты); “no-fly zone” — «бесполетная зона» (запрет полетов над территорией государства гражданских самолетов для патрулирования и бомбардировок этой территории военными самолетами НАТО); “humanitarian bombardment” — «бомбардировка в гуманитарных целях»; “goodwill visit” — «визит доброй воли» (о боевых кораблях, курсирующих в чужих водах, как правило, для устрашения). Ср. также любопытную трансформацию номинации концептов «государство» и «страна». Если в XX в. англоязычные СМИ предпочитали именовать государства “nations”, то в XXI в. западные государства стали именоваться “democracies”. Метонимическая номинация призвана подчеркнуть, что данное свойство присуще западным государствам и является для них основным. Что касается номинаций со словом «страна», то здесь, конечно, прежде всего стоит отметить эвфемизмы “developed countries” и “developing countries” для обозначения богатых колониальных европейских стран и колониально-зависимых стран, начавших «развиваться» в русле неолиберального капитализма.

³¹ Центрация дискурса, в концепции Ж. Деррида — это ориентация коммуникации на обсуждение определенных категорий и концептов в однотипных контекстах и с однотипными коннотациями, благодаря которым «упорядочивается» картина мира, формируется определенное миропонимание и оценка.

В странах буржуазной демократии асимметричный политический дискурс давно стал основным способом господства над общественным сознанием и важнейшей предпосылкой жесткого, но внешне ненасильственного осуществления власти. Создавая фон «демократического шума» (незначущей информации, отвлекающей от важных фактов и препятствующей анализу; «перепевков на разные лады» одной и той же новости с мнимо противоположными, а на самом деле несущественно отличающимися оценками и т.п.), этот дискурс освещает события с точки зрения западных элит, позволяя нивелировать политическое сознание населения. В реальности же вместо демократии на Западе существует плутократия, власть крупной буржуазии и финансовой олигархии. Большинство западных СМИ находятся в руках господствующих классов; они массированно и вполне слаженно создают единый асимметричный политический дискурс, выгодный этим классам. За счет асимметрии дискурса поддерживается распределение сил в обществе и сохраняется общественно-политический статус-кво в интересах элит. Источники, которые не принадлежат истеблишменту, «альтернативные голоса», в силу отсутствия финансирования и ресурсов, большинству населения не слышны.

В мире отчетливо видна информационная монополия, прежде всего США и Великобритании, причем неважно, финансируется ли информационный источник этими государствами или принадлежит крупному капиталу (ср. медиакорпорация BBC, медиаконгломераты News Corporation, Walt Disney Company, Time Warner). Менее значимые, региональные ресурсы и ресурсы стран-сателлитов ориентируются на этих монополистов, таким образом информация подается скоординированно и единообразно. Реально оппозиционные источники, которых на Западе единицы (ср. функционирующие в настоящее время интернет-ресурсы Voltairenet, Global Research, Antiwar, Demoscasy Now, ресурс Линдона Ларуша и некоторые другие), искусственно идеологически маргинализуются. Они пытаются создавать коммуникативную симметрию, приводя неосвоенные данные и контраргументы, однако у них несравненно меньше средств и возможностей для эффективной контрпропаганды.

Несмотря на то что коммуникативная асимметрия является обозначением объективного свойства идеологизированного дискурса —

пристрастности в отборе информации и организации коммуникации, сама апелляция к понятиям симметрии и асимметрии на Западе часто диктуется манипулятивными соображениями.

Выше уже говорилось, что западные дискурсы являются образцовыми с точки зрения асимметрии массмедиа, так как, нивелируя сознание населения, способствуют осуществлению власти господствующих элит. Вместе с тем западные институты и институты, испытывающие влияние Запада, декларируют приверженность информационной симметрии, которая выступает доказательством демократичности СМИ. Этот тезис, не подтверждаемый сколь-нибудь серьезными данными на самом Западе, абсолютизируется в отношении тех стран, чей политический дискурс неприемлем для сложившегося западного образа мира. Здесь финансируются оппозиционные источники и асимметрия применяется для «раскачки событий» в этих странах.

Так, Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) придает особое значение обеспечению симметричности информации в *«новых или восстановленных демократиях»*. Для алгоритмизации оценки деятельности средств массовой информации используется ряд диагностических инструментов: а) юридическая и административная система регулирования и контроля свободы слова, плюрализма и разнообразия средств массовой информации на основе «лучших мировых образцов», разработанных «при участии гражданского общества»; б) плюрализм и диверсификация СМИ, их экономическая доступность, прозрачность владения, запрет на концентрацию СМИ в одних руках, будь то государственных, частных или общественных; в) превращение СМИ в платформу саморегулирующегося демократического дискурса, представляющего различные взгляды и интересы общества, в том числе маргинализированных групп; г) поддержка институтов, ответственных за их профессиональную подготовку журналистов, контроль за СМИ со стороны профессиональных ассоциаций и организаций гражданского общества; д) улучшение инфраструктуры для обеспечения доступа различных, в том числе маргинализированных групп к сбору и обмену новостями [Puddephatt A. 2008].

Принципиально опасными считаются дискурсы, противопоставляющие свои ценности западным («общечеловеческим»). Эксперты

тщательно анализируют их и строят контрпропагандистский дискурс (например, [Bockstette C. 2009]). Залогом успеха в глобальном идеологическом соперничестве является «захват» информационного пространства нелояльных государств, для чего и спонсируются альтернативные источники информации, внедряются программы обеспечения симметрии информации и дискурса (и в идеальном случае — асимметрии, выгодной противоположной стороне). Таким образом, под предлогом протеста против асимметрии политического дискурса отдельных стран Запад активно вмешивается в их политику.

Выстраивание асимметричного политического дискурса и распространение его на подчиненные классы, слои общества, а также на зависимые страны целенаправленно осуществляется в течении ряда десятилетий. Еще в 1977 г. советский социолингвист А.Д. Швейцер, описывая цели Запада в языковом и культурном планировании развивающихся стран, говорил, со ссылкой на Дж. Фишмана, о двух желательных для Запада тенденциях — модернизации и «вестернизации» национальных культур и языков.

Модернизация во внеязыковой сфере означает популяризацию национального единства, доступность социальной мобильности, быстрое распространение инноваций и символов статуса. Что касается языка, то здесь модернизация означает все более широкое распространение литературного стандарта национального языка, большую доступность всех его сфер, ускоренное распространение языковых инноваций и маркеров статуса.

«Вестернизация» — развитие по западной модели — во внеязыковой сфере означает усиление тенденции к *распространению супралокальных ценностей и супралокальной идентификации*. При этом материальная форма реализации этой тенденции заимствуется «из предсказуемых (читай: западных) источников». В области языка «вестернизация» предусматривает еще более далеко идущие изменения, чем модернизация: *изменение письменности, перестройку традиционных форм вежливости и — в области лексики — развитие системы лексических единиц, взаимопереводимых по отношению к «престижным» (читай: западноевропейским) языкам* [Швейцер А.Д. 1977: 156].

Вестернизация (главным образом по англосаксонской модели) лингвокультурного материала разных стран вполне целенаправленно

осуществляется в течение уже достаточно длительного времени. Вместе с ней осуществляется и унификация языков и дискурсов по западному образцу, вытеснение на периферию и архаизация национально-специфических элементов. Это относится прежде всего к бывшим западным колониям, так называемым «странам третьего мира», «развивающимся странам», хотя в значительной степени — и к «развитым» неанглоязычным странам.

Вестернизация коснулась и бывших стран социалистического блока. До конца 1980-х годов она осуществлялась умеренно и без далеко идущих планов со стороны руководства этих стран, однако с началом перестройки началась революционная вестернизация их культур и языков (дискурсов), которая продолжается и поныне. Как следствие наблюдается утрата населением глубинного понимания смыслов дискурсов предшествующих исторических периодов, деструкция системы прежних ценностей, антиценностей, самого образа мира и их реконструкция с явной западной доминантой.

Механизмы сохранения асимметрии, выгодной для правящих элит, которые описаны выше (стимулирование унифицированного использования фреймов, понятий и концептов, развитие системы взаимопереводимых лексических единиц, сходное описание тех или иных предметных ситуаций, унификация дискурсов и конверсационных практик по западному образцу и т.п.), являются весьма эффективным способом манипуляции, поскольку даже оппозиционные силы вынуждены использовать тот же язык, те же фреймы, понятия (концепты) и конверсационные практики, что и правящие круги, очерчивающие для них рамки аргументации и протеста³².

Асимметричность информации. Помимо асимметричности дискурса, существует асимметричность информации — неполное информирование и дача необъективной информации. Этот вид асимметрии

³² Неслучайно язык как систему понятий, слов (имен), в которых человек воспринимает мир и общество, С.Г. Кара-Мурза называет самым главным средством подчинения. Один же из главных принципов защиты от манипуляции — отказ от языка, на котором потенциальный манипулятор излагает проблему. Не принимать его язык, его терминологию, его понятия, пересказывать то же самое, но другими словами, избегая всяких идеологических категорий [Кара-Мурза 2001].

также широко используется для идеологического воздействия. Неполнота информирования подразумевает выборочную подачу новостей; изолированное от контекста представление факта или события; замалчивание, дозирование или нивелирование невыгодной информации с помощью «демократического шума». Под необъективностью понимается односторонняя аргументация, навязывание оценки, использование стереотипов, преуменьшение или преувеличение масштабов, значимости тех или иных фактов и т.д.

Выборочная подача новостей, или селекция, проявляется в том, что у информационных источников имеется ограниченный «джентльменский набор» новостей и аналитики. При этом большинство из них в отборе информации и ракурсе ее презентации проявляют такую слабость, что поневоле задумаешься об «оркестрации» этой деятельности свыше. На самом деле, как упоминалось выше, имеется ряд центральных информационных ресурсов, на которые ориентируются все остальные.

Изолированная, внеконтекстная подача информации означает, что актуальные пресуппозиции реципиентов не позволяют им правильно понять происходящее, а какой-либо поясняющей информации не предоставляется. В результате реципиент не может правильно проанализировать явление, понять его в глубине причинно-следственных связей, интегрировать в свой образ мира, а известные фрагменты информации так и остаются изолированными фактами или в лучшем случае анализируются поверхностно, на эмоционально-бытовом уровне.

Вообще незнание важных содержательно-логических звеньев, искажающее образ мира человека, — явление вполне обычное, а полной информацией о мире не владеет никто. В то же время очевидно, что чем выше степень осведомленности, тем вернее оценка событий. Правильное понимание происходящего, обнаружение существенных связей между явлениями непосредственно зависит от полученных знаний. Существуют крылатые фразы, отражающих важность осведомленности: «Знание — сила», «Кто знает — тот поймет», «Посвященному достаточно», «Каждый в меру своего понимания работает на себя, а в меру непонимания — на того, кто понимает больше». Поэтому асимметрию в виде представления отдельных

событий вне контекста можно трактовать как манипуляцию. Отражая реальность неполно, как разрозненные изолированные факты, и при этом препарируя эти факты в виде ярких образов, СМИ снижают качество рефлексии аудитории над окружающей действительностью и уничтожают саму мотивацию такой рефлексии.

В качестве примера такого рода информационной асимметрии возьмем часто муссирующуюся в СМИ тему сомалийского пиратства. Большинство информационных агентств преподносит сомалийское пиратство как отдельное явление, прецедент нарушения морского права торговых судов «цивилизованных» стран, с которым ведется праведная борьба странами НАТО, Евросоюза, России. Внимание концентрируется на положении моряков (особенно российских), захваченных пиратами. Факт сомалийского пиратства, несомненно, очень важный с глобально-политической точки зрения, преподносится изолированно от его экономической и политической сущности. Большинство СМИ не упоминают его системного характера, умалчивают о его исторической подоплеке. Изредка в интернет-изданиях говорится о гуманитарной катастрофе в Сомали, эскалации насилия, разгуле холеры и других болезней (в связи с которыми «ВОЗ изучает возможности оказания помощи населению») ³³. Еще реже упоминаются браконьерство в Аденском заливе, отсутствие у Сомали береговой охраны, нелегальная иммиграция в республику, поставка туда наркотиков и оружия ³⁴. Лишь на задворках всемирной сети можно встретить сообщение о том, что ряд государств избрали берега Сомали местом для сброса радиоактивных отходов ³⁵. Практически не говорится о том, что в 1990-е Сомали постигла катастрофа, во многом схожая с бедствиями бывшего социалистического блока и других стран, шедших по социалистическому пути развития, а также о том, что до

³³ <http://www1.voanews.com/russian/news/WHO-Somalia-06-04-10-95665244.html?refresh=1>.

³⁴ По словам посла Сомали в России Мохаммеда Хандулы, «ряду государств выгодно отсутствие в Сомали береговой охраны, так как это позволяет их судам беспрепятственно браконьерствовать у берегов страны, в том числе и под защитой военных кораблей своих стран» <http://www.kasparov.ru/material.php?id=4BE93BB36CA3B>.

³⁵ http://www.huffingtonpost.com/johann-hari/you-are-being-lied-to-abo_b_155147.html.

сих пор по старой памяти Сомали надеется на Россию и просит ее о помощи ^{36 37}.

В данном примере асимметрия трансформирует информацию таким образом, что для слушателя / зрителя становится актуальным факт пиратства и захвата пиратами судов частных компаний. Однако, по существу, какое дело рядовому слушателю / зрителю до проблем частных компаний в изоляции от причин такого положения у берегов Африканского Рога и перспектив его исправления? Еще раз подчеркнем, что такая асимметрия направлена на снижение рефлексии аудитории, обеспечение изолированного, несистемного восприятия факта действительности. В этом и состоит ее идеологическое воздействие.

Замалчивание и нивелирование невыгодной информации при помощи «демократии шума» также являются признаками информационной неполноты. Эти аспекты являются наиболее интересными с позиций сохранения информационной асимметрии под камуфляжем демократической многоголосицы. Под термином «демократия шума» («демократический шум») понимаются такие условия социальной коммуникации, когда реципиента бомбардируют потоком малозначащих новостей и никчемных сообщений, с тем чтобы рассеять его внимание, не позволить сосредоточиться на важной информации и выработать точку зрения на нее. Рассеивание внимания и невозможность анализа вынуждают реципиента принимать подsunутую ему трактовку. Как отмечает С.Г. Кара-Мурза, устойчивость против манипуляции снижается, если одновременно или параллельно с сообщением,

³⁶ Сомали стал независимым и объединился в результате победоносной национально-освободительной борьбы, чему, как и в случае других стран Африки, способствовал социалистический блок. С 1960-х годов СССР оказывал Сомали помощь в развитии сельского хозяйства и пищевой промышленности; строительстве водохранилища, морского порта; проведении геолого-поисковых работ на олово и свинец; бурении скважин на воду и т.д. Помощь из СССР продолжала оказываться, даже несмотря на охлаждение его отношений с Сомали в 1977 г. Как и ряд других стран Африки, Сомали не пережило распада СССР. С конца 1980-х до 1991 года Сомали фактически перестало существовать как государство, и сколько-нибудь централизованные экономика и финансовая система с тех пор не действуют. <http://www.airwar.ru/history/locwar/africa/ogaden/ogaden.html>, <http://ru.wikipedia.org/wiki/Сомали>.

³⁷ «Помогите нам, пока мы еще живы», — говорит Мохаммед Хандула <http://www.kasparov.ru/material.php?id=4BE93BB36CA3B>.

которое неявно внушает ему какую-то идею, на сознание человека воздействуют «помехой». Получив сообщение, в котором может быть скрыта «контрабанда», надо фильтровать шумы, которые служат помехами при обдумывании именно этого сообщения; лучше на время вообще вырваться из потока сообщений, чтобы обдумать одно из них [Кара-Мурза С.Г. 2002]. Кроме «потопления» невыгодной информации, «демократический шум» часто используется для создания псевдособытий и псевдопроблем (к которым, пожалуй, можно отнести до 50 процентов всей информации центральных телеканалов).

Возьмем в качестве примера недавний (8—9 июня 2010 г.) представительный международный антинаркотический форум в Москве, на котором присутствовали российские лидеры, много высокопоставленных западных должностных лиц, и на котором в очередной раз поднимался вопрос уничтожения афганских наркотиков. Форум совершенно не освещался центральными западными СМИ, факту его проведения и инициативам России была посвящена лишь пара кратких сообщений в периферийной англоязычной прессе³⁸. Вместе с тем это событие широко освещалось агентством РИА «Новости», в том числе на английском языке. Вероятно, в этой связи некоторыми западными СМИ для камуфляжа невыгодной информации были использованы другие «русские сенсации»³⁹. Причина такого умолчания и потопления важной информации в малосущественной кроется в весьма неоднозначной роли НАТО в расширении наркопроизводства в Афганистане.

К созданию «демократического шума» широко привлекаются представители «маргинализованных групп», упомянутых в документе ЮНЕСКО — феминистки, люди нетрадиционной сексуальной ориентации, заключенные и т.п. (к этим же категориям ЮНЕСКО относит пенсионеров, инвалидов, малые этнические группы [Puddephatt A. 2008]). Стимулирование этих групп к активному самовыражению способствует фокусировке на изолированных проблемах вне

³⁸ Например, <http://www.unodc.org/afghanistan/en/Events/drug-production-in-afghanistan-june-2010.html>.

³⁹ Например, в «Индепендент»: Russians 'stole' from President's plane (о якобы имевшей место краже русскими кредитных карточек пассажиров потерпевшего аварию самолета Л. Качиньского), Russian president orders civil service cuts (о сокращении российского чиновничества).

их системного представления, размыванию границ между существенным и второстепенным, частным.

Можно сказать, что, несмотря на все недостатки неполноты информации, связанные с упрощением знаний о мире, у внешне демократичного (симметричного), но необъективного представления событий не меньше минусов. Разноголосица мнений, противоречивость данных, смешение существенного и второстепенного, правды и лжи, здравого смысла и мифологий порождают когнитивный диссонанс и в худшем случае раскол сознания. Между тем, по мнению психологов, целостность сознания является важным аспектом психического здоровья индивида. Стремясь к целостности в условиях необъективного информационного пространства, он порой формирует причудливый и далекий от правдоподобия образ мира.

Помимо двух основных признаков коммуникативной асимметрии — асимметрии дискурса и асимметрии информации, следует упомянуть такие ее признаки как неодинаковое освещение в массмедиа действий различных политических актеров, частое или редкое представление им эфира. Сюда же можно отнести стереотипизацию, создание определенного положительного или отрицательного имиджа политического актера, так что у реципиента появляется автоматизация его восприятия. Например, несмотря на многомиллионный электорат, деятельность коммунистической партии практически не освещается на официальном телевидении, подается двусмысленно или отрицательно, в результате у зрителя/слушателя создается впечатление несущественности этих сил или их бездействия.

Наконец, в качестве признака коммуникативной асимметрии следует выделить и отсутствие или искажение обратной связи, когда отклики аудитории «модерируются»: положительные оставляются, критические же отсеиваются.

Несмотря на то что асимметрия как средство идеологического воздействия создается СМИ преднамеренно, имеются случаи и непреднамеренной асимметрии. Так, исследователями был отмечен «крен» новостей в негативную сторону, например, при освещении экономики часто акцентируются безработица, ухудшение показателей индекса потребительских цен, снижение ВВП и т.п. Предполагается, что новости напрямую связаны с негативными событиями, поскольку важной функцией СМИ является 'surveillance' — социальное наблюдение,

«отслеживание» и предупреждение общества об опасностях и угрозах (Lasswell, Shoemaker, цит. по [Youngkee J. 2008]). Выпячивая негативные события, средства массовой информации, по сути, пытаются отследить угрозы и тем самым уменьшить вероятность сокрушения социального, экономического, политического уклада. Однако у такого рода практики (акцентирование негативных социально-экономических сторон) есть и отрицательная сторона: для массового сознания отражением общего направления социально-экономического развития является не взвешенная оценка уровня безработицы и т.п., а именно негативная информация, доступная в СМИ, которая асимметрично увеличивается во время экономического спада.

Данные о воздействии новостей на поведение людей являются свидетельством сильного влияния СМИ на общественное мнение. Более того, положительный или отрицательный уклон этих новостей даже в большей степени влияет на восприятие социально-экономического положения, чем реальность, с которой сталкивается индивид [Youngkee J. 2008].

Непреднамеренная асимметрия информации может быть связана и с апперцепцией реципиента. Сознание отражает реальность, исходя из установок и мотивации субъекта, его опыта, качества рефлексии, анализа окружающей действительности, разного по степени обнаружения существенных связей⁴⁰. В совокупности эти черты составляют *апперцепцию*, личностный аспект восприятия, которая может быть устойчивой (в зависимости от мировоззрения, убеждений, образованности и пр.) и временной (в зависимости от ситуативно возникающих психических состояний: эмоций, экспектаций, установок и пр.). Апперцепция может влечь когнитивные и аффективные искажения восприятия, которые вызваны ментальными склонностями (*mental affinities*) субъектов, обуславливающими отражение реальности, отличное от объективных данных.

Когнитивная склонность проявляется в готовности воспринимать определенную информацию об объекте, исходя из имеющейся у субъекта гипотезы. Неверное истолкование действительности в связи с той или иной когнитивной склонностью может проявляться в concentra-

ции на некоторых априорно постулируемых характеристиках объекта, искажении восприятия его пространственных и временных параметров, усмотрении неверных связей и выведении неверных умозаключений и т.д. Аффективные склонности проявляются в эмоциональной предвзятости реципиента. Предвзятость может быть позитивной или негативной (*positivity offset, negativity bias*) [McGuire W.J. et al. 1961: 24—34].

Психологи полагают, что асимметрия убеждений — вещь не только естественная, но и нужная. В этой связи была разработана теория и методики «информационной прививки», когда обучаемому в целях укрепления убеждений и отношений представляются аргументы, противоречащие его верованиям (“beliefs”). Эти аргументы должны быть достаточно сильными, чтобы обучаемый почувствовал опасность и мобилизовал свои умственные способности для их опровержения, но недостаточно сильными для того, чтобы изменить убеждения обучаемого. Активная защита тренирует обучаемого в отстаивании своих мнений, отношений, убеждений и формирует умение противостоять переубеждению и манипуляции. Согласно Пфау [Pfau M. et al. 1990], опровержение должно строиться двумя способами: с помощью контраргумента, однородного с аргументом, то есть продолжающего этот аргумент, и с помощью неоднородного (-ых) контраргумента (-ов).

Заметим, что идеологическое воздействие, достигаемое через информационную асимметрию в СМИ (селекция информации, предвзятый дискурс и т.д.) является не единственным способом влияния на общественное сознание. Важную роль играют экономические, социальные, психологические, культурно-символические рычаги влияния, такие как создание социально-экономических условий для того или иного поведения и образа жизни людей, сегментация общества на социальные, этнические и т.д. группы и его стандартизация, контроль недовольных кругов через канализацию агрессии и направление энергии на иные цели, внесение раскола в представляющие опасность политические силы или их «приручение», влияние на идентификацию и самоидентификацию, управление мотивацией и потребностями, программирование целеобразования, использование статусных символов материальной культуры для внедрения в сознание культурных ценностей и др.

⁴⁰ Ср. уже упомянутый афоризм «Каждый в меру своего понимания работает на себя, а в меру непонимания — на того, кто понимает больше».

Выводы по главе 1

Анализ теоретических источников показал многоаспектность речевого воздействия — в этом явлении присутствуют и коммуникативно-прагматическая, и риторико-лингвистическая, и психолингвистическая составляющие. Отсюда сложность его определения и анализа. В основу нашего определения РВ мы положили цель коммуникации — предметную, то есть связанную с достижением определенных психических и поведенческих изменений со стороны адресата.

Таким образом, речевое воздействие — это произвольное и непроизвольное влияние субъекта на реципиента (либо группу реципиентов) в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которое осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств и определяется предметными целями коммуникации, включающими изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройку его категориальных конструктов, влияние на поведение, изменение эмоционального настроя и физиологических процессов. Достижение этих целей предполагает решение адресантом ряда задач: преодоление защитного барьера реципиента («негоциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдетико-когитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально-установочное внушение). С другой стороны, речевое воздействие — это изменения смысловых структур, оценок, поведенческих моделей и психофизиологических процессов реципиента в результате речевого действия субъекта коммуникации.

В первой главе монографии мы представили разветвленную классификацию речевого воздействия, в которой выделяются методы (способы), типы и виды, приемы, средства и инструменты РВ. Существует три способа речевого воздействия: убеждение — подчиняющееся социально-деонтическим нормам воздействие на сознание через обращение к критическому мышлению личности; внушение — воздействие на подсознание, предполагающее подспудное внедрение в психику реципиента различных эмоций, образов, мыслей, установок; побуждение — стимулирование реципиента прямым воздействием на его волю.

Типы и виды речевого воздействия соответствуют определенным типам и видам речевых актов, к которым относятся: *социальное воздействие; информирование; рассказ / изображение; доказывание; аргументация; симулированный диалог; уговаривание; призыв; повеление; принуждение; оценки; эмоциональное воздействие; психическое программирование.*

Приемы РВ подразделяются на лояльные и манипулятивные (ср. манипулятивные приемы убеждения: дезинформация, уклон, маскировка несостоятельных тезисов или аргументов, подмена модуса мнения модусом знания и т.д.). Большой интерес представляют некорректные инструменты убеждения — софизмы, подробная классификация которых дана в главе 1. Приведенная таксономия методов, типов, приемов и инструментов (стратегий и тактик) речевого воздействия, в которой мы пытались совместить логико-риторический, психологический и психолингвистический аспекты, с нашей точки зрения, достаточно полно отражает механизм речевого воздействия. Далее будут приведены конкретные методики исследования речевого воздействия с учетом вышеописанного инструментария.

Наконец, в первой главе было рассмотрено такое свойство дискурса СМИ, как коммуникативная асимметрия, которую мы считаем важнейшим фактором речевого (идеологического) воздействия на уровне дискурса. Коммуникативная асимметрия может быть преднамеренной и непреднамеренной. Характерными признаками коммуникативной асимметрии в СМИ являются предвзятость дискурса, необъективность и неполнота информации, недостаточное освещение деятельности ряда политических актеров, ограничение их доступа к СМИ и нарушение обратной связи.

Глава 2

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В РАЗЛИЧНЫХ КОМПОНЕНТАХ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ. ФЕНОМЕНОЛОГИЯ РВ В ТЕКСТЕ

В первой главе мы постулировали феноменологию речевого воздействия в трех основных субстанционально-процессуальных компонентах речевой коммуникации — в компоненте «адресант», где оно проявляется в иллокутивных целях говорящего, в компоненте «адресат», где его можно наблюдать в перлокутивном воздействии на реципиента, и в компоненте текст («локуция», языковое выражение мысли), где оно явлено непосредственно в языковой и логико-риторической форме: в выстраивании аргументации, маркерах модальности, лингвистических средствах выразительности и т.д. Соответственно можно изучать проявление РВ на всех основных этапах речевого общения — «на входе», то есть в области авторского замысла, авторских интенциональных структур; в тексте, в области актуализации интенций с помощью языковых и логико-риторических средств; и «на выходе», то есть в области восприятия сообщения (например, с помощью выявления уровня понимания текста, полноты, глубины, прочности запоминания, анализа экспериментальных данных оценки текстов и т.д.).

Нами разработана комплексная методология анализа речевого воздействия, которая включает три основные методики, соответствующие иллокутивному, перлокутивному и локутивному ракурсам рассмотрения текста. Исходя из этого речевое воздействие анализируется с точки зрения самого текста как речевого произведения, а также с точки зрения смысловых структур участников коммуникации (адресата и адресанта). Каждая методика раскрывает те или иные грани этого явления, а в совокупности все три представляют его в целостности и полноте. При этом выводы относительно эффективности речевого воздействия того или иного текста, по нашему предположению, должны, в общем, совпасть, какую бы из трех методик мы не использовали. В данной главе мы рассматриваем речевое воздействие в ракурсе текстовой локуции, то есть исследуем воздейственные свойства текста как такового, привлекая при этом методологический аппа-

рат лингвистики (включая лингвистику текста), когнитивной науки, психолингвистики и риторики⁴¹. Однако прежде чем приступить к непосредственному изложению методики лингвистического анализа РВ, проясним типы текстов, которые можно назвать «воздейственными» («речевоздейственными»), а также определим текстовые категории, соотносимые с речевым воздействием.

2.1. Сущность и типы речевоздейственных текстов

Речевоздейственными являются те тексты, основной прагматической целью которых является не столько передача той или иной информации, сколько оказание на реципиентов воздействия в виде убеждения, внушения и побуждения, целенаправленное достижение адресантом определенных предметных целей, связанных с адресатом, получение чего-либо от последнего. Такого рода высказывания в изобилии встречаются и в устной, и в письменной речи и, возможно, количественно преобладают над высказываниями и текстами, имеющими сугубо информативные цели.

Нас интересуют тексты, носящие не явно прескриптивный характер (как, например, приказы, законы, распоряжения, вердикты и т.п.), но аргументативно-суггестивного типа. Их отличительным признаком, помимо общей прагматической цели — воздействия с помощью речи, является и то, что модус в них не менее значим, чем диктум, то есть субъективное отношение к предмету коммуникации, отношение высказывания к действительности, оценочность, эмотивность и экспрессивность играют не менее важную роль, чем денотативная информация. К числу таких текстов следует отнести большинство текстов публицистического и художественного стилей, тексты судебной риторики, тексты психотерапевтического, воспитательно-педагогического, пропагандистского, рекламного дискурсов и ряд других⁴².

⁴¹ Поскольку лингвистическая составляющая играет в нашем исследовании важнейшую роль, назовем эту методику лингвистическим анализом аргументативных и суггестивных характеристик текста.

⁴² Список можно продолжить текстами религиозного дискурса, философско-этическими текстами (в духе К. Г. Юнга, Э. Фромма) и проч.

Выделим основные признаки дискурса популярной психологии. Его специфика определяется:

- 1) своеобразием концептуального состава: предметом обсуждения в них являются экзистенциальные, гуманитарные и нравственные концепты. Эти концепты — смысл жизни, человеческие отношения, общение, любовь, дружба, успех, достижения, личностный рост, самореализация, моральность, ответственность и др. — описывают абстрактные сферы общественного и индивидуального сознания. Они представляют собой своеобразную экзистенциально-психологическую «надстройку» над материальными и социальными категориями (прежде всего над центральными антропологическими концептами «человек» и «личность», а также над сопутствующими понятиями «семья», «друзья», «работа» и проч.). Указанные концепты носят ценностный характер и сообщают ценностные свойства всем конкретным понятиям и объектам, которые индивид включает в соответствующие категориальные конструкторы;
- 2) своеобразием прагматических целей, включающих в себя терапевтическую или воспитывающую трансформацию категориальных структур, оценок, установок реципиентов с помощью смены перспективы, ракурса видения событий, изменения эмоционально-оценочных коннотаций объектов, разрушения стереотипов, конструирования «новой реальности» и т.д.; оптимизацию их повседневного поведения; информирование, вооружение реципиентов системой психологических знаний; научение их специальным психотехникам и техникам воздействия на физиологические процессы;
- 3) особенностями формы коммуникации — трактат с элементами рассказа, беседа, тренинг, консультация и др.;
- 4) характером коммуникативных ролей адресатов и адресантов: первые выступают в качестве лиц, желающих решить психологические проблемы или оптимизировать некоторые психологические аспекты своей жизнедеятельности, вторые — в качестве лиц, помогающих решать эти задачи.

Помимо различий тематики и концептуального состава, конкретных коммуникативных целей, форм сообщения и характера коммуникантов, в речевоздейственных дискурсах можно констатировать преобладание

разных типов речевого воздействия. В текстах популярной психологии сочетаются особенности воспитательно-педагогического и психотерапевтического дискурсов. С первыми эти тексты роднит присутствие таких типов речевых актов, как уговаривание, аргументация, оценки, эмоциональное воздействие, воздействие с помощью художественных образов; со вторыми — психическое программирование. В текстах популярной психологии встречаются также типы речевых актов, нечасто встречающиеся в воспитательно-педагогическом и психотерапевтическом дискурсах, например призыв или симулированный диалог.

2.2. Стилистические и жанровые особенности текстов популярной психологии

Функциональный стиль — подсистема языка, обладающая специфическими особенностями в лексике, фразеологии и синтаксических конструкциях [Арнольд И.В. 1990: 246] — определяется функцией (или целью) общения в той сфере, где этот стиль используется. Если рассмотреть функции основных стилей, традиционно выделяемых лингвистами, то можно видеть, что функции четырех из них во многом перекликаются с функциями текстов популярной психологии (психотерапевтическое или воспитывающее видоизменение смысловых структур; оптимизация поведения; вооружение психологическими знаниями; научение психотехникам). Основной функцией научно-популярного подстиля научного стиля является информирование читателей о научных фактах в упрощенной, популяризаторской форме, а также в ряде случаев — их инструктирование по поводу каких-либо умений или действий. Публицистический стиль призван информировать и оказывать убеждающее и внушающее воздействие на читателей в отношении самых разнообразных социальных вопросов, варьирующихся от политических тем до проблем искусства. Функцией художественного стиля является образное моделирование реальности с тем, чтобы оказать эстетическое и этическое воздействие на читателей. Наконец, функцией разговорного стиля является фатическое и прагматическое общение, диалог — он наиболее гибок и многообразен в передаче информации, выражении отношения к чему-либо, эмоций.

Очевидно, что в текстах популярной психологии пересекаются научный, публицистический, художественный и разговорный стили.

Научно-популярный подстиль научного стиля (далее для краткости — научно-популярный стиль) является в них преобладающим, хотя все упомянутые стили так или иначе способствуют осуществлению их основной коммуникативной цели. Научно-популярный стиль в текстах популярной психологии проявляется в доступном для широких слоев населения изложении основ психологических теорий и формировании некоторых умений, основанных на теоретическом знании. Элементы публицистического стиля проявляются в использовании специфических средств речевого воздействия, а также в том, что обсуждаемые вопросы часто выходят за рамки личности, помещаются в контекст социума. Последнее вполне закономерно, поскольку общение, взаимодействие индивида с другими людьми является важнейшим аспектом популярной психологии. Художественный стиль также в той или иной степени может присутствовать в рассматриваемых текстах: авторы прибегают к художественным образам для аллегорического иносказания или для оказания эмоционально-оценочного воздействия через эстетическое впечатление. Наконец, элементы разговорного стиля, создающие эффект диалога, живого общения, также являются неотъемлемой частью текстов популярной психологии.

Итак, мы видим, что в текстах популярной психологии пересекаются несколько стилей, хотя очевидно, что основным из них является научно-популярный стиль. Сами же эти тексты объединяются понятием жанра, означающего устойчивую, постоянно воспроизводимую систему признаков группы произведений литературы [Тамарченко Н.Д. 2001: 264]. Как специфический жанр тексты популярной психологии сформировались относительно недавно. За рубежом первые заметные работы такого рода были опубликованы с появлением школы НЛП в 70-х годах прошлого века, прежде всего это книги Р. Бендлера и Дж. Гриндера, Д. Гордона, Р. Дилтса и ряда других авторов. В этих работах органично соединились жанровые особенности предшествующих им трудов М. Эриксона, Ф. Перлза, В. Сатир и ряда других психологов, психоаналитиков и психотерапевтов, в живой форме описывающих свой опыт терапии клиентов, а также литературы по «достижению успеха» в делах, любви, карьере, финансовом состоянии и проч., представленной такими именами, как Н. Хилл, Дж. Рон, Д. Карнеги и др. В отечественной литературе родоначальниками жанра можно считать авторов книг по аутогенной тренировке, медицинской психотерапии (улучшение зрения, памяти, других

аспектов здоровья), наконец, представителей рефлексивной или воспитывающей психологии, таких как В. Леви, Н. Козлов и др.

Жанр текстов популярной психологии сложился как конгломерат ряда поджанров, выделяемых по тематическому принципу: решение экзистенциальных вопросов (отношение к себе, к другим, к различным аспектам жизни); умение общаться; терапия конкретных психологических проблем, достижение успеха в различных областях; самосовершенствование («личностный рост», «самореализация»); решение проблем здоровья и его укрепление и ряд других. Все поджанры объединены общей коммуникативной целью — помочь реципиентам справиться с теми или иными жизненными ситуациями и подсказать им способ достижения некоторых жизненных целей. Внутри каждого поджанра выделяются несколько направлений, которые в ряде случаев мы проанализируем более подробно, привлекая понятия текстовой перспективы — «поля», «угла» и «фокуса» зрения автора (эти понятия развиваются в [Марова Н.Д. 1989]), а также с помощью общеизвестного понятия «образа автора».

1. «Искусство общения». Этот поджанр представлен рядом школ популярной психологии в России и за рубежом. Известнейшее американское направление такого рода — практическое руководство по общению Дейла Карнеги. Поскольку Карнеги впервые систематически описал некоторые правила и приемы эффективного общения и стал обучать этим приемам, И.А. Стернин называет его основателем теории речевого воздействия [Стернин И.А. 2001]. В поле зрения Карнеги входят все ситуации, которые так или иначе связаны с общением и взаимоотношениями. Это исторические примеры, случаи из опыта самых разных людей, но основное внимание уделяется деловым отношениям — переговорам, торговле, отношениям между партнерами, между руководителями и подчиненными и т.д. Все эти вопросы рассматриваются под углом толерантности и интереса к собеседнику как залогом успешности общения. Несмотря на непривычность идиостиля и тематики Карнеги для российского менталитета, при вчитывании многие мысли этого автора оказываются разумными и убедительными, и вырисовывается достаточно привлекательный образ автора — мудрой, толерантной, пусть и деловито-прагматичной, личности.

Среди отечественных работ в русле поджанра «искусство общения» следует отметить книги Д. Аксенова, А. Егидеса, М. Литвака, В. Шепеля

и ряда других. Остановимся на творчестве Аркадия Егидеса. Книги этого автора (доктора психологических наук) в большой степени носят научный характер как по содержанию, так и по стилю изложения. Выдвигая собственные теоретические положения (прежде всего теорию «синтонов» и «конфликтотенов»), Егидес интегрирует в них концепцию «пристроек» сверху и снизу, а также идеи Карнеги, модифицируя их под российский менталитет, решает ряд других вопросов в русле своей теории. Вместе с тем не вызывает сомнений жанровая принадлежность его работ к текстам популярной психологии: теория здесь во многом служит предлюдием к обучению практическим умениям урегулирования конфликтов, технике знакомств, советам в межличностных отношениях супругов, сексуальным партнерам. В поле зрения автора включаются иные по сравнению с Карнеги вопросы (что, вероятно, связано с различием западного, прежде всего американского и российского менталитетов): этикетное поведение в повседневном общении, проблемы этического выбора в различных ситуациях, этические оценки критики, юмора (высмеивания), оценки, категоричности и эмпатичности, проблемы воспитания детей («граждан России») и другие. Меняется и угол зрения — отношение к указанным проблемам основано не на принципах толерантности и заинтересованности в другом ради собственной выгоды, а на принципах этичности и коллективизма («в идеале — альтруизма»)⁴³. В образе автора

⁴³ «Соревновательность — из биомира. Даже маленькие рыбки соревнуются на скорость плавания, и побежденный должен плавать униженным способом под углом, а победитель может гордо плавать прямо. Соревновательность лежит в основе культа спортивных состязаний. И спорт почти напрочь вытесняет физкультуру. Соревновательность — и в основе культа знаний. Отсюда и общество “Знание”, и журнал “Знание — сила”... Так вот, пусть будет взаимопомощь, а не соревновательность. Ведь взаимопомощь вписывается в то, что у человека больше должно быть в почете: в самоактуализацию, в альтруизм, в персонализацию. Вспомним, под последним термином понимается как бы расцветание твоей личности в личности другого, в личности твоего alter ego (второго “я”), при этом чтобы и персонализация была субъект-субъектной, то есть чтобы в этом другом я видел равного мне субъекта, личность, а не механически вписывал в него свои взгляды и кажущуюся мне нужной ему помощь (ведь и помогать человеку надо по существу его нужд). А уж простое опережение другого — что в этом интересного... Провозглашение приоритета нравственно-психологического развития личности в духе субъект-субъектной персонализации и альтруизма, справедливости и благородства, самоактуализации и гуманизма требует дальнейших конкретных разработок».

просматриваются такие черты, как интеллигентность, гуманизм, иногда романтизм, а также некоторая категоричность.

2. Отношение к себе, к другим, к различным аспектам жизни и самоактуализация. Направления популярной психологии, принадлежащие этому поджанру, являются весьма многочисленными. Это школы, популяризирующие идеи научной психологии, представленные такими авторами, как И. Вагин, Н. Козлов, А. Курпатов, В. Леви, а также идеалистические и эзотерические школы Р. Хабарда («дианетика»), П. Бурлана, В. Гурангова, В. Долохова, В. Зеланда, С. Лазарева, Л. Марченко, А. Свияша, В. и Т. Тихоплав и др. В конечном счете все они призваны сформировать или так или иначе изменить мировоззрение читателей, определить отношение личности к себе и к миру. Охарактеризуем некоторые из них.

Рефлексивная поэтика Владимира Леви рассматривает широкий круг экзистенциальных вопросов: личностные качества человека, отношение к жизни, к другим людям, общение, взаимоотношения супругов, родителей и детей, оздоровление и ряд других. В фокусе зрения автора в основном оказываются проблемы личности — комплексы, одиночество, непонимание, неудачи, проблемы общения, дисгармония, ревность, разводы и проч. Книги Леви часто строятся в форме эпистолярного диалога с читателями или комбинации размышлений с художественным или полудокументальным повествованием (часто биографическим или автобиографическим). Эти тексты обладают яркой образностью, аллегоричностью, полны художественных зарисовок, диалогов, стихов, в том числе в прозе. Образность здесь играет особую роль: переименование конкретной и абстрактной концептуальных сфер способствует изменению мировосприятия, появлению новой перспективы видения ситуации. Строгой и оригинальной (с психологической точки зрения) системы взглядов в книгах Леви не просматривается, его рекомендации во многом основываются на интуитивном понимании проблемы и варьируются от случая к случаю, однако во всех его произведениях отражается образ автора — рефлексивной, в некоторой степени романтической личности, тонкого наблюдателя, исповедующего понимание и бережное отношение к другому. Заметим, что, хотя внешне тексты Леви диалогичны, образ автора в них явно доминирует над образом читателя-собеседника, авторский дискурс проникает в чужую речь — так,

читательские письма явно скорректированы под авторский идиоматический стиль и идеи.

В поле зрения воспитательной психологии Николая Козлова входит практически тот же круг вопросов, что и у Леви, однако здесь затрагиваются и социальные вопросы: отношение к науке, искусству, религии, морали, стратегиям успеха в карьере, бизнесе и другие. Все эти вопросы рассматриваются под углом зрения «гуманистического титанизма» — идеалом для автора является свободная, ответственная и деятельная личность, причем деятельность ее должна быть осознанно направлена на созидание «добра и красоты». Поскольку именно так автор понимает развиваемое им понятие «личностного роста», то это также книги о самосовершенствовании и позитивной, нацеленной вовне самоактуализации. Книги Н. Козлова носят в большой степени философский характер (образ автора — «деятельный философ»), хотя и написаны они живым литературно-разговорным языком — здесь излагается стройная система взглядов, в большой степени выражен компонент логической аргументации. Наряду с этим, имеются повествовательные пассажи, образность, элементы юмора и т.д. которые дополняют логическую аргументацию или оказывают внушающее воздействие.

Выше указывалось, что, помимо психологических систем, покоящихся на традиционных объективно-материалистических основаниях, есть ряд идеалистических и эзотерических направлений, которые так же, как и предыдущие, обсуждают экзистенциально-психологическую проблематику. Эти теории не лишены рационального зерна и даже активно используются практикующими психологами и психотерапевтами, поэтому мы сочли целесообразным рассмотреть некоторые из них.

Психологическая система «Симорон» В. Гурангова и В. Долохова исходит из сенсуалистического принципа («Мир есть иллюзия, которую личность воспринимает как реальность, оживляя ее своим воображением»). Авторы описывают специфическую метафорическую модель мира, суть которой заключается в следующем: в центре каждой личности имеется «сила, выпустившая любой объект мироздания в жизнь, источник света “Симорон”». Вокруг него — шар, в этом качестве выступает личность человека. Личность пропускает излучение «Симорона», и во внешнем мире выписано продолжение личности. Этим продолжением является весь видимый, проявленный мир. Каждый человек, растение, животное, камень, каждый предмет видимого мира является

проекцией, укрупненным продолжением самой личности. «В тот момент, когда я бросаю взгляд на какой-то предмет, я выпускаю луч и выписываю вне себя свое продолжение, соответствующее дырочке, сквозь которую я выпустил этот луч. Дырочки разной формы, соответственно, и проекции разные». На основе этой теории авторы учат фиксировать внимание на позитивных моментах негативного явления (сигнала) и, выполняя своеобразный обряд («колдовство»), справляться с ним: «Мы не исправляем недостатки, не искореняем беды, а находим везде и во всем элементы здоровья, силы, радости и утверждаем их. Тогда зло, горе уходит само по себе. Это основополагающий принцип всех симоронских технологий» (из книги «Курс начинающего волшебника»). «Колдовство» производится в том числе за счет таких психотехник, как «благодарность проблеме за подсказку», «переименование актуального сигнала через трек», «переигрывание корневого эпизода» и др. Поле зрения авторов этого направления охватывает различные обычные и экстраординарные жизненные ситуации, с которыми может столкнуться человек, в фокусе их зрения — неприятности, которые, по теории авторов, являются «предупреждающими сигналами первой, второй и третьей стадии», например отсутствие кандидатов на замужество, болезнь, проблемы межличностных отношений и др. Угол зрения направлен на поиск позитива в любых ситуациях. В образе автора угадывается интеллектуальная, жизнерадостная личность, стремящаяся устранять негатив, «превращать черное в белое».

Александр Свияш разработал собственную объяснительную модель мироустройства, из которой он исходит, давая практические психологические советы. Тезисно она выглядит следующим образом. Существует Тонкий (Непроявленный) мир, в котором обитают духи, как добрые, так и злые. Эти духи существуют за счет чистых (эталонных, божественных) и неэталонных энергий людей (к последним относятся, например, желания материальных удобств и земной любви, наслаждение от победы в соревнованиях и т.п.). Жизнь как в Тонком, так и в Проявленном мире подчиняется законам Кармы, которая трактуется Свияшем своеобразно: «за любую полученную на свое существование от людей энергию духам необходимо платить (путем формирования нужных человеку событий). По отношению к людям этот же закон имеет обратный вид: за каждую помощь от духов нужно платить энергией. То есть человек может обращаться к духам (любым) с просьбой,

получит содействие лишь в том случае, если он “оплатил” свой заказ достаточным количеством энергий соответствующего “качества”» (из книги «Как получать информацию из тонкого мира»). В соответствии с описанной системой мироустройства вводится ряд понятий (например, «идеализаций», «примативности», «сосуда кармы»), предлагается методика «Разумного пути», ключевым моментом которой является «формирование событий». Текст Свияша суховат, наукообразен, логичен, при этом ему не чужды такие дополнительные средства убеждения и внушения, как образность, элементы юмора. Все эти особенности в совокупности и составляют образ автора.

3. Терапия конкретных психологических проблем. Внутри этого направления к жанру популярной психологии можно отнести книги НЛП (Р. Бэндлер, Д. Гордон, Дж. Гриндер, Р. Дилтс и др.). Несмотря на то что НЛП претендует на статус научной теории, в книгах этого направления преобладают практические рекомендации. Мы относим их к жанру популярной психологии, поскольку книги по НЛП адресованы широкой публике, а не узкому кругу специалистов и соответствуют основной цели текстов этого жанра — помогать широкому кругу людей справляться с возникающими (проблемными) ситуациями. НЛП, по существу, представляет собой своеобразную методологию, принципом которой является не поиск закономерностей существования (экзистенции) человека, а поиск наиболее удачного (успешного) решения конкретной проблемы. Терапия НЛП направлена на формирование у реципиентов образцов успешного поведения в тех или иных ситуациях: терапевт пытается выявить наилучший способ, с помощью которого человек может выполнить определенную задачу, и закрепляет его в качестве модели. В поле зрения НЛП — кризисные ситуации, в фокусе находятся конкретные жизненные ситуации того или иного реципиента: «микропроблемы» типа «она никогда не поддерживает, не успокаивает меня», стрессы, фобии, мании, которые редко обобщаются до уровня стандартных ситуаций из жизни любого человека. Угол зрения авторов НЛП определяется позицией «как улучшить ситуацию» (а не «почему так происходит», «как должно быть» или «как правильно»). Тексты НЛП имеют «размытую», нечеткую структуру, построены по принципу устных выступлений — популярных лекций с элементами практических тренингов. Методология НЛП предполагает расширение выбора клиента для реагирования на жизненную ситуацию, увеличе-

ние числа стратегий реагирования, смену сенсорной репрезентации ситуации. Металингвистическая модель коммуникации в них представлена в форме с виду свободного (нестроого) рассуждения с вкраплениями диалогов-дискуссий, однако сама терапия является четкой процедурой, подчиняющейся определенным правилам.

4. Достижение личного успеха в различных областях. Этот поджанр представлен именами таких зарубежных авторов, как Дж. Аллен, Р. Кийосаки, Г. Клауд, Дж. Максвелл, Дж. Рон, Н. Хилл и др., и таких российских авторов, как С. Попов, Н. Правдина, Н. Старостина и др. Поджанр «литературы личного успеха» особенно близок к официально-деловому стилю, а именно, той его сфере, которую часто называют «языком делового общения», и, собственно, вырос из него. (В свою очередь, книги по деловой коммуникации выросли в начале XX века из американской философии прагматизма; первые книги такого рода писались в виде автобиографического наставления-руководства по достижению успеха, например, книги Н. Хилла). Однако, поскольку ключевым моментом в большинстве произведений этого жанра является выработка у реципиентов специфических психологических установок, мотивов, алгоритмов поведения, нацеленных на достижение успеха, мы имеем полное основание включить их в жанр популярной психологии. К тому же, если примерно до конца XX века такого рода тексты были посвящены преимущественно деловому успеху, то в более поздних книгах речь может идти об успехе вообще («успехе в жизни»), в любви, в работе, финансовом благополучии, умении быть счастливым и т.п.

Не останавливаясь подробно на трудах того или иного автора литературы личного успеха, отметим, что важнейшей целью этих текстов часто является своего рода «слом» усвоенной и общепринятой системы ценностей, перестройка категориальных конструктов личности без опоры на стереотипы и даже архетипы. В этом смысле характерны книги Роберта Кийосаки, который, в противоречие бытующим моральным принципам, принижает честный повседневный труд и превозносит инвестирование как способ праздного существования, отрекается от трудолюбивого «бедного папы» (родного) и присоединяется к ловкому «богатому папе», научившему его управляться с деньгами.

5. Самосовершенствование, самоактуализация, «личностный рост», тренировка отдельных способностей (памяти, скоротечения), психологи-

ческая самозащита, искусство выступления, ведение спора и т.п. Этот поджанр включает в себя как общие вопросы личностного роста, так и развитие частных способностей. Личностному росту и самосовершенствованию в целом посвящены работы школ йоги, эзотерических систем самосовершенствования (например, система Х. Сильва, «дианетика» Р. Хаббарда, учение «рейки» и др.), а также книги, ориентирующиеся на научную психологию, например, Т. Гагина, Н. Козлова, Э. Цветкова, ряд работ К. Роджерса.

6. Решение проблем здоровья и его укрепление с помощью психотехник. К числу работ, относящихся к этому поджанру популярной психологии, принадлежат многочисленные книги по аутогенной тренировке, а также оригинальные системы А. Курпатова, В. Леви, М. Норбекова, Г. Мирошниченко, В. Синельникова, Г. Сытина и др. Сюда же включаются книги по практической сексологии. Особняком стоят эзотерические учения об исцелении, написанные такими авторами, как А.А. Бейли, Дж. Голдмен, С. Коновалов, С. Лазарев и др.

«Психотерапевтическому» исцелению и укреплению здоровья без каких-либо специальных физических упражнений посвящены книги Г. Сытина. В основе метода Сытина лежат психологические и физиологические механизмы словесного воздействия на различные системы организма, осуществляемого с помощью специальных «настроев» (вербальных семантических формул). Автор постулирует закономерную связь между управляемой деятельностью сознания больных и оптимальным ходом их психического и физического оздоровления. Настрои Сытина составлены из положительных утверждений, усиливающих позитивные эмоции, стимулирующих волевые усилия в целях управления состоянием и формирующих у человека яркие образы здоровья, молодости и красоты. Данный метод зарекомендовал себя как научный, однако он понятен и доступен широкой публике — отсюда отнесение книг Сытина к жанру популярной психологии.

Итак, тексты популярной психологии относятся к научно-популярному подстилю научного функционального стиля (с элементами публицистического, художественного и разговорного стилей) и представляют собой специальный жанр научно-популярной литературы, состоящий, в свою очередь, из ряда поджанров, определяемых по тематическому признаку: «искусство общения»; отношение к себе, к другим, к различным аспектам жизни; терапия конкретных психоло-

гических проблем; достижение личного успеха в различных областях; самосовершенствование, самоактуализация, «личностный рост», тренировка отдельных способностей; решение проблем здоровья и его укрепление с помощью психотехник.

2.3. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности

В текстах основные способы речевого воздействия — убеждение, внушение и побуждение — проявляются в наличии соответствующих типов РВ и речевых актов (РА убеждения, РА внушения и РА побуждения). Но само по себе присутствие тех или иных видов речевых актов, нацеленных на воздействие, еще не обеспечивает убедительности и суггестивности текста. Важно учитывать лингвистические и логико-риторические средства, способствующие достижению убеждающего, внушающего или побуждающего эффекта. Мы объединяем эти средства в понятия текстовых категорий аргументативности, суггестивности и императивности.

Аргументативность основывается на логико-риторических характеристиках текста, реализующих воздействие адресанта на мнения и рациональные оценки реципиента, а также косвенное регулирование его рационального поведения. Суггестивность текста подразумевает те его формальные, структурные и семантические характеристики, которые воздействуют на подсознание читателя посредством активизации ритмических, звуковых, тематических, словесных ассоциаций, вызывая бессознательные эмоции, мысли, образы и формируя бессознательные установки. Императивность связана со способностью текстовых средств выражать явные (прямые) авторские интенции волеизъявления, которые также напрямую распознаются в тексте реципиентом.

Категории аргументативности и суггестивности являются своеобразной надстройкой над текстовыми категориями первого порядка (целостностью, связностью, информативностью, имплицитностью, персональностью, интертекстуальностью и т.д.), поскольку сами обеспечиваются ими. Например, аргументативность зависит от качеств целостности, информативности текста; суггестивность связана с пер-

сональностью, информационной плотностью. Императивность следует отнести к текстовым категориям первого порядка, поскольку она обеспечивается непосредственно языковыми средствами текста и мало зависит от прочих категорий первого порядка.

Рассмотрим каждую из обсуждаемых категорий подробнее. Аргументативность есть доказательность, обеспечиваемая аргументацией — выдвижением тезиса и последовательным рассмотрением доводов в пользу его истинности [Брутян Г.А. 1984]. Мы считаем, что аргументативность определяется рядом свойств текста: 1) полагаемая истинность авторских высказываний; 2) аргументированность, зависящая от качества и количества используемых для доказательства когнитивных операций; 3) целостность текста, отражающая логику смысловой предикации; 4) информативность, которая включает в себя информационную насыщенность и новизну (полезность).

Из перечисленных свойств текста, служащих факторами аргументативности, важнейшим, на наш взгляд, является истинность информации: без нее все прочие факторы будут недействительны. Истинность в научном и подобных ему рациональных дискурсах связана с соответствием сообщаемой информации фактам, научному знанию, а также с опорой на неизменные или мало изменяемые части понятий. Если же речь идет об истинности текстов гуманитарной сферы (этический, духовный, идеологический дискурсы), то для обеспечения убедительности в них немаловажно, чтобы аргументация основывалась на архетипических и стереотипных ассоциациях концептов. Архетипы и стереотипы составляют неизменную или мало изменчивую часть концептов гуманитарной сферы, это то знание, которое человеческое сознание признает истинным. Таким образом, истинность текстов, связанных с духовно-нравственной и идеологической сферами, определяется соответствием их содержательного и идейного наполнения стереотипам и архетипам той или иной лингвокультурной общности.

В случае, когда авторский замысел предполагает разрушение определенных стереотипов, то есть рассуждения в противоречие устоявшимся взглядам (а эти интенции часто свойственны текстам популярной психологии), текст воспринимается лучше и может представляться более убедительным, если перестройка знаний ведется постепенно и последовательно, начиная с периферии, а не с ядра концептов.

Аргументативность включает подкатегорию персуазивности, которая предполагает использование дополнительных риторических и софистических приемов и средств, способствующих убеждению. Сам термин «персуазивность» (от англ. persuasion — «уговаривание, убеждение»; persuasiveness — «убедительность») имеет разные трактовки в русскоязычном и англоязычном научных дискурсах. В первом случае это понятие рассматривается в рамках лингвистики текста как оценка говорящим объективного содержания предложения со стороны его достоверности и недостоверности, выражение уверенного или неуверенного знания [Белошапкова 1989] или как рефлексия автора относительно своего или чужого сообщения с позиции достоверного или недостоверного характера информации [Шмелева Т.В. 1994]. Во втором случае персуазивность рассматривается, в большем соответствии с внутренней формой этого английского слова, как разновидность манипулирования, противопоставляемого рациональному аргументированию, или как совокупность приемов и средств, направленных на усиление аргументов в процессе аргументирования (например, Х. Перельман, Н.А. Безменова, О.С. Иссерс, А.В. Голоднов, W. Schöberle, A. Pratkanis).

Мы будем использовать термин «персуазивность» во втором из указанных смыслов, поскольку, с нашей точки зрения, полагание достоверности / недостоверности собственных и чужих высказываний, как и выражение действительности, возможности, необходимости или желательности предмета коммуникации соотносится прежде всего с категорией объективной модальности, хотя сама категория модальности, в свою очередь, обеспечивает персуазивность. Итак, мы понимаем персуазивность как убедительность текста, связанную с использованием специальных средств усиления аргументации, как то: риторические и стилистические приемы, софизмы и некоторые текстовые категории (имплицитность, модальность и ряд других).

С таким пониманием персуазивности связано понятие персуазивной коммуникации, разработанное Х. Перельманом [1987]. По рассуждению Перельмана, в случае научного убеждения мы имеем дело с аналитическими рассуждениями, исходящими из истинных посылок, в случае же персуазивной коммуникации — с диалектическими рассуждениями, исходящими из посылок, принятых большинством, то есть правдоподобных, но необязательно истинных. Диалектические

рассуждения имеют целью убедить аудиторию в необходимости принять то или иное решение, разделить ту или иную точку зрения. А.В. Голоднов определяет персуазивную коммуникацию как исторически сложившуюся, закреплённую в общественной и коммуникативной практике особую форму ментально-речевого взаимодействия индивидов, осуществляемую на базе определенных типов текста и реализующую попытку речевого воздействия одного из коммуникантов (адресанта) на установку своего коммуникативного партнера / партнеров (реципиента / аудитории) с целью ненасильственным путем (посредством коммуникативных стратегий убеждения и «обольщения») добиться от него принятия решения о необходимости, желательности либо возможности совершения / отказа от совершения определенного посткоммуникативного действия в интересах адресанта [Голоднов А.В. 2003].

Как отмечает Н.А. Безменова, для персуазивного дискурса характерно наличие разнообразных «риторических фигур», которые представляют собой способ «рельефного изображения аргумента» и влекут за собой некоторое «изменение перспективы высказывания в коммуникативной ситуации» [Безменова 1990]. Однако, помимо риторических фигур, в число средств персуазивности входят софизмы — логические уловки, призванные усилить мнение говорящего. Персуазивность также обеспечивается рядом макролингвистических средств текста, прежде всего связностью, имплицитностью и модальностью (эти характеристики текста способствуют достижению определенного персуазивного эффекта).

Персуазивный дискурс часто связывается с такими сферами, как коммерческая реклама и идеологическая пропаганда. Однако персуазивность не обязательно сопряжена с этими сферами, но подразумевает использование упомянутых средств в любой коммуникативной ситуации, предполагающей убеждение.

Суггестивность текста предполагает наличие в языковой ткани специфически маркированных компонентов и структур, косвенно, через бессознательное, способствующих реализации целеустановки адресанта. Она связана с внушением эмоций, бессознательных мыслей, образов и установок, психических и физических состояний. Так же как персуазивность, суггестивность проявляется как в микро-, так и в макролингвистических характеристиках текста. Среди микролингви-

стических характеристик текста определенным суггестивным потенциалом обладают фонетика, просодика, графика, орфография, синтаксис, лексика, словообразование, морфология, — словом, все уровни языка как знаковой системы. На макролингвистическом уровне проявления суггестивности могут наблюдаться в категории личности, в плотности информации, в структурно-композиционной организации текста и в его стилистических особенностях.

И суггестивность, и рассмотренная выше персуазивность связаны с подпороговым восприятием реципиентами той или иной информации. Отличие между ними прежде всего состоит в том, что персуазивные средства носят пропозиционально-смысловой характер, то есть реализуются как смысловые комплексы на уровне высказывания или коммуникативного блока. Это высказывания, усиливающие аргументацию говорящего, или софистические рассуждения, позволяющие совершить своеобразный «смысловой подлог». Суггестивность же реализуется на уровне допропозициональных языковых единиц, в которых воздействием оказываются форма (в случае фонетики, графики, синтаксиса, иногда лексики и словообразовательных средств) или значение (в случае морфем и слов). Если же говорить о персуазивности и суггестивности на уровне текстовых категорий, то здесь первая проявляется в том, что видоизменяет собственно компоненты содержания (денотативный и отчасти эмоционально-оценочный, в случае субъективной модальности), а вторая влияет не на содержание и смысл как таковой, а на процесс восприятия текста, делая этот текст более или менее привлекательным для аудитории и оптимизируя или, напротив, ухудшая его усвоение.

Императивность предполагает присутствие в тексте языковых средств со значением побуждения (волеизъявления). Исследователи выделяют несколько модальных модификаций императивности: с индикацией вероятности каузируемого действия (например, приказ, разрешение, инструкция); с индикацией мотивированности каузируемого действия (например, просьба); с индикацией полезности для реципиента (например, совет); немаркированная императивность (например, предложение) [Изотов А.И. 2007]. Кроме того, императивность классифицируется в зависимости от того, выражается ли побуждение по отношению к получателю / получателям текста, к совместному действию отправителя и получателя или побуждение к действию

субъекта, не участвующего непосредственно в коммуникации. Наконец, разграничиваются категориальная (прямая) императивность и некатегориальная (косвенная) императивность [Бондарко А.В. 1990]. Для прямого выражения императивности используются различные глагольные формы повелительного наклонения (в частности, императив третьего лица (глагольные конструкции со словами «пусть», «пускай», «да»)). Для косвенного выражения императивности используются глаголы в форме инфинитива (со значением побуждения, приказания и т.д.); эллиптические конструкции, в которых могут быть восстановлены пропущенные глаголы в форме повелительного наклонения; конструкции с номинализациями; сослагательные конструкции; высказывания с модальными глаголами и другими частями речи, выражающими модальность просьбы, приказания, совета, предложения и т.д. [Бондарко А.В. 1990; Изотов А.И. 2007; Горло Е.А. интернет-ресурс].

Разделение текстовой воздейственности на аргументативность (персуазивность), суггестивность и императивность может показаться условным, поскольку эти категории, будучи обусловленными авторским замыслом, комбинируются в текстовом материале. Общий смысл создаваемого текста, как правило, предопределен автором заранее, а средства суггестивности, аргументативности и императивности используются им (с разной степенью эффективности) в процессе производства текста для актуализации этого смысла. Вместе с тем эти категории существуют во многом независимо друг от друга. Например, текст может быть логичным, аргументированным, но лишенным суггестивности. И наоборот, он может активизировать бессознательные образы и ассоциации, то есть обладать суггестивностью, но не быть убедительным. Императивность также относительно независима от аргументативности (персуазивности) и суггестивности.

Аргументативность, суггестивность и императивность текста дают разный перлокутивный эффект. Например, высокие показатели аргументативности могут свидетельствовать о вероятности глубокого воздействия и формирования прочных убеждений, тогда как высокие показатели суггестивности — об интенсивности воздействия и сохранении яркого впечатления, косвенно влияющего на убеждения.

Итак, мы полагаем, что аргументативность, суггестивность и императивность следует разграничивать, анализируя средства каж-

дой категории по отдельности. Методика и примеры такого анализа содержатся в следующем параграфе. Заметим, что в этой методике мы ограничиваемся анализом двух категорий текста — суггестивности и аргументативности, хотя, несомненно, в идеале системный лингвистический анализ речевоздейственных средств должен предполагать и рассмотрение императивности текста.

2.4. Лингвистический анализ воздейственного потенциала текстов

Многие из существующих лингвистических методик изучения речевого воздействия (см. параграф 1.2 настоящей работы) ограничиваются отдельными аспектами РВ: так, интен-анализ изучает иллюкутивные цели создания текста; контент-анализ — текстовые коннотации на основании процентного соотношения слов того или иного семантического поля; методики выявления эмоционально-смысловых доминант стремятся определить эмоционально-оценочные характеристики текстов; анализ ассоциативного развертывания — концептуально-тематические сети и т.д. Недостатком этих методик, с нашей точки зрения, являются односторонность объекта рассмотрения, а также акцентирование внушающего воздействия при практически полном игнорировании убеждения. Мы предлагаем методику исследования воздейственности текста, которая по возможности учитывала бы все его аргументативные и суггестивные свойства⁴⁴. Вместе с тем мы отдаем себе отчет в том, что проведение полного анализа воздейственности по изложенной ниже методике является достаточно трудоемким. Поэтому в реальной практике можно ограничиться анализом отдельных аспектов аргументативности и суггестивности — в зависимости от исследовательского интереса.

Первый этап предполагает выявление соотношения различных способов воздействия в тексте: убеждения, внушения и побуждения.

⁴⁴ Исследование языковых средств императивности не входит в задачу данного исследования, хотя в идеале комплексный лингвистический анализ текстового воздействия должен был бы включать и императивность. В данной монографии мы ограничимся самой общей оценкой императивности (побудительности) на первом этапе анализа.

Мы полагаем, что это соотношение поддается достаточно точному определению с помощью подсчета и анализа тех или иных видов речевых актов в тексте. Однако такого рода анализ представляется довольно громоздким — нужно проанализировать иллокутивные силы каждого высказывания по отдельности, а в ряде случаев, наряду с эксплицитными, выявить и его имплицитные иллокутивные силы. С нашей точки зрения, для решения данной задачи рациональнее рассмотреть представленность в тексте основных типов речевого воздействия, охватывая большие, нежели высказывание, фрагменты текста. Напомним, что эти типы включают социальное воздействие, информирование, рассказ / изображение, доказывание, аргументацию, симулированный диалог, уговаривание, призыв, повеление, принуждение, оценки, эмоциональное воздействие, психическое программирование (см. параграф 2.5). Анализ нашего материала — текстов практической психологии — показывает преобладание в них таких типов РВ, как аргументация (включая экзemplификацию и экспериенциальное описание — отсылку к жизненному опыту адресанта или иных лиц), уговаривание (инструкции, рекомендации, назидание и советы, в основном речевые акты с глаголами долженствования и возможности), призыв, рассказ / описание, эмоциональное воздействие, оценки, информирование. Указанным типам соответствует один из трех способов речевого воздействия: убеждение, побуждение и внушение. Исходя из этого, можно достаточно точно определить количественное соотношение разных способов речевого воздействия в тексте⁴⁵.

⁴⁵ Некоторые типы текстового воздействия соотносятся со структурно-композиционными видами речи, выделенными Г.А. Золотовой [1998]. Напомним, что, по Золотовой, основными регистрами являются репродуктивный (изобразительный), предполагающий изображение «фрагментов, картин, событий действительности как непосредственно воспринимаемых органами чувств говорящего»; генеритивный, предназначенный для обобщения, осмысления информации, соотнесения ее с универсальными законами мироустройства, с фондом знаний; волюнтивный, функцией которого является волеизъявление говорящего и побуждение к действию; реактивный, выполняющий контактоустанавливающую, контактоподдерживающую и реактивно-оценочную функции. С репродуктивным регистром соотносится такой тип РВ, как художественное описание, с информативным — информирование, с генеритивным — аргументация, с волюнтивным — призыв, инструктивно-рекомендательные речевые акты, с реактивным — эмоциональное давление, отчасти социальное воздействие, оценки и др.

Аргументация и информирование способствуют убеждению, причем наиболее важным убеждающим типом РВ является аргументация, формирующая и реформирующая убеждения, а информирование служит для подтверждения тезисов с помощью объективной информации и экзemplификации, конкретизации, образного подкрепления судительных высказываний. Призывы, инструкции, рекомендации и т.п. свидетельствуют о выраженном побудительном воздействии на адресата. Рассказ / изображение и оценочно-эмоциональные РА говорят о присутствии в тексте суггестии — эмоционального, эйдетико-когитивного или установочного внушения. Зачастую высказывания сочетают в себе два или более типа РВ, например, эксплицитно — аргументацию, а имплицитно — призыв, как в случае *Работать вам заповедано все равно, но если уж делать — то делать по-крупному*. Однако в целях упрощения анализа можно не рассматривать сочетание в высказывании нескольких типов РВ, достаточно выделить лишь эксплицитные типы.

Второй этап предполагает выявление аргументативно-персуазивного потенциала текста и включает в себя ряд подэтапов.

1. Прежде всего устанавливаются основные макроструктуры, используемые для моделирования сообщаемой информации. Это осуществляется путем выявления фреймов (ключевых концептов, тем) и топосов — тезисов и аргументов, выражающих идеи текста.

В нашем понимании, топос представляет собой обобщенно-смысловую единицу, соответствующую судительному высказыванию. В развернутой аргументации имеются основные, тезисные, топосы и вспомогательные, соответствующие аргументам. Вспомогательные топосы могут играть не менее важную роль, чем основные⁴⁶.

Способ вычленения топологической структуры текста близок к методике выявления эмоционально-смысловых доминант В.П. Беля-

⁴⁶ Целью вспомогательных топосов может быть не только корректное убеждение, но и манипуляция, когда через оперирование недоказанными фактами и софистическую аргументацию в сознание внедряются спорные идеи, например ненаучные представления о мире. Так, в тексте, опровергающем обязательность взаимной любви, где основным, тезисным топосом является «человек не обязан полюбить в ответ на чувства другого», в качестве дополнительного (аргументного) топоса появляется утверждение о том, что «человек влюбится в того, кто станет его “кармическим воспитателем”».

нина, но акцент ставится не на концептуально-тематической сетке, а на идейно-смысловой структуре текста (топос — общий тезис). Далее фреймовая и топологическая структуры обобщаются до уровня полисиллогизмов.

2. Для определения полагаемой истинности топосов текста предполагается их сопоставление с соответствующими комплексами стимулов и ассоциатов русского языкового сознания, отраженными в «Русском ассоциативном словаре». Выше указывалось, что доверие к содержанию текста как истинному возрастает, а его воздейственность оптимизируется, если топика текста соответствует архетипам и стереотипам, которые привычны и воспринимаются как истины. Иначе говоря, истинность топики текстов гуманитарной сферы тесным образом связана с архетипичными и стереотипными ассоциациями присутствующих в ней концептов. Архетипичность — это свойство концептов, составляющих ядро языкового сознания, обладать глубинным инвариабельным комплексом ассоциаций, древним и универсальным для всего человечества. Стереотипность — это свойство концептов отражать ассоциации, связанные с исторически накопленным коллективным опытом, внедряемые в сознание индивида в процессе обучения и общения с другими и регламентирующие его поведение.

Если исходить из утверждения авторов РАС, что в нем представлена топика языкового сознания русских, то архетипы и стереотипы русской культуры соответствуют комплексам «концепт-стимул — концепт-ассоциат» (либо «концепт-ассоциат — концепт-стимул»). По-видимому, наличие в РАС двух одинаковых реакций на тот или иной стимул может свидетельствовать об узуальности такой ассоциации в культуре в тот или иной период времени, если же этих реакций больше — о ее стереотипности или архетипичности. Стереотипные и архетипические реакции могут отражать как линейный (синтагматический), так и системный (парадигматический) ход ассоциирования (например, муравей > маленький (15), доброта > красота (2)). Зачастую они носят «ценностный» характер или соответствуют важным ментальным фрагментам действительности в антропологическом концептуальном пространстве (например, смысл > жизни (35), делать > добро (26)).

3. Следующим шагом анализа аргументативности является качественное и количественное определение логических процедур и когнитивных операций, характеризующих аргументированность текста. В речевом воздействии, цели которого ранжируются от изменения эмоционального фона до категориальной перестройки сознания реципиента, принимают участие многие типы логических процедур и когнитивных операций. Во-первых, это одночленные экстрафреймовые операции (изменение пространственно-временного аспекта, ракурса или масштаба фрейма) и одночленные интрафреймовые операции (изменение эмоционально-оценочной характеристики концепта; свертывание фрейма к одному или нескольким слотам и некоторые другие). Во-вторых, это операции с двумя или несколькими членами, в частности ассоциация, диссоциация, аналогия и метафора, противопоставление, стереотипизация; индуктивная классификация; дедуктивный анализ; логическая цепочка и др. Очевидно, количественный и качественный состав когнитивных операций влияет на эффективность убеждения. Так, одночленные когнитивные операции наиболее просты и могут быть достаточно эффективными (например, заявление о том, что деятельность одного человека не имеет большого смысла в масштабах человечества, поэтому следует расслабиться и успокоиться), однако, не подкрепленные включениями в иные фреймы и сопоставлениями с ними, они не могут обеспечивать формирование сколько-нибудь прочных убеждений.

4. Оценка целостности и информативности текста. Очевидно, что для успешной реализации убеждения достаточно значимы такие категории текста, как целостность, отражающая логику смысловой предикации в нем, и информативность, которая включает в себя информационную новизну (полезность) и насыщенность.

Рассмотрением воздейственного потенциала категорий целостности и связности занимались Т.М. Дридзе, А.А. Леонтьев и ряд других исследователей. Как отмечает А.А. Леонтьев, целостность (в его терминологии — цельность) текста имеет психолингвистическую природу; ее суть — в иерархической организации планов (программ) речевых высказываний, используемой при порождении и восприятии текста. Цельный текст определяется как текст, который при переходе от одной последовательной ступени компрессии к другой,

более глубокой, каждый раз сохраняет смысловое тождество по центральным смысловым компонентам, лишаясь необязательных, менее важных компонентов [Леонтьев А.А. 1997: 137]. В нашем исследовании для оценки целостности мы будем опираться на метод компрессии.

Роль информативности текста, с нашей точки зрения, также существенна для убеждения. Очевидно, что здесь действуют две противоположные тенденции. С одной стороны, поскольку человеческое сознание зачастую придерживается стереотипов (в концепции «упрощения» У. Липпмана процесс восприятия — это механическая подгонка еще неизвестного явления под устойчивую общую формулу), соответствие топики текста стереотипам повышает его воздейственный потенциал. Для эффективного воздействия человек должен воспринимать сообщение без усилий и безоговорочно, без внутренней борьбы и критического анализа. Но стереотипная топика также снижает информативность текста. Крайними проявлениями упрощения в психотерапии являются суггестивные повторения, наподобие мантр, простых по смыслу фраз, информативность которых очень низка, ср. формулы аутотренинга, целебные настрои Г.Н. Сытина и т.п. С другой стороны, убеждение в практической психологии и психотерапии чаще всего призвано разрушать стереотипы, чему способствует введение новой, неожиданной информации. Разрушение стереотипов способствует повышению стохастичности текста — неожиданности, непредсказуемости элементов в линейной последовательности, а значит, и повышению информативности. Логика высказываний в таких текстах требует появления новой информации, оправдывающей разрушение стереотипа. Это может быть логическое опровержение истинности стереотипа, завершаемое новым выводом; приведение фактов, противоречащих стереотипу. Это может быть и другой стереотип, столкновение которого с тезисным и триумф над ним производят сильный убеждающий эффект. Также это может быть информация неverified (например, не вполне обоснованные или односторонние научные данные) или неverified (например, утверждения о существовании эгрегоров, кармы).

Для определения информативности небольшого текста (5—7 высказываний) можно использовать формулу вычисления коэффициента стохастичности (вероятности), предложенную А.Н. Мороховским [1991]:

$G = H : D$, где H — случайные (непредсказуемые) элементы, D — детерминированные, а G — коэффициент стохастичности⁴⁷. Однако в тексте значительного объема этот коэффициент вычислять достаточно затруднительно. Мы предлагаем другое понятие — коэффициент информативности, который определяется вычислением отношения полезных единиц информации к количеству стереотипных и архетипических ассоциаций в тексте. Исходя из этого отношения, мы и будем судить о степени информативности текста.

5. Оценка персуазивности — текстовых средств, так или иначе усиливающих аргументацию. Выше указывалось, что персуазивность обеспечивается рядом макролингвистических категорий текста: связностью, имплицитностью и модальностью. Помимо этого, на нее влияет использование компонентов текста пропозиционального уровня, прежде всего риторических фигур и софизмов. Что касается софизмов, то заметим, что они, несомненно, присутствуют в аргументации авторов популярной психологии. Вместе с тем следует учесть, что к экзистенциально-психологическому дискурсу нельзя подходить как к научному или другому фактологическому дискурсу. Аргументация здесь строится, исходя из принципа многовариантности выбора для реципиента и развития ситуации. На наш взгляд, это делает поиск софизмов в экзистенциально-психологическом дискурсе излишним.

⁴⁷ По утверждению А.Н. Мороховского, в письменном типе речи из каждых 5 битов информации, приходящихся на одну букву текста, четыре бита являются избыточными и один бит непредсказуем, т.е. типичный коэффициент стохастичности — $G = H : D = 1 : 4$. Это — результат длительной эволюции языка, обеспечивающий, с одной стороны, достаточную информативность, а с другой — целостность текста. Если бы количество детерминированных элементов стремилось к нулю, то язык стал бы бессмысленным, представляя собой некий неупорядоченный набор компонентов. Если бы количество непредсказуемых элементов стремилось к нулю, все элементы были бы полностью предсказуемы, в результате чего язык не мог бы служить средством коммуникации. Это правило применимо и ко вторичным семиотическим системам, в частности художественным текстам. Если художественный текст тяготеет к использованию жестко детерминированного набора элементов ($H \rightarrow 0$), то для него характерна крайняя степень традиционности и малая информативность (ср. фольклор, где широко используются клишированные конструкции типа добрый молодец, красна девица, ясный взор, темный лес, быстра реченька и пр.). Тяготение к непредсказуемости ($H \rightarrow \infty$) характерно для формалистских, модернистских и т.п. текстов.

Третий этап предполагает исследование суггестивного потенциала текста, а именно таких его макролингвистических средств, как персональность (образ автора), информационная плотность, стилевые характеристики текста, а также «малых» средств текстовой локуции.

Персональность (образ автора) отражает коммуникативную роль автора по отношению к виртуальному читателю. Автор может принять на себя роль судьи, исследователя, мудрого собеседника, осененного авторитетом учености и собственного опыта, страстного защитника, бескомпромиссного борца, разоблачителя и др. Имперсональность — безличное повествование и невыраженность авторского отношения — придает сообщению видимость беспристрастности и объективности. Тексты жанра популярной психологии, как правило, отличаются различной степенью персональности; причем роль автора в них варьируется от друга до воспитателя и учителя, от ученого или философа-собеседника до духовного отца (духовной матери), от формального терапевта до терапевта-сказочника и волшебника. Немалую важность в РВ имеет и авторская установка на того или иного читателя. Осознавая цель сообщения и определив тип читателя (например, люди, ориентированные на межличностные отношения, на воспитание детей, на личностный рост), автор будет строить коммуникацию соответствующим образом.

Что касается информационной плотности, то, несомненно, ее повышение может негативно сказаться на речевом воздействии, если речь идет о новой, трудной для восприятия информации. Если же имеет место избыточность стандартной информации, то она может способствовать суггестивному РВ, поскольку в этом случае наблюдается притупление внимания и критического анализа, на фоне чего легче внедряется в сознание та или иная информация. Показатель информационной плотности, так же, как и показатели истинности, аргументированности и информативности, доступен количественному исчислению. Мы предлагаем вычислять коэффициент информационной плотности текста по формуле $D = H : T$, где D (density) — коэффициент плотности информации, T (total) — количество строк в тексте⁴⁸, а H — новые (непредсказуемые) смысловые блоки.

⁴⁸ Одна строка условно равна одному высказыванию.

Стилевой аспект текста также обладает определенным суггестивным потенциалом, поскольку, как уже упоминалось, каждый стиль соотносится с тем или иным эмотивным кодом. Суггестивностью обладает стилистический коллаж, используемый для: 1) «карнавализации», т.е. погружения ценностных стереотипов в стилистически сниженную среду, уничтожающую их положительные коннотации, высокую окраску [Купина Н.А. 2002], или привнесения в сообщение элементов стиля более высокого, чем доминирующий, что создает эффект иронии (например, Муравей — «сильный духом и членами»); 2) интимизации, снижения официальности за счет привнесения сниженного стиля в более высокий; 3) гало-эффекта (эффекта уважения, благоговения) по отношению к адресанту и его сообщению за счет введения элементов возвышенного стиля в более низкий. Есть еще один суггестивный ресурс стиля — селекция целевой аудитории. Упрощенные или софистицированные лексика и синтаксис могут быть средствами сознательного сужения или расширения числа адресатов, играя роль своеобразного кода. Например, использование в рекламе сленга, просторечных выражений, по мысли рекламистов, способствует целевому воздействию на малокультурную либо молодежную группы реципиентов (ср. «Конец! Обувь от 199 р.»). Наконец, своими средствами воздействия обладает и индивидуальный стиль (идиостиль), который индуцирует ассоциации, связанные с восприятием того или иного отправителя сообщения (например, писателя).

Анализ малых средств текстовой локуции должен строиться именно с учетом их суггестивной функции. Они играют роль суггестивных «якорей», управляющих произвольным вниманием и запечатлением информации. В каждом тексте действие того или иного фактора представлено в разной степени, соответственно его суггестивный потенциал варьируется от текста к тексту, поэтому рационально отбирать средства, наиболее важные для конкретного текста.

Суггестивность *формальной оболочки текста* включает в себя фоносемантику (смыслы, ассоциирующиеся со звуковой оболочкой текста), фоностилистические характеристики (аллитерацию и ассонанс, онomatопею, ритм, рифмы, акцентно-просодическую конфигурацию), метаграфимику и креолизацию. *Словообразовательные средства* суггестии включают коннотативные особенности суффиксации,

словосложения, сокращения и т.д., а также паронимии и паронимазии, вызывающих эффект наложения или развития значений (ср. исламисты, беспредел, голодомор, федералы, совок, VIP-персона).

Морфологические средства воздействия связаны с определенным восприятием частей речи. Подчеркнутое преобладание той или иной части речи, несомненно, оказывает на человека суггестивное воздействие. Так, многочисленные качественные прилагательные формируют оценки, конкретные существительные помогают нарисовать в воображении образы, так или иначе воздействующие на сознание, абстрактные существительные и глаголы общей семантики позволяют реципиенту спроецировать сообщение на свой личный опыт, акциональные глаголы косвенно побуждают к действию. Повелительное наклонение и его синонимичные формы делают любой глагол побудительным.

Лексический уровень анализа суггестивности предполагает исследование выбора слов и эквивалентных им сочетаний. Суггестивной может быть эмоционально-оценочная лексика (ср. огромный, ужасный) и лексика с устойчивыми стереотипно-символическими и культурными ассоциациями (ср. инквизиция, демократия, благодать). Специфические номинации представляют особый интерес с точки зрения суггестивности. Механизм их воздействия заключается в «прозрачности» (реже — «затемненности») внутренней формы соответствующего слова, которая способна сама по себе быть носителем сигнификативного и коннотативного содержания, практически независимо от денотата, который обозначает это слово. В число такого рода номинаций входят парафразы, эвфемизмы и ярлыки — слова, направленно фиксирующие в значении тот или иной признак с помощью внутренней формы. Эвфемизмы представляют действительность в более благоприятном свете, чем она есть с объективной точки зрения; ярлыки изображают объекты в негативном ракурсе. В обоих случаях суггестивное действие заключается в том, что говорящий с помощью номинации канализирует ассоциации, связанные с неким понятием, в определенном ключе и закрепляет их (ср. эвфемизмы *смерть* вместо *убийство*, *половой контакт* вместо *изнасилование*; ярлыки *шайка тунеядцев* и *разбойников* вместо *профессиональные военные*, *чистоган* вместо *конкуренция*). Парафразы также способствуют смене коннотаций понятия либо появлению коннотации в ней-

тральном понятии, но в более завуалированной форме. Суггестивное действие парафразов заключается в смещении акцента с наиболее существенного признака на другие (ср. *тоталитарный режим* (вместо *социализм*), *командная экономика* (вместо *плановая экономика*), *империя* (вместо *федерация*)). Суггестивны также номинации с помощью иностранных слов, когда взамен исконных лингвокультурем, выросших из определенной философии и культуры и богатых смысловыми ассоциациями, появляются номинации с неявным смыслом, который можно развить в любом направлении, в частности, с помощью ассоциаций, противоречащих стереотипным (ср. «облагораживание» понятий вымогателя и убийцы с помощью заимствований *рэкетир* и *киллер*). Специфическая номинация часто используется для так называемой «подмены понятий».

Анализ *синтаксических средств* суггестивного воздействия включает как грамматический, так и содержательно-логический синтаксис. Грамматический синтаксис соотносится с совокупностью средств структурно-позиционного оформления фразы, значимых для суггестивного воздействия. Такие синтаксические параметры, как длина и «глубина» предложений, также влияют на силу воздействия. Определенным воздейственным потенциалом обладают средства когезии (союзы, союзные наречия, местоимения, многосоюзие, бессоюзие, средства синсемантии и проч.). Союзам конъюнкции и дизъюнкции между высказываниями, например, придается большое значение в НЛП; там работает правило предпочтения связных переходов между предложениями (с союзами «и», «когда», «если», «потому что» и т.д.), поскольку ровный переход от одного предложения к другому вызывает незаметное изменение состояния и облегчает достижение суггестивного эффекта. С другой стороны, нарушения связности — высказывания дизъюнктивного характера, разрывная коммуникация, неестественные переходы или отсутствие переходов — воспринимаются как «удары» и обеспечивают сильное и резкое изменение состояния [Гриндер Дж., Бендлер Р. 1993: 22].

Выбор синтаксической конструкции способен менять точку зрения, включать или не включать в фокус внимания тех или иных участников ситуации, создавать амбивалентность и тем самым достигать эвфемистического эффекта, избегать прямых однозначных констатаций и т.п. Сравните пример из [Паршин интернет-ресурс]: «*Харриер*»

настолько близко подлетел к аргентинскому самолету, что только мужество и хладнокровие пилота предотвратили катастрофу. Импликации этого высказывания неоднозначны (что может свидетельствовать о манипулятивном характере информации): по логике номинации, «мужество» относится к пилоту «Харриера» (номинация этого самолета конкретизирована), в то время как логика тема-рема-тической структуры подсказывает, что катастрофу предотвратил пилот аргентинского самолета. Воздейственными приемами содержательно-логического синтаксиса являются трансформации обезличивания — пассивизации, номинализации и релятивизации (ср. переговоры сорваны, срыв переговоров, сорванные переговоры). При использовании этих структур информация о реальном производителе действия может не упоминаться, и при этом не возникает ощущения неполноты сказанного; на первый план выходит само событие, а лица, ответственные за него, остаются в тени. Значительным речевоздейственным потенциалом обладают и логико-риторические фигуры речи (антитеза, параллельные конструкции, хиазм, кульминация и антикульминация и др.).

На этапе прогнозирования дается прогноз относительно степени успешности коммуникации с помощью анализируемого текста, то есть относительно перлокутивного эффекта.

На этапе верификации выводов анализа проводится ряд экспериментов, которые должны подтвердить или опровергнуть выводы о воздейственном потенциале текста. Для подтверждения выводов об убедительности текста проводится анкетирование информантов на предмет степени принятия топики того или иного текста (согласен — не согласен). Для подтверждения выводов о внушающем (суггестивном) воздействии текста проводится эксперимент по выявлению семантического дифференциала текста по классическим 15 факторам.

Отметим, что, несмотря на различия в интерпретации текста, уровнях его понимания и осмысления, имеется некий среднестатистический показатель того, насколько «приемлем» текст для читателей, а также насколько адекватно он ими понят. Выявлению этого показателя, с нашей точки зрения, и способствуют эксперименты по оценке реципиентами основных топосов текста и его семантическому шкалированию.

2.4.1. Примеры лингвистического анализа аргументативных и суггестивных характеристик текстов популярной психологии

Текст 1. Н.И. Козлов

Сказка о Муравье

В моей жизни не всегда все складывается гладко. Иногда бывают трудности, иногда обломы, а иногда и очень крупные. Так вот, когда у меня что-то не выходит, что-то трещит и рушится, я обычно не переживаю и не дергаюсь, а мягко улыбаюсь сам себе и спрашиваю: «Родной, а что, ты всерьез находишь в своей деятельности настоящий смысл? Ты надеешься в этой жизни что-то существенное изменить?» Я вспоминаю сказку о Муравье...

- О каком таком муравье?

О самом лучшем на свете муравье. Представьте, что в большом лесу, в одном из муравейников родился гениальный Муравей-Подвижник. Сильный духом и членами, он научился перетаскивать большие палочки вдвое быстрее и приобрел огромный авторитет, а, став Президентом Муравейника, просчитал все маршруты передвижения и еще более повысил производительность труда каждого трудового муравья. Вся его жизнь длиной в целое лето была одним сплошным подвигом.

- К сожалению, потом его сожрал богомол.

Ну и как вы оцениваете, если бы не это трагическое событие, каким был бы результат самоотверженной жизни Муравья-Подвижника в масштабе окружающего его векового леса? Дуют ветра, шелестят и опадают листья дубов, лес живет своей жизнью, не замечая ни подвиг Муравья-Подвижника, ни его смерти.

И я не уверен, что я чем-то больше этого славного муравья... В какой бы подвиг я не превратил свою жизнь, максимальный смысл ее в самом лучшем раскладе будет... ну, невелик. Любая человеческая жизнь по большому счету — бессмысленна, и это классно: когда у тебя что-то не выходит, вспомни о муравьином подвиге и расслабься: нет лучшего средства успокоения, нет лучшей психотерапевтической метафоры.

- Вы не хотите поучаствовать в проекте изменения всего мира? — Извините, я сейчас как раз умираю.

Карл Витакер, перед смертью

Все верно, но задача успокоиться и оправдать свои неудачи — разве единственная и главная в жизни? Жизнь не всегда есть череда обломов,

и, если ты не дурак и не лентяй, если ты еще молод и силен, ты можешь сделать вокруг себя много красивых и добрых вещей. Значит — вперед!

- Тем более, что любая твоя работа есть всегда работа и на себя тоже.

Большое и доброе дело

Вот сегодня, когда я, высунув язык, бегал вокруг пруда, рядом со мной то же самое, только с большим энтузиазмом и громким лаем, делала собака. Хозяин бросал ей палку в разные стороны, а она за ней гоняла туда и обратно, пыхтя и очень довольная. Какой смысл в ее беготне? Собака должна бегать — это условие ее животной бодрости. А человек, чтобы жить долго и бодро, должен работать.

- Не отрабатывать, а работать, делая то, что по-настоящему нужно людям и жизни.

Без дела человек портится, киснет и ржавеет, и терапия большим и добрым делом есть самая эффективная психотерапевтическая процедура. Работать вам заповедано все равно, но если уж делать — то делать по-крупному.

- Гм.

Сказано: Устаёшь

Не от того, что сделал,

А от того, что не сделал.

Я знаю:

Если хочешь добраться до звезды,

Что сияет над горизонтом,

Нужно просто запомнить направление

И каждый день

Делать в этом направлении

Хотя бы один шаг.

Хотя бы один.

Каждый день.

Один шаг — это нетрудно.

Господи.

Помоги мне этот шаг

Сделать сегодня.

А. Деркач

- Лучшее, что ты можешь сделать в жизни, это сделать что-нибудь для жизни.

Да? Наверное, да.

Свобода для — чего?

Получить свободу — то же самое, что получить землю под садовый участок: строй все что хочешь, ура! Но, с другой стороны, на заросшей полянкой лужайке пока ничего другого нет и жить поэтому негде.

- Увы.

Иметь свободу — необходимо, но не достаточно. Пока это только «свобода от», только чистое поле, но не «свобода для», не «направление к» — это только возможность Человека, но не сам Человек. Человек начинается тогда, когда свою свободу он направляет на благо, когда он свободно и осознанно выбирает делать добро.

Как преодолеть депрессию

Иногда проблемы, с которыми приходят ко мне люди, оказываются настолько запутанными и запущенными, что ничего конкретно толкового я сказать не могу. Но у меня в кармане всегда есть два универсальных совета, помогающих практически каждому и всегда.

- И единственное, что оказывается важным, — это «продать» эти советы подороже, чтобы человек взял их себе в душу бережно и серьезно. И начал ими пользоваться.

Вам, к сожалению, продаю дешево.

Совет первый: «Хорошо!» Что бы ни случилось, каждые пять минут говорите себе с внутренней улыбкой: «Хорошо!» Конечно, это не умно: на вас кричат, а вы говорите себе: «Хорошо!» Безусловно, не правильно говорить себе «Хорошо!», когда кричите вы.

- Но самое смешное, что это помогает, и через какое-то время кричать уже не хочется никому. О механизме догадайтесь сами.

Совет второй: «Перестань думать. Живи ощущениями». О чем это я?

...Когда я в деревне вечером выхожу на крыльцо, на меня просто обрушивается этот темный, звонкий и плотный вечер. В лицо и нос бьют насыщенные запахи, со всех сторон в меня летят треск, шелесты и свисты, а во все тело вливается и тепло, и прохлада...

Пытаясь хоть как-то это схватить, я каждый раз ощущаю несопоставимость наших мощностей: пока мой ум пытается что-то отщелкать по одному из своих каналов, уложить каждую звонкую мелочь в свою ячейку, волны звуков и валы запахов захлестывают все эти каналы и ячейки к черту, переполняя меня и заваливая меня своими богатствами с любой из четырех сторон и неба. Я захлебываюсь в этом вечере.

...Впрочем, в следующую секунду я могу начать Думать, и тогда вечер исчезает. Остаюсь я со своими проблемами.

- Знакомо?

Соответственно, можете догадаться, что нужно сделать, чтобы со своими проблемами расстаться: просто в любой момент вернитесь к своим ощущениям.

Вернитесь из Ума — в мир.

Выйти из-под гипноза ума и увидеть просто лицо человека, просто почувствовать свое тело, просто услышать звуки и голоса — научиться жить «здесь и сейчас», в живом мире ощущений — задача величайшая и труднейшая. Но если вдруг она решается — Господи, хорошо-то как!

Тогда мир и человек становятся едины. Тогда исчезает все искусственное — запреты, скука, тоска, слабость, поиск смысла жизни... Тогда душа наполняется радостью, любая малость становится щемящей и восхитительной. Простой душ оказывается событием — этот поток воды, который затрагивает каждую клеточку вашего тела. На вас падает вода, а вы впитываете ее прохладу и свежесть.

Главное — выйти из Ума. И — нет проблем!

Что такое Счастье

Кто не знает, что такое счастье, посмотрите на счастливых детей. Счастливые, они скачут на одной ножке, готовы прыгать до неба и визжат от радости.

- Часто ли вы визжите и прыгаете от радости? Нет? — Странно. Ведь это должно быть нормальным состоянием человека.

Кто не знает, что такое счастье, спросите об этом у детей. И тогда вы узнаете, что счастье — это когда ясное солнышко и голубое небо, и когда тебя все любят!

Конечно, взрослых это не устроит, потому что они разучились жить просто, им все нужно усложнять. Они ЗНАЮТ, что для счастья этого НЕДОСТАТОЧНО. Ответственные, они не могут себе РАЗРЕШИТЬ быть счастливыми при таких НЕСЕРЬЕЗНЫХ УСЛОВИЯХ. «Небо, Солнышко...»

- Видимо, им надо как-то повнушительнее, посерьезнее.

Ну что ж. Раз взрослые не могут понять простого, я им уступлю и буду говорить про Счастье внушительно и серьезно.

- Хотя на самом деле про Счастье я сказал уже все.

Внутреннее Солнышко

Что вижу, то и отражаю.

Студент-психолог

Дети изначально прозрачны и еще долго свою прозрачность сохраняют. Солнышко с неба легко проникает им в душу, становясь Солнышком внутренним. Когда же между человеком и миром все толще и плотнее встает завеса Ума, мир двоится. Делится надвое.

- Кто-то обретает возможность хранить свое ясное Солнышко в самую жуткую непогоду. Чаше же человек носит в душе очень переменную облачность с грозами и серыми дождями, в упор не видя Солнца, которое светит ему прямо в лицо.

А так хочется счастья, то есть света, тепла, любви! Счастье — это ясное солнышко и голубое небо, но все — во внутреннем мире. Счастье — это внутреннее Солнышко.

СЧАСТЬЕ — ЭТО ВНУТРЕННЕЕ СОЛНЫШКО

Внешняя душа

И отделил Человек внешнюю душу от внутренней, и увидел, что это хорошо.

Новая Библия

- Я грустил тоже, но мое внутреннее Солнышко не выключалось ни на минуту — и согрело, кажется, нас обоих.

Чтобы такое было возможно, и существует ВНЕШНЯЯ ДУША — как оболочка ДУШИ ВНУТРЕННЕЙ, ее защитница и слуга.

Внешняя душа — это рядовой орган чувствительности, такой же, как глаз и ухо. Глаз воспринимает световые вибрации, ухо — звуковые, а внешняя душа — душевные вибрации. Она отзывается переживаниями на радость и тоску окружающих, она чувствует боль тела, она поет вместе с музыкой. Она должна быть чувствительной, чтобы остро чувствовать чужую боль, понимать нежнейшие переходы грусти, контекст и подтекст осторожных слов, ловить малейшие изменения настроения.

- А для этого она должна быть тонкой и трепетной. Толстая или огрубевшая мембрана отзывается только на сильные раздражители, да и то не всегда адекватно.

Она должна быть чувствительной, чтобы сообщать мне о мире — мне, который от боли мира защищен. Собственно, внешней душе только потому и разрешается хлопотная отзывчивость, большое сочувствие и

тяжелое сострадание, что вся эта тягомотина переживается только внешней душой. Лихорадка трясет только тонкую внешнюю душу. А глубокая внутренняя душа, наблюдая разнообразные трепыхания внешней души, всегда пребывает в блаженном и светлом покое.

Переживания — это то, что происходит за окном. Окна должны быть широкими и прозрачными, но не пропускать холод и сквозняки. Естественно, нет смысла закупориваться наглухо: у мало-мальски закаленного человека форточки открыты практически всегда, а при приличной погоде открыты и все окна. Большую часть времени надо вообще проводить на свежем воздухе, вне дома. Если же вдруг на дворе буря, вы знаете, что ваш дом, ваш уютный и теплый дом — всегда ждет вас.

Но я не настаиваю на уюте, тепле и покое. Некоторые любители нуждаются во внутренней буре, и, только ощутив ее мощь и вихри, вздымающие душевное пространство, они счастливы.

- Счастливы, то есть Солнышко загорается в их еще более внутреннем мире. И небо становится чистым и голубым — там.

Ваше будущее определяете вы, а не ваше прошлое

Не могу.
Ты можешь — сделай невозможное.
Это вызов — ты сделаешь это?
Я буду пытаться.
Я не спрашиваю тебя, будешь ли ты
пытаться. Ты сделаешь это?
Да, я сделаю это.

*Фрагмент из работы
ведущего «Lifespring»*

Рост и развитие личности — это движение ее вперед. Это действия, большие и малые.

- Сюда может войти: начать обливаться ледяной водой, делать зарядку, бросить курить, сменить работу, вести дневник, перестать чувствовать себя Жертвой и обижаться, научиться принимать жизнь такой, какая она есть. И полюбить ее.

Определитесь с главным — ХОТИТЕ ли вы Двигаться и Расти.

- Не спрашивайте себя о том, есть ли у вас на это силы и возможности. Тот, кто начал думать об этом, — уже сдался.

Принимайте решение. И как только вы его приняли — двигайтесь, начинайте двигаться сразу. Нельзя «стараться», нельзя «обещать» себе, потому что это значит откладывать движение в будущее, а будущего —

нет. Есть только настоящее, которое вы предаете каждую секунду, если не используете его.

- Мир существует сейчас, а не в будущем. Бессмысленно ждать будущего — позже оно тоже станет настоящим. Начинать надо всегда сейчас. Потом — всегда поздно.

Надо начинать Делать. Начинать делать СЕЙЧАС же. Нельзя размышлять — размышление всегда докажет вам, что для вас Это слишком трудно. «Я не могу. Мои обстоятельства мне этого не позволяют. У меня такой характер. У меня было такое детство. Я живу в такой стране. Я не могу», — все это абсолютная правда и великолепные отговорки, чтобы оставаться прежним.

Нет обстоятельств, которые делали бы человека Жертвой обстоятельств — если только сам человек не признает их. ЧЕЛОВЕК ВСЕГДА СВОБОДЕН И ВСЕГДА ВОЛЕН ДЕЛАТЬ ВЫБОР. Его единственная обреченность — это быть свободным и выбирать.

- Впрочем, почти первым же выбором люди обычно отказываются от этой свободы и переходят к комфортному растительному существованию.

ЧЕЛОВЕК ТАКОВ, В КАКОГО СЕБЯ ОН ВЕРИТ. И традиционное представление его о себе делает его слабым, пассивным и неизменяемым. Пока он верит, что его будущее задается его прошлым, он никогда не оказывается в будущем, но только раз за разом воспроизводит свое прошлое. Только когда человек примет, что за себя, свою жизнь и поступки отвечает не прошлое и не обстоятельства, а он сам — он начинает жить другой жизнью, свободной и ответственной.

- На вопрос «Надо плыть по течению или против него?» есть только один правильный ответ: «Надо плыть туда, куда надо». Но поскольку течение всегда сносит, надо учиться плыть против течения. Научиться действовать независимо от обстоятельств и наперекор им.

Поэтому, чтобы иметь будущее, а не просто повторение прошлого, надо оторваться от прошлого. А это делается только рывком, через Решение и Слово, и позже — оправдание Слова. Будущее свободного человека рождается там, где человек сделал выбор и сказал себе: «Я сделаю это!» — и стал делать.

Не решать — нельзя. Даже когда мы не делаем Ничего, мы всегда делаем что-то. Что? Когда мы не принимаем решение о Будущем, мы принимаем решение о воспроизведении прошлого. Вы всегда это видите? И каким будет Ваше решение?

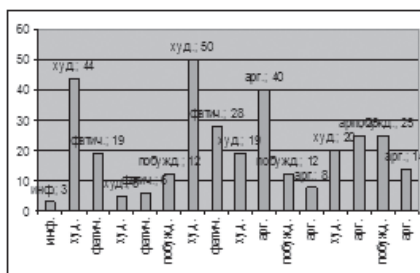
Как в душе? — Порядок!

Анализ

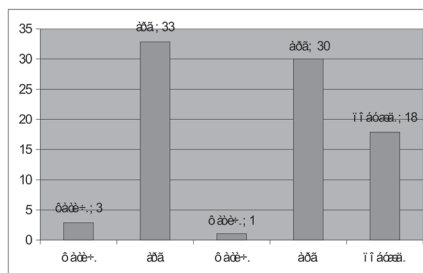
1. Соотношение типов речевого воздействия

Текст был разделен на фрагменты, характеризующиеся тем или иным типом речевого воздействия, затем по количеству слов высчитывалась пропорция каждого из этих типов. Всего в тексте 2030 слов, которые составляют 100%; на аргументацию приходится 765 слов ($\approx 37,68\%$), на побуждение (призыв, наставление, пожелание, совет) — 603 ($\approx 29,7\%$), на рассказ / изображение — 436 ($\approx 21,48\%$), на эмоциональное и фатическое воздействие (включая симулированные диалоги и риторические вопросы) — 163 ($\approx 8,03\%$) и на информирование — 63 ($\approx 3,1\%$). На диаграммах ниже можно видеть их распределение и количественное соотношение в каждом из семи коммуникативных блоков текста.

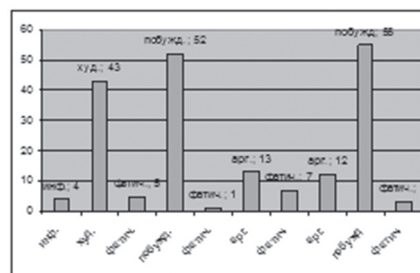
Наибольшую часть текста составляют аргументативные высказывания. Вторым по значимости типом речевого воздействия является побуждение к действию, основными подтипами которого здесь являются



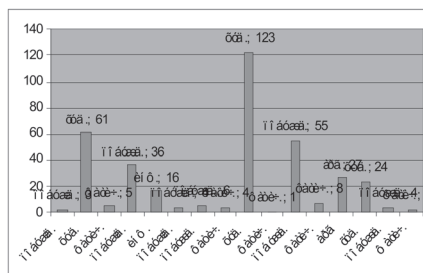
Коммуникативный блок 1



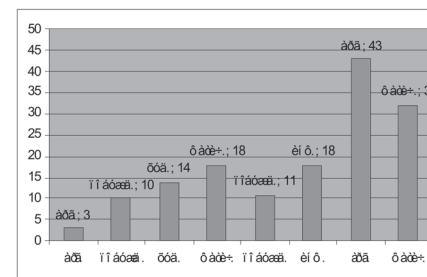
Коммуникативный блок 3



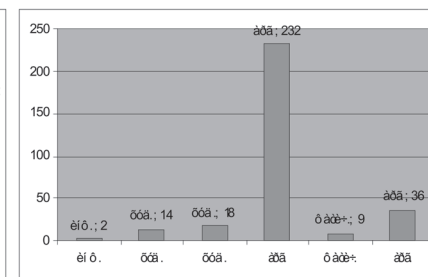
Коммуникативный блок 2



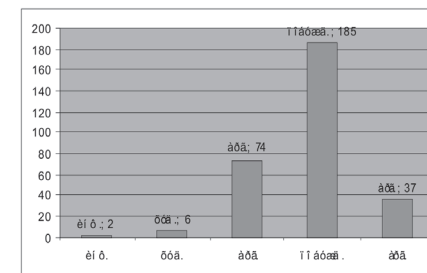
Коммуникативный блок 4



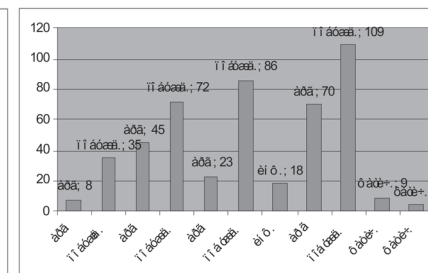
Коммуникативный блок 5



Коммуникативный блок 7



Коммуникативный блок 6



Коммуникативный блок 8

призывы, наставления и советы. Также важны типы РВ, подкрепляющие убеждающий и побуждающий эффекты. В данном тексте выражена конкретная образность, обеспечиваемая развернутыми аллегориями и иллюстрациями основных идей, — таким образом, художественное изображение играет здесь роль своеобразных эмпирических доказательств. Фатические высказывания, обеспечивающие эмоциональный диалог с читателем, также играют немаловажную роль в данном тексте. Что касается информирования, то информативных высказываний в чистом виде здесь мало. Вместе с тем существенно, что аргументация и изображение по-своему являются информативными высказываниями — наряду с убеждающими рассуждениями, они дают информацию о концепции автора текста, содержат ее основные положения.

Комбинация типов РВ демонстрирует закономерности аргументации. В коммуникативных блоках 1—4 она носит преимущественно индуктивно-дедуктивный характер: рассказ / изображение, информирование и фатическое воздействие здесь предшествуют собственно

аргументации и побуждению. В коммуникативных блоках 5 и 6 и 7 рассуждения дедуктивно-индуктивны — общие положения и наставления в них предшествуют конкретным примерам и выводам.

Общее соотношение единиц (слов) убеждающего, побуждающего и внушающего характера составляет 1264, 603 и 595 соответственно. Первая цифра образуется сложением единиц аргументации, информирования и рассказа / изображения, вторая — единиц побуждения (включая инструктивно-рекомендательные высказывания), третья — единиц фатического и художественного характера. Следует учесть, что в данном тексте рассказ / изображение одновременно служит целям внушения бессознательных образов, установок и эмоций и выступает средством аргументации (экземплификации), поэтому мы сочли возможным включить его в качестве составной части как в компонент убеждения, так и в компонент внушения. Таким образом, в процентном отношении убеждение, побуждение и внушение составляют 51%, 25% и 24% соответственно.

2. Аргументативно-персуазивный потенциал текста

1. Основные макроструктуры текста

Аргументация осуществляется в рамках следующих фреймов: «Подвижничество», «Большое и доброе дело», «Свобода для добрых дел», «Средства преодоления проблем», «Душа внешняя и душа внутренняя», «Счастье как солнце во внутренней душе», «Рост, развитие, изменение личности». Мы продемонстрируем подробный анализ аргументации внутри коммуникативного блока, соотносящегося с первым фреймом, а последующие КБ представим в краткой — топологической (тезисной) — форме. Заметим, что в отдельных случаях допускается тематическая перегруппировка высказываний и СФЕ по сравнению с оригиналом. Такие трансформации производятся из соображений «упрощения» внутритекстовой логики и более четкого разбиения текста на отдельные топологические структуры.

Фрейм «Подвижничество». Первое сверхфразовое единство (СФЕ) объединяется микротемой «неудачи в жизни и деятельности»; топос (основной тезис) СФЕ — не следует переживать по поводу неудач. В вопросах-аргументах имплицитно выражены также идеи об отсутствии настоящего смысла в деятельности и о тщетности надежды что-либо существенно изменить в жизни.

Во втором СФЕ — на примере жизни Муравья-подвижника — приводится аллегорическая иллюстрация ничтожности смысла жизни, деятельности и смерти человека в масштабах всего человечества. Тема этого СФЕ — «деятельность, подвижничество» — появляется опосредованно в виде номинатов *подвижник* и *подвиг*. Топос, выводимый из декодирования развернутой метафоры, эксплицируется в следующем СФЕ: в какой бы подвиг человек не превратил свою жизнь, максимальный смысл ее в самом лучшем раскладе будет невелик; любая человеческая жизнь по большому счету — бессмысленна.

Третье СФЕ («*И я не уверен <...> психотерапевтической метафоры*») имеет микротему «незначительность человека, его подобие муравью». Топосы третьего СФЕ — смысл жизни и деятельности индивида в масштабе человечества ничтожен, а также когда что-то не выходит, нужно вспомнить о муравьином подвиге и расслабиться.

Четвертое СФЕ, дублирующее смысл трех предыдущих, — анекдотический пример-иллюстрация, связанный с именем Карла Витакера. Оно имеет в качестве микротемы «деятельность по изменению мира», а топоса — «смерть неизбежно ограничивает помыслы и деятельность человека, какими бы великими они не были».

Пятое СФЕ объединяется микротемой «успокоение и оправдание неудач», его топосы — успокоение и оправдание неудач — не главная задача в жизни; если человек молод и силен, он должен действовать на благо общества, «сделать вокруг себя много красивых и добрых вещей».

Итак, тематическая (фреймовая) структура первого коммуникативного блока: «неудачи» — «деятельность индивида, подвижничество» — «незначительность человека» — «ничтожный смысл жизни и деятельности в масштабе человечества» — «успокоение и оправдание неудач». Идейная (топологическая, тезисная) структура первого коммуникативного блока (при обобщении топоса второго СФЕ и включении в него топоса четвертого СФЕ): «не следует переживать по поводу неудач в жизни» — «жизнь и деятельность отдельного человека ограничены его смертью и незначительны в масштабе человечества» — «когда у тебя что-то не выходит, вспомни о малой ценности деятельности любого человека и расслабься» — «но успокоение и оправдание неудач — не главная задача в жизни; если человек молод и силен, он должен действовать».

Отрывок представляет собой единый законченный коммуникативно-смысловой блок. Логическая макроструктура в тексте носит

дедуктивно-индуктивный характер. Полисиллогизм: «У человека не всегда получается его деятельность, но не следует переживать по поводу неудач в жизни. Человек мал, подобно муравью, жизнь, деятельность и смерть которого не имеют большого смысла в масштабе векового леса. Так и жизнь и деятельность отдельного человека ограничены его смертью и незначительны в масштабе человечества. Значит, когда у тебя что-то не выходит, нужно расслабиться и успокоиться. Но успокоиться (оправдать свои неудачи) — не главная задача в жизни; если человек молод и силен, он должен действовать на благо людей».

В общих чертах опишем макроструктуры последующих коммуникативных блоков текста.

Фрейм «Большое и доброе дело». Топосы: Если ты молод и силен, ты можешь сделать вокруг себя много красивых и добрых вещей. Значит — надо действовать! Условие бодрости животного — подвижность, условие долгой и бодрой жизни человека — работа. Работая, надо не отрабатывать, а делать то, что по-настоящему нужно людям. Терапия большим и добрым делом есть самая эффективная психотерапевтическая процедура. Надо выбрать направление и цель и делать каждый день хотя бы один шаг к намеченной цели.

Фрейм «Свобода». Топосы: Свобода — в выборе и деятельности в направлении выбора. Когда мы не принимаем решение о Будущем, мы принимаем решение о воспроизведении прошлого. Иметь свободу — необходимо, но недостаточно. Это только возможность Человека, но не сам Человек. Человек начинается тогда, когда он направляет свою свободу на благо, свободно и осознанно выбирает делать добро.

Фрейм «Средства преодоления проблем». Топосы: Если вас одолевают проблемы, есть два надежных средства преодолеть депрессию. Что бы ни случилось, нужно внушать себе, что все хорошо, тогда действительно все будет хорошо. Также надо перестать думать и начать жить «здесь и сейчас», в живом мире ощущений — увидеть лицо человека, почувствовать свое тело, услышать звуки и голоса. Тогда проблемы уходят.

Фрейм «Счастье как солнце во внутренней душе». Топосы: Образец счастья — счастливые дети, которые скачут на одной ножке, готовы прыгать до неба и визжат от радости. Дети знают, что счастье — это когда ясное солнышко и голубое небо, и когда тебя все любят. Когда душа прозрачна, как у ребенка, солнце (счастье) легко проникает в

нее. Когда между человеком и миром встает завеса ума, появляются запреты, скука, тоска, слабость, поиск смысла жизни. Надо выйти из-под гипноза ума, тогда проблемы исчезнут. Счастье — это «ясное солнышко и голубое небо» в душе. Счастье можно, как солнышко, включать во внутреннем мире.

Фрейм «Душа внешняя и душа внутренняя». Топосы: Есть душа внутренняя, а есть внешняя. Внешняя душа — оболочка души внутренней, ее защитница и слуга. В то же самое время, она — орган чувствительности, такой же, как глаз и ухо. Она должна быть чуткой к чужой боли, грусти, понимать подтекст слов, ловить изменения настроения. Внутренняя же душа определяет эмоциональный фон человека, она всегда должна пребывать в светлой радости и бодрости.

Фрейм «Рост, развитие, изменение личности». Топосы: Рост и развитие личности — это ее движение вперед. Это действия, большие и малые. Надо определиться с главным — хотите ли вы двигаться и расти. Принимайте решение. И как только вы его приняли — двигайтесь, начинайте двигаться сразу. Нельзя размышлять — размышление всегда докажет вам, что для вас это слишком трудно. Нельзя «стараться», нельзя «обещать» себе, потому что это значит откладывать движение в будущее. А будущего — нет. Есть только настоящее, которое вы передаете каждую секунду, если не используете его. Нет обстоятельств, которые делали бы человека жертвой обстоятельств — если только сам человек не признает их. Человек всегда свободен и всегда волен делать выбор. Человек таков, в какого себя он верит. Пока человек верит, что его будущее задается его прошлым, он никогда не оказывается в будущем, но только раз за разом воспроизводит свое прошлое. Человек должен принять, что за себя, свою жизнь и поступки отвечает не прошлое и не обстоятельства, а он сам. Тогда он начинает жить другой жизнью, свободной и ответственной.

2. Определение истинности топосов текста

Сопоставление топосов текста с данными «Русского ассоциативного словаря» обнаруживает большое количество типичных для русскоязычного сознания ассоциаций:

- 1) подвиг > геройский — 3, герой — 11, жизнь, смелость — 2, великий, хорошо — 1;
- 2) муравей < маленький — 1;
- 3) смысл > жизни — 35;

- 4) поиск > смысла > жизни 1+1;
- 5) муравейник < человечество — 1;
- 6) расслабиться > и успокоиться — 1;
- 7) молодой > сила — 1;
- 8) доброта > красота — 2;
- 9) добро > дело — 1;
- 10) молодость > бодрая — 1;
- 11) жизнь > бесконечная, вечность — 2;
- 12) нужный > людям — 5;
- 13) выбор > цель — 6;
- 14) стремиться > к цели — 17;
- 15) делать > шаг — 3;
- 16) свобода > выбора — 2;
- 17) труд > на благо — 11;
- 18) трудиться > на благо — 2;
- 19) делать > добро — 26;
- 20) стараться > делать добро — 2;
- 21) все > хорошо — 30;
- 22) здесь > и сейчас — 2;
- 23) увидеть > лицо — 2;
- 24) лицо > человека — 18;
- 25) чувствовать > тело — 2;
- 26) свое / мое > тело — 2;
- 27) слышать > звук — 5;
- 28) слышать > голос — 11;
- 29) печаль, одиночество > уходят — 2;
- 30) ум > острый — 9, большой — 5, блестящий, совесть — 3; горе, слабый, слабость — 1;
- 31) тоска > зеленая — 18, грусть — 5;
- 32) скука > смертная — 10, тоска — 9;
- 33) дети > счастливы — 1;
- 34) скакать > на одной ножке — 1;
- 35) прыгнуть > до небес — 1;
- 36) счастье > солнце — 2;
- 37) солнце > ясное — 2;
- 38) счастье > безоблачное — 1;
- 39) небо <> солнце — 30;

- 40) небо > голубое — 201;
- 41) меня > все любят — 1;
- 42) мир > внутренний — 23;
- 43) сострадание > к боли — 1;
- 44) радость > светлая — 1;
- 45) развитие > рост — 2;
- 46) развитие > движение — 2;
- 47) развитие > личность — 1;
- 48) движение > вперед — 24;
- 49) большой > и малый — 2;
- 50) принимать / принять решение — 132;
- 51) игрушка > обстоятельств — 1;
- 52) свобода > выбора — 2;
- 53) будущее > светлое — 2.

Часть ассоциаций отражает центральную топику текста, вокруг которой и разворачивается основная аргументация. Для фреймов «Подвижничество», «Большое и доброе дело» и «Свобода для добрых дел» это: смысл > жизни — 35; поиск > смысла жизни — 2; труд > на благо — 11; делать > добро — 26; нужный > людям — 5. Для фреймов «Средства преодоления проблем», «Душа внешняя и душа внутренняя», «Счастье как солнце во внутренней душе» это: все > хорошо — 30; счастье > солнце — 2; мир > внутренний — 23; для фрейма «Рост, развитие, изменение личности» это: стремиться > к цели — 17; выбор > цель — 6; движение > вперед — 24; будущее > светлое — 2. Другие ассоциативные пары обнаруживаются в аргументации по основным топосам, это: счастье > безоблачное — 1; небо <> солнце — 30; небо > голубое — 201; принимать / принять решение — 132 и др.

Как можно видеть, в типичных представлениях русских смысл жизни и его поиск являются существенными аспектами экзистенции, деятельность устойчиво ассоциируется с добром, труд — с общественным благом, счастье — с солнцем и ясным небом, распространена надежда на лучшее («все хорошо»), важно понятие внутреннего мира, наконец, выражены идеи целеобусловленной деятельности и развития. Аргументация текста в основном перекликается с этими представлениями — автор подводит читателя к тем выводам, которые у последнего уже есть на уровне стереотипов и архетипов. Но есть и

исключения. Это аргументация: 1) относительно незначительной ценности подвига; 2) о бессмысленности человеческой жизни и деятельности; 3) об уме, который в тексте интерпретируется как завеса, изолирующая человека от реальности, или гипноз, создающий наносные проблемы; 4) о поиске смысла жизни, который трактуется как искусственный плод ума и приравнивается к запретам, скуке, тоске и слабости; 5) о том, что «будущего нет», а есть только настоящее. Вероятно, с этими аргументами не согласятся многие реципиенты текста.

Итак, истинными, с точки зрения обыденного сознания, представляются 48 топосов текста, а 5 из них — ложными или сомнительными.

3. Определение когнитивных операций и логических процедур, используемых автором для убеждения

Внутри первого фрейма выявляются следующие когнитивные операции.

Простые (ординарные) когнитивные операции, обеспечивающие психотерапевтический эффект: 1) расширение контекста фрейма «деятельность», в результате чего деятельность индивида начинает рассматриваться в масштабе всего человечества, 2) разрыв стереотипных внутрифреймовых ассоциаций — у человека все в жизни должно получаться; когда что-то не получается, человек должен переживать; человек должен видеть смысл в своей деятельности; человек должен прикладывать большие усилия по совершенствованию деятельности; успешная деятельность должна увенчаться личным благополучием того, кто ее делает; результаты успешной деятельности должны быть замечены и увековечены; если деятельность не оценена — это плохо; если жизнь лишена смысла — это плохо; 3) установление новых внутрифреймовых ассоциаций — хотя смысл жизни и деятельности индивида невелик, это не повод для переживания, а повод расслабиться и успокоиться, после чего надо продолжать деятельность на благо общества. Основная целеобразующая когнитивная операция — заключительный вывод о том, что оправдывать неудачи не есть главная задача в жизни; человек должен действовать.

Сложные (многочленные) когнитивные операции, с помощью которых строится убеждение: аналогии (в том числе метафорические) и сцепление фреймов в качестве слотов в один фрейм. Устанавливаются ассоциации аналогии между «я» реципиента и «я» автора; между образом подвижника и муравьем (метафора); между автором и обра-

зом подвижника; между объединенным образом автора-читателя-муравья-подвижника и Карлом Витакером. Важны также операции контраста, противопоставляющие малость, незначительность муравья и его деятельности вековому лесу (= незначительность деятельности отдельного человека в масштабе всего человечества); грандиозность «проекта изменения всего мира» и смерти, сводящей на нет человека и все его замыслы.

В последующих коммуникативных блоках также используются как ординарные, так и сложные когнитивные операции. К первым относятся: 1) конкретизация, свертывание фрейма к нескольким слотам, придающим им особую значимость, например «Человек начинается тогда, когда он свободно и осознанно выбирает делать добро», «Кто не знает, что такое счастье, посмотрите на счастливых детей... Счастье — это когда ясное солнышко и голубое небо, и когда тебя все любят!»; 2) смена коннотаций референта (как терапевтический прием поддержания позитивного эмоционального фона) «Что бы ни случилось, каждые пять минут говорите себе с внутренней улыбкой: “Хорошо!” Конечно, это не умно: на вас кричат, а вы говорите себе: “Хорошо!” Безусловно, не правильно говорить себе “Хорошо!”, когда кричите вы», здесь также наблюдается эффект легкой иронии, связанный с парадоксальностью ситуаций; 3) повышение оценки референта, возбуждение интереса, формирование предвкушения: «Иногда проблемы, с которыми приходят ко мне люди, оказываются настолько запутанными и запущенными, что ничего конкретно толкового я сказать не могу. Но у меня в кармане всегда есть два универсальных совета, помогающих практически каждому и всегда». Среди двучленных интерфреймовых операций выделяются многочисленные аналогии и метафоры: аналогия между беготней собаки как залогом ее бодрости и работой человека как залогом его долгой и бодрой жизни; аналогия между человеком без дела и портящимся веществом; метафора, уподобляющая стремление к цели и движение к звезде; аналогии между свободой и землей под садовый участок; между советом и товаром, который надо взять в душу «бережно и серьезно»; между мозгом и рациональным существом (пока мой ум пытается... уложить каждую звонкую мелочь в свою ячейку; гипноз ума); между умом и завесой, умом и замкнутым пространством (Вернитесь из Ума — в мир); метафора счастья как «внутреннего солнышка», метафоры

«внешней души» и «внутренней души» как психики, обращенной во внешний мир и на себя.

Поскольку текст носит характер теоретического изложения, в нем представлено значительное количество многочисленных когнитивных операций, призванных объединить разнородные аргументы для доказательства тезисов. Это такие операции, как категоризация (*chunking up*), конкретизация (*chunking down*), проведение аналогий и «побочная» аргументация, связанная с исходными понятиями (*lateral chunking*), сцепление понятий включением их в качестве слотов в один фрейм (*chaining*).

Так, тезис о необходимости деятельности обосновывается несколькими побочными аргументами: любая работа всегда работа и на себя тоже; работа — залог бодрой и долгой жизни человека; работа — своеобразная психотерапия, без нее человек «киснет и ржавеет», как природное вещество; работа должна быть не отработкой, а нужным людям делом; поскольку работать заповедано все равно, то надо делать это по-крупному. Фрейм «Свобода» раскрывается с помощью комбинации операций проведения аналогий и генерализации (свобода — это необработанная земля под садовый участок; свобода — выбор, «направление к»; человек начинается тогда, когда он направляет свободу на созидание добра). Иллюстрация принципа «живи ощущениями» достигается с помощью ряда конкретных примеров (*chunking down*): насыщенный запахами, ощущениями и звуками летний вечер, лицо человека, ощущения собственного тела, прохладный душ. Концепция счастья представлена в комбинации операций конкретизации (*chunking down*) и развернутой аналогии (*lateral chunking*): что такое счастье, знают дети, счастье — это когда ясное солнышко и голубое небо, и когда тебя все любят; счастье — это неугасимое Солнышко во «внутренней душе».

Любопытны многочисленные метафорические операции в рассуждении о внутренней и внешней душах. Это сущности, находящиеся одна в другой, внешняя душа — орган чувствительности, окруженный мембраной, дом с широкими и прозрачными окнами (метафора психологической защиты и, одновременно, живого отклика на внешние события), внутренняя душа — место, где всегда светит солнышко, а небо чистое и голубое (метафора безмятежного эмоционального фона, неуязвимости к неурядицам). В рассуждении о развитии и личностном росте используются аналогии развития и деятельности с движе-

нием («двигайтесь, начинайте двигаться сразу»), а также со временем, где развитие связано с настоящим (поэтому отлагательство изменений на будущее означает проигрыш и воспроизведение прошлого); здесь же выстраивается цепочка рассуждений (*chaining*), связывающая развитие с ответственным выбором, с решением и оправданием слова.

Текст представляет собой сложную макроструктуру, включающую как простые когнитивные операции по изменению отношения к отдельным объектам, так и сложные операции, которые объединяют простые в цельное убеждение и реформируют имеющиеся у реципиентов категориальные конструкторы.

4. Оценка целостности и информативности текста

Целостность. Данный текст представляет собой фрагмент, который сам по себе не обладает смысловой законченностью. Вместе с тем при сворачивании информации до уровня полисиллогизмов и далее — обобщенных топосов и «мегатем», выявляется значительная смысловая преемственность текстовых компонентов. Так, фреймы «Подвижность», «Большое и доброе дело», «Свобода» и «Рост, развитие, изменение личности» обнаруживают значительное логическое пересечение топосов, которые как бы взаимно доказывают, продолжают и подтверждают друг друга: «Расслабляться и успокаиваться нужно лишь тогда, когда что-то совершенно не получается, если же человек полон силы и бодрости, он должен делать то, что нужно людям и жизни. Работая на благо людей, человек работает и на себя тоже, потому что это залог его долгой и бодрой жизни. Рост и развитие личности — это ее движение вперед... и т.д.».

Фрейм «Душа внешняя и душа внутренняя» логически поясняет фрейм «Счастье как солнце во внутренней душе»: «Внешняя душа — оболочка души внутренней, ее защитница и слуга. Внутренняя же душа определяет эмоциональный фон человека, она всегда должна пребывать в светлой радости и бодрости. Счастье можно, как солнышко, включать во внутренний мир».

Что же касается фрейма «Средства преодоления проблем», то он является относительно автономным.

Генерализация более высокого уровня выявляет, что вся топика текста сводится к трем обобщенным топосам: 1) надо жить энергично, свободно, ответственно, целеустремленно и направлять свою деятельность на благо общества; 2) человек должен быть чутким и отзывчи-

вым к чужой боли, но всегда уметь управлять своим эмоциональным состоянием, сохраняя оптимизм, и 3) для успешного преодоления проблем нужно внушать себе, что все хорошо, или отвлекаться от мыслей, живя ощущениями. Мегатемы данного текста: 1) изложение принципов активной жизненной позиции, 2) представление модели внутреннего мира человека и 3) средства преодоления проблем.

Если двигаться в обратном направлении — от мегатем к обобщающим топосам, полисиллогизмам и так далее к собственно тексту, то можно заметить, что каждый раз сохраняется смысловое тождество по центральным смысловым компонентам. В периферийных же компонентах не обнаруживается мотивов, диссонансных с центральными смыслами. Впрочем, имеется случай «парадоксального» диалектического рассуждения, доказывающего противоположные точки зрения, справедливые для разных обстоятельств: так, тезис о бессмысленности жизни и деятельности в масштабах человечества (фрейм «Подвижность»), демонстрирующий принцип легкого отношения к неудачам, сочетается с тезисом о необходимости плодотворной деятельности, если человек «молод и силен». Также встречается алогизм «Лучшее, что ты можешь сделать в жизни, это сделать что-нибудь для жизни», основанный на многозначном употреблении слова «жизнь» и подразумевающий, что важна деятельность по позитивному преобразованию мира. Несмотря на эти внешне парадоксальные и алогичные утверждения, в целом можно констатировать, что данный текст обладает высокой содержательно-смысловой целостностью.

Информативность. Сопоставление топосов текста с данными «Русского ассоциативного словаря» (см. выше в анализе истинности высказываний) позволило выявить в тексте 48 стереотипных ассоциаций (*D*) и 5 ассоциаций, находящихся в противоречии со стереотипами, следовательно, непредсказуемых. Кроме того, в тексте имеется новая информация, которая не противоречит стереотипам, но и не совпадает с ними. Количество этой информации можно определить, подсчитав ключевые тезисы текста: 1) при неприятностях надо расслабиться и успокоиться; 2) бессмысленность жизни — это хорошо, так как дает повод для успокоения; 3) любая работа есть работа и на себя тоже; 4) терапия большим и добрым делом есть самая эффективная психотерапевтическая процедура; 5) надо выбрать направление и цель и делать каждый день хотя бы один шаг к намеченной цели; 6) свобо-

да — это только возможность Человека, но не сам Человек; 7) Человек начинается тогда, когда он направляет свою свободу на благо, свободно и осознанно выбирает делать добро; 8) что бы ни случилось, нужно внушать себе, что все хорошо, тогда действительно все будет хорошо; 9) если одолевают проблемы, то надо перестать думать и начать жить ощущениями, научиться жить «здесь и сейчас»; 10) образец счастья — счастливые дети; 11) взрослые должны себя чувствовать так же; 12) когда душа прозрачна, как у ребенка, солнце легко проникает в нее; 13) счастье можно, как солнышко, включать во внутреннем мире; 14) есть душа внешняя, а есть внутренняя; 15) внешняя душа — оболочка души внутренней, ее защитница и слуга; 16) в то же самое время, она — орган чувствительности, такой же, как глаз и ухо; 17) она должна быть чуткой к чужой боли, грусти, понимать подтекст слов, ловить изменения настроения; 18) внутренняя душа всегда должна пребывать в блаженной и светлой радости; 19) рост и развитие личности — это ее движение вперед; это действия, большие и малые; 20) приняв решение об изменении себя и своей жизни, нужно действовать сразу же; 21) нельзя размышлять — размышление всегда докажет, что для вас это слишком трудно; 22) нельзя «стараться», нельзя «обещать» себе, потому что это значит откладывать движение в будущее; 23) есть только настоящее, которое вы предаете каждую секунду, если не используете его; 24) нет обстоятельств, которые делали бы человека жертвой обстоятельств, — если только сам человек не признает их; 25) человек всегда свободен и всегда волен делать выбор; 26) человек таков, в какого себя он верит; 27) пока человек верит, что его будущее задается его прошлым, он никогда не оказывается в будущем, но только раз за разом воспроизводит свое прошлое; 28) человек должен принять, что за себя, свою жизнь и поступки отвечает не прошлое и не обстоятельства, а он сам — он начинает жить другой жизнью, свободной и ответственной; 29) оторваться от прошлого можно только рывком, через Решение и слово, а позже — оправдание слова; 30) свобода — в выборе и деятельности в направлении выбора. Сложив эти 30 блоков информации с пятью ассоциативными комплексами, противоречащими стереотипам, получаем общее число непредсказуемых компонентов информации (*H*) — 35.

Коэффициент информативности, вычисляемый по формуле $G = H : D$, равен 0,729. Если признать за норму информативности типичного,

усредненного текста соотношение 1:4 (0,25), выведенное А.Н. Морозовским, то можно констатировать превышение информативности в 2,916 раз, то есть почти в три раза. Любопытно, что при этом текст тяготеет к традиционным формам, так как в нем имеется большое число стереотипных ассоциаций. Таким образом, он является одновременно и традиционным, и информативным.

5. Оценка персуазивности текста

Макролингвистические категории — когезия, имплицитность и модальность — вносят вклад в повышение убедительности данного текста.

Говоря о *когезии* (связности) в данном тексте, нельзя не отметить эффективное использование такого средства синсемантии, как абзацное членение текста для выделения ключевых мыслей, дополнения, подведения итога, имитации диалога с читателем и перехода к следующему коммуникативному блоку и т.д. Здесь встречаются абзацсвязки между смысловыми блоками (например, *О каком таком муравье?; Тем более, что любая твоя работа есть всегда работа и на себя тоже*), абзацы — стержневые фразы (например, *Не отрабатывать, а работать, делая то, что по-настоящему нужно людям и жизни*), абзацы-цитаты в подтверждение мыслей автора (например, *Вы не хотите поучаствовать в проекте изменения всего мира? — Извините, я сейчас как раз умираю*), абзацы-реплики (например, *Вам, к сожалению, продаю дешево*).

Наблюдается сочетание логико-смыслового, акцентно-выделительного и экспрессивно-эмоционального принципов членения текста. СФЕ в тексте краткие и, как правило, соответствуют границам абзацев (преобладают «логические» абзацы), что облегчает восприятие, понимание текста, способствует усвоению его идей. Если краткие абзацы с основной информацией способствуют лучшему усвоению идей текста, то присутствие акцентно-выделительных и эмоционально-экспрессивных абзацев включает читателя в мысленный диалог и «ведет» его по ходу авторских рассуждений, обеспечивая естественность перехода от одного блока к другому.

Говоря о *модальности*, заметим, что доверительный тон высказываний этого текста достигается обращением к личному опыту автора и использованием модальных «маркеров апелляции к адресату» (термин А.Н. Баранова), указывающих на доверительность аргумента и

откровенность аргументатора. Интимный модус аргументации обеспечивается экспрессивными обращениями, вводными словами, междометиями, частицами, разговорной лексикой и формами (*родной, всерьез, так вот, представьте, к сожалению, все верно, но, значит, гм, ура, увы, если ты..., ты можешь..., ну и как вы оцениваете, и я не уверен, знакомо?, значит — вперед!, Да? Наверное, да*).

Большую роль в восполнении тема-рематических пропусков и актуализации авторского смыслового конструкта играет *текстовая имплицитность*. К импликациям первого КБ относятся следующие суждения. Жизнь автором текста приравнивается к деятельности, а смысл деятельности — к смыслу жизни. Рассказ о собственном опыте и сам откровенный тон изложения имплицитно равенство с читателем и понимание его проблем. По логике рассуждения фигура Муравья-Подвижника отождествляется с самим автором и имплицитно выводится о том, что автор является подвижником. Метафора-аллегория имплицитно раскрывает и суть подвижничества — совершенствовать свою жизнь и деятельность, и помогать делать это другим («еще более повысил производительность труда каждого трудового муравья»). Имплицитно уравниваются глаголы «расслабиться», «успокоиться» и «оправдать свои неудачи». Фраза «ты можешь сделать вокруг себя много красивых и добрых вещей» имплицитно мыслит о том, что деятельность должна быть направлена на благо людей.

Выводы-инференции задаются логикой тема-рематической структуры текста. Например, вывод о незначительности человека и его деятельности, о бессмысленности подвижничества задается пояснением: «Дуют ветра, шелестят и опадают листья дубов, лес живет своей жизнью, не замечая ни подвиг Муравья-Подвижника, ни его смерти» (Если не замечают, значит, подвиг и смерть Муравья-Подвижника не имеют смысла). Из рассуждения «Но задача успокоиться и оправдать свои неудачи — разве единственная и главная в жизни? Жизнь не всегда есть череда обломов, и, если ты не дурак и не лентяй...» следует, что успокаиваться следует лишь при неудачах, а в других случаях надо действовать.

В прочих коммуникативных блоках текста также проявляются немаловажные импликации и инференции, например, работа естественна и обязательна; надо ставить крупные цели, направленные на благо и пользу людей и другие.

Среди *пропозициональных средств* персуазивности следует упомянуть уже перечисленные в обсуждении когнитивных операций концептуальные метафоры, а также речевые метафоры, например, *что-то трещит и рушится, носит в душе очень переменную облачность с грозами и серыми дождями*. Отметим также иронию, создаваемую оксюморонами и оксюморонными структурами: *Муравей-Подвижник, муравьиный подвиг, сильный духом и членами, он научился перетаскивать большие палочки вдвое быстрее и приобрел огромный авторитет, вся его жизнь длиной в целое лето была одним сплошным подвигом, трагическое событие, самоотверженной жизни Муравья-Подвижника в масштабе окружающего его векового леса*. Кроме того, в ряде случаев используется прием антикульминации: *К сожалению, потом его сожрал богомол; Извините, я сейчас как раз умираю*.

3. Суггестивный потенциал текста

1. Суггестивность *текстовых* категорий и *стилистика-композиционных* характеристик текста.

Содержание и форма текста позволяют сделать выводы об *образе автора*: автор умен и остроумен, деятелен (подвижник), ведет здоровый образ жизни, жизнелюбив (любит сенсорные ощущения от повседневных жизненных явлений, например, от вечера в деревне, прохладного душа и т.п.), исповедует гуманизм, призывает приносить пользу людям, владеет собой, является хозяином своей жизни и т.д. Примечательна малая дистанция между коммуникатором и реципиентом. Автор выступает по отношению к читателю то в роли равного ему собеседника, то в роли старшего друга, воспитателя и учителя.

Очевидна установка автора на широкую аудиторию читателей, без профессиональных и социальных ограничений, хотя, вероятно, прежде всего — на молодых, рефлексивных и в то же время деятельных людей (читатели «не дураки и не лентяи», они «молоды и сильны»). В целом мы определили бы ролевую формулу взаимодействия автора с читателем, как «воспитание и обучение на собственном примере».

Информационная плотность текста достаточно высока: здесь много пропусков в тема-рематических последовательностях и перевода информации в подтекст (см. анализ имплицитности), присутствует сжатие нескольких сообщений в одно-два предложения (например, история жизни Муравья-подвижника), лексическая компрессия

(использование абстрактных слов *жизнь, подвиг, солнце (в душе), двигаться* в качестве своеобразных терминов), эллипсис и другие средства. Количество новых информационных блоков в тексте — 35, общее количество строк — 196, коэффициент плотности информации ($D = H : T$) равен 0,179. Хотя автор во многом опирается на контекст стереотипных представлений реципиентов, непредсказуемая информация затрудняет восприятие и усвоение некоторых положений автора (это становится очевидным из анализа сочинений-интерпретаций, представленного в главе 3 «Речевое воздействие: ракурсы адресанта и адресата», из которого явствует, что многие реципиенты не поняли рассуждения о «внутренней» и «внешней» душах).

Суггестивный потенциал *стилевого аспекта* текста. Стиль данного текста сочетает черты научно-популярного, публицистического, разговорного и художественного функциональных стилей. Если научно-популярный стиль предопределяет логичность изложения и соотносится с аргументативностью, то публицистический стиль способствует суггестивному воздействию, будучи обращенным не столько к разуму, сколько к эмоциям и чувствам через использование стереотипов и архетипов. Разговорный стиль, придающий сообщению доверительный, интимный тон, создает впечатление диалога с читателем, а также позволяет реципиенту идентифицироваться с фигурой автора: читатель как бы переносит авторское восприятие проблем на себя. В этой связи неслучайны переходы повествования от первого лица в начале текста к повествованию от второго лица после рассказа о Муравье-Подвижнике (*вспомни о муравьином подвиге..., если ты не дурак и не лентяй, если ты еще молод и силен, ты можешь...*). С другой стороны, включенный текст о Муравье-Подвижнике существенно отличается и по стилю, и по жанру: здесь налицо элементы художественного стиля, соответствующего жанрам авторской сказки, притчи или легенды. Суггестивность здесь обеспечивается как яркой, запоминающейся образностью, так и особым доверием читателя к этим жанрам — в обыденном представлении, они несут моральное поучение.

Суггестия также обеспечивается присутствием стилистического коллажа — комбинации разговорного и возвышенного элементов, благодаря чему создается эффект карнавализации. Карнавализация наблюдается, например, во включенном тексте-сказке, в афористиче-

ском комментарии, посвященном Карлу Витакеру. В первом случае возвышенный стиль служит для описания «низменной» ситуации — истории «из жизни насекомых», во втором — сниженно-просторечный используется для описания серьезной ситуации — ухода из жизни. Функции карнавализации — создание позитивного эмоционального фона, ирония и «терапия юмором» — привнесение юмора в обсуждение серьезных (экзистенциальных) вопросов с целью облегчения реформирования отношения к ним реципиента.

Для оценки суггестивного воздействия *композиции* в данном тексте важно учесть, что текст не обладает целостной композицией, а состоит из ряда достаточно разнородных, хотя и взаимосвязанных фрагментов. При этом каждый фрагмент обладает законченностью и целостностью. Поэтому целесообразно рассматривать композицию фрагментов по отдельности. «Золотое сечение» первого коммуникативного блока приходится на высказывание «И я не уверен, что я чем-то больше этого славного муравья...». Фоносемантика золотого сечения (слова «славного») — *большой, грубый, мужественный, сильный, величественный, могучий* — кодирует ощущение силы и уверенности в себе, несмотря на свое противоречие семантике этого слова.

2. Суггестивность компонентов разных языковых уровней

Суггестивность *формальной оболочки* данного текста основана на ряде факторов. Прежде всего это символизм графических средств — так, абзацный маркер ▀ придает высказыванию особое значение, курсив делает высказывание менее значимым, поясняющим основной текст. Фоносемантические данные текста, оцененные с помощью программы ВААЛ, показывают, что текст соответствует характеристикам *мужественный, грубый, сильный, могучий, большой, величественный, громкий, храбрый*. Интенсивность характеристик звуковой формы текста, вероятно, влияет на интенсивность суггестивного воздействия. Суггестия звукобукв носит характер комбинации «очарования» (фасцинации) и жесткого кодирования (показатели высокой оценки качества — от 20 до 50 единиц, свидетельствующие о жестком кодировании, имеются в 8-и шкалах из 24). Анализ ритмико-интонационной организации текста по методике Й. Мистрика (вычислением среднеарифметической длины слов в слогах) показывает, что текст имеет высокий показатель ритмичности, приближаясь по ритмике к

литературно-разговорному подстилю. Суггестивная роль ритма заключается в бессознательной запоминаемости образа текста, рецепторной и двигательной нацеленности реципиента на текст, желании его имитации⁴⁹.

Суггестивность на уровне *морфологии* проявляется в преобладающем употреблении следующих частей речи (по данным первого коммуникативного блока): существительных (71) и местоимений (51, большинство — личные и притяжательные) по сравнению с глаголами (43), прилагательными и наречиями (42). Такое распределение частей речи, вероятно, свидетельствует о «сущностном» обсуждении предмета, свойственном философскому дискурсу. Среди абстрактных существительных и номинализаций, задающих тематический контур рассуждений и направляющих реципиентов на поиск аналогий с их личным опытом, по частотности выделяются следующие лексемы и их производные: человек (20), душа (19), жизнь (17), счастье (15), свобода (12), большой (12), мир (11), душа (10), мир (8), хороший (6), смысл (5), решение (5), делать (5), будущее (5), жить (5), подвиг (4) и проч. Среди конкретных существительных, «живописующих» смысл с помощью конкретных образов, выделяются солнце (12), муравей (10), небо (7), подвижник (3), лес (3), муравейник (2) и проч.⁵⁰

Лексико-номинативные средства суггестивности в тексте: антономазия, именуемая тип Муравья-Подвижника; разговорная и сниженная лексика (*обломы, не дергаюсь, сожрал, классно, если ты не дурак и не лентяй* и др.); возвышенная лексика (*гениальный, сильный духом и членами, подвижник, приобрел огромный авторитет, повысил производительность труда каждого трудового муравья, самоотверженной жизни*). С помощью этих средств обеспечивается интимизация авторского дискурса, эффект диалога с читателем, а также карнавализация.

Для оптимизации восприятия абстрактных рассуждений задается конкретная образная лексика разных сенсорных модальностей. Автор широко использует лексику с визуальной, аудиальной, кинестетической и даже обонятельной образностью (например,

⁴⁹ Таким образом, по мнению И.Ю. Черепановой, обеспечивается «включение человека в чувственный (сенсорный) диалог с автором» [Черепанова 1995: 48].

⁵⁰ Данные получены с помощью программ wordstat и TextAnalyst.

что-то трещит и рушится; прыгать до неба и визжать от радости; хранить свое ясное Солнышко в самую жуткую непогоду; в лицо и нос бьют насыщенные запахи).

Суггестивные особенности *синтаксиса* включают в себя использование простых предложений, элементов хезитации (...), экспрессивных фраз, вопросов с запрограммированными ответами, мини-диалогов, элементов прямой речи, восклицательных, побудительных предложений, простых для восприятия сложносочиненных и сложноподчиненных конструкций. Эти средства призваны облегчить восприятие текста, который как бы органически накладывается на внутреннюю рефлексию адресата. Исключение составляют фрагменты, относящиеся к притче о Муравье, которые отличаются повышенной структурной глубиной и содержательной емкостью. Усложненность этих структур способствует концентрации на них особого внимания и придает им весомость — в тексте они играют роль своеобразных эмпирических аргументов, «фактов», раскрывающих и доказывающих тезис.

Прогноз относительно эффективности воздействия текста. Вероятно, текст будет коммуникативно успешен у большого числа читателей. Интенция автора достаточно эффективно реализуется в пределах фреймов этого текста. Когнитивные, логико-риторические, лексические и прочие языковые средства подобраны адекватно цели автора. Вероятно, текст будет оказывать значительный убеждающий эффект. Исключение составляют те топоры текста, которые не соответствуют стереотипным представлениям русскоязычных людей. С ними могут не согласиться многие реципиенты текста. Говоря о суггестивности данного текста, отметим, что интимизация тона коммуникации, диалогичность, стилистический коллаж, карнавализация, эмоциональность, яркая образность, наличие экспрессивной лексики, эмфатических предложений обеспечит значительное внушающее воздействие данного текста. Минусом суггестивного воздействия является высокая плотность информации (при высокой информативности), благодаря чему некоторые идеи текста могут не быть восприняты читателем во всей полноте и глубине.

Верификация выводов анализа аргументативно-суггестивных свойств данного текста проводилась с помощью двух психолингвистических экспериментов, описанных в параграфе 2.4.

Текст 2. Из книги А. Свияша
«Уроки судьбы в вопросах и ответах»⁵¹

Как объяснить безответную любовь?

А почему вообще любовь должна быть ответной? Это не более чем ваша фантазия, ваши ожидания и ваше видение мира. Ведь что такое любовь?

Любовь — это необъяснимое чувство тяги к какому-то человеку. Мне нравится этот человек. Мне нравится, как он дышит, как он разговаривает, как он ходит. Вы чувствуете возбуждение, у вас бурлят внутренние энергии, вы ощущаете себя хорошо, вы влюблены. Вам хорошо, так радуйтесь этому!

Почему вы требуете от него ответных чувств? Вы исходите из логики, что раз вы любите его, значит, и он должен полюбить вас. А с какой стати он должен это делать? Почему вы решили, что так должно происходить? Ведь у него своя система ценностей, свой мир, свои идеалы, свои ожидания, свои «воспитательные» процессы, в конце концов. И он должен влюбиться в того, кто будет его кармическим «воспитателем». А являетесь ли вы с вашей слепой любовью его «воспитателем»? Скорее всего, нет, и поэтому он не обращает на вас никакого внимания. Это одна из возможных причин.

Во-вторых, его сердце может быть занято другой, или он чрезмерно увлечен работой и ему нет дела до ваших эмоций. Ведь от того, что вы в кого-то влюбились, ничего в мире не изменилось. Ваша влюбленность — это ваши собственные чувства, и почему от них что-то должно меняться в окружающем мире? У вас есть ожидания, что в ответ на ваши чувства другой должен тоже вас полюбить? Но это не более чем ваши претензии к миру.

Если вы вспомните свое прошлое, то наверняка там были юноши, которые были к вам неравнодушны. Но они вас не интересовали, и вы спокойно проходили мимо них, невзирая на их страдания. Сейчас вы сами попали в такую же ситуацию, которая в очередной раз подтверждает тезис о том, что никто никому ничем не обязан.

Ведь если бы на каждую любовь нужно было бы отвечать взаимностью, то представьте себе жизнь известных певцов, киноактеров, политиков и других популярных личностей. В них влюбляются десятки, тысячи женщин. И что, они должны в ответ влюбляться в каждую из

⁵¹ Сохранена пунктуация оригинала.

них? Здоровья не хватит. Они могут влюбиться только в одну женщину, а не в те тысячи поклонниц, которые любят их.

Если исходить из вашей логики, то все эти тысячи поклонниц тоже должны требовать, чтобы их кумир влюбился именно в них (интересно, в кого именно). Вы можете представить себе мужчину, который отвечает на чувства сразу множества женщин? Наверное, можете. Но вряд ли назовете его приличным словом. Так что поймите, что ваши претензии на взаимность — это не более, чем требование, чтобы была реализована именно ваша модель жизни, и ничья больше. Но ведь у вашего избранника тоже наверняка есть свои приоритеты, свои видения любимой женщины. Может быть, он любит худеньких, а вы полная. Или наоборот, он любит полных, а вы худенькая. Или его идеал женщины — высокая, а вы — изящная, и так далее.

Так что поймите, что только от того, что вы в кого-то влюбились, ничего в мире не изменилось. Но это не значит, что другой человек не может вас полюбить. Он может полюбить, но это нужно сформировать, то есть не впадать в переживания, а предпринять целенаправленные усилия по достижению своей цели. Ваша цель будет достигнута, если вы сумеете обратить на себя внимание любимого и сделать так, чтобы вы стали для него единственной и желанной. Но здесь уже нужна не методика формирования событий, а нужны вполне осознанные и целенаправленные шаги по показу себя с лучшей стороны. И тогда у вас есть шанс, что ваш любимый выделит именно вас среди других женщин.

Если же все сведется к бесконечным переживаниям по поводу, что я его люблю, а он меня не любит, почему жизнь такая несправедливая, то результат будет только отрицательный. Вы только добавите в свой «накопитель переживаний» вполне приличное количество негатива по отношению к жизни, к вашему любимому человеку, к себе. На почве неразделенной любви часто возникает идеализация своего (не)совершенства: «Наверное, я недостойна любви. Наверное, я плохая, некрасивая, недостойна любви хорошего человека (и т.д. и т.п.)». Такие мысли приводят к глубокой депрессии, из которой потом очень нелегко выбраться. А все потому, что вас одолела фантазия, что на ваши чувства обязательно должен быть отклик. А с какой стати? У вас просто наступило любовное оглупление и вы потеряли способность реально оценивать окружающий мир.

Вспомните, как вы сами реагировали на претензии к вам окружающих людей. Что вы делали, когда ваша мама предъявляла к вам какие-то требования: «Почему ты учишься не так хорошо, как нужно (как я хотела бы)? Почему ты дружишь не с тем человеком, с которым я реко-

мендовала? Почему ты не слушаешься меня?» и так далее. Как вы реагировали на ее претензии? Вы спешили перекраивать свою жизнь в соответствии с ее ожиданиями и требованиями? Вряд ли. Скорее всего, вы посылали ее куда подальше и говорили: «Не лезь в мою жизнь, не вмешивайся. Я сама решаю, как мне жить, я сама все знаю». Вы не терпели чужого вмешательства и вряд ли горели желанием менять свою жизнь под требования окружающих.

Почему же вы теперь требуете, чтобы тот человек, которого вы с какой-то стати (которую вряд ли сможете объяснить) вдруг полюбили, изменил свою жизнь и полюбил именно вас? Вы не желаете меняться под требования окружающих, а он должен? Так что поймите, что ваши страдания — это переживания по поводу того, что в жизни все не так, как вам хочется.

Поскольку имеются длительные негативные переживания, то, с нашей точки зрения, это идеализация. Скорее всего, это идеализация отношений между людьми. То есть у вас имеются ожидания того, что если один человек (то есть вы) в другого влюбляется, то другой сразу же, невзирая ни на что, должен тут же влюбляться в него. Причем по отношению к себе вы вряд ли такую модель взаимоотношений приняли бы за нормальную. Вряд ли вам захотелось бы поневоле влюбляться в того, кому вы понравились. Но по отношению к другому человеку у вас достаточно жесткая установка: я его люблю, так почему же он меня не любит, как это можно объяснить?

Что можно посоветовать в этой ситуации?

Можно сказать, что та модель взаимоотношений, которую вы держите у себя в голове, эта модель под названием «любовь есть обмен». Ваши мысли имеют примерно следующий вид: «Если я дарю тебе любовь, то и ты в ответ мне тоже должен дать любовь. На мою любовь ты должен мне дать любовь. А если ты мне не даешь в ответ любовь, то ты нехороший, или я плохая, или жизнь плохая». В общем, вы погружаетесь в переживания, поскольку не принимаете того мира, в котором нет нужного вам обмена, обмена love-обменами. Как можно выбраться из этой ситуации? Попробуйте перейти от «любви-обмена» к «любви-дарению». Вы дарите свою любовь любимому человеку и ничего не требуете взамен. Вы благодарите Жизнь за то, что она дала вам такое прекрасное чувство, как любовь. Вы благодарны ей за то, что она дала вам человека, достойного вашей любви — это тоже большое благо. Ведь многие люди женщины и мужчины ищут, в кого бы им влюбиться. У них нет ни одного субъекта, в которого можно было бы влюбиться, достойного их любви. А у вас есть такой человек, вам Жизнь его дала. То есть, вы уже

два раза выиграли, но хотите еще третий выигрыш получить — чтобы еще и он вас полюбил. Но для этого выигрыша вы, видимо, очков недобрали. Поэтому радуйтесь тому, что вы имеете, и дарите свою любовь безвозмездно, дарите свою любовь любимому человеку, окружающим. То есть радуйтесь внутри себя тем ощущениям, которые вы испытываете при виде любимого человека, при воспоминаниях о нем, при представлениях его, и дарите ему любовь без всяких претензий. Это не значит, что нужно дарить ему ваше тело, деньги или что-то еще. Просто дарите ему хорошие, теплые ощущения, дарите ваше восхищение им, ваше великолепное ощущение от того, что он существует, что он есть в этом мире. Вы знаете, что он находится где-то на земном шаре, и вы испытываете от этого восторг, вы испытываете от этого блаженство, у вас сердце замирает, и вы дарите этому человеку любовь, ничего не требуя взамен.

Тогда из мира негативных переживаний вы перейдете в состояние благодарности миру за то, что он дал вам такое прекрасное чувство. Вы получаете от него максимум удовольствия, удовлетворения, вы дарите этому человеку свою безвозмездную любовь и ничего не требуете взамен.

Если он как-то обратит на вас внимание и испытает к вам какие-то чувства, то это будет замечательно. Но, в принципе, вы этого не требуете. Конечно, вы будете не против, вы будете даже очень рады, если Жизнь вам это подарит. Но вы на этом не настаиваете в силу того, что понимаете, это не более чем ваши ожидания, ваши претензии к миру, к жизни. Если вы научитесь воспринимать жизнь именно так, если вы перейдете от любви-обмена к любви-дарению, то легко и с чувством радости сможете выбраться из этой ситуации. И не будете бесконечно мучиться мыслями по поводу того, что вы его любите, а он вас нет. Успехов вам на этом нелегком пути преодоления себя.

Я очень сильно переживаю, когда вижу нищих, больных, беспризорников, когда обижают слабых и животных. Наверное, так нельзя, но я ничего не могу с собой поделать.

С точки зрения нашей методики, переживания по поводу наличия в нашем мире нищих, больных и еще каких-то несчастных людей есть идеализация жизни. «Жизнь устроена несправедливо, эти люди слишком много страдают, они достойны лучшей участи» — примерно такие внутренние убеждения вызывают переживания. Не осознавая этого, вы фактически осуждаете наш мир и того, кто им руководит. Если бы вы были на месте Творца, то вы бы все устроили по-другому. Всем бы дали пищи, жилье, здоровье и т.д. А Он, видимо, плохо понимает, кому что нужно выдать.

Как видите, даже самые милосердные мысли, проявленные в избыточной мере, могут стать суждением, то есть грехом. Поэтому и мы призываем вас научиться принимать мир таким, каков он есть, не скатываться в переживания по поводу каких-то несправедливостей. Каждый человек в нашем мире живет той жизнью, которую он сам создал себе своими мыслями, эмоциями и поступками. Значит, если человек болен или беден, то он сам создал себе такую жизнь. И мы как раз даем инструмент для того, чтобы понять это. И выйти из этого состояния.

Чем же можно помочь вам, с вашей избыточной сострадательностью? Есть очень простой выход. Вместо того, чтобы горевать, что в нашем мире что-то устроено неправильно, поблагодарите Творца за то, что эта «неправильность» не касается вас. То есть, если вы видите больного человека, то вместо переживаний по поводу его несчастий, попробуйте подумать примерно следующее: «Этот человек так тяжело болен, но я понимаю, что он чем-то сам создал себе это. Это его выбор, и я не берусь судить об этом. Я благодарю тебя, Боже, что я здорова. Я так рада, что ты заботаешься обо мне и я не испытываю страданий со здоровьем».

Встретив беспризорника или бомжа (лица без места жительства), поблагодарите Творца за то, что у вас есть жилье, каким бы оно ни было. Если вы встречаете тупого или неразвитого человека, то вместо его осуждения мысленно поблагодарите Творца за то, что он позаботился о вас и вашем развитии. Если вы едете на автомобиле и видите огромную очередь на автобус, то вместо сочувствия этим людям поблагодарите Творца за то, что вам не нужно стоять в этой очереди, и так далее. Тем самым вы сумеете избавиться от накопления переживаний по трубе «идеализация жизни».

То есть общая идея этой рекомендации вполне проста. Вместо осуждения Жизни в какой-то ее форме, поблагодарите Творца за то, что у вас есть то, чего нет у этих людей. И тогда вы всегда будете полны благостных мыслей, и Жизнь будет вполне благосклонна к вам. Это несложно, но требует небольшой перестройки своего способа мышления.

Как побороть внутреннюю лень?? Что только я не так делал. Видно мало. А еще по утрам — такая тоска, такая лень ко всему. Если я получу ответ и смогу справиться с ленью, это будет Счастье!!! Парадокс — самосовершенствуясь, мне лень самосовершенствоваться!

Автор письма жалуется на лень, а при этом пишет, что он «чего только ни делал», чтобы ее победить. Так о какой лени может идти речь в такой ситуации? Истинно ленивый человек ничего делать не будет, какие бы идеи его ни одолевали. В крайнем случае, он будет пережи-

вать, но делать все равно ничего не будет. Так что утверждение автора о том, что он ленив, представляется очень сомнительным.

Что же имеется на самом деле? Скорее всего, он придумал образ какого-то суперделового человека, который, как электровеник, суетится по делам 20 часов в сутки. Сравнивая себя с этим идеалом, он понимает, что никак не может заставить себя быть таким деловым. Отсюда сразу появились основания для самоосуждения: «У меня сильна внутренняя лень! Я несовершенный! Со мной что-то не в порядке!». А не в порядке только одно — имеется явно выраженная идеализация собственного совершенства. Где он подхватил свой идеал, неизвестно. Может быть, его отец был очень деловым человеком и достиг многого в жизни, и он хотел бы быть таким же, но плохо получается. Может быть, он в детстве прочитал, как Александр Македонский или Бонапарт Наполеон спали по четыре часа в сутки, а остальное время работали и достигли невероятных высот в жизни, это потрясло его и он твердо решил стать таким же.

Но, кроме сильного желания у человека есть определенные врожденные качества личности, энергетический потенциал и другие особенности организма, которые во многом влияют на его жизнь. Конечно, с помощью специальных тренировок можно очень сильно увеличить ресурсы организма в любом направлении, но все это требует приложения больших усилий, что опять же требует воли, с которой могут быть сложности. В итоге получается, что реальность не соответствует ожиданиям, и начинаются переживания. Что мы и имеем в случае с автором вопроса.

Что можно ему посоветовать? Во первых, нужно понять, что у него нет лени, а есть идеализация собственного (не)совершенства. И что нужно отказаться от переживаний по поводу, что вы родились не таким деловым, как хотелось бы. И полюбить себя такого, какой вы есть (пусть даже не любящего совершать лишние движения). Тогда Жизни не нужно будет применять по отношению к вам «воспитательные» процессы, блокируя возможность совершать какие-то усилия.

А во-вторых, ему нужно понять, что человеку, владеющему Методикой формирования событий, нет необходимости носиться по делам двадцать часов в сутки. Так поступают исключительно люди, полагающиеся только на свои силы. А специалисты по формированию событий могут достигать своих целей со значительно меньшими усилиями, а оставшуюся от хлопот часть свободного времени они могут посвятить саморазвитию, поскольку это невозможно делать на бегу. Так что лень можно рассматривать как данную свыше возможность заняться

своим самосовершенствованием, ведь вы ставите перед собой такую цель! Высшие силы помогли вам на этом пути, за такое нужно их благодарить, а не заниматься самоосуждением! Так что у вас все замечательно, нужно только применить технологию Разумного пути для анализа причин появления переживаний, какими бы они ни были. И сделать из анализа правильные выводы.

Я давно молю Бога дать мне простого человеческого счастья. Но у меня нет ничего: нет семьи, нет здоровья, нет денег. Может он не слышит меня?

Конечно, Бог (Высшие силы, Жизнь) слышит обращение к нему любого человека в любой момент времени, когда бы это ни происходило.

Другое дело, что человек должен четко сказать, чего же именно он хочет. А в данном случае мы имеем ситуацию некорректной постановки задачи. Ведь что просит автор письма? Она просит «простого человеческого счастья». А затем говорит, что у меня нет денег, нет семьи.

Но она же не просит семью, она же не просит денег, не просит здоровья! Она просит простого счастья. А что такое счастье? Неужели семья — это и есть счастье? Ведь если взять общую статистику семейной жизни, то, судя по тому, что половина семей разводится, а вторая половина часто живет на грани развода, то само по себе понятие семьи вряд ли можно однозначно связать со счастьем. Для кого-то семейная жизнь — это действительно элемент счастливой жизни. Но для большинства семья — это нервы, неприятности, переживания. И масса семейных женщин скажет, что лучше бы у меня этого не было. И только для тех, у кого семьи еще не было, она представляется в розовом свете. Зная подобные особенности семейной жизни людей, Высшие силы никогда не станут однозначно трактовать семью как счастье.

Деньги. Неужели деньги делают человека счастливым? Разве деньги — это и есть счастье? Вряд ли. Например, по телевидению мы можем видеть фильмы из зарубежной жизни, где у людей есть деньги, но нет счастья. Они без конца страдают, постоянно испытывают самые разные переживания, хотя и обремененные достаточной красивой обстановкой. То есть счастье явно состоит не в деньгах, это однозначно. Хотя, конечно, быть счастливым с деньгами значительно проще, чем без них.

Теперь посмотрим на здоровье. Понятно, что здоровым быть лучше, чем больным, но сказать, что здоровый человек — это однозначно счастливый человек, вряд ли можно. Есть масса людей достаточно здоровых, но очень несчастных. Поэтому, прося у Бога «простого счастья», вы можете получить совсем неожиданный результат, поскольку счастье —

понятие нематериальное. Можно сказать, что счастье — это некое возвышенное и радостное состояние души, которое может возникнуть в результате самых разных обстоятельств жизни. Поэтому, если не уточнять свою модель счастья, то легко можно получить его в форме общения с хорошими людьми. Или получить счастье в виде созерцания красивой природы, счастье в виде наслаждения от какого-то произведения искусства, счастье в виде внутреннего общения с Богом или еще какие-то формы нематериального счастья.

Естественно, вы будете думать, что это ерунда, это мимолетное удовольствие. А где же настоящее счастье, где семья, где здоровье, где деньги? На самом деле, поскольку вы этого не просили, то вам никто этого не даст. Это типичная ошибка при обращении к Высшим силам. Никто не обязан и не горит желанием угадывать ваши потаенные желания, если вы не указываете точно, чего хотите. Раз вы просите просто «счастье», вы его получите. Но только в той форме, в которой воспринимают это понятие те силы Тонкого мира, которые вызовутся вам помогать. Скорей всего, они рассматривают человеческое счастье как нечто нематериальное. Им значительно легче дать человеку хорошие ощущения и эмоции, чем создавать какие-то материальные блага. Ну, а если вы не воспримете их как счастье, то это уже ваши проблемы.

Поэтому при заказе событий обязательно четко формулируйте то, что вы хотите получить. Будьте предельно конкретны. Неконкретность порождает ситуации, когда вам кажется, что Бог вас не слышит или он не хочет вам помочь. На самом деле он хочет, но он не знает, чего именно вы хотите. Пока вы сами не скажете, чего именно вы хотите, вы будете что-то получать, но это может быть совсем не то, на что вы рассчитывали. Учтите это, пожалуйста.

Как быть с ситуацией, когда очень трудно сходитьсь с людьми, когда не можешь найти подходящих слов для разговора?

Если вы испытываете сложность при общении с другим человеком, то видимо, для вас очень значимо, какое впечатление вы на него произведете. Вы хотите произвести только хорошее впечатление, вы боитесь сказать глупость, боитесь показаться пустым человеком, неинтересным собеседником и так далее. О чем это свидетельствует? О том, что у вас есть идеализация собственного совершенства.

В чем проявляется идеализация своего совершенства? В том, что вы должны быть идеалом во всем. Встретившись с незнакомым человеком, вы должны говорить только умные вещи, должны замечательно выглядеть, обязательно должны быть интересны этому человеку, кем бы он ни был. Быть иным вы себе не позволяете. А если так может не получиться,

то лучше вы постоите в сторонке, лучше промолчите. Вы не позволяете себе быть несовершенным! Вы должны быть либо победителем, либо никем! Вы не можете проиграть, вы не можете выглядеть глупо, вы не можете позволить себе попасть в ситуацию, в которой вы будете смешны или недостаточно хороши. И пусть любой человек может быть несовершенным, но только не вы!

Это идеализация собственного совершенства, и над ней нужно работать. Она часто блокирует возможность публично выступать, знакомиться, совершать еще какие-то поступки, потому что возникает страх, что вдруг вы будете не очень успешным, вдруг произведете смешное впечатление. Для вас это недопустимо! Поэтому вы сторонитесь людей, судорожно ищете умные слова в разговоре и так далее.

Над этим нужно работать. Нужно научиться быть несовершенным! Посмотрите на других людей. Например, на видных политиков или других людей, достигших большого успеха. Хорошо ли они говорят? Вы хорошо знаете, что некоторые говорят так, что сразу попадают в сборники анекдотов. И что, это их смущает? Совершенно не смущает, они продолжают говорить, как получается, и их совершенно не интересует, что подумают о них окружающие люди. Если люди смеются, то пусть себе развлекаются, я посмеюсь над собой вместе с ними! А если кому-то не нравится моя речь, тот может выйти. Примерно так относится к жизни человек, не имеющий комплексов. А у вас есть куча комплексов, которые в нашей методике называются идеализацией совершенства.

Каков выход из этой ситуации? Расслабьтесь, позвольте себе быть несовершенным, позвольте себе быть глупым, неумным, назойливым или еще каким-то не очень хорошим человеком, хотя бы разочек. Перешагните через свою идеализацию, наступите на нее! Сделайте то, что считаете для себя недопустимым, хотя бы один-два раза, но с удовольствием. Тем самым вы разрушите барьер собственного совершенства, он упадет и у вас пропадут все проблемы в общении с другими людьми. У вас пропадет идея о том, что вы должны во всем быть идеалом. В системе Симорон есть такой прием: похрюкайте. Если вы должны выступить перед аудиторией, но очень боитесь опозориться, боитесь сказать что-то плохое, боитесь выглядеть нелепым, то сами сделайте то, что сделает вас нелепым многократно. Например, встаньте на коленки, походите по полу и похрюкайте. Если вы это сделаете, то никаких проблем с вашим выступлением у вас уже никогда не возникнет. Потому что вы уже сделали самое страшное из того, что можно сделать.

Конечно, трудно представить себе то, что на каком-то важном совещании вы выйдете и начнете хрюкать по полу. После этого вас просто могут не пригласить на это совещание. Но можно сознательно сделать что-нибудь такое, чтобы люди посмеялись над вами. Например, вы можете специально уронить стакан, уронить стул, издать какой-нибудь не очень приличный звук или сделать еще что-нибудь, чтобы все посмеялись. Тем самым обстановка разрядится и вы будете достаточно спокойны, поскольку вы уже совершили то, чего очень опасались.

Точно так же можно снять идеализацию совершенства в разговоре с незнакомым человеком. Для этого сознательно и с удовольствием попробуйте по отношению к кому-то быть назойливым, к другому быть глупым, к третьему быть еще каким-то несовершенным. И вы увидите, что люди относятся к этому совершенно спокойно, ничего страшного не происходит. Вы убедитесь, все ваши переживания — не более чем ваши идеи о том, что нельзя быть назойливым, глупым или настырным человеком. Люди воспримут вас таким, каким вы себя им предъявите. Так что расслабьтесь и говорите то, что захотите.

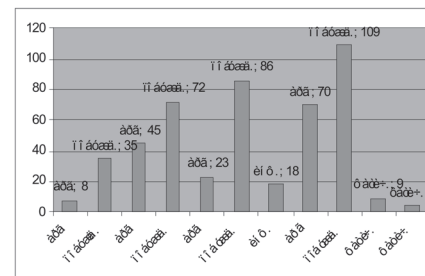
Чтобы облегчить процесс избавления от идеализации совершенства, рекомендуем использовать следующую аффирмацию, которую вы должны повторять про себя: «Я такой, какой я есть, со всеми моими достоинствами и недостатками. Я замечателен во всех своих проявлениях, какие бы странные они ни были! Люди принимают меня таким, кстаги, каков я есть, поэтому никаких проблем в общении у меня не возникает. Как только у меня возникает мысль в голове, я тут же открываю рот и озвучиваю ее, и мне все равно, как они к этому отнесутся. Я позволяю себе быть несовершенным, я люблю себе со всеми моими недостатками!»

Если вы некоторое время так подумаете, то все комплексы у вас пройдут. Успехов вам на этом пути.

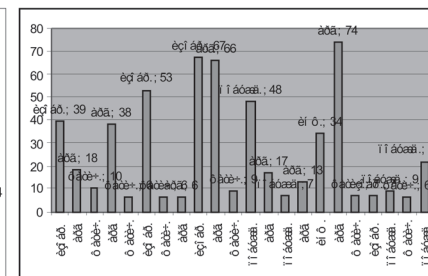
Анализ текста

1. Соотношение типов речевого воздействия

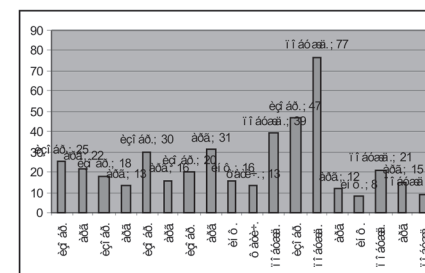
Общее количество слов в данном тексте — 3744 (100%), в нем присутствуют типы речевого воздействия в следующей пропорции: аргументация — 1525 ($\approx 40,73\%$), побуждение — 991 ($\approx 26,47\%$), изображение — 755 ($\approx 20,17\%$), информирование — 242 ($\approx 6,46\%$), фатическое воздействие — 231 ($\approx 6,17\%$). На диаграммах ниже можно видеть их распределение и количественное соотношение в каждом из пяти коммуникативных блоков.



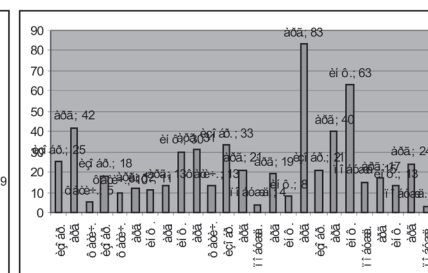
Коммуникативный блок 1



Коммуникативный блок 3

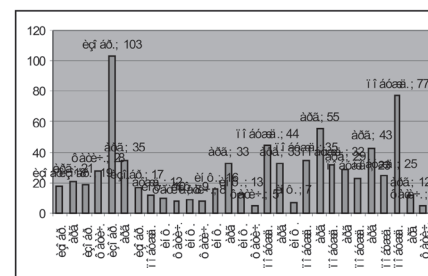


Коммуникативный блок 2



Коммуникативный блок 4

Аргументативные высказывания здесь значительно преобладают над другими, причем аргументация носит научный (научообразный) характер. Выражено и побуждение, которое звучит менее категорично по сравнению с предыдущим текстом и в основном носит характер рекомендаций. Информативных высказываний как элементов убеждения в данном тексте содержится больше, чем в предыдущем, а фатических как элементов внушения — меньше. Примечательно, что элементы художественного стиля здесь не представлены, но присутствуют изобразительные (репродуктивные) высказывания, без особого живописания представляющие те или иные события. То есть изображение используется не для эмоционального



Коммуникативный блок 5

внушения, а для убеждения (экземплификации) и отчасти — эйдетико-когитивного внушения⁵².

Аргументация здесь носит индуктивно-дедуктивный характер: после заданного вопроса следует ответ, подкрепляемый теоретическим рассуждением и конкретными иллюстрациями, в заключение же идет общий вывод. Вместе с тем общие рассуждения обусловлены заранее сформулированной теорией — эмпирические факты преломляются сквозь теоретическую систему автора, точнее, ее отдельные положения: об идеализациях, существовании Высших сил, кармическом воспитании, возможности формирования событий с помощью специальной методики — одновременно как бы подтверждая эти положения⁵³.

Процентное соотношение убеждения, побуждения и внушения, оцененное по тому же принципу, что и в предыдущем тексте, составляет приблизительно 56%, 22,5% и 21,5%.

2. Аргументативно-персуазивный потенциал текста

1. Основные макроструктуры текста

Данный текст формально и логически делится на пять коммуникативно-смысловых блоков с соответствующими макротемами: «Безответная любовь», «Переживания по поводу наличия в мире нищих, больных, беспризорников и прочих несчастных людей и существ», «Внутренняя лень», «Слышит ли Бог молитвы», «Избавление от комплексов». Каждый блок состоит из ряда сверхфразовых комплексов, в каждом из которых выделяются тема и идея. Эти комплексы могут быть представлены в виде обобщенных тезисов и аргументов.

Фрейм «Безответная любовь». Мнение, что любовь должна быть ответной, — не более чем фантазия, субъективное видение мира. Ожидание ответной любви от объекта страсти — это идеализация отношений между людьми. Оттого, что человек в кого-то влюбился, ничего в мире не изменилось. У каждого человека своя система ценностей, свой мир, свои идеалы, свои ожидания, свои «воспитатель-

ные» процессы, и никто никого не обязан полюбить в ответ. Вместо «любви-обмена» надо выбирать «любовь-дарение». Я дарю свою любовь любимому человеку и ничего не требую взамен. Я благодарю Жизнь за то, что она дала мне такое прекрасное чувство, как любовь, и человека, достойного моей любви. Если объект моей любви обратит на меня внимание и испытает ко мне какие-то чувства, то это будет замечательно. Но, в принципе, я этого не требую. Я понимаю, это не более чем мои ожидания, мои претензии к миру, к жизни.

Фрейм «Переживания по поводу наличия в мире несчастных людей и существ». Переживания по поводу наличия в нашем мире нищих, больных и еще каких-то несчастных людей есть идеализация жизни. Надо научиться принимать мир таким, каков он есть. Если человек болен или беден, то он сам создал себе такую жизнь. Переживая по поводу несправедливостей жизни, человек фактически осуждает наш мир и того, кто им руководит, — Творца. Самые милосердные мысли, проявленные в избыточной мере, могут стать суждением, то есть грехом. Вместо осуждения несправедливостей, происходящих с другими людьми, надо поблагодарить Творца за то, что у вас есть то, чего нет у этих людей. Тогда вы всегда будете полны благостных мыслей, и Жизнь будет вполне благосклонна к вам.

Фрейм «Внутренняя лень». Не стоит перенапрягать свои физические и умственные ресурсы, стараясь избавиться от «лени». У человека есть определенные врожденные качества личности, энергетический потенциал и другие особенности организма, которые трудно изменить. Конечно, с помощью специальных тренировок можно очень сильно увеличить ресурсы организма в любом направлении, но все это требует приложения больших усилий, что опять же требует воли, с которой могут быть сложности. В итоге практически всегда получается, что реальность не соответствует ожиданиям, и начинаются переживания. Нужно полюбить себя такого, какой вы есть. Тогда Жизни не нужно будет применять по отношению к вам «воспитательные» процессы, делая ваши усилия безуспешными или блокируя возможность их совершать. Человек может молитвой и просьбой у Высших сил сформировать нужные ему события. Поэтому нет необходимости носиться по делам двадцать часов в сутки.

Фрейм «Слышит ли Бог молитвы». Бог (Высшие силы, Жизнь) слышит обращение к нему любого человека в любой момент времени,

⁵² Как и в предыдущем тексте, мы относим изобразительные блоки информации и к убеждению, и к внушению.

⁵³ Здесь может быть уместно замечание А.А. Ивина о том, что включение утверждения или факта в теорию распространяет на них ту эмпирическую и теоретическую поддержку, какой обладает теория в целом [Ивин 2004].

другое дело, что человек должен четко сказать, чего же именно он хочет. Неконкретность порождает ситуации, когда кажется, что Бог нас не слышит или он не хочет вам помочь. На самом деле он хочет, но он не знает, чего именно мы хотим. Пока человек конкретно не скажет, чего именно он хочет, он будет что-то получать, но это может быть совсем не то, на что он рассчитывал.

Фрейм «Избавление от комплексов». Желание производить только хорошее впечатление — говорить умные вещи, замечательно выглядеть и т.д. — это идеализация собственного совершенства. Это вредит человеку — он боится публично выступать, знакомиться и т.д. Нужно научиться быть несовершенным. Если люди смеются, то пусть себе развлекаются, я посмеюсь над собой вместе с ними; а если кому-то не нравится моя речь, тот может выйти — примерно так относится к жизни человек, не имеющий комплексов. Страх быть несовершенным, глупым, назойливым или еще каким-то не очень хорошим человеком — это всего лишь комплексы. Люди воспримут человека любым, каким он себя им предьявит. Так что надо расслабиться и говорить то, что хочется.

2. Определение истинности топосов текста

Сопоставление топосов текста с данными «Русского ассоциативного словаря» выявило 28 комплексов «стимул — ассоциат» и «ассоциат — стимул», соответствующих топике текста:

- 1) любовь > с первого взгляда — 9, до гроба — 8, счастье — 3, безответная — 2;
- 2) связь > между людьми — 2;
- 3) ничего > не изменить / изменишь — 2;
- 4) система > ценностей — 1;
- 5) свой > мир — 2;
- 6) идеал > мой — 11;
- 7) процесс > воспитательный — 1;
- 8) любимый > человек — 36;
- 9) требовать > взамен — 2;
- 10) обращать < внимание — 1;
- 11) испытывать > чувства — 2;
- 12) несчастный > человек — 24;
- 13) принять / приму > как есть — 1;
- 14) бедный > больной — 1;
- 15) Бог <> Творец — 5;

- 16) бомж > грязный — 10, несчастный — 3;
- 17) лень > матушка — 16, тоска — 2, порок, слабость, гадкая, безразличие — 1;
- 18) делать > дело — 113;
- 19) любить > себя — 9;
- 20) божья > сила — 2;
- 21) Бог > поможет — 3, Бог > помощь — 2;
- 22) выступление > публичное — 1;
- 23) развлечение > смех — 1;
- 24) смеяться > над собой — 7;
- 25) комплекс > неполноценности — 33;
- 26) расслабиться > напрячься — 3;
- 27) делать -ете, -ю, т. д. > что хочется — 7;
- 28) говорите > что хотите — 1.

Ассоциации, отраженные в тексте А. Свияша, в основном соответствуют периферии связей соответствующих концептов, а существенные, с точки зрения типичных представлений, связи этих концептов во многом противоречат топике текста. Так, согласно РАС, важными ассоциациями концепта *любовь* являются «с первого взгляда» (9) и «до гроба» (8), то есть спонтанность и вечность этого чувства представляются существенными для русских — в тексте же принижается роль спонтанности любви, содержится призыв к планированию отношений и работе над собой, а также отрицается обязательность взаимности. В некотором противоречии со стереотипными ассоциациями также находятся рассуждения о несчастных существах и о лени. Так, *бомж* имеет, наряду с ассоциациями «грязный» (10); «бродяга, грязь» (8) и «бездомный» (5), ассоциацию «несчастный» (3), что свидетельствует о том, что жалость и сострадание являются достаточно типичными чувствами, испытываемыми по отношению к этим людям. Можно предположить, что чувство жалости тем более характерно по отношению к беспризорным детям и бездомным животным. *Лень*, наряду с распространенным «матушка» (16), в сознании русскоязычных людей имеет и отрицательные ассоциации — «тоска, порок, гадкая» и другие.

Перечислим топосы текста, не соответствующие стереотипным представлениям и соответственно могущие быть воспринятыми как

ложные: 1) любовь не должна быть ответной; 2) взаимная любовь — это фантазия, необоснованная претензия к миру; 3) взаимность нужно сформировать, предпринять целенаправленные усилия по достижению своей цели; 4) влюбленность — временное оглупление; 5) переживать по поводу наличия в мире нищих, больных и еще каких-то несчастных людей — неправильно, надо благодарить Творца за то, что у вас есть то, чего нет у этих людей; 6) если человек болен или беден, то он сам создал себе такую жизнь; 7) не стоит избавляться от лени; 8) нет необходимости много работать.

Разумеется, в тексте есть рассуждения, перекликающиеся с типичными ассоциациями, например, о Боге (божья > сила — 2; Бог > может — 3, Бог > помощь — 2), о том, что надо расслабиться и говорить, что захочется (делать > что хочется — 7, говорите > что хотите — 1). Тем не менее топика А. Свияша значительно расходится со стереотипами, прежде всего в части оценки обсуждаемых концептов, следовательно, с его идеями не согласятся больше реципиентов, чем с идеями Н. Козлова.

3. *Определение когнитивных операций и логических процедур, используемых автором для убеждения*

Большинство когнитивных операций в данном тексте связано с переубеждением, ломкой стереотипов и формированием новых ассоциаций (например, отвергается важность проблемы безответной любви, поскольку требование взаимности — лишь «фантазия, претензии к миру»; утверждается приоритет любви-дарения перед любовью-обменом). Ломка стереотипов проявляется и в оправдательно-разрешительном подходе к типично осуждаемым качествам (отсутствию сострадания, радости по поводу своего превосходства, лени и др.).

Среди простых (ординарных) когнитивных операций выделяются смена коннотаций объекта (например, в случае привязывания безответной любви к «любовному оглуплению»; в трактовке автором понятия *лень*); изменение масштаба фрейма (гиперболизация, например, *Вы можете представить себе мужчину, который отвечает на чувства сразу множества женщин? Наверное, можете. Но вряд ли назовете его приличным словом*).

Среди многочисленных когнитивных операций преобладает логическое сцепление (chaining), когда во фрейм в качестве слотов включаются в той или иной степени смежные с ним фреймы, образуя логиче-

ское доказательство. При этом внешне рассуждения выглядят почти как научная аргументация (ср. рассуждение о неоправданности переживания по поводу несчастных людей и существ). Кроме того, широко используется генерализация (chunking up), например: желание взаимности — идеализация отношений между людьми; переживания по поводу чужих несчастий — идеализация жизни; желание избавиться от лени — идеализация собственного совершенства и др. Также встречаются конкретизация (*Разве счастье — это семья, деньги, здоровье?*) и обоснование побочными аргументами (например, упоминание о знаменитостях, которые не обязаны отвечать на чувства своих поклонниц, об образе суперделового человека и др.).

Говоря о многочисленных операциях в общем, следует отметить, что логические цепочки причинно-следственного характера в большей степени характерны для аргументации этого текста, чем предыдущего (в последнем преобладают операции аргументации с помощью конкретных примеров и побочных аналогий, включая метафорические аналогии).

4. *Оценка целостности и информативности текста*

Целостность. Как и предыдущий, данный текст представляет собой фрагмент большего по объему произведения. Его последовательная компрессия от вербальной ткани до полисиллогизмов, обобщенных топосов и мегатем обнаруживает тождество основных смысловых компонентов; это тождество прослеживается также при движении в обратном направлении. Назовем обобщенные топосы текста: 1) не следует идеализировать человеческие отношения и требовать взаимной любви, надо просто дарить свое внимание любимому человеку; 2) не следует идеализировать жизнь и переживать по поводу чужих несчастий, надо благодарить Творца за то, что он дал Вам то, чего нет у других; 3) не нужно идеализировать собственное совершенство или несовершенство, нужно принять себя таким, каков Вы есть; 4) чтобы сформировать нужные Вам события, надо четко попросить об этом у Высших сил. Мегатемы текста — борьба с идеализациями и выработка умений формирования событий.

Можно констатировать высокую степень содержательно-смысловой целостности данного текста, связанную с подчиненностью всех его топосов единой жизненной концепции автора, и отсутствие идей, диссонансных с основными смысловыми линиями.

Информативность. Сопоставление топосов текста с данными «Русского ассоциативного словаря» (см. выше в анализе истинности высказываний) позволило выявить в тексте 28 стереотипных ассоциаций (*D*) и 8 ассоциаций, находящихся в противоречии со стереотипами, следовательно, непредсказуемых. Кроме того, в тексте имеется новая информация, которая не противоречит стереотипам, но и не совпадает с ними. Количество этой информации можно определить, подсчитав ключевые тезисы текста: 1) ожидание ответной любви — это идеализация отношений между людьми; 2) у каждого человека есть свои воспитательные процессы и кармические воспитатели; 3) вместо «любви-обмена» надо выбирать «любовь-дарение»; 4) переживания по поводу наличия в мире несчастных людей есть идеализация жизни; 5) такие переживания фактически есть осуждение Творца; 6) милосердные мысли могут стать суждением, то есть грехом; 7) если вы всегда будете полны благостных мыслей, то Жизнь будет благосклонна к вам; 8) у человека есть врожденные качества личности, которые трудно изменить; 9) если вы полюбите себя такого, какой вы есть, тогда Жизни не нужно будет применять по отношению к вам «воспитательные» процессы; 10) Бог всегда слышит обращение к нему, другое дело, что человек должен четко сказать, чего же именно он хочет; 11) желание производить только хорошее впечатление — это идеализация собственного совершенства; 12) люди воспримут человека любим, каким он себя им предъявит.

Сложив эти 12 блоков информации с восемью ассоциативными комплексами, противоречащими стереотипам, получаем общее число непредсказуемых компонентов информации (*H*) — 20. Вычислив отношение этого показателя и показателя стереотипных ассоциаций (28), получаем коэффициент информативности — 0,714. Если сопоставить этот коэффициент с нормой (0,25), то можно констатировать превышение информативности в 2,857 раз. Таким образом, текст является несколько менее информативным, чем предыдущий. При этом его больший объем по сравнению с предыдущим текстом объясняется значительным количеством повторов информации с добавлением различных нюансов, то есть низкой плотностью информации.

5. *Оценка персуазивности текста.* Определим персуазивный потенциал макролингвистических категорий — когезии, имплицитности и модальности.

Говоря о *когезии* в данном тексте, отметим в нем преобладание логико-смыслового принципа членения с элементами акцентно-выделительного и экспрессивно-эмоционального членения. СФЕ в тексте объемные, логические, соответствуют границам абзацев. В тексте встречаются многочисленные средства когезии, свойственные научному стилю: *поскольку, можно сказать, значит, во-первых, во-вторых, в итоге, в крайнем случае, то есть, ведь* и т.д., а также вопросительные и восклицательные предложения, характерные для публицистического стиля (*Что можно посоветовать в этой ситуации? Для вас это недопустимо!* и др.).

Обратимся к текстовой категории *модальности*. Можно отметить, что модус аргументации здесь носит достаточно официальный характер, обращение к читателю на «вы», самоименование «мы» (*Мы призываем вас научиться принимать мир таким, каков он есть*). В то же время виртуальное общение между автором и читателем ведется явно не на равных, а с позиции превосходства, чему свидетельство нередкое снижение стиля с ироничным подтекстом (*Чем же можно помочь вам, с вашей избыточной сострадательностью?*), иногда сопровождающееся сменой грамматического лица (*На мою любовь ты должен мне дать любовь. А если ты мне не даешь в ответ любовь, то ты нехороший, или я плохая, или жизнь плохая; Скорее всего, он придумал образ какого-то суперделового человека, который, как электровеник, суется по делам 20 часов в сутки*).

Анализ категории *имплицитности* позволяет утверждать следующее. Аргументация текста Свияша обладает значительной эксплицитностью, здесь меньше смысловых пропусков, логическая цепочка представлена во всей полноте. Имплицитность, хотя и присутствует, менее очевидна, чем в предыдущем тексте. Во-первых, следует отметить неясность ряда терминов и положений автора, вызванную отсутствием более широкого контекста — контекста собственно теоретической концепции А. Свияша. Это касается таких компонентов, как *идеализация, кармический воспитатель, методика формирования событий, технология Разумного пути, аффирмации*, смысл которых может быть понят из текста только в общем виде. Отсутствие пояснений в данной книге, возможно, продиктовано упомянутым выше стремлением к наукообразию. Во-вторых, в рассуждениях проявляется имплицитность оценки, например, любовь-дарение — это

хорошо, а любовь-обмен — плохо; переживание о чужих лишениях — плохо, а радость из-за того, что у вас есть то, чего нет у других, — хорошо.

Текст подводит читателя к выводам (инференциям) о вреде переживаний, идеализаций, стремления к улучшению себя и мира, утверждает в качестве ценностей принятие себя и мира такими, какие они есть, благостное мироощущение, формирование событий с помощью обращения к внешним силам, а не собственных усилий.

3. Суггестивный потенциал текста

Образ автора. Автор текста предстает в образе профессионального психолога, теоретика, обладающего уникальным знанием, и практика, консультирующего людей по широкому кругу экзистенциальных вопросов. Он неэмоционален, объективен, бесстрастно развенчивает обыденные стереотипы. По отношению к читателю выступает в роли ученого авторитета и бесстрастного консультанта. Дистанция между автором и читателем велика. В отличие от предыдущего текста, суггестия здесь обеспечивается не интимизацией дискурса, а созданием своеобразного гало-эффекта — ореола благоговения вокруг уважаемой личности.

Информационная плотность текста низкая, что объясняется многочисленными повторами одной и той же идеи и обстоятельной аргументацией, представляющей одну и ту же ситуацию в различных аспектах (ср., например, многочисленные аргументы касательно бессмысленности переживаний по поводу безответной любви). Количество новых информационных блоков в тексте — 20, общее количество строк — 264, коэффициент плотности информации ($D = H: T$) равен 0,076. Вероятно, текст будет легко восприниматься читателем, хотя, возможно, его оттолкнет некоторая информационная избыточность: повторы информации, многочисленные парафразы.

4. Прогноз относительно эффективности воздействия текста.

Давая прогноз персуазивному воздействию текста А. Свияша, заметим, что его убедительность, вероятно, могла бы быть выше, чем в случае текста Н. Козлова, поскольку структуры аргументации здесь более логичны, и в них меньше теморематических пропусков и разрывов. Вместе с тем в тексте Свияша больше топосов, противоречащих

стереотипам русскоязычных людей (восемь против пяти у текста Козлова). Говоря о суггестивности данного текста, обратим внимание на его неэмоциональность и отсутствие яркой образности, что, несмотря на создаваемый автором гало-эффект, не позволит тексту Свияша оказать столь же сильное внушающее воздействие на читателя, как тексту Козлова. С другой стороны, данный текст выигрывает в отношении информационной плотности — она достаточно низка (0,076 против 0,179 у текста Козлова). Этот фактор, вероятно, облегчит усвоение идей автора, хотя может и оттолкнуть читателя переизбытком известной информации.

2.5. Экспериментальная верификация выводов лингвистического анализа воздейственности текстов

Представленный выше лингвистический анализ текста с целью выявления его речевоздейственного потенциала является достаточно строгой процедурой, позволяющей количественно и качественно определять соотношение способов и типов речевого воздействия в нем и выявлять его макро- и микролингвистические аргументативно-суггестивные свойства. Для дополнительного подтверждения обоснованности выводов этого анализа мы сочли необходимым провести психолингвистические эксперименты, целью которых является количественное и качественное определение перлокутивного эффекта тех же текстов. В нашей работе мы применили две экспериментальные методики, призванные выявить перлокутивный эффект текстов: традиционную методику шкалирования, представляющую собой, по существу, упрощенную форму факторного анализа, и методику «топологического анализа», позволяющую оценить степень согласия / несогласия реципиентов с основными тезисами текста.

2.5.1. Шкалирование (семантический дифференциал) как способ выявления внушающего воздействия текста

Для определения внушающего воздействия экспериментальных текстов на такие компоненты подсознания, как сенсорно-афферентный и эмоционально-оценочный, нами используется метод шкалиро-

вания (семантического дифференциала). По мнению Ч. Осгуда, которое разделяют и современные психологи (например, А.Г. Шмелев), семантический дифференциал призван выявить прежде всего эмотивную оценку качеств объекта и в меньшей степени — когнитивные и поведенческие установки реципиентов в отношении объекта (до или после его предъявления) [Шмелев А.Г. 2002]. Вероятно, большинство бессознательных оценок и отношений можно достаточно достоверно выявить с помощью шкалирования, даже если исходить из традиционной методики Ч. Осгуда. Эта методика заключается в оценке стимула с помощью набора высокочастотных прилагательных и их антонимов (биполярных шкал) на основе факторов ЕРА (Evaluation — Potency — Activity) — оценка, сила, активность [Осгуд Ч. и др. 1972]. В совокупности три вида шкал позволяют описать сенсорно-афферентный и эмоционально-оценочный образ объекта для конкретного индивида, а также, при обобщении показателей, выявить оценки этого объекта группой и его «ценность» (то есть суммарный показатель оценок положительных качеств). Шкалы могут быть семи-, пяти- и трехбалльными.

Считается, что для более точного выявления денотативных (содержательно-смысловых) характеристик объекта рекомендуется использовать в качестве маркеров (дескрипторов) биполярных шкал «вызванные», а не «заданные» характеристики. Такие дескрипторы формулируют (конструируют) сами испытуемые на предварительном этапе теста, цель которого формулируется как «опишите объект». Что касается коннотативных (сенсорно-афферентных и эмоционально-оценочных) характеристик объекта, то их можно выявить с помощью традиционной ЕРА-методики. Однако мы полагаем, что в отношении текста это правило не вполне верно: стандартные шкалы могут свидетельствовать и о денотативных его характеристиках, то есть о выраженности тех или иных содержательно-смысловых компонентов.

Шкалирование ЕРА предполагает, что, помещая стимульный объект (в данном случае — текст) на положительный полюс фактора Оценка, субъект выражает свое удовольствие этим объектом; помещая его на положительный полюс фактора Сила, субъект испытывает «напряжение», выражает статическое усилие, связанное с репрезенти-

руемым объектом; помещая объект на положительный полюс фактора Активность, субъект испытывает «возбуждение», т.е. подготавливается к быстрым действиям при встрече с динамичным объектом [Шмелев А.Г. 2002: 71].

Классическая методика ЕРА Ч. Осгуда имеет ряд модификаций в русской психологической традиции, стремящейся адаптировать ее к материалу русского языка. Так, двадцать классических шкал Ч. Осгуда (хороший—плохой, неважный—важный, обычный—необычный, глупый—умный, ложный—правдивый, красивый—безобразный; слабый—сильный, мужественный—женственный, злой—добрый, кривой—прямой, разболтанный—пунктуальный, вкусный—безвкусный, неудачный—удачный, твердый—мягкий; активный—пассивный, медленный—быстрый, необычный—обычный, новый—старый, острый—округлый, хладнокровный—восторженный) были трансформированы на материале русского языка Е.Ю. Артемьевой в следующие шкалы: легкий—тяжелый, добрый—злой, чистый—грязный, горячий—холодный, твердый—мягкий, старый—молодой, глупый—умный, громкий—тихий, быстрый—медленный, сытый—голодный, противный—приятный, активный—пассивный, горький—сладкий, смелый—трусливый, сильный—слабый, счастливый—несчастный [Артемьева Е.Ю. 1999]. В.Ф. Петренко, как и ряд англоязычных последователей Ч. Осгуда, посчитал целесообразным увеличить количество факторов; по Петренко, значимыми факторами при оценивании объекта являются Оценка, Активность, Упорядоченность, Сложность, Сила и специфический фактор Комфортность, дающий с фактором Оценка максимальную в матрице интеркорреляций корреляцию $r = 0,38$ [Петренко В.Ф. 1988]. Однако мы считаем, что в эксперименте по выявлению сенсорно-эмоциональной оценки текстов достаточно использовать трехфакторную схему Ч. Осгуда, включив фактор Сложность в фактор Оценка. При этом за основу могут быть приняты шкалы Е.Ю. Артемьевой, дополненные рядом аналогичных шкал.

В приведенных ниже таблицах содержится описание шкал, использованных нами для выявления сенсорно-афферентных и эмоционально-оценочных характеристик текстов.

Таблица 2

**Факторы и шкалы для выявления сенсорно-афферентных
и эмоционо-оценочных характеристик текстов**

Фактор Оценка (Отношение)

Номер шкалы в тесте	Название шкалы	Подвид фактора Оценка
1	хороший — плохой	— общая оценка
8	добрый — злой	— моральная
5 25	светлый — темный чистый — грязный	— перцептивная (синестезический перенос на моральную оценку)
2	красивый — отталкивающий	— эстетическая
17 30	величественный — низменный противный — приятный	— перцептивная (синестезический перенос на эстетическую оценку)
10 11 31	гладкий — шероховатый округлый — угловатый горький — сладкий	— перцептивная (синестезический перенос на эстетическую оценку)
9 28	простой — сложный глупый — умный	— интеллектуальная
7	безопасный — страшный	— эмоциональная (индуцируемые текстом эмоции)

**Фактор Сила (интенсивность, потенциальная энергия,
по А.Г. Шмелеву [2002])**

Номер шкалы в тесте	Название шкалы	Подвид фактора Сила
15 20 12 26. 6	сильный — слабый могучий — хилый большой — маленький твердый — мягкий легкий — тяжелый	— физические характеристики (синестезический перенос на оценку экспрессивности текста) а) общая б) мощь в) величина г) твердость д) тяжесть
13	грубый — нежный	— эмотивность а) выражаемые текстом эмоции
14	мужественный — женственный	б) гендерно-стереотипные эмоции
19 32	храбрый — трусливый счастливый — несчастный	— выражаемые текстом эмоциональная устойчивость и уверенность в себе
29	сытый — голодный	— выражаемая текстом удовлетворенность

Фактор Активность (актуальная энергия по А.Г. Шмелеву)

Номер шкалы в тесте	Название шкалы	Подвид фактора Активность
24	активный — пассивный	— общая активность — физические характеристики (синестезический перенос на оценку динамичности текста)
18 23 16 27 21 4 22	громкий — тихий быстрый — медленный холодный — горячий молодой — старый веселый — грустный печальный — радостный яркий — тусклый	а) громкость б) быстрота в) теплота г) молодость д) веселость е) яркость

В целом фактор Оценка нами определяется с помощью четырнадцати шкал, фактор Сила — с помощью десяти шкал и фактор Активность — с помощью семи шкал (всего 31 шкала). Многие шкалы основаны на синестезическом восприятии текста.

Особую роль играют шкалы фактора Оценка, отражающие морально-этические, эстетические и интеллектуальные оценки текста. Эти шкалы прежде всего показательны потому, что они иллюстрируют общее отношение субъекта к тексту — принятие или непринятие (плохой—хороший). Также они отражают нюансы восприятия текста с точки зрения оценок (добрый—злой, красивый—отталкивающий, простой—сложный). При этом перцептивная оценка (например, шкалы чистый—грязный, гладкий—шероховатый или легкий—тяжелый) обнаруживает синестезический перенос формальных или содержательных качеств текста на сенсорные впечатления.

Шкалы силы и активности напрямую связаны с оценочными шкалами. Такие шкалы фактора Сила (потенциальная энергия), как сильный—слабый и большой—маленький, имплицитно оценивают экспрессивности текста; печальный—радостный и мужественный—женственный — оценку эмоциональной выраженности; храбрый—трусливый и счастливый—несчастный — оценку эмоциональной устойчивости и уверенности в себе⁵⁴. Шкалы фактора Активность (активный—пассивный, громкий—тихий, быстрый—медленный,

⁵⁴ Выявляя подвиды трех основных факторов и определяя тот или иной синестезический перенос, мы описались на систематику личностных черт А.Г. Шмелева [2002].

холодный—горячий, молодой—старый, веселый—грустный, яркий—тусклый) имплицитно переносят на оценку динамичности текста.

Выявив числовые показатели по различным факторам и шкалам, можно определить и внушающее воздействие текста. Чем ближе эти показатели к позитивным полюсам шкал, тем эффективнее воздействие на читателя по факторам Оценка, Активность и Сила. Семантический дифференциал также позволяет интерпретировать нюансы числовых значений шкал и делать выводы о свойствах текста, сопоставляя эти значения с его смысловыми структурами и формально-лингвистическими характеристиками.

Нами был проведен эксперимент по выявлению семантического дифференциала двух приведенных выше текстов популярной психологии. Общее количество опрошенных нами респондентов составляет 110 человек, из них 95 человек — студенты, 15 — работающие; по возрастному показателю — от 18 до 28 лет, по гендерному показателю — 12 мужчин и 98 женщин. При этом, по нашим данным, показатели семантического шкалирования в различных социальных группах не отличаются друг от друга сколь-либо существенно. Причина, возможно, заключается в том, что данные тексты своей проблематикой обращены к широкой публике, без особого различия возраста, пола или социального статуса реципиентов. Исходя из цели эксперимента, которая заключается в общей оценке сенсорно-афферентного и эмоционально-оценочного впечатления от текста, мы посчитали возможным не учитывать в данном случае упомянутые характеристики реципиентов.

В данном эксперименте мы использовали заданные, а не вызванные шкалы. Основной интерес для нас представляли сенсорно-афферентные и эмотивно-оценочные впечатления от текста как цельного объекта, которые могут обуславливаться микролингвистическими характеристиками текста (особенностями «малых» средств текстовой локуции: фоносемантических, морфологических, лексических, синтаксических), его макролингвистическими характеристиками (композицией, стилем, своеобразием текстовых категорий), а также содержательно-смысловыми посылами. Вероятно, соотношение шкал с содержательно-смысловыми компонентами текста является основным фактором, определяющим показатели этих шкал. Полученные результаты представлены в форме следующих таблиц.

Таблица 3

**Суммарные показатели текстов
А. Свияша и Н. Козлова по факторам**

	Козлов	Свияш
АКТИВНОСТЬ	728	351
ОЦЕНКА	1093	928
СИЛА	706	551
ОБЩАЯ	2527	1830

Таблица 4

**Сопоставление данных шкалирования текстов
А. Свияша и Н. Козлова по факторам и шкалам**

Фактор	Сумма (А. Свияш)	Сумма (Н. Козлов)	Ср. ариф. (А. Свияш)	Ср. ариф. (Н. Козлов)	Разность ср. ариф. (модуль)	Станд. отклон.
А. пасс. / акт.	93	132	0,845455	1,2	0,354545	0,250701
А. туск. / ярк.	81	125	0,736364	1,136364	0,4	0,282843
А. печ. / рад.	56	108	0,509091	0,981818	0,472727	0,334268
А. тих. / гром.	54	102	0,490909	0,927273	0,436364	0,308556
А. стар. / мол.	28	80	0,25455	0,72727	0,47272	0,334264
А. хол. / гор.	20	73	0,181818	0,663636	0,481818	0,340697
А. грус. / вес.	15	47	0,137615	0,427273	0,289658	0,204819
А. медл. / быст.	4	61	0,036364	0,554545	0,518181	0,366409
О. страш. / безоп.	142	155	1,290909	1,409091	0,118182	0,083567
О. тем. / св.	129	150	1,172727	1,363636	0,190909	0,134993

Окончание таблицы 4

Фактор	Сумма (А. Свияш)	Сумма (Н. Козлов)	Ср. ариф. (А. Свияш)	Ср. ариф. (Н. Козлов)	Разность ср. ариф. (модуль)	Станд. отклон.
О. злой / добр.	126	142	1,145455	1,290909	0,145454	0,102852
О. глуп. / ум.	123	97	1,12844	0,881818	0,246622	0,174388
О. гряз. / чист.	116	116	1,054545	1,054545	0	0
О. плох. / хор.	115	158	1,045455	1,436364	0,390909	0,276414
О. прот. / прият.	56	97	0,509091	0,881818	0,372727	0,263558
О. низм. / велич.	54	54	0,490909	0,490909	0	0
О. отталк. / кр.	52	89	0,472727	0,809091	0,336364	0,237845
О. угловат. / округл.	24	16	0,21818	0,14545	0,07273	0,051428
О. горь. / слад.	10	28	0,090909	0,254545	0,163636	0,115708
О. шерох. / гладк.	9	17	0,08182	0,15455	0,072735	0,051428
О. прост. / слож.	-28	-26	-0,25455	-0,23636	0,18195	0,012862
С. трус. / храб.	104	115	0,945455	1,045455	0,1	0,070711
С. слаб. / сильн.	99	134	0,9	1,218182	0,318182	0,224989
С. тяж. / лег.	78	56	0,709091	0,509091	0,2	0,141421
С. мал. / больш.	73	65	0,66972	0,59091	0,07881	0,055727
С. несч. / сч.	68	80	0,618182	0,727273	0,109091	0,077139
С. гол. / сыт.	52	39	0,472727	0,354545	0,118182	0,083567
С. хил. / могуч.	50	69	0,454545	0,627273	0,172728	0,122137
С. мяг. / твер.	46	66	0,422018	0,6	0,177982	0,125852
С. жен. / муж.	-19	45	0,172727	-0,40909	0,581817	0,411407
С. груб. / неж.	0	37	0	0,336364	0,336364	0,237845
	1830	2927				

Таблица 5

**Результаты шкалирования текстов А. Свияша и Н. Козлова
(сортировка шкал по убыванию показателей)**

Шкалы (по убыванию показателя) (А. Свияш)	Сумма (А. Свияш)	Ср. ариф. (А. Свияш)	Шкалы (по убыванию показателя) (Н. Козлов)	Сумма (Н. Козлов)	Ср. ариф. (Н. Козлов)
страш. / безоп.	142	1,290909	плох. / хор.	158	1,436364
тем. / св.	129	1,172727	страш. / безоп.	155	1,409091
злой / добр.	126	1,172727	тем. / св.	150	1,363636
глуп. / ум.	123	1,12844	злой / добр.	142	1,290909
гряз. / чист.	116	1,054545	слаб. / сильн.	134	1,218182
плох. / хор.	115	1,045455	пасс. / акт.	132	1,2
трус. / храб.	104	0,945455	туск. / ярк.	125	1,136364
слаб. / сильн.	99	0,9	гряз. / чист.	116	1,054545
пасс. / акт.	93	0,845455	трус. / храб.	115	1,045455
туск. / ярк.	81	0,736364	печ. / рад.	108	0,981818
тяж. / лег.	78	0,709091	тих. / гром.	102	0,927273
несч. / сч.	68	0,618182	глуп. / ум.	97	0,881818
печ. / рад.	56	0,509091	прот. / прият.	97	0,881818
прот. / прият.	56	0,509091	отталк. / кр.	89	0,809091
низм. / велич.	54	0,490909	несч. / сч.	80	0,727273
тих. / гром.	54	0,490909	хол. / гор.	73	0,663636
отталк. / кр.	52	0,472727	хил. / могуч.	69	0,627273
гол. / сыт.	52	0,472727	мяг. / твер.	66	0,6
хил. / могуч.	50	0,454545	медл. / быст.	61	0,554545

Шкалы (по убыванию показателя) (А. Свияш)	Сумма (А. Свияш)	Ср. ариф. (А. Свияш)	Шкалы (по убыванию показателя) (Н. Козлов)	Сумма (Н. Козлов)	Ср. ариф. (Н. Козлов)
мяг. / твер.	46	0,422018	тяж. / лег.	56	0,509091
хол. / гор.	20	0,181818	низм. / велич.	54	0,490909
муж. / жен.	19	0,172727	грус. / вес.	47	0,427273
грус. / вес.	15	0,137615	гол. / сыт.	39	0,354545
горь. / слад.	10	0,090909	груб. / неж.	37	0,336364
медл. / быст.	4	0,036364	горь. / слад.	28	0,254545
груб. / неж.	0	0	округл. / угловат.	-16	-0,14545
гладк. / шерох.	-9	-0,08182	гладк. / шерох.	-17	-0,15455
округл. / угловат.	-24	-0,21818	прост. / слож.	-26	-0,23636
прост. / слож.	-28	-0,25455	муж. / жен.	-45	-0,40909
мол. / стар.	-28	-0,25455	больш. / мал.	-65	-0,59091
больш. / мал.	-73	-0,66972	мол. / стар.	-80	-0,72727
	Сумма 1600	Ср. ариф. 0,47038		Сумма 2081	Ср. ариф. 0,58272

Таблица 3 представляет подробное сопоставление количественных данных текстов Свияша и Козлова по факторам и шкалам. Поскольку большинство показателей количественно выше в тексте Козлова, мы возьмем его в качестве первого элемента сравнения.

В целом количественные показатели семантического шкалирования текста Н. Козлова превышают показатели текста А. Свияша — Активность 728 против 351, Оценка 1093 против 928, Сила 706 против 551, общая сумма 2527 против 1830 (см. данные табл. 2).

Фактор Активность в значительно большей степени выражен в тексте Козлова: «активный» 132 против 93 у Свияша, «яркий» 125 против 81, «радостный» 108 против 56, «громкий» 102 против 54, «молодой»

80 против 28, «горячий» 73 против 20, «быстрый» 61 против 4, «веселый» 41 против 15.

Фактор Сила также в основном количественно преобладает в тексте Козлова по сравнению с текстом Свияша: «сильный» 134 против 99, «храбрый» 115 против 104, «счастливый» 80 против 68, «могучий» 69 против 50, «твердый» 66 против 46, «мужественный» 45 против — 19, «тяжелый» (то есть индуцирующий напряжение) — 56 против — 78. Вместе с тем, по фактору Сила такие качества, как «величина», «сытость» («удовлетворенность»), «грубость», в тексте Козлова выражены меньше, чем в тексте Свияша: «большой» 65 против 73, «сытый» 39 против 52, «грубый» — 37 против 0.

Фактор Оценка следует рассмотреть по подвидам шкал. Из таблицы 3 видно, что в этом факторе показатели текста Козлова в основном выше. Общая оценка: «хороший» 158 против 115. Эмоциональная оценка (индуцируемые текстом эмоции): «безопасный» 155 против 142. Моральная оценка: «добрый» 142 против 126, «светлый» 150 против 129, «чистый» 116 против 116. Отметим равнозначность последнего показателя в обоих текстах. Эстетическая оценка: «приятный» 97 против 56, «красивый» 89 против 52, «величественный» 54 против 54 (!); «сладкий» 28 против 10, «округлый» -16 против — 24, «гладкий» — 17 против — 9. Отметим равнозначность показателя «величественный» и тот факт, что текст Козлова показался реципиентам более «округлым», но менее «гладким», чем текст Свияша. Интеллектуальная оценка представляет несколько иное соотношение «умный» 97 против 123, «сложный» — 26 против — 28.

Наиболее очевидной оказалась разница между двумя текстами по следующим показателям. Текст Козлова показался реципиентам заметно более мужественным (разница между средними арифметическими 0,581817, стандартное отклонение 0,411407; фактор Сила), более быстрым (разница 0,518181, стандартное отклонение 0,366409; фактор Активность), более горячим (разница 0,481818, стандартное отклонение 0,340697; фактор Активность), более радостным (разница 0,472727, стандартное отклонение 0,334268; фактор Активность), более молодым (разница 0,47272, стандартное отклонение 0,334264; фактор Активность), более громким (разница 0,436364, стандартное отклонение 0,308556; фактор Активность), более ярким (разница 0,4, стандартное отклонение 0,282843; фактор Активность). Далее, по убыванию количественных

показателей, текст Козлова представляется несколько более хорошим, приятным, активным, красивым, сильным, веселым.

В целом более высокие показатели факторов Активность и Сила в тексте Козлова закономерны, и объясняются они прежде всего содержательно-смысловым наполнением текстов (в меньшей степени — особенностями микролингвистических и макролингвистических свойств текста). Текст Козлова в большей степени выражает побуждение к действию, призывает совершать усилия воли, преодолевать трудности, «направлять свободу на благо», а текст Свияша — рекомендации не действовать, позволять вещам идти своим чередом⁵⁵. Важное место в тематической сетке текста Козлова занимает Муравей-Подвижник, «сильный духом и членами», и его подвиг, имеются обращения-призывы, связанные с деятельностью⁵⁶. Другими важными темами текста Козлова являются свобода, соотносящаяся с факторами Сила и Активность, и счастье, соотносящееся с фактором Сила (эмоциональная устойчивость и уверенность в себе). Что касается центральной тематики текста Свияша (безответная любовь, переживания по поводу несчастных, внутренняя лень и проч.), а также его содержательно-смысловых компонентов, то они в основном лежат в отрицательной области факторов Сила и Активность. Сама лексема «сильный» встречается у Свияша лишь при описании лени и желаний. Достаточно четко выражается негативное отношение к активности («усилиям»)⁵⁷.

⁵⁵ Ср. Рост и развитие личности — это ее движение вперед. Это действия, большие и малые. Надо определиться с главным — хотите ли вы двигаться и расти. Принимайте решение. И как только вы его приняли — двигайтесь, начинайте двигаться сразу (Н. Козлов), и Человеку, владеющему Методикой формирования событий, нет необходимости носиться по делам двадцать часов в сутки. Так поступают исключительно люди, полагающиеся только на свои силы. А специалисты по формированию событий могут достигать своих целей со значительно меньшими усилиями, а оставшуюся от хлопот часть свободного времени они могут посвятить саморазвитию, поскольку это невозможно делать на бегу (А. Свияш).

⁵⁶ Ср. Если ты молод и силен, ты можешь сделать много красивых и добрых вещей. Значит — вперед.

⁵⁷ Ср. Все это требует приложения больших усилий, что опять же требует воли, с которой могут быть сложности; Тогда Жизни не нужно будет применять по отношению к вам «воспитательные» процессы, блокируя возможность совершать какие-то усилия.

Обращает на себя внимание значительное расхождение между текстами по шкале «женственный — мужественный» (45 у Козлова против — 19 у Свияша). «Женственность» текста Свияша во многом связана с тем, что в двух случаях виртуальными пациентами Свияша, с которыми он ведет диалог, оказываются женщины. Немаловажную роль здесь также играют нерезкие ритмико-интонационные контуры высказываний, соответствующие сложным и усложненным предложениям текста. «Мужественность» текста Козлова объясняется в основном текстовой категорией персональности (здесь отчетливо выражена мускулиность образа автора), а также «мужским» стилем оформления высказываний (экспрессивность ритмико-интонационных контуров, повелительные предложения, короткие синтаксические конструкции, междометия, лексика, выражающая движение и др.).

Заметим, что в факторе Сила есть несколько показателей, по которым текст Свияша превосходит текст Козлова. Прежде всего он воспринимается как несколько более грубый, сытый и большой. Преобладание показателя грубости (0 против — 37) может объясняться встречающимися у Свияша формами коммуникации с виртуальными собеседниками⁵⁸. Причиной преобладания показателя «сытый» (52 против 39) может быть то, что здесь отражена позиция безразличия к проблемам несчастных⁵⁹. Преобладание показателя «большой» (73 против 65) объясняется определенными формально-композиционными качествами текста Свияша, который в целом больше по количеству слов, объему и длине синтаксических конструкций.

Что касается фактора Оценка, то и здесь в подфакторах общей, эмоциональной, моральной и эстетической оценок наблюдаются более высокие показатели текста Козлова по сравнению с текстом Свияша.

⁵⁸ Ср. А с какой стати он должен это делать? Почему вы решили, что так должно происходить?; А с какой стати? У вас просто наступило любовное огулление и вы потеряли способность реально оценивать окружающий мир.

⁵⁹ Ср. Встретив беспризорника или бомжа (лица без места жительства), поблагодарите Творца за то, что у вас есть жилье, каким бы оно ни было. Если вы встречаете тупого или неразвитого человека, то вместо его осуждения мысленно поблагодарите Творца за то, что он позаботился о вас и вашем развитии. Если вы едете на автомобиле и видите огромную очередь на автобус, то вместо сочувствия этим людям поблагодарите Творца за то, что вам не нужно стоять в этой очереди, и так далее. Тем самым вы сумеете избавиться от накопления переживаний по трубе «идеализация жизни».

Однако интеллектуальная оценка (показатель «умный») обнаруживает обратную тенденцию — здесь наблюдается заметное превышение показателей текста Свияша по сравнению с текстом Козлова (123 против 97). Количественное преобладание показателя шкалы «глупый — умный» в тексте Свияша, несомненно, объясняется научной по форме аргументацией автора, логичностью изложения, наличием «специальной» научной (или квазинаучной) лексики. При этом оба текста показали реципиентам достаточно простыми.

Таблица 5 представляет качества текста Козлова и Свияша в порядке убывания, из которых основными можно считать следующие (приводятся до показателя 0,6 среднего арифметического).

Текст Козлова: хороший (1,436364; Оценка), безопасный (1,409091; Оценка), светлый (1,363636; Оценка), добрый (1,290909; Оценка), сильный (1,218182; Сила), активный (1,2; Активность), яркий (1,136364; Активность), чистый (1,045455; Оценка), храбрый (0,945455; Сила), радостный (0,981818; Активность), а также громкий, умный, приятный, красивый, счастливый, молодой, горячий, могучий и твердый.

Текст Свияша: безопасный (1,290909; Оценка), светлый (1,172727; Оценка), добрый (1,172727; оценка), умный (1,12844; Оценка), чистый (1,054545; Оценка), хороший (1,045455; Оценка), а также храбрый, сильный, активный, яркий, легкий и большой.

Любопытно сопоставить полученные нами данные с оценками данных текстов с помощью программы ВААЛ, основанной на алгоритме А. Журавлева. Данная программа оценивает фонетико-коннотативные (фоносемантические) характеристики текстов, не принимая в расчет их иные формальные и содержательные показатели.

Общая сумма показателей и в этом случае выше для текста Козлова (221 против 205,8). Однако распределение по факторам фонетико-коннотативного дифференциала этих текстов значительно отличается от семантического дифференциала. Показатели Активности выше у текста Свияша (46, 7 против 19,3 у Козлова), причем первый текст (по фонетическому составу) оценивается как более горячий, веселый, радостный и яркий, хотя и менее быстрый, активный и громкий. Показатели Оценки текста Свияша значительно превышают соответствующие показатели текста Козлова (191 против 10), причем текст Свияша оценивается как более добрый, безопасный, гладкий, округлый, хороший, светлый, красивый и простой, хотя и менее величе-

**Сравнительные фонетико-коннотативные оценки текстов
Свияша и Козлова**

Факторы по убыванию в тексте А. Свияша		Факторы по убыванию в тексте Н. Козлова		Представленность факторов в тексте Свияша по сравнению с текстом Козлова	Свияш	Козлов
О. угл. / округл.	35,8	С. слаб. / сильн.	43,4	А. грус. / вес.	24,4	2,6
О. плох. / хор.	32,3	С. мал. / больш.	43	А. тих. / гром.	18,2	26,7
О. тем. / св.	26,6	С. хил. / могуч.	34,2	А. печ. / рад.	15,3	3,5
О. стр. / безоп.	25,4	О. низм. / велич.	30,2	А. хол. / гор.	13,2	-7,9
А. грус. / вес.	24,4	А. тих. / гром.	26,7	А. туск. / ярк.	8,8	7,8
О. отталк. / кр.	24,4	С. трус. / храб.	22,7	А. пас. / акт.	-6,5	4,1
О. низм. / велич.	23	С. неж. / груб.	22,5	А. медл. / быст.	-26,7	-17,5
О. шерох. / глад.	21,4	С. жен. / муж.	21,3	О. угл. / округл.	35,8	10,6
А. тих. / гром.	18,2	О. плох. / хор.	15,7	О. плох. / хор.	32,3	15,7
С. мал. / больш.	17,3	О. угл. / округл.	10,6	О. тем. / св.	26,6	-2,2
О. злой / добр.	15,5	О. отталк. / кр.	9,6	О. стр. / безоп.	25,4	-13,8
А. печ. / рад.	15,3	А. туск. / ярк.	7,8	О. отталк. / кр.	24,4	9,6
С. слаб. / сильн.	14,9	С. лег. / тяж.	4,7	О. низм. / велич.	23	30,2
А. хол. / гор.	13,2	А. пас. / акт.	4,1	О. шерох. / глад.	21,4	-0,8
А. туск. / ярк.	8,8	А. печ. / рад.	3,5	О. злой / добр.	15,5	-19,8
С. трус. / храб.	8,2	А. грус. / вес.	2,6	О. прост. / слож.	-13,4	-19,5
С. хил. / могуч.	-1,2	О. шерох. / глад.	-0,8	С. мал. / больш.	17,3	43
А. пас. / акт.	-6,5	О. тем. / св.	-2,2	С. слаб. / сильн.	14,9	43,4
С. лег. / тяж.	-7,5	А. хол. / гор.	-7,9	С. трус. / храб.	8,2	22,7
О. прост. / слож.	-13,4	О. стр. / безоп.	-13,8	С. хил. / могуч.	-1,2	34,2
С. неж. / груб.	-25,5	А. медл. / быст.	-17,5	С. лег. / тяж.	-7,5	4,7
А. медл. / быст.	-26,7	О. прост. / слож.	-19,5	С. неж. / груб.	-25,5	22,5
С. жен. / муж.	-38,1	О. злой / добр.	-19,8	С. жен. / муж.	-38,1	21,3
Сумма	205,8		221,1		205,8	221,1

ственный. Однако показатели Силы текста Козлова значительно выше, чем у текста Свияша (191,8 против -31,9), причем текст Козлова оценивается как более мужественный, грубый, сильный, могучий, большой, храбрый и тяжелый.

Вероятно, столь разительное несоответствие фонетико-коннотативных показателей семантическим объясняется включением в оценку семантического дифференциала реципиентами содержательно-смысловых, а также ряда формальных качеств текстов, не учитываемых при фоносемантической оценке. Поэтому оценка фоносемантических свойств текста представляется значительно более ограниченным инструментом определения воздейственности текста.

Итак, в целом эксперимент по шкалированию показал, что текст Н. Козлова является более воздейственным с точки зрения внушения по сравнению с текстом А. Свияша. Это подтверждает наши прогнозы о более позитивном внушающем эффекте текста Н. Козлова, сделанные на основании системного анализа аргументативных и суггестивных средств этих двух текстов. Что касается фоносемантического анализа с помощью программы ВААЛ, то его результаты не подтвердили нашего прогноза и оказались в значительном противоречии с данными реального эксперимента (в характеристике текстов по факторам Оценка и Активность). Мы полагаем, что последнее показывает ограниченность фоносемантического анализа и подтверждает тот факт, что смысловая сторона текста оказывается для реципиентов значительно важнее его фоносемантической стороны.

2.5.2. Топологический эксперимент как способ выявления убеждающего воздействия текста

Эффективность аргументации в текстах выявлялась нами при помощи их топологического (тезисного) анализа — выделения топосов текста и экспериментального предъявления полученных тезисов реципиентам для выявления их согласия или несогласия с ними. Для краткости эта методика названа нами «топологическим экспериментом».

Мы считаем, что приемлемость топики текста для реципиента является важным показателем эффективности речевого воздействия этого текста. Очевидно, что положительный эффект речевого воздействия, точнее, его убеждающего компонента, будет оцениваться согла-

сием реципиентов с топикой текста. Чем выше показатели согласия, тем убедительнее текст для того или иного реципиента и для реципиентов в целом.

Вначале проводится топологический анализ, в результате которого текст фрагментируется на топосы (основные тезисы). Словесное оформление и логика рассуждений предельно приближены к оригиналу, но содержание сокращено до самых важных топосов, несущих центральные смыслы в аргументации автора. Таким образом, оба экспериментальных текста были разделены на 19 тезисов. Затем полученные тезисы (38) были оформлены в виде сплошной анкеты с вопросом «Согласны ли вы со следующими утверждениями?», предъявлены реципиентам и оценены ими с помощью выбора одного из трех вариантов ответа — «Да — Нет — Отчасти». Ответ «да» оценивался двумя баллами, ответ «отчасти» — одним баллом, и ответ «нет» означал ноль баллов. Всего было опрошено 38 человек, студентки и студенты Челябинского госуниверситета. Анализ данных топологического эксперимента проводился с помощью обчета положительных и отрицательных результатов опроса.

Ниже приведены топосы к обоим экспериментальным текстам, оформленные в виде анкеты. Задание: Согласны ли вы со следующими утверждениями? Обведите кружком свой ответ.

- 1) Мнение, что любовь должна быть ответной, — не более чем фантазия, субъективное видение мира. Ожидание ответной любви от объекта страсти — это идеализация отношений между людьми.
- 2) Оттого, что человек в кого-то влюбился, ничего в мире не изменилось. У каждого человека своя система ценностей, свой мир, свои идеалы, свои ожидания, свои «воспитательные» процессы, и никто никого не обязан полюбить в ответ.
- 3) Вместо «любви-обмена» я выбираю «любовь-дарение». Я дарю свою любовь любимому человеку и ничего не требую взамен. Я благодарю Жизнь за то, что она дала мне такое прекрасное чувство, как любовь, и человека, достойного моей любви.
- 4) Если объект моей любви обратит на меня внимание и испытает ко мне какие-то чувства, то это будет замечательно. Но, в принципе, я этого не требую. Я понимаю, это не более чем мои ожидания, мои претензии к миру, к жизни.

- 5) Переживания по поводу наличия в нашем мире нищих, больных и еще каких-то несчастных людей есть идеализация жизни.
- 6) Надо научиться принимать мир таким, каков он есть. Если человек болен или беден, то он сам создал себе такую жизнь.
- 7) Переживая по поводу несправедливостей жизни, человек фактически осуждает наш мир и того, кто им руководит, — Творца.
- 8) Самые милосердные мысли, проявленные в избыточной мере, могут стать суждением, то есть грехом.
- 9) Вместо осуждения несправедливостей, происходящих с другими людьми, я предпочту поблагодарить Творца за то, что у меня есть то, чего нет у этих людей.
- 10) Встретив беспризорника или бомжа, надо поблагодарить Творца за то, что у вас есть жилье, каким бы оно ни было. Тогда вы всегда будете полны благодатных мыслей, и Жизнь будет вполне благосклонна к вам.
- 11) Не стоит перенапрягать свои физические и умственные ресурсы, стараясь избавиться от «лени». У человека есть определенные врожденные качества личности, энергетический потенциал и другие особенности организма, которые трудно изменить.
- 12) Конечно, с помощью специальных тренировок можно очень сильно увеличить ресурсы организма в любом направлении, но все это требует приложения больших усилий, что опять же требует воли, с которой могут быть сложности. В итоге практически всегда получается, что реальность не соответствует ожиданиям, и начинаются переживания.
- 13) Нужно полюбить себя такого, какой вы есть. Тогда Жизни не нужно будет применять по отношению к вам «воспитательные» процессы, делая ваши усилия безуспешными или блокируя возможность их совершать.
- 14) Человек может молитвой и просьбой у Высших сил сформировать нужные ему события. Поэтому нет необходимости носиться по делам двадцать часов в сутки.
- 15) Бог (Высшие силы, Жизнь) слышит обращение к нему любого человека в любой момент времени, другое дело, что человек должен четко сказать, чего же именно он хочет.
- 16) Неконкретность порождает ситуации, когда кажется, что Бог нас не слышит или он не хочет вам помочь. На самом деле он

- хочет, но он не знает, чего именно мы хотим. Пока человек конкретно не скажет, чего именно он хочет, он будет что-то получать, но это может быть совсем не то, на что он рассчитывал.
- 17) Желание производить только хорошее впечатление — говорить умные вещи, замечательно выглядеть и т.д. — это идеализация собственного совершенства. Это вредит человеку — он боится публично выступать, знакомиться и т.д. Нужно научиться быть несовершенным.
- 18) Если люди смеются, то пусть себе развлекаются, я посмеюсь над собой вместе с ними; а если кому-то не нравится моя речь, тот может выйти — примерно так относится к жизни человек, не имеющий комплексов.
- 19) Страх быть несовершенным, глупым, назойливым или еще каким-то не очень хорошим человеком — это всего лишь комплексы. Люди воспримут человека любым, каким он себя им предьявит. Так что надо расслабиться и говорить то, что хочется.
- 20) В какой бы подвиг ни превратил свою жизнь человек, максимальный смысл ее в масштабах человечества будет невелик. Любая человеческая жизнь по большому счету — бессмысленна, и это прекрасно: когда у человека что-то не выходит, можно расслабиться и успокоиться.
- 21) Жизнь не всегда есть череда обломов. Если ты молод и силен, ты можешь сделать вокруг себя много красивых и добрых вещей. Значит — надо действовать!
- 22) Условие бодрости животного — подвижность, условие долгой и бодрой жизни человека — работа. Работая, надо не отрабатывать, а делать то, что по-настоящему нужно людям.
- 23) Терапия большим и добрым делом есть самая эффективная психотерапевтическая процедура.
- 24) Надо делать каждый день хотя бы один шаг к намеченной цели.
- 25) Иметь свободу — необходимо, но недостаточно — это только возможность Человека, но не сам Человек. Человек начинается тогда, когда он направляет свою свободу на благо, чтобы он свободно и осознанно выбирал делать добро.
- 26) Что бы ни случилось, нужно внушать себе, что все хорошо, тогда действительно все будет хорошо.

- 27) Если вас одолевают проблемы, то надо перестать думать и начать жить ощущениями. Надо выйти из-под гипноза ума и увидеть лицо человека, почувствовать свое тело, услышать звуки и голоса — научиться жить «здесь и сейчас», в живом мире ощущений. Тогда проблемы уходят.
- 28) Запреты, скука, тоска, слабость, поиск смысла жизни — это искусственное, наносное.
- 29) Образец счастья — счастливые дети, которые скачут на одной ножке, готовы прыгать до неба и визжат от радости. Дети знают, что счастье — это когда ясное солнышко и голубое небо, и когда тебя все любят. Взрослые должны себя чувствовать также.
- 30) Счастье — это ясное солнышко и голубое небо. Когда душа прозрачна, как у ребенка, солнце легко проникает в нее. Когда между человеком и миром встает завеса ума, мир делится надвое. Но и тогда счастье можно, как солнышко, включать во внутреннем мире.
- 31) Есть душа внешняя, а есть внутренняя. Внешняя душа — оболочка души внутренней, ее защитница и слуга. В то же самое время она — орган чувствительности, такой же, как глаз и ухо. Она должна быть чуткой к чужой боли, грусти, понимать подтекст слов, ловить изменения настроения.
- 32) Внутренняя душа всегда должна пребывать в блаженной и светлой радости.
- 33) Рост и развитие личности — это ее движение вперед. Это действия, большие и малые. Надо определиться с главным — хотите ли вы двигаться и расти. Принимайте решение. И как только вы его приняли — двигайтесь, начинайте двигаться сразу.
- 34) Приняв решение об изменении себя и своей жизни, нужно действовать сразу же. Нельзя размышлять — размышление всегда докажет вам, что для вас это слишком трудно. Нельзя «стараться», нельзя «обещать» себе, потому что это значит откладывать движение в будущее, а будущего — нет. Есть только настоящее, которое вы отдаете каждую секунду, если не используете его.
- 35) Нет обстоятельств, которые делали бы человека жертвой обстоятельств — если только сам человек не признает их. Человек

- всегда свободен и всегда волен делать выбор. Человек таков, в какого себя он верит.
- 36) Пока человек верит, что его будущее задается его прошлым, он никогда не оказывается в будущем, но только раз за разом воспроизводит свое прошлое.
- 37) Человек должен принять, что за себя, свою жизнь и поступки отвечает не прошлое и не обстоятельства, а он сам — тогда он начинает жить другой жизнью, свободной и ответственной. Оторваться от прошлого можно только рывком, через Решение и слово, а позже — оправдание слова.
- 38) Свобода — в выборе и деятельности в направлении выбора. Когда мы не принимаем решение о Будущем, мы принимаем решение о воспроизведении прошлого.

В целом степень согласия реципиентов с тезисами Козлова (20—38) — 1027 — выше, чем с тезисами Свияша (1—19) — 779. Можно видеть, что большинство реципиентов согласилось с тезисами: *Рост и развитие личности — это ее движение вперед. Это действия, большие и малые. Надо определиться с главным — хотите ли вы двигаться и расти. Принимайте решение. И как только вы его приняли — двигайтесь, начинайте двигаться сразу (74) и Жизнь не всегда есть череда обломов. Если ты молод и силен, ты можешь сделать вокруг себя много красивых и добрых вещей. Значит — надо действовать! (73).* Также высока степень согласия с тезисами о том, что *Надо делать каждый день хотя бы один шаг к намеченной цели (70); Человек должен принять, что за себя, свою жизнь и поступки отвечает не прошлое и не обстоятельства, а он сам — тогда он начинает жить другой жизнью, свободной и ответственной. Оторваться от прошлого можно только рывком, через Решение и слово, а позже — оправдание слова (69) и Если люди смеются, то пусть себе развлекаются, я посмеюсь над собой вместе с ними; а если кому-то не нравится моя речь, тот может выйти — примерно так относится к жизни человек, не имеющий комплексов (68).*

Меньше всего реципиенты согласны с тем, что *Человек может молитвой и просьбой у Высших сил сформировать нужные ему события. Поэтому нет необходимости носиться по делам двадцать часов в сутки (21); Не стоит перенапрягать свои физические и умственные*

Показатели согласия реципиентов с топикой текстов

№ анк. вопр.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	Всего
	0	2	2	0	0	2	2	2	0	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	2	2	0	1	1	2	1	1	30	
	0	2	2	0	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	0	2	0	2	0	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	61	
	2	1	2	2	1	1	2	0	0	2	0	2	0	0	1	0	1	2	2	0	2	0	1	2	1	2	1	0	1	2	0	2	1	2	2	1	2	45	
	2	0	1	0	1	1	1	2	0	0	2	0	2	0	0	1	2	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	2	2	2	2	1	32	
	0	2	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	2	0	0	2	1	2	0	0	0	1	0	2	0	1	0	0	1	2	2	0	0	0	2	25	
	1	1	1	0	2	2	2	2	0	2	2	0	2	1	2	2	0	1	2	1	0	2	0	1	2	2	2	0	2	1	1	2	2	0	1	0	2	48	
	2	1	0	0	2	1	0	2	0	2	2	2	2	1	1	0	0	2	1	0	0	1	0	1	0	2	0	2	2	2	0	0	0	1	1	1	1	36	
	0	1	0	0	0	1	2	2	0	0	0	0	2	0	2	2	2	0	2	0	2	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	2	2	0	27	
	0	1	0	0	2	1	0	2	0	1	2	2	0	2	2	2	0	1	2	0	0	2	2	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	2	2	1	0	35
	1	1	0	0	2	0	1	2	2	0	2	2	0	2	2	2	0	2	2	0	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	48		
	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	2	0	1	2	0	1	2	0	0	0	2	1	0	1	1	0	0	2	1	2	0	2	1	23	
	1	1	1	0	1	1	2	2	0	2	2	0	2	2	1	2	0	2	1	2	1	2	0	1	2	0	0	2	1	2	2	0	1	2	1	2	48		
	1	0	1	0	2	1	2	2	2	1	0	2	0	2	2	2	2	1	2	0	0	2	2	1	2	2	1	2	2	1	0	2	2	1	2	2	52		
	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	2	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	2	1	0	1	21	
	0	1	0	0	2	1	1	2	2	2	0	2	2	0	2	2	2	0	2	1	0	2	2	1	2	2	2	1	0	2	2	0	2	2	2	2	1	2	51
	0	1	0	0	2	1	2	2	0	2	2	2	2	0	2	2	2	0	2	1	0	0	1	1	2	1	0	1	2	1	0	1	1	2	2	1	2	44	
	1	2	0	0	2	1	1	2	0	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	0	2	0	0	0	0	2	0	0	1	1	2	2	2	2	2	44	
	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	68	

№ анк. вопр.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	Всего
	1	0	1	0	2	1	0	2	0	2	0	2	2	1	2	0	1	2	0	0	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	2	2	2	2	1	2	2	41
	1	0	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	2	2	2	1	2	1	2	0	0	0	27	
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	1	2	73	
	2	1	2	2	1	0	0	2	2	2	2	1	2	2	2	0	2	1	1	2	2	2	1	1	2	0	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	59	
	1	2	2	1	2	0	0	2	2	2	0	0	2	1	2	1	2	2	2	1	2	0	2	2	1	1	0	1	1	1	2	1	0	0	2	1	2	47	
	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	0	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	70		
	1	0	2	2	1	2	2	2	2	2	2	0	2	2	1	0	2	0	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	61		
	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	0	2	2	2	1	2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	0	1	2	0	0	1	2	2	2	1	1	52	
	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	2	0	2	2	0	0	0	1	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	2	0	2	2	2	2	1	36		
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	1	2	0	0	0	0	2	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	2	2	1	1	1	24		
	0	0	2	0	1	1	2	1	2	1	0	2	2	2	2	2	0	1	2	1	0	2	2	2	2	2	0	2	2	2	1	2	0	1	2	2	51		
	1	0	2	2	2	2	0	2	2	2	0	2	2	2	2	2	0	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	0	1	2	2	58		
	2	0	2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	0	1	1	1	2	0	2	57	
	0	2	1	2	0	2	2	2	2	0	2	0	2	0	2	2	0	0	2	1	2	2	2	1	1	0	0	2	0	2	1	2	1	0	2	1	2	46	
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	74		
	1	0	2	0	2	2	2	2	2	2	0	0	2	0	2	2	2	2	2	1	2	2	2	0	1	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	0	2	57	
	2	0	1	0	2	0	0	2	2	2	2	2	0	2	1	2	0	2	0	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	0	1	2	2	2	2	1	51	
	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	0	2	2	2	2	1	2	64		
	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	69	
	0	1	2	0	1	0	0	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	2	1	2	2	2	2	2	1	0	1	0	2	1	2	1	2	2	1	51		

ресурсы, стараясь избавиться от «лени». У человека есть определенные врожденные качества личности, энергетический потенциал и другие особенности организма, которые трудно изменить (23); Запреты, скука, тоска, слабость, поиск смысла жизни — это искусственное, наносное (24) и Переживания по поводу наличия в нашем мире нищих, больных и еще каких-то несчастных людей есть идеализация жизни (25).

Нельзя не отметить, что такое распределение мнений соответствует бытующим стереотипным представлениям: о совершении красивых и добрых дел, силе и бодрости молодых (ср. в РАС делать > добро — 26; добро > дело — 1; стараться > делать добро — 2; труд > на благо — 11; трудиться > на благо — 2; молодость > бодрая — 1; молодой > сила — 1; доброта > красота — 2); о важности развития, деятельности, принятия решения (развитие > рост — 2; развитие > движение — 2; развитие > личность — 1; движение > вперед — 24; принимать / принять решение — 132; делать > шаг — 3); о способности посмеяться над собой и насущности борьбы с комплексами (смеяться > над собой — 7; комплекс > неполноценности — 33).

Закономерно также неприятие тезисов, расходящихся со стереотипными представлениями или несовпадающих со стереотипными оценками концептов: ср. представления о лени и необходимости заниматься делами (делать > дело, лень > тоска, порок, слабость, гадкая); отношение к тоске, скуке, поиску смысла жизни как к состояниям более серьезным, чем нечто «наносное, искусственное»; положительное оценивание ума и подвига (подвижничества).

Несколько противоречат нашим выводам о стереотипном отношении к несчастным и опустившимся людям довольно высокие оценки тезисов 6, 9 и 10 — 48, 35 и 48. Можно предположить, что доводы Свяша о принятии мира, греховности осуждения Творца и благостных мыслях сумели переубедить реципиентов. Возможно также, что в данном случае речь может идти о видоизменении стереотипных представлений, происходящих в настоящее время.

Итак, как показал топологический анализ, текст Н. Козлова является более воздейственным с точки зрения убеждения по сравнению с текстом А. Свяша. Это подтверждает выводы, сделанные нами на основании системного анализа аргументативных и суггестив-

ных средств текстов о большем аргументативном потенциале текста Н. Козлова и о большем соответствии топики этого текста стереотипным представлениям⁶⁰.

Выводы по главе 2

Явление речевого воздействия так или иначе затрагивает все основные компоненты речевой коммуникации — сам текст (компонент локуции), отправителя сообщения (точнее, его интенции, или иллюкутивные цели), получателя сообщения (изменения в его психике, поведении, его спонтанные реакции, то есть перлокутивный эффект). Соответственно, можно изучать проявление РВ на всех основных этапах речевого общения — «на входе», то есть в области авторского замысла, авторских интенциональных структур; в тексте, в области актуализации интенций с помощью лингвистических средств; и «на выходе», то есть в области восприятия сообщения (с помощью выявления уровня понимания текста, полноты, глубины, прочности запоминания, анализа экспериментальных данных оценки текстов и т.д.).

Применяемый нами системный подход к изучению речевого воздействия предполагает разработку комплексной методологии его исследования, включающей иллюкутивный, перлокутивный и локутивный ракурсы рассмотрения этого явления и соответствующие этим ракурсам методики. Каждая из этих методик по отдельности раскрывает те или иные грани речевого воздействия, а в совокупности все три представляют его в целостности и полноте. При этом выводы

⁶⁰ Очевидно, что комплексный анализ речевого воздействия может быть применим только к кратким произведениям либо к отдельным фрагментам объемных произведений, но не может быть применен к текстам, объем которых составляет целую книгу или несколько томов. Такие тексты, отражающие во всей полноте концепции их авторов, отличаются слишком большой структурной и когнитивно-фреймовой сложностью. Мы считаем, что наиболее приемлемой методикой для изучения убедительности объемных воздейственных текстов является приведенный нами выше топологический анализ текста. Топологический (фреймово-тезисный) анализ емко, но в основном полно описывает идеи текстов и подготавливает материал для анкетирования с целью выявления его аргументативности.

относительно эффективности речевого воздействия того или иного текста, по нашему предположению, в общем совпадают, какую бы из трех методик мы не использовали.

Глава 2 посвящена исследованию речевого воздействия в ракурсе локуции, то есть с точки его проявления в текстовой ткани. Отметим, что многие из существующих в настоящее время лингвистических методик изучения речевого воздействия ограничиваются отдельными аспектами РВ: так, интен-анализ изучает иллокутивные цели текста; контент-анализ — текстовые коннотации на основании процентного соотношения слов того или иного семантического поля, методики выявления эмоционально-смысловых доминант стремятся определить эмоционально-оценочные характеристики текстов и так далее. Недостатком этих методик, с нашей точки зрения, являются односторонность объекта рассмотрения, а также акцентирование суггестивного воздействия при практически полном игнорировании убеждения и побуждения. Мы предлагаем методику лингвистического исследования воздейственности текстов, которая по возможности учитывала бы все его аргументативные и суггестивные свойства.

Предлагаемая нами методика лингвистического анализа воздейственного потенциала текстов состоит из ряда этапов. На первом этапе с помощью статистических подсчетов определяется процентное соотношение фрагментов текста, выражающих речевые акты убеждения, внушения и побуждения. На втором этапе рассматривается аргументативный и суггестивный потенциал текстового материала — как в формально-лингвистическом, так и в смысловом аспекте. Затем дается прогноз относительно степени успешности коммуникации с помощью анализируемого текста, то есть относительно перлокутивного эффекта. Наконец на этапе верификации результатов анализа проводятся два эксперимента — на подтверждение выводов об убедительности текста (методом топологического анкетирования на предмет степени принятия топики того или иного текста (согласен — не согласен)) и на подтверждение выводов о его внушающем воздействии (методом семантического дифференциала текста по классическим 15 факторам).

Нами исследовался специфический материал — тексты популярной психологии, в которых предметные цели коммуникации значительно преобладают над информированием и поддержанием отношений, причем среди этих целей основными являются психотерапевтическое, вос-

питательное и корректирующее речевое воздействие на реципиентов. Мы выяснили, что тексты популярной психологии относятся к научно-популярному подстилю научного функционального стиля (с элементами публицистического, художественного и разговорного стилей) и представляют собой специальный жанр научно-популярной литературы, состоящий, в свою очередь, из ряда поджанров, определяемых по тематическому признаку: «искусство общения»; отношение к себе, к другим, к различным аспектам жизни; терапия конкретных психологических проблем; достижение личного успеха в различных областях; самосовершенствование, самоактуализация, «личностный рост», тренировка отдельных способностей; решение проблем здоровья и его укрепление с помощью психотехник.

Осознавая своеобразие текстов популярной психологии как воздейственного дискурса, мы, тем не менее, считаем, что большинство выводов относительно речевого воздействия в них, а также предлагаемая комплексная методология оценки РВ могут быть экстраполированы и на другие виды воздейственных дискурсов (например, на сферы массмедиа, педагогики, делового общения, судебного ораторства и т.п.).

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПЛАНАХ АДРЕСАНТА И АДРЕСАТА

3.1. Интенционально-смысловой и дискурсивно-коммуникативный аспекты речевого воздействия

В ракурсах участников текстовой коммуникации РВ предстает как взаимодействие интенционально-смысловых и дискурсивно-коммуникативных характеристик. Первые включают в себя: 1) прагматические намерения (интенциональные состояния) коммуникантов текста по отношению друг к другу; 2) личностные смыслы коммуникантов — непосредственно топоры (общие идеи), отраженные в высказываниях адресанта, а также их взаимодействие с личностными смыслами адресата. Вторые содержат: 1) дискурсивный аспект ситуации коммуникации и особенности личностей коммуникантов (их социальные, культурные, этнические и др., а также гендерный и возрастной параметры); 2) используемые коммуникативные стратегии и тактики передачи смысла и его интерпретации.

Мы исходим из того, что дискурсивно-коммуникативный аспект речевого воздействия носит подчиненный характер по отношению к интенционально-смысловому аспекту. Важнее то, что говорят и подразумевают, чем то, как говорят и какие риторические, диалоговые и лингвистические средства убеждения и внушения используют. Вторичным является и социолингвистический аспект РВ, хотя он и обеспечивает своеобразный фон процесса коммуникации. Поэтому в нашей работе мы концентрируемся на исследовании интенционально-смыслового аспекта текстового воздействия.

Важными парадигмами рассмотрения интенционально-смыслового аспекта речевого воздействия являются деятельностный подход (А.Н. Леонтьев и его последователи), постулирующий детерминированность человеческих знаний, когнитивных схем и общения деятельностью, и «семиосоциопсихологический» подход (Т.М. Дридзе), который рассматривает речевое сообщение или текст как динамическую

единицу коммуникации, отражающую осознанную и целенаправленную активность индивида при взаимодействии его со средой. Эти подходы рассматривают и производство текста, и его смысловое восприятие как результат стремления индивидов решить ту или иную жизненную проблему и предполагают *сущностное*, а не *дискурсивное* рассмотрение текста [Дридзе 2000]. Сущностное рассмотрение означает, что исследователь текстового воздействия концентрируется прежде всего на интенционально-смысловой сфере коммуникантов, изучает «интенциональные состояния» адресанта и трансформации смысловых структур адресата.

Коммуникативная деятельность мотивирована, целеобусловлена и имеет собственный механизм зарождения и реализации. Со стороны отправителя текстового сообщения существенно, что текст является основным коммуникативным макрознаком, появляющимся в результате языкового кодирования коммуникативных намерений автора. Со стороны получателя существенно, что в любом тексте как целостно-содержательном образовании содержится программа по осмыслению этих намерений, заложен механизм их декодирования.

Исследование речевого воздействия с точки зрения участников коммуникации требует привлечения данных психологии и герменевтики, поскольку смысл — не столько лингвистическое, сколько психологическое и герменевтическое явление. Точнее говоря, методы и терминологический аппарат в изучении РВ заимствуются из психологии и герменевтики, а тексты выступают не как объекты собственно лингвистического анализа, а как материал для анализа смысловых структур коммуникантов. Заметим, что экстраполяция психологических и герменевтических знаний на лингвистическое исследование не является чем-то новым, это давняя практика психолингвистики и лингвогерменевтики (к примеру, на психологических понятиях основан интен-анализ, на понятиях герменевтики — лингвогерменевтическая интерпретация художественных текстов и т.д.).

3.1.1. Смысл в герменевтическом аспекте

Как научное понятие смысл имеет несколько основных значений, отражающих логический, лингвистический, семиотический, герменевтический либо психологический подходы к этому явлению. Из оте-

чественных исследований, посвященных проблемам смысла, следует упомянуть работы Г.И. Богина [1986, 1989, 2001 и др.], А.В. Бондарко [1978], С.А. Васильева [1988], И.Р. Гальперина [1981], Д.А. Леонтьева [2002], А.И. Новикова [1999, 2000], М.И. Откупщиковой [1982], Р.И. Павилениса [1983], Н.А. Слюсаревой [1963], Э.Д. Сулейменовой [1989], Г.А. Чупиной [1994]. Для такого материала, как воздейственные тексты, наиболее актуальными представляются герменевтический и психологический подходы к изучению смысла, именно в этих аспектах мы будем раскрывать понятие смысла в нижеследующем изложении.

Герменевтический подход к определению смысла отражает проявление последнего в процессе коммуникации, в процессе взаимодействия ментальных структур коммуникантов. В этом отношении смысл есть, во-первых, целостное идеальное содержание какого-либо высказывания (научного, философского, художественного), не сводимое к значениям составляющих его частей и элементов, но само определяющее эти значения [БЭС 1977]. Герменевтика проводит более тонкое различие между содержанием и смыслом: так, содержание формируется «наращиванием» значений, тогда как смысл — «растягиванием» содержания, приводящим к появлению метасмыслов. По мнению Г.И. Богина, смыслообразование можно представить в виде растягивающихся нитей, поперечный срез пучка которых есть схема действия реципиента при понимании текста [Богин Г.И. 1989].

Смысл текста характеризуется следующими признаками: недоступность в прямом наблюдении; инвариантность (допускающая, тем не менее, возможность перефразирования, иносказания); актуальность, ситуативность, субъективность; имплицитность или неполная эксплицируемость смысла (недоступность его полному восприятию); концептуальность — включенность смысла в единую (общечеловеческую) картину мира и возможность существования над языками [Сулейменова Э.Д. 1989].

Смысл в герменевтическом понимании традиционно отграничивается от значения: так, в отличие от значения, соотносимого с языком, он имеет внеязыковую когнитивную и ситуативную обусловленность, соотносится с речью — актуализированными значениями слов; возникает на языковых уровнях выше лексемы, так как связывается с явлением предикации (мы можем говорить о смысле предложений (высказываний), сложных синтаксических целых и текстов). Можно

говорить и о смысле изолированного слова — в этом случае смысл соответствует его ассоциативным связям; таким образом, смысл есть потенция к множественной референции слова, определяющаяся не контекстным окружением слова, а способностью его генерировать значения на уровне имени. Значения существуют имманентно и узואльно, смысл же предполагает всю перспективу новых производных значений, причем культурно-исторические и конкретно-прагматические доминанты определяют ракурс, высвечивают направление смыслового поиска. Несмотря на общую составляющую, смысл уникален для каждого индивида, в то время как значение универсально для всех носителей того или иного языка и культуры. С другой стороны, значения слов в разных языках вариативны, так как не совпадают ни по содержанию, ни по объему, а смысл универсален, представляет собой инвариантное содержание отражательной деятельности человека.

Смысл соотносится с трансформациями «ментальных образований» субъектов коммуникации, связанными с производством и смысловым восприятием текста. Непременной составляющей ментальных структур является актуальная ценность, значимость для субъектов тех или иных предметов, поступков, действий (в случае письменной коммуникации — ценность идей текста для автора и читателя). Эта ценность определяется через более широкий контекст и проявляется через интенцию, или энтелехию (целевую направленность деятельности) [Чупина Г.А. 1994, Леонтьев Д.А. 2002]. Со стороны адресанта сообщения, смысл в таком понимании эквивалентен совокупности его отношения к предмету коммуникации, замысла и стратегии реализации этого замысла с помощью текста. Со стороны адресата смысл эквивалентен интерпретации и пониманию сообщения, осмыслению предмета коммуникации, а также смысловым структурам и мотивам деятельности, появляющимся у адресата в результате восприятия.

Проблема трансформаций смысловых структур адресата как результата диалога со смысловыми структурами адресанта до сих пор остается мало освещенной. В определенной степени ее разработка намечена в концепции смысловой предикации, предложенной Н.И. Жинкиным [1982] и развиваемой Т.М. Дридзе, И.А. Зимней, А.М. Шахнаровичем и др. (модели Жинкина и Шахнаровича конспективно представлены в 1.2). Также имеются попытки классификации принципов трансформаций при переводе (например, [Масленникова Е.М. 2000]).

С нашей точки зрения, наработки в области трансформаций смысла при переводе можно использовать и для оценки трансформаций смыслов при восприятии текста.

3.1.2. Смысл в психологическом аспекте

В психологическом аспекте смысл выступает как элемент когниции и аксиологизации окружающего мира. Это понятие трактуется как отношение между субъектом и объектом или явлением действительности, которое определяется местом объекта (явления) в жизни субъекта, выделяет этот объект (явление) в образе мира и воплощается в личностных структурах субъекта [Леонтьев Д.А. 2002: 112—114]. Становясь структурным элементом сознания, смысл также регулирует динамику деятельности, поведения субъекта по отношению к данному, сходному или смежному объекту (явлению). Ф. Феникс выделяет такие параметры смысла, как: переживание, рефлексивное самосознание, опосредующее поведенческие реакции; логические принципы структурирования этого переживания; выбор значимых смыслов из множества потенциальных комбинаций и разработка их в русле сложившихся в цивилизации традиций; выражение смысловых структур посредством соответствующих символических форм (цит. по [Леонтьев Д.А. 2002: 46—47]).

Обнаруживаются три плоскости существования смыслов: плоскость объективных отношений, плоскость образа мира и плоскость психологического субстрата. В плоскости объективных отношений между субъектом и миром находится жизненный смысл — объективная характеристика места и роли объектов, явлений и событий действительности и действий субъекта в контексте его жизни. В плоскости образа мира в сознании субъекта существует личностный смысл — эмоционально окрашенная репрезентация объектов, явлений и событий либо их структурная трансформация в соответствии с мотивами, потребностями и ценностями субъекта (выделение сознанием того, что значимо для субъекта, осмысление места объектов в его образе мира). В плоскости психологического субстрата смысла (неосознаваемых механизмов внутренней регуляции жизнедеятельности) существуют смысловые структуры личности — смысловые несущие жизненные отношения, образующие целостную систему и обеспечивающие регуляцию жизнедеятельности

субъекта в соответствии с логикой жизненной необходимости.

Понятие смыслообразования, производное от понятия смысла, понимается, во-первых, как обнаружение объективно существующих связей между предметами и явлениями действительности, во-вторых, как формирование личностного смысла предметов, явлений, идей и т.д., выражающего пристрастное отношение к ним, и в-третьих, как процесс образования, функционирования и развития ценностно-смысловых структур личности, непосредственным источником которого являются ее потребности и мотивы.

Согласно Д.А. Леонтьеву, есть следующие способы смыслопорождения [Леонтьев Д.А. 2002: 133—138]:

1. Замыкание жизненных отношений (импринтинг, по В.К. Виллюнасу, опредмечивание потребности, по А.Н. Леонтьеву, фиксация установки, по Д.Н. Узнадзе) — «встреча субъекта с объектом или явлением, результатом которой становится неожиданное спонтанное обретение этим объектом весомого жизненного смысла».
2. Индукция смысла — смысловая рационализация деятельности, изначально лишенной смысла (внешнее принуждение).
3. Идентификация с определенной социальной группой или общностью в процессе социогенеза — присвоение смысловых ориентаций.
4. Инсайт, или просветление, — «внезапное интуитивное усмотрение смысла там, где только что ничего не было». Сознание находится, как правило, в неструктурированном состоянии, не дающем увидеть истину, и привести к истине может не движение, не исследование, а определенная структура, которую может придать сознанию какое-то переживание, текст, произведение искусства и т.п. «Истина появляется тогда, когда твоя, действительно тобою испытанная жизнь как бы всплывает в тебе очищенная и ясная» (М.К. Мамардашвили).
5. Столкновение смыслов — перестройки, обретение новых смыслов, разрушение старых.
6. Полагание смысла — особый экзистенциальный акт, в котором субъект своим сознательным и ответственным решением устанавливает значимость чего-либо в своей жизни.

Уже в фазе объективного смыслообразования (образования «жизненных смыслов»), отражающего когнитивную деятельность субъекта по выявлению отношения объектов и явлений действительности друг к другу и к его жизнедеятельности, обнаруживается ассоциативная взаимосвязь концептов, включенных в фоновую ситуацию их восприятия. Например, концептуализация стула зависит от ситуации, в которой происходит моделирование: мягкий стул в гостиной предполагает ассоциирование с соответствующей обстановкой (гостиной), психическим состоянием (расслабление, релаксация); выбор другого члена категории в качестве объекта концептуализации (например, стул в учебном заведении) предопределяет другое направление моделирования (класс, учебные занятия и т.д.). При этом, как отмечают У. Йе и Л. Барсалу, ситуативная информация, сопутствующая концептуальному знанию и осмыслению объекта (явления) в его связи с другими объектами и самим субъектом, может быть двух видов. С одной стороны, это базовая пространственно-временная информация, которая обязательно задана в ситуациях-фреймах, представляющих образцы концепта в той или иной культуре, с другой стороны, это дополнительная ситуативная информация, релевантная для жизнедеятельности субъекта, которая закладывается значимыми для субъекта отношениями и фокусом его внимания [Yeh W., Barsalou L. Интернет-ресурс].

При переходе смыслообразования из фазы объективного жизненного смысла в фазу субъективно-личностного смысла, отражающего пристрастность сознания субъекта по отношению к объекту, наблюдаются выраженные трансформации психических образов и специфическая эмоциональная окраска значимых образов восприятия и представления («эмоциональная индикация»). Эмоциональная индикация — отражение эмоционально-оценочных характеристик чувственного образа, сопряженных с понятием «личностный смысл» — исследовалась А.Н. Леонтьевым [1971, 1977], В. К. Вилюнасом [1976, 1983] и др. Личностные трансформации психических образов стали изучаться относительно недавно в рамках психологии (прежде всего в [Дридзе Т.М. 2000, Леонтьев А.А. 1997; Леонтьев Д.А. 2002], смежные исследования находим в [Эткинд А.М. 1981, 1984; Петренко В.Ф. 1983; Иосебадзе Т.Т., Иосебадзе Т.Ш. 1985; Запорожец А.В. 1986; Хекхаузен Х. 1986]).

Личностно-смысловые искажения психических образов касаются прежде всего установки психологических «линз» и «фильтров», позво-

ляющих так структурировать образы целостной ситуации, что одни объекты и явления выступают на передний план, другие, напротив, затушевываются; ряд объектов, явлений и их свойств бессознательно игнорируются; меняются субъективные связи между элементами ситуации и искажаются отдельные соотношения (пространственные, временные и др.). Назовем эти психологические процессы фокусировкой и фильтрацией.

Наряду с фильтрацией и фокусировкой, выделяются следующие важные трансформации смысла: 1) трансформация пространственных измерений в картине мира (например, преувеличение размера объекта, роста человека), 2) трансформация временных параметров действительности, 3) трансформация причинно-следственных отношений (Х. Хекхаузен отмечал явление каузальной атрибуции, когда когнитивные схемы работают успешно, если ситуации индифферентны к жизни субъекта, в противном случае успехи объясняются личностными, а неудачи — ситуационными факторами [Хекхаузен Х. 1986]), 4) трансформации вероятностных характеристик действительности (чем значимее событие, тем при меньшей вероятности оно расценивается как «частое»), 5) детерминированные личностными смыслами ошибки узнавания (очитки Фрейда), 6) субъективная интерпретация неопределенной информации [Леонтьев Д.А. 2002: 171—181]. Отметим, что указанные трансформации фактически являются искажениями объективного смысла в его субъективной репрезентации. Они не связаны с описанными выше трансформациями смысловых структур в результате взаимодействия смыслов двух коммуникантов.

3.1.3. Единицы смысла — «смысловые структуры»

Определение смысловых структур, данное Д.А. Леонтьевым, гласит: «Смысловые структуры являются превращенными формами жизненных отношений субъекта. Жизненные смыслы и стоящие за ними более или менее сложные системы действительных жизненных отношений субъекта даны его сознанию и включены в его деятельность в превращенной форме смысловых структур, которые в совокупности образуют систему смысловой регуляции жизнедеятельности субъекта» [Леонтьев Д.А. 2003: 126]. В более узком смысле под этим термином следует понимать разнообразные ментально-деятельностные

единицы психики — элементы сознания, эмоциональной сферы, целеполагания, отношения к объектам и явлениям действительности, из которых складывается образ мира субъекта и благодаря которым регулируется его жизнедеятельность.

Рассмотрим основные ментально-деятельностные образования, которые могут называться единицами смысла. На начальном этапе процесса личностного смыслообразования важную роль играют три основных смысловых структуры: потребности как источник побуждения к деятельности; мотивы как предметы, определяющие направленность поведения и установки, как психологические механизмы, «изнутри» управляющие протеканием деятельности в соответствии с заданной мотивом направленностью.

Потребности — форма проявления интенциональной природы психики, соответственно которой живой организм побуждается к осуществлению качественно определенных форм деятельности, необходимых для сохранения и развития индивида и рода [Головин С.Ю. 2003]. По А.Х. Маслоу, потребности подразделяются на 1) низшие физиологические (гомеостатические): в питании, сексуальном удовлетворении, одежде, жилище, труде; 2) в безопасности: защите от страха, угрозы, боли, неопределенности, неустроенности и проч.; 3) в любви и принадлежности, в социальных контактах (потребность, удовлетворяющаяся присоединением к определенной группе, осознанием симпатии со стороны членов социума, признанием за «своего»); 4) в самореализации (самоактуализации), выражающаяся в попытках личности проявить собственные возможности и способности, достичь того, на что способен и рассчитывает индивид, в раскрытии личностных ресурсов, расширении полномочий и т.д.; 5) в знании и понимании; 6) эстетические потребности [Маслоу А.Х. 1999]. По Х. Мюррею, список потребностей включает также потребности в доминантности, агрессии; автономии; повиновении; игре; эгоизм (нарциссизм); социальность (социофилия); потребности поиска покровителя; оказания помощи; потребности порядка; суждения и пр. (цит. по [Хекхаузен Х. 1986: 109—112]). Потребности обнаруживаются в мотивах, влечениях, желаниях, побуждающих человека к деятельности и становящихся формой проявления потребности. Если в потребности деятельность по существу зависима от ее предметно-общественного содержания, то в мотивах эта зависимость проявляется как собственная активность субъекта.

Мотив определяется как усвоенный, интериоризированный, внешний стимул (в виде социального или прямого личностного воздействия), ставший внутренней движущей силой, побуждающей человека к действиям [Сергеечева В. 2002: 18], либо как осознанная причина, лежащая в основе выбора действий и поступков личности (в отличие от стимула, понимаемого как внешняя побудительная сила деятельности) [Головин С.Ю. 2003]. В свете теории деятельности мотив понимается как *предмет* потребности (потребностей), включенный в систему реализации отношения субъект-мир, и приобретающий в этой системе свойство побуждать и направлять деятельность субъекта [Леонтьев Д.А. 2003: 204]. Мотивация есть побуждение, вытекающее из осознанной потребности или личностных ценностей и вызывающее активность личности в определенном направлении. Мотивы, желания и стремления личности выстраиваются по рангу, среди них выделяются преобладающие и второстепенные.

В аспекте речевого воздействия существенно учесть, что центральной задачей формирования и реформирования личности является воспитание потребностей, а не мотивов. Потребность является более глубокой, внутренне присущей личности побуждающей силой, в то время как мотив — побуждающая сила, основанная либо на усвоенном внешнем стимуле, либо на осознанной потребности. Если мотивация вырастает из некритически усвоенных внешних стимулов, она не будет прочной. В. Сергеечева обращает внимание на случаи столкновения потребностей с мотивами, порождающего скрытую и потому неожиданную логику действий. Причинами этому являются: во-первых, преобладание неосознанной потребности над осознанным мотивом («Церковь совсем рядом, но дорога уж очень скользкая; кабак далеко, но мы будем шагать очень внимательно»); во-вторых, склонность многих скрывать озабоченность в удовлетворении своих первичных потребностей, прикрываясь декларациями относительно мотивов и ценностей высшего порядка; в-третьих, столкновение мотиваций и потребностей лиц, участвующих в общении [Сергеечева В. 2002: 20].

Установка в общем виде понимается как готовность к определенной форме реагирования, предрасположенность субъекта, побуждающая его действовать определенным образом скорее, чем каким-либо иным [Прангишвили А.С. 1967]. По рассуждению основателя теории установок Д.Н. Узнадзе, установка — это целостное отражение, на

почве которого, в зависимости от условий, может возникнуть или созерцательное, или действенное отражение. Оно заключается в таком налаживании, в такой настройке целостного субъекта, когда в нем проявляются именно те психические или же моторные акты, которые обеспечивают адекватное созерцательное или же действенное отражение ситуации. Это первичная модификация субъекта, соответствующая определенной ситуации. Однажды образовавшаяся установка не исчезает, она остается у субъекта как готовность к повторной актуализации в случае повторения надлежащих условий [Узнадзе Д.Н. 2000: 174—191].

Смысловая установка выполняет функцию стабилизации деятельности субъекта и способствует последовательной трансформации образов сознания. Именно благодаря ей осуществляется фильтрация и фокусировка внимания; повышается чувствительность, сенсibilизация по отношению к релевантным стимулам — избирательно снижаются сенсорные пороги («перцептивная бдительность»); производится направленное пристрастное структурирование чувственных данных; наблюдается инерция деятельности после ее завершения (персеверация), когда неоконченные действия, наполненные смыслом, «требуют» завершения; обеспечивается защита по отношению к внешним помехам. Помимо функции стабилизации, отмечаются также преградное, отклоняющее и дезорганизирующее влияния смысловой установки [Асмолов А.Г. 1979].

Смысловая установка порой может противоречить личностному смыслу. Личностный смысл — эмоционально окрашенная репрезентация объектов, явлений и событий в образе мира субъекта либо их структурная трансформация в соответствии с его мотивами, потребностями и ценностями — может оказаться неадекватным, вступив в конфликт со смысловой установкой и разворачивающейся на ее основе деятельностью. Это обусловлено тем, что реальная ситуативная деятельность «богаче, истиннее, чем предваряющее ее сознание», и может «дискредитировать предшествовавшие регуляционные влияния в плане сознания» [Леонтьев Д.А. 2002]. Например, чтобы не умереть с голоду, человек может заставить себя есть весьма неприглядную в обычных условиях пищу.

Несмотря на указание Д.Н. Узнадзе на такое свойство установки, как «готовность к повторной актуализации в случае повторения над-

лежащих условий», мы полагаем, что установки могут быть и ситуативными, обусловленными временными факторами, касающимися человека (например, плохое самочувствие, аффективное возбуждение и т.д.) или отдельных компонентов коммуникативной ситуации (например, личность собеседника; шум, помехи при передаче информации; особенности самой передаваемой информации и т.д.). С другой стороны, действительно, установки могут быть более или менее устойчивыми, в этом случае они, как правило, являются смысловыми — обусловленными личностными смыслами, смысловыми диспозициями, общей направленностью человека, и предполагают, кроме неосознанных желаний и стремлений, интерес, нацеленность и настроенность личности реагировать определенным образом⁶¹.

Следующими ступенями в иерархической последовательности смыслообразования являются личностные смыслы, смысловые диспозиции, смысловые конструкты, личностные ценности, убеждения и потребности. (Заметим, что личностные потребности и начинают, и заканчивают процесс смыслообразования, переходя на иной уровень — уровень высших, «воспитанных» потребностей.)

Личностные смыслы — это образы объектов действительности в индивидуальном сознании, отражающие значимые для субъекта жизненные отношения с этими объектами. Для личностных смыслов характерна эмоциональная окраска (эмоциональная индикация) и пристрастное искажение соответственного образа реальности. Последнее может проявляться в преувеличении или преуменьшении пространственных характеристик этого объекта; его временных параметров; связанных с ним причинно-следственных связей (например, объяснение успеха антипатичного для субъекта лица мошенниче-

⁶¹ При анализе перлокутивного эффекта на адресата в параграфе 3.3 мы сочли возможным редуцировать вышеописанное понимание установки как психической структуры, отражающей предрасположенность личности к определенному реагированию, до позитивного отношения к коммуникации и ее компонентам, нейтрального и отрицательного отношения к ним. Таким образом, мы характеризуем установку адресата простой констатацией «положительная установка», «нейтральная установка», «отрицательная установка», то есть настроенность или ненастроенность на коммуникацию без учета конкретных факторов и компонентов коммуникативной ситуации.

ством этого лица); его вероятностных характеристик (например, ожидание значимого события или принятие желаемого за действительное); субъективная интерпретация неопределенной информации об объекте.

Смысловые диспозиции (предиспозиции) — отношение субъекта к объектам и явлениям действительности, имеющим для него устойчивый жизненный смысл, которое консервируется в форме фиксированной установки и проявляется в эффектах личностно-смысловой и установочно-смысловой регуляции, не связанной с мотивом актуальной деятельности.

Смысловые конструкты («категориальные конструкты») — смысловые структуры, объединяющие ряд объектов в их ассоциативно-смысловом взаимодействии, обобщающие знания и опыт индивида и социума и, как правило, наполненные, помимо предметного (денотативного) и признакового (сигнификативного) содержания, эмоционально-оценочным содержанием⁶².

Личностные ценности представляют собой «законсервированные» отношения с миром, обобщенные и переработанные жизненным опытом индивида, воплощающие в себе идеалы и выступающие благодаря этому как эталоны должного. Отличия между потребностями и ценностями включают:

- значимость и побудительную силу — у потребностей этот критерий постоянно меняется, у ценностей он неизменен;
- насыщение и дезактуализацию — у потребностей они временно возможны, у ценностей — невозможны;
- форму репрезентации — потребности связаны с объективными условиями жизни, а ценности моделируют должное, то есть идеальны [Леонтьев Д.А. 2002: 204—250].

Как и другие парные смысловые структуры (потребность и мотив, установка и личностный смысл), потребности могут вступать в противоречия с ценностями.

⁶² Поясним, что понятие «смысловой конструкт» является видовым для понятия «смысловая структура». Первое понятие означает лишь сложные категориальные образования, объединяющие ряд объектов на основе системы ассоциаций между ними. Второе включает в себя, по существу, все смысловые образования, как простые, так и сложные: (установки, мотивы, потребности, смысловые диспозиции, смысловые конструкты, ценности).

Убеждения представляют собой знания, определяющие осознанные потребности и ценностные ориентации личности и становящиеся мотивом ее поведения. Содержание потребностей, выступающих в форме убеждений, отражает определенное понимание природы и общества. Образую упорядоченную систему политических, философских, эстетических, естественнонаучных и прочих взглядов, совокупность убеждений выступает как мировоззрение. Отмечается, что о степени соответствия реального поведения декларируемым убеждениям можно судить лишь при столкновении человека с серьезными препятствиями [Головин С.Ю. 2003].

Разноуровневые смысловые структуры включаются в динамическую смысловую систему — относительно устойчивую и автономную иерархически организованную систему, функционирующую как единое целое. Самым общим смыслом, складывающимся из разнообразных смысловых структур в их взаимодействии, является смысл жизни, который определяется как более или менее адекватное переживание интенциональной направленности собственной жизни.

3.1.4. Смыслообразование на разных уровнях сознания

Смыслообразование есть постепенный процесс, в ходе которого при взаимодействии различных уровней сознания, формируются единицы смысла — от ощущений, представлений, базовых потребностей и произвольных установок до концептов, категорий, ценностно-смысловых конструктов, убеждений, высших потребностей, произвольных установок и программ. Исходя из анализа ряда источников, так или иначе затрагивающих структуру сознания, в том числе [Братусь Б.С., Соколова Е. Е. 2005, Головин С.Ю. 2003, Иванов А.В. 1994, Леонтьев Д.А. 2002, Петровский А.В. 1996, Поршнев Б.Ф. 1974], можно представить иерархию уровней сознания, где каждый уровень (подсознательное, сознание и надсознательное (сверхсознание)) является структурой, компоненты которой так или иначе участвуют в процессе смыслообразования. В свою очередь, каждый уровень соотносится с когнитивной, аксиологической и праксеологической сферами, которые включают те или иные компоненты смысла.

1. Уровень подсознания. Подсознание иногда определяется как ментальное соответствие телесного «я» [Иванов А.В. 1994], поскольку

во многом оно базируется на витальных свойствах человеческого организма и отражает бессознательные реакции индивидуальной психики на внешние и внутренние раздражители. Однако это определение не объясняет те второсигнальные компоненты психики, которые нельзя охарактеризовать как простое телесное реагирование на непосредственные раздражители, такие как бессознательную память (запоминание, забывание, воспоминание), автоматические действия (в том числе сложные, например игра профессионального пианиста), произвольное внимание, неотрефлексированные или вытесненные мысли, неосознанные потребности. Эти неосознанные проявления компонентов психики представляют собой комплекс реминисценций, отражающих бессознательный импринтинг предшествующих ситуаций (в том числе вытесненный опыт), психические симптомы соматических явлений и физиологических процессов, а также ранее внушенное содержание.

Исходя из сказанного, мы возьмем на вооружение более общее определение: «Подсознание (бессознательное) — совокупность психических процессов, актов и состояний, обусловленных явлениями действительности, в отношении которых отсутствует субъективный, сознательный контроль, и во влиянии коих субъект не отдает себе отчета. Бессознательным оказывается все то, что не становится предметом особых действий по осознанию» [Головин С.Ю. 2003].

В подсознании выделяются *перцептивная, эмоционально-аффективная и потребностно-установочная сферы*. В перцептивную, сенсорно-афферентную, сферу входят *экстероцептивные и интероцептивные ощущения* — первичная сенсорная информация об отдельных свойствах и характеристиках предметов внешнего мира, а также *восприятия* — целостные отражения предметов, явлений, ситуаций и событий в их чувственно доступных временных и пространственных связях и отношениях; процесс формирования, посредством активных действий, субъективного образа целостного предмета непосредственно воздействующего на анализаторы. Кроме того, сюда входит эффекторный компонент, т.е. *рефлекторные реакции* — двигательные и вегетативные — на внешние и внутренние раздражители. Эти реакции контролируются корой головного мозга и могут складываться в большие системы действий с их поэтапной корректировкой. Сенсорно-афферентная сфера отвечает за осуществление приема, анализа, ассо-

циирования разнообразных раздражений, сенсорных ощущений, реагирование на них, формирование на их основе целостных образов.

В эмоционально-аффективной сфере выделяются следующие компоненты. Во-первых, это *эмоциональный компонент*, определяющий неотрефлексированное отношение индивида к объекту. Сюда относятся аффекты (инстинкты, склонности, страсти, желания), эмоции и чувства; симпатии и антипатии. Во-вторых — *чувственный компонент*, отвечающий за эстетические пристрастия и симпатии к внешности, вещам, художественным образам. В-третьих, сюда входит *инстинктивно-аффективная интуиция*, способствующая инстинктивному постижению и предчувствию событий, например опасности, инстинктивные импульсы собственного «я». По мнению А.В. Иванова [1994], пробуждению способностей к инстинктивно-аффективному предчувствию благоприятствуют культовые обряды, гипноз, медитация. Особое место в эмоционально-аффективной сфере занимает *эмпатия* как способность человека отождествлять (идентифицировать) один из своих Я-образов с воображаемым образом «иного»: с образом других людей, живых существ, неодушевленных предметов и даже с линейными и пространственными формами.

В эмоционально-аффективной сфере бессознательного происходит первичное маркирование объектов «индикаторами» эмоций и чувств, когда субъект оценивает их положительно, отрицательно или нейтрально; это эмоциональное «маркирование» является основой для оценок и ценностей, формирующихся на рациональном уровне.

Праксиологическая сфера подсознания соответствует неосознанным потребностям и установкам, движущим силам жизнедеятельности человека, благодаря которым перерабатываются и трансформируются элементы перцептивной и эмоционально-аффективной сфер и другие элементы бессознательного — неконтролируемые проявления памяти, внимания, мышления, деятельности, неосознанные стремления, потребности, бессознательные образы и др.

Развитие перечисленных компонентов подсознания готовит почву для генезиса более высоких видов сознания — рациональной и ценностно-смысловой сфер, в которых происходит сознательное полагание и понимание смыслов. В сфере же подсознания обнаруживаются лишь зародыши смыслов («предсмыслы»), указывающие на общие сенсорные характеристики объектов, которые, кумулируясь и откла-

дываясь в памяти, создают и закрепляют смысловую установку для последующего развития смыслов аналогичных объектов.

Заметим, что сфера подсознания в значительной степени подвержена внушению. Эмоционально-оценочные индикаторы отдельных объектов, а также смысловые установки могут корректироваться извне путем суггестивного внушения иных реакций и аффектов. Эти коррективы, по Б.Ф. Поршневу, основаны на механизме растормаживания «тормозной доминанты» — определенных центров ЦНС, которые находились до момента раздражения в подавленном состоянии, и подавлении доминантных центров ЦНС, отвечавших за естественные реакции организма (по первой сигнальной системе). С помощью суггестии можно до определенной степени корректировать и формировать установки, мысли, образы, эмоции, чувства, оценки индивида в отношении того или иного объекта и влиять на психические процессы, свойства, состояния, мотивы, установки и схемы поведения человека в целом. Известно также влияние суггестии на физиологические процессы человека.

В целом, если подсознательное эмоциональное маркирование объекта и смысловая предустановка по отношению к нему не совпадают с внушаемым содержанием, то индивид может испытывать внутренний дискомфорт, впоследствии способный перерасти в «раскол сознания», когда происходит конфликтное сосуществование разных оценок объекта и представлений о нем в сознании индивида.

Как указывалось выше, «предсмыслы» подсознания знаменуют собой начало фазы собственно смыслообразования. Следует отметить, однако, что обе фазы следуют во времени практически одновременно — перцепция, аффективно-эмоциональное переживание и удовлетворение неосознанных потребностей неизменно сопровождается выявлением отношений объектов действительности друг к другу и включение этих объектов в сферу актуальных смыслов субъекта.

2. Уровень *осознанных смыслов (сознание)* является высшим уровнем психического отражения. Как отмечает Л.С. Выготский, «смыслообразующая деятельность значений приводит к определенному смысловому строению самого сознания», и далее — «сознание в целом имеет смысловое строение» [Выготский Л.С. 1982: 165]. Речь идет,

по-видимому, о том, что, с одной стороны, сознание способно абстрагироваться от предметного или знакового выражения смысла и становится носителем «чистых смыслов» и смысловых конструктов, а с другой, оно достаточно легко вписывает объекты реальности в имеющиеся смысловые системы.

Здесь, собственно, и совершается смыслообразование в объективном и субъективном ракурсах — в осознании мира вне субъекта и в перспективе субъекта. Следует отметить, что единицы смысла уровня сознания во многом основаны на образцах, вырабатываемых социумом, и в то же время они служат источником формирования убеждений и мировоззрения личности.

Сознание включает в себя *когнитивно-рациональную, ценностно-символическую и мотивационно-поведенческую сферы*. Объектом осознания в первом случае (когнитивно-рациональная сфера) выступают внешняя природная и социальная реальность, во втором (ценностно-смысловая сфера) — мир образов, символов и ценностей, в третьем (мотивационно-потребностная сфера) — мир в преломлении человеческой жизнедеятельности и преобразования действительности.

Когнитивно-рациональная сфера включает в себя такие «статические» компоненты, как представления, рассудок и разум, а также ряд «динамических» компонентов — произвольные мышление, память, внимание и волю. В этой сфере зарождаются, во-первых, единицы смысла, соответствующие рационально познаваемым фактам: осознанные интериоризированные представления, понятия, теории, а также общеузнаваемая область концептов, фреймов, сценариев. Эти смыслы являются достаточно строгими, адекватность их постижения зависит от логических способностей субъекта. Во-вторых, в когнитивно-рациональной сфере содержатся и субъективные онтогенетические смыслы (*личностные смыслы*) единичных объектов. Распространяясь на отношения единичных объектов с другими объектами и самим субъектом, личностные смыслы трансформируются в более объемные смысловые структуры: *смысловые диспозиции (предиспозиции)* и *смысловые конструкты*. По замечанию Д.А. Леонтьева, «смысловые структуры являются превращенными формами жизненных отношений субъекта» [Леонтьев Д.А. 2002: 126].

К ценностно-смысловой сфере относится *символическая интуиция* и *ценности*. Первое означает способность к пониманию фундаментальных эстетических и этических ценностей через символы, где чувственно воспринимаемый образ или любой другой художественный материал служат средством передачи идеального смысла. Благодаря этой способности через общезначимые символические формы выражения постигаются универсальные нравственно-эстетические идеи и ценности. Как отмечает А.В. Иванов, духовная реальность «спрятана» за символами культуры (языком, литературными текстами, произведениями искусства, продуктами материальной культуры), подлежащими распродумыванию живым человеческим сознанием [Иванов А.В. 1994: 110].

Кроме того, в ценностно-смысловой сфере сознания базируются собственно ценности — абстрактно-обобщенные позитивно-маркированные предметные категории, составляющие иерархию личностных смыслов. Ценностное отношение между представлением об объекте действительности и самим объектом находит свое выражение в оценках. Ценности и оценки уровня сознания отличаются от бессознательных эмоционально-оценочных индикаторов объектов тем, что в первом случае объект сличается с идеальными «образцами» истины, добра, красоты, во втором же эти образцы отсутствуют или не могут быть артикулированы в связи с их скрытой, размытой архетипической природой. Например, оценка художественного произведения в категориях «нравится — не нравится» знаменует собой начальный, эмоционально-аффективный этап его осмысления, а сопоставление этого произведения с системой ценностей индивида и определение его места в ней — конечный этап. Смыслообразование на ценностно-смысловом уровне предполагает сопоставление объекта со смысловыми универсалиями, выкристаллизовавшимися в результате обобщения типичных ситуаций, с которыми сталкивается индивид, и включение объекта в систему этих ценностей. В случае противоречия объекта сложившимся ценностям и ощущения того, что эти ценности уже не отвечают изменившимся ситуациям, следует изменение ценностей или формирование новых ценностей.

В отличие от смыслов когнитивно-рациональной сферы, смыслы ценностно-символической сферы текучи и слоисты, глубина и адекватность их постижения зависит от духовного развития личности

познающего. Так, уяснение смыслов, скрывающихся за материально-чувственной оболочкой символов, подразумевает наличие способностей к творческому пониманию (истолкованию) их потаенных смыслов.

Мотивационно-поведенческая сфера сознания порождает такие смысловые структуры, как *осознанные потребности и установки, мотивы, сознательные поведенческие программы и планы*. В свете деятельностного подхода смысл является производным от потребностей и установок. При замыкании их «на конкретном носителе» этот носитель (то есть объект действительности) обретает смысл для субъекта и способность становиться мотивом его деятельности. При осознании потребностей и управлении ими происходит сознательное целеполагание, планирование и программирование деятельности.

3. *Надсознательный* уровень сознания включает в себя две сферы: *творческую* и *этическую*. В обеих сферах выделяются свои компоненты, порождающие смысловые структуры: в творческой — это *воображение, творческая интуиция* и *творческая деятельность*, благодаря которым происходит рекомбинация прежних впечатлений, запечатленной в мозге информации, и созидание того, чего еще не было в личном и коллективном опыте (П.В. Симонов, А.В. Иванов).

Говоря о смыслообразовании в сфере творчества, следует отметить, что сам механизм созидания предполагает использование ранее усвоенных идей и образов в качестве «превращенной формы» выражения личностных смыслов творца. Вместе с тем творчество предполагает синтез интериоризированных смыслов в новые смыслы и ценности — процесс, вызывающий у создающего и воспринимающего катартические переживания.

Опираясь на интуицию, воображение становится мощным орудием проектирования и созидания. Вместе с тем оно, как и сферы уровня подсознания, в значительной мере подвластно манипуляции. Это объясняется неконтролируемостью этого уровня рассудком и разумом субъекта, неподвластностью его произвольной воле. В этом случае, как пишет С.Г. Кара-Мурза, «скрытое воздействие опирается на «неявное знание», которым обладает адресат, на его способность создавать в своем сознании образы, влияющие на его чувства, мнения и поведение. Искусство манипуляции состоит в том, чтобы пустить процесс

воображения по нужному руслу, но так, чтобы человек не заметил скрытого воздействия» [Кара-Мурза 2002]. Находясь в «заблуждении», воображение может создавать негативные, нерациональные и латентно деструктивные образы и проекты.

Как указывалось выше, надсознательное также связывается с нравственной сферой. Это идеальное нравственное «я» — «суперэго» (З. Фрейд, К. Роджерс) — комплекс *моральных черт* (совести, долга, благородства, альтруизма и др.), *нравственных чувств и норм поведения*, являющее для «я» моральные образцы подражания. Говоря о смыслообразовании в сфере нравственности, следует отметить постоянное присутствие идеального «я» («суперэго») в оценке объектов и соотношении их с имеющимися у субъекта ценностями. Вместе с тем это и новые этические идеалы, которые формируются в ходе жизнедеятельности личности.

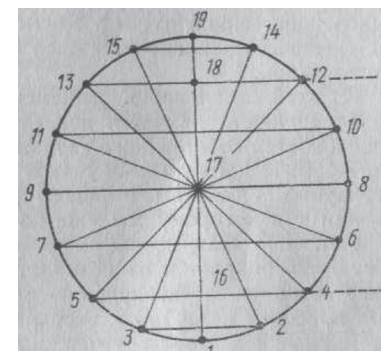
Малоизученными в отношении смыслоформирования являются сферы надсознательного, постулируемые рядом философов, например А.В. Ивановым, такие как *эйдетическое умозрение* (высший уровень творческой деятельности в науке и философии, при котором один или несколько мыслеобразов «нанизывают» на себя и упорядочивают все абстрактно-понятийное «поле», давая структурный «ключ» к его целостному и всеобъемлющему пониманию), *эйдетическая интуиция* (способность к переживанию потока пророчески-визионерских образов, в которых человеку открываются целостные фрагменты прошлого и будущего, сфера мыслеобразов, где разнородные чувственно-мистические картины как бы «нанизываются» на единую нить смысла) и *мистическая интуиция*, космическое «Я».

Вместе с тем не вызывает сомнения, что взаимоотношения между конкретными сферами сознания подчиняются трем важнейшим типам системных отношений: корреляции, оппозиции и субординации. А смыслообразование представляет собой процесс, связующий между собой все описанные сферы сознания. Например, коррелятивный, взаимодополнительный тип отношений существует между фантазией и способностью к образованию конкретных представлений: обе способности друг без друга не могут существовать, а без их теснейшего взаимодействия невозможен генезис мыслительной деятельности. Если взять разум, то он коррелирует с символической интуицией, бинарно противостоит эмоциональной интуиции, подчиняет

своему влиянию все нижестоящие способности, но сам, в свою очередь, подчиняется эйдетическому умозрению⁶³.

Гипотеза тесного взаимодействия уровней и сфер сознания при смыслопорождении подтверждается данными нейрофизиологии и нейропсихологии. Т.В. Черниговская и В.Л. Деглин говорят о постоянной перекодировке смыслов с образного кода на вербально-логический и обратно. Доказана взаимозависимость и взаимодополняемость функций двух полушарий головного мозга. Помимо специализации, благодаря которой левое полушарие отвечает за вербально-логические, а правое — за пространственно-образные функции (избирательная деятельность), каждое из них занимается переработкой информации с использованием присущих ему механизмов (параллельная деятельность), либо оба полушария участвуют в переработке информации, последовательно играя ведущую роль на тех или иных этапах этого процесса. Одним из важных выводов является то, что левое полушарие отвечает за самоидентификацию и самоконтроль, тогда как правое — за произвольное поведение человека.

⁶³ А.В. Иванов представляет интегральную модель человеческого сознания так:



1 — праздная-интуиция, прото-«я»; 2 — интероцептивные ощущения; 3 — инстинктивно-аффективная интуиция; 4 — экстероцептивные ощущения; 5 — эмоциональная интуиция (эмпатия); 6 — восприятие; 7 — чувственная интуиция; 8 — конкретные представления; 9 — фантазия; 10 — рассудок; 11 — продуктивное воображение (имагинативная интуиция); 12 — разум; 13 — символическая интуиция; 14 — эйдетическое умозрение; 15 — эйдетическая интуиция; 16 — телесное «я»; 17 — социальное «я»; 18 — нравственное «я»; 19 — мистическая интуиция, космическое «Я».

Несмотря на приоритет левого полушария в анализе и построении связной речи, имеются свидетельства ведущей роли правого полушария в смыслообразующей функции (в аспекте речи — в обеспечении целостности высказывания). Эксперименты показывают, что при выключении левого полушария ассоциации связывают слово-стимул с жизненным опытом человека и носят синкретичный характер, организуя контекст за счет одновременного возникновения множества связей между предметами и явлениями реального мира и порождаемыми им образами. Но такого рода синкретизм имеет свою логику: цельная картина, которую отражает смысл высказываний, строится вокруг главного, основного; понимание также ориентируется на главное и соответствует коммуникативному замыслу адресата. Если левое полушарие обеспечивает построение и анализ сложных языковых конструкций, то правое обеспечивает соотносительность высказывания с внеязыковой деятельностью. Эксперимент с билингвами показывает, что именно правое полушарие являет глубинные семантические структуры языкового сознания — типичное отношение языкового выражения к референту, отражающее и формирующее личностный смысл [Ротенберг В.С. Интернет-ресурс].

Итак, в естественных условиях оба полушария функционируют как взаимодополняющие системы как при производстве и восприятии вербальной информации, так и при смыслообразовании и смыслово-восприятии. Каждый компонент сознания участвует в смыслообразовании, процесс которого, несомненно, представляет огромный научный интерес и, вероятно, будет пристально изучаться самыми различными дисциплинами на интегративной основе.

3.2. Речевое воздействие в плане адресанта.

Интенции адресанта (иллокутивные силы) и этапы интенционально-смыслового развертывания текста

В ракурсах адресанта и адресата речевое воздействие феноменологически проявляется в виде мотивов (интенциональных состояний); смысловых структур, передающих эти мотивы; коммуникативных (или интерпретационных, в случае адресата) стратегий и тактик; собственно текстового воплощения. При этом между когнитивными процессами и

логическими операциями адресанта и адресата, как указывалось выше, наблюдается очевидный параллелизм, хотя и противоположная направленность. В приближении, у адресанта порождение речи (текста) начинается с мотивов, интенций, затем с помощью внутренней речи формулируются смыслы, избирается стратегия репрезентации этих смыслов, наконец, смыслы воплощаются в текстовой форме; у адресата восприятие речи начинается с текста, избирается стратегия его интерпретации, понимаются смыслы, которые затем преобразуются в личностные смыслы и мотивы. Вместе с тем механический перенос когнитивных процессов и операций из плана адресанта на план адресата и наоборот (в духе модели «анализа через синтез» М. Халле, К. Стивенса, используемой также Н. Хомским и Дж. Миллером) представляется редукционизмом, не позволяющим раскрыть реальные процессы производства и восприятия речи, а также ассимилировать все научные наработки в этих разных областях психолингвистики. Поэтому мы будем исходить из своеобразия процессов речеобразования и речевосприятия и, соответственно, концентрироваться на феноменологии речевого воздействия в этих процессах по отдельности.

Остановимся на иллокутивных силах коммуникативного акта — интенциях адресанта, которые являются мотивационной основой речевого воздействия. По мнению Т.Н. Ушаковой [2000], способность выражать свои интенции («интенциональные состояния»), а также заботиться о том, чтобы другие узнавали эти ментальные состояния, образует основу порождения речи. Любой текст отражает авторские интенциональные состояния, и интроспективный анализ текста на предмет интенций позволяет выявить то речевое воздействие, которое было запланировано.

Интенциональные состояния, постулируемые Ушаковой, по существу, являются смысловыми структурами адресанта (его установками, мотивами, личностными смыслами, смысловыми диспозициями, смысловыми конструктами, потребностями, личностными ценностями, убеждениями), преломляющимися сквозь призму его прагматических намерений. Каждая из этих смысловых структур призвана так или иначе трансформировать смысловые структуры адресата, то есть оказывать речевое воздействие.

Как мы пояснили в первой главе, основными предметными целями адресанта, осуществляющего речевое воздействие, являются измене-

ния смысловых структур, оценок, поведенческих моделей или психофизиологических процессов адресата. Для осуществления этих целей адресант решает ряд задач: преодоление защитного барьера реципиента («негоциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдетико-когитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально-установочное внушение).

Если же говорить о более конкретных намерениях (интенциях, интенциональных состояниях) адресанта в отношении адресата, то их в каждый конкретный момент коммуникативного акта может быть множество (например, ободрить, подкупить, умилить, рассмешить, информировать, предостеречь, обрадовать, заверить, успокоить, взволновать и т.д.). Мы полагаем, что в ракурсе адресанта оптимальным изучением речевого воздействия является анализ его более или менее общих, типичных прагматических намерений, интенций, призванных видоизменить, или трансформировать, структуры адресата. В объемных воздейственных текстах речь может идти о целой группе интенций, связанных с трансформациями смысловых структур адресата.

Существенно, что *типичные интенции авторов научно-популярных текстов жанра популярной психологии организованы поэтапно*. Описание этих этапов и будет составлять задачу исследователя речевого воздействия.

В психолингвистике, социолингвистике и психологии в настоящее время не так много работ относительно этапов реализации интенциональных состояний. Теория поэтапной реализации речевого воздействия намечена Е.Ф. Тарасовым [1990], этапы суггестивного воздействия рассматриваются основателями НЛП [Гриндер Дж., Бендлер Р. 1994], социосемиотический анализ текста как проявления коммуникативного взаимодействия автора и читателя разработан Т.М. Дридзе (например, [Дридзе Т.М. 2000]).

Согласно концепции Е.Ф. Тарасова, речевое воздействие, будучи процессом, предполагает ряд *этапов (стадий)*, которые соответствуют «коммуникативным задачам организации общения»: этапы адаптации, «разведки» и запечатления, индукции необходимого психического состояния адресата, организации текста, формирования установок и мотивов, организации совместной деятельности и контроля. Такая организация воздействия в большей степени свойственна устному общению, которое допускает осуществление двух последних

этапов. В случае нашего материала — письменных текстов жанра популярной психологии — два последних этапа, естественно, отсутствуют. Важно также, что в текстах этапы воздействия часто проявляются нелинейно, происходит «склейка» функций в одном коммуникативном блоке и «склейка» коммуникативных блоков по функциям.

Представители психологической школы нейролингвистического программирования выделяют в настоящее время принятую многими психологами пошаговую структуру суггестивного воздействия, включающую в себя раппорт, присоединение и ведение. Ведение, в свою очередь, включает в себя такие шаги метаязыкового программирования, как обозначение проблемы, поиск креативного ресурса в психике человека для решения проблемы, расширение его модели мира с помощью этого ресурса и якорение вновь образованной позитивной связи⁶⁴.

По мнению Т.М. Дридзе, текст как коммуникативно-смысловая иерархическая единица является равнодействующей трех факторов, которые в некотором роде соответствуют основным этапам коммуникативной деятельности автора. Этими этапами являются: 1) идентификация проблемной жизненной ситуации (стечения значимых для индивида жизненных обстоятельств, воспринимаемого им в виде «проблемного синдрома», требующего разрешения с помощью тех или иных средств); 2) интенция (мотив как внутреннее побуждение в сочетании с искомым результатом спонтанного или отрефлексированного проявления активности); 3) избрание лингвистических «технологий» (номинаций и способа их введения в информативную систему связей), ведущих к воплощению авторского коммуникативно-познавательного замысла [Дридзе Т.М. 2000: 127].

Проанализировав примеры реализации интенциональных состояний воздействующих субъектов (авторов текстов популярной психологии), мы выделили подготовительный и основной, «рефрейминговый» этапы трансформации смысловых структур адресатов, каждый из которых включает ряд процедур. Подготовительный этап включает в себя следующие процедуры: адаптации (привлечения и удержания внимания реципиента); презентации автора; презентации тематики и формирования установки на чтение; формирования осознанного мотива восприятия текста; описания проблемной ситуации сквозь

⁶⁴ Схема процедуры рефрейминга в нейролингвистическом программировании представлена в параграфе 1.7 данной монографии, сноска 20.

призму личностных смыслов адресанта. Рефрейминговый этап воздействия включает в себя процедуры: изменения личностных смыслов и смысловых диспозиций адресата; рефрейминга смысловых конструкций (убеждений, ценностей и потребностей) адресата; мотивирования и программирования деятельности, имплицитруемой содержанием текста; факультативно — программирования психофизиологических процессов адресата.

Для адекватной интерпретации и понимания текста реципиент должен усвоить образы явлений (т.е. структуры сознания), которые отображены в тексте языковыми знаками. По мнению Е.Ф. Тарасова, побудить человека к произвольному восприятию речи, то есть заинтересовать его речевым сообщением с большой вероятностью можно только тогда, когда сообщение содержит сведения, относящиеся к его деятельности, а для этого адресант должен обладать достоверными представлениями о структурах сознания, порождаемых этой деятельностью [Тарасов Е.Ф. 1990: 13]. Изначальное сходство структур сознания у адресанта и адресата воздействия действительно является важной предпосылкой осуществления общения, адекватного задачам речевого воздействия. Однако решающее значение имеет нацеленность автора и читателя на диалог, поскольку текстовая деятельность есть универсальный диалогичный социально-психологический процесс, она зависит, но не определяется культурными и индивидуальными ментальными репрезентациями адресанта и адресата. Как отмечает Т.М. Дридзе, коммуникация есть «обмен интенциями порождающих и интерпретирующих взаимно-обращенные послания людей» [Дридзе Т.М. 2000: 123].

Говоря о структуре той «основной» части текста, которая соответствует этапу рефрейминга и регуляции деятельности адресата, следует сослаться на риторическую традицию, в свете которой элокуция — словесная реализация текста зависит от диспозиции — поиска порядка аргументов. Сочиняемая речь (потенциальный текст) делится диспозицией на шесть частей, называемых в риторике «части речи»: введение; предложение, или теорема; повествование; подтверждение; опровержение; заключение [Безменова Н.А. 1990]. Разумеется, в реальном тексте эти части воплощаются в более сложную риторическую структуру. Нашей целью не является изучение риторической структуры текстов популярной психологии как таковой, но в ракурсе реализации интенциональных состояний адресанта по отношению к адресату.

Поскольку диспозиция адресанта определяется общими прагматическими целями текстов и конкретными интенциями авторов, мы будем рассматривать структуру текста той или иной книги в аспекте реализации этих целей и интенций.

Рассмотрим, как реализуется интенционально-смысловое развертывание текста.

Подготовительный этап:

1. Процедура адаптации решает задачи привлечения непроизвольного внимания к речевому сообщению и источнику сообщения, удержания внимания, обеспечения раппорта и присоединения адресата. Объект-аттрактор должен быть ярким, отличаться от фона, причем средства привлечения внимания могут содержаться как в самом тексте, так и исходить из источника за его пределами (например, обеспечиваться ярким реноме автора).

Важную роль на подготовительном, как, впрочем, и на последующих этапах, играет совокупность средств, при помощи которых реализуются принципы адресатности (установки на читателя) — категории, свойственной любому тексту. Автор учитывает три основных параметра адресата: 1) коммуникативно-текстовый (адресат может быть реальный, гипотетический, идеальный, предполагаемый; внешний, внутренний, внутритекстовой, наадресат⁶⁵; внимательный, невнимательный, глубокий, неглубокий и т.д.); 2) социально-типологический (национальность и этническая принадлежность; социальный статус, социальная роль, профессиональная принадлежность; объем тезауруса в соотношении с тезаурусом автора/повествователя; половая, возрастная и расовая принадлежность; временная соотносимость с актом коммуникации); 3) индивидуально-личностный (сведущий/несведущий; беспристрастный/пристрастный: мэтр, цензор, редактор, рецензент, арбитр, защитник, исповедник, заинтересованный свидетель; союзник, оппонент, мишень; эмоционально-интуитивный или интеллектуально-логический, рациональный и т.д.) [Воробьева О.П. 1991].

В зависимости от этих параметров организуются характерологические признаки текста, или совокупность его внешних признаков, с которыми читатель знакомится еще до прочтения текста: указание на

⁶⁵ Наивысший адресат, принимающий в разные эпохи разное идеологическое выражение — бог, абсолютная истина, народ и т.п.

издательство, серию; креолизованные элементы; характер авторского псевдонима; формулировка заголовка; авторские указания на характер текста; указания на жанр; посвящения, благодарности; способы членения текста; эпиграфы; характер начального абзаца и др.

Установка на читателя в самом тексте может реализоваться эксплицитно (при прямом обращении к читателю) или имплицитно (при использовании элементов имплицитного вербального или невербального кода). Примеры имплицитного вербального кода: уничижительное, мнимо-совместное или мнимо-совокупное «мы» в высказываниях («Мы же привыкли все делать наоборот!»); скрыто директивное, назидательное или программирующее «вы» в высказываниях («К примеру, вы злитесь на собственного руководителя. Вы желаете заявить, что вы о нем думаете, однако вы опасаетесь утратить работу»); отстраненная адресатность («А что скажет начальство?»); риторическая адресатность («О, нищая моя страна!»). Установка также предполагает ориентацию на знание читателем реалий, фактологии, понимание им аллюзий и пр.

Для обеспечения привлечения, удержания внимания, раппорта и присоединения адресата равным образом используется как «эффект узнавания» (подтвержденной апперцепции читателя), так и «эффект обманутого ожидания» (его неподтвержденной апперцепции)⁶⁶. С этой целью определенным образом чередуется автоматизация и актуализация (выдвижение, foregrounding), то есть предсказуемые и мало предсказуемые элементы в тексте. Известные, предсказуемые элементы, понятные, узнаваемые, принимаемые за истину факты и идеи помещаются в начале текста или коммуникативного блока — тем самым обеспечивается изначальная приемлемость текста целевой аудиторией. Затем следуют менее предсказуемые, новые элементы; повышается информативность текста, повышается и интерес адресата. Предсказуемый и мало предсказуемый блоки выступают своеобразными тезисом и антитезисом, за которыми следует синтез, вербализованный или логически подразумеваемый вывод.

Говоря непосредственно о начальном, подготовительном этапе РВ, который совпадает с начальными параграфами текстов, следует отметить, что раппорт в текстах популярной психологии (как, впрочем, и в

⁶⁶ Напомним, что апперцепция — ожидания человека в отношении воспринимаемого объекта в соответствии с жизненным опытом, установками, проекциями и т.д.

публицистических или художественных текстах) часто обеспечивается звучными заголовками, интригующими вступлениями, пассажами, в которых присутствует яркая образность. Ср. строки из вступлений, предисловий и начальных глав: *Помните, как заговаривала кровь героиня повести А. Куприна «Олеся»: «Она крепко обхватила рукой мою руку повыше раны и, низко склонившись к ней лицом, стала быстро шептать что-то, обдавая мою кожу горячим прерывистым дыханием. Когда же Олеся выпрямилась и разжала свои пальцы, то на пораненном месте осталась только красная царапина»*. Интересно, что же шептала прекрасная колдунья? (Г. Сытин); *Когда мне было 26 лет, я работал в пионерском лагере руководителем авиамodelьного кружка. В пересменок я забрался в столярную мастерскую, чтобы на циркулярной пиле изготовить рейки. Брусok сорвался, и рука пролетела по визжащему диску. Дальше — замедленно: вижу — ниже ладони болтается что-то окровавленное, пальцы почти полностью отрезаны. Первые свои мысли тогда хорошо помню: «Отрезал. Что потерял? — Потерял гитару, пишущую машинку и каратэ. (Кстати, ошибся — потерял только гитару). С этими потерями — жить стоит? — Стоит»*. Подвел черту: «Значит, надо и дальше жить счастливо» (Н. Козлов 1997а). *Перешвыривая прибрежные камушки, набегают волны. Медленно, словно оставляя за собой право еще подумать, отходит плавучий дом. Смотрите, прощайтесь... Еще различима поседевшая пристань и дорога с провожающими, они уже смотрят в другую сторону: букашечные ребятишки, собачонка, деревья... Виден ветер, один ветер... Отчаливающий корабль времени...* (В. Леви (а)). При этом образность используется в качестве аттракторов не только в едином коммуникативном блоке текста, но и дистантно, в разных местах текста в виде ярких деталей, экспрессивных метафор, эпитетов и др.

Однако к подобным аттракторам прибегают далеко не все авторы, возможно, это своеобразная особенность отечественного жанра «рефлексивно-повествовательной» психологии. Ряд зарубежных и российских авторов (Р. Бендлер, Дж. Гриндер, Р. Дилтс, Н. Хилл; С. Лазарев, А. Свияш) избегают образных аттракторов. Тем не менее нельзя сказать, что средства обеспечения раппорта и читательской эмпатии у них отсутствуют. Это могут быть привлекательность тематики, обещания, броские тезисы (*Вы можете добиться успеха, чем бы вы ни занимались... Эти семнадцать принципов успеха — сущность дея-*

тельности и отношения к жизни тех, кто добился успеха (предисловие к книге «Ключи к успеху» Н. Хилла); иногда внушающее доверие наукообразие, шутливость (*У тех наших читателей, кто хорошо знаком с идеями Разумного пути и пробует использовать их в своей жизни, в голове мог <...> образоваться сумбуз из-за того, что мнения или версии разных авторов не совпадают между собой. Более того, они часто даже противоречат друг другу, так что не знаешь, кому верить... Ответ прост: не верьте никому... Ведь вы в некотором смысле разумный человек, почему же вы должны принимать что-то на веру? Важно при этом не поддаваться азарту и не решать, что вам нужны не просто возможности формировать нужные вам события в повседневной жизни, а некие сверхспособности, которые позволят вам достичь еще большего. Чего — непонятно, но чего-то хочется. Такие желания возникают нередко, и люди начинают искать сверхспособности в школах йоги, магии, экстрасенсорики, энергетике и пр. Результаты обычно бывают озорчательные...* (введение к книге А. Свияша «Уроки судьбы в вопросах и ответах»).

2. Процедура презентации автора решает задачу ориентирования собеседника в авторе сообщения. Происходит обозначение социальных отношений, в структуре которых адресант предполагает развернуть общение, ориентирование читателя в образе мира автора, его потребностно-мотивационной сфере, социальном статусе. Презентация предполагает выбор функционально-речевого стиля (нормативный язык, диалект, полудиалект, жаргон, специальная лексика и т.д.); выбор обращения, речевых этикетных форм и др. *Здравствуйте! Меня зовут Николай Иванович, мне 33 года (в душе чувствую себя лет на 19), я психолог и муж (жена зовет меня Солнышко). У нас два сына — Ваня и Саша, погодки. Внешне очень похожи друг на друга, оба живые и энергичные, но Ваня жесткий, а Шурик — лапочка. Мне ближе Ваня, Аллочке — Саша. На работе — веду психологические группы, читаю лекции, консультирую. Дело свое люблю и без него жизнь представляю с трудом* (Н. Козлов); *Здравствуйте, уважаемые читатели. Я рад нашей новой встрече. Это несколько необычная книга, поскольку она является одним большим ответом на некоторые ваши вопросы, возникшие при прочтении предыдущих работ* (А. Свияш); *<...> среди этих редких исключений — кандидат психологических наук, доцент Г.Н. Сытин* (Г. Сытин) и т.д.

3. Презентация тематики служит непосредственно цели создания установки на восприятие последующего содержания. Поскольку формирование установки опирается на актуальные потребности, то, помимо собственно названия темы (тезиса), на этом этапе приводится аргумент-апелляция к удовлетворению тех или иных потребностей личности. Аргумент-апелляция к потребностям призван заинтересовать или подкрепить интерес читателя к основной теме сообщения, обеспечить его идентификацию с проблемами, обсуждаемыми в книге. При этом речевое воздействие должно строиться таким образом, чтобы содержать оптимальное число константных, ригидных, заранее прогнозируемых посылок, созвучных большинству уже имеющихся установок адресата. *...Современные научные методы рядом со старинным заговором?! Г.Н. Сытину это соседство не кажется странным. Всем известно: слово может ранить, повергнуть в отчаяние, а то и вызвать настоящую болезнь, но оно способно и врачевать, залечивать душевные раны. Но может ли слово стать в подлинном смысле «лекарством» не только для души, но и для тела — «лекарством», не просто сравнимым с, увы, чрезвычайно привычными нам медикаментами, но и во многом превосходящим их? (Г. Сытин). Наши убеждения оказывают огромное влияние на наше поведение. Принято считать, что если человек по-настоящему верит, что он может что-либо совершить, то обязательно это совершит. Но если он убежден в невозможности этого, никаких сил недостаточно, чтобы убедить его в обратном* (Р. Дилтс).

4. Формирование мотива восприятия текста. Известно, что мотивы деятельности в большинстве случаев лежат за пределами собственно речи, и это положение в равной мере относится к мотивам восприятия текстов популярной психологии. Тем не менее ряд авторов стремится превратить бессознательные установки читателя в мотивы, вывести их на уровень осознания, прибегая для этого к более обстоятельной аргументации. Такого рода мотивирование производится в том случае, если теоретическая система автора является специфичной, не соответствующей стереотипным установкам в отношении литературы по популярной психологии, и автор стремится сформировать у читателя более основательную мотивацию для чтения. Например, у Г. Сытина находим научное обоснование метода, положенного в основу его «настроев», описание применения методов в различных областях медицины; здесь также представлены примеры докумен-

тально подтвержденных случаев исцеления с помощью этого метода. Мотивирование с помощью изложения теоретической концепции используется также Р. Дилтсом, Р. Бендлером, Дж. Гриндером.

С другой стороны, некоторые авторы не излагают систематической концепции, но находят другие средства мотивирования читателя. Например, авторский дискурс представителя «рефлексивно-поэтического» направления экзистенциальной психотерапии В. Леви зачастую носит характер поэтических картинок и художественных реминисценций, направленных на поддержание определенного эмоционального фона и эстетического впечатления. Мотивирование же чтения здесь обеспечивается главным образом самим повествованием — в форме переписки с читателями — и «вечными» экзистенциальными темами этой переписки. Механизм формирования мотива состоит в активизации резонанса жизненного опыта реципиента с описываемыми в тексте ситуациями. То есть, находя тематику писем актуальной (а она актуальна для многих людей), адресат осознанно продолжает чтение.

5. Описание проблемной ситуации сквозь призму личностных смыслов адресанта. На этом этапе подробно излагается проблемная ситуация, причем передаются личностные смыслы адресанта, связанные с предметом обсуждения. Образ обсуждаемого (-ых) объекта (-ов) может быть оценочно маркирован и пристрастно искажен. Этот этап знаменует начало активного диалога личностных смыслов автора с личностными смыслами читателя.

Эффективность этого этапа во многом зависит от адекватного моделирования адресантом фрагмента образа мира адресата, соотносимого с предметом обсуждения, мысленное выстраивание его премоделей — прогноза о содержании данного текста, базирующегося на индивидуальном опыте [Воробьева О.П. 1991]. Отбор и использование текстовых средств, как и на предыдущих этапах, проводится автором как с ориентацией на подтверждение читательской премоделей («эффект узнавания»), так и на её деконструкцию («эффект обманутого ожидания»).

При этом происходит активизация таких процедур со стороны реципиента, как интроспекция, проникновение в логику текста, «вчувствование в текст»; идентификация проблемной ситуации и «наложение» ее на свой жизненно-эстетический опыт (ассоциативный, адмиративный, симпатетический или катарсический тип идентификации); эмпатия и другие (см. параграф 3.3).

Например, Допустим, что ребенок испытывает трудности во время экзамена. Учитель может сказать ему: «Ты совсем не виноват. Наверное, шум в классе или что-то еще отвлекало тебя во время сдачи экзамена». Другими словами, вся проблема во внешнем окружении и к тебе лично не имеет никакого отношения. Разумеется, что при такой постановке вопроса вклад самого ученика минимален. Фокусируясь на поведении, учитель может сказать: «Ты плохо себя проявил на этом экзамене». В этом случае ученик становится ответственным за результат процесса. Опираясь на уровне способностей, учитель может сказать: «Этот предмет дается тебе плохо, твои математические способности (способности к языку, литературе, истории и т.д.) недостаточно хорошо развиты». Это более широкое значение конкретного провала на экзамене... (Р. Дилтс).

Рефрейминговый этап:

6. Изменение личностного смысла отдельных объектов и формирование смысловых диспозиций. Эта процедура предполагает точечное изменение отношения к объекту, факту действительности или изменение смысловой диспозиции — фиксированной установки по отношению к группе объектов, объединенных для человека единым личностным смыслом. Важно, что зачастую объект, сменивший оценку, влияет на оценки сопряженных с ним объектов. Например, *Опасно, вредно идти к людям за «пониманием». Опасно и мечтать об этом. Нет, не потому, что его нельзя получить, понимание. Можно. Не у всех, не всегда, но можно, порой и с избытком, которого мы не заслуживаем. А потому, что при такой установке мы утрачиваем теплоту. Вас станут отогревать, а вы, израсходовав полученное, будете снова замерзать и снова искать тепла Понимания, поддержки, участия... Путь, в конце которого яма безвыходная, — душевный паразитизм* (В. Леви).

7. Рефрейминг смысловых конструктов, убеждений, ценностей и потребностей адресата. Тексты популярной психологии, предполагающие перестройку смысловых конструктов, убеждений (а иногда также ценностей и потребностей личности), как правило, отражают законченную мировоззренческую концепцию их авторов. В качестве примеров возьмем тексты Н. Козлова и А. Свияша. Н. Козлов исповедует своеобразный гуманистический титанизм, воспитание сильной и ответственной личности. А. Свияш строит свою концепцию на эзоте-

рических положениях и исповедует отрицание «негативной» деятельности в нарушение «кармических законов».

Структура текстов Козлова достаточно четкая, она отвечает интенции последовательного реформирования компонентов смысловых конструкторов адресатов, складывающихся в целостное мировоззрение и иерархию ценностей. Основные тезисы этого автора, связанные с отношением к жизни, подкрепляются рассуждениями, затрагивающими такие сферы общественного сознания, как этика, наука, искусство и др.

Основное содержание «Философских сказок для обдумывающих житье...» начинается с разъяснения сущности общепринятых методов психологии, с постулирования неэффективности современной практической психологии («Мимо души, или Чего не делает Психолог в школе») и изложения целей и методов, на которые ориентирован автор, а также практики применения его концепции в клубе «Синтон». Затем с помощью концептуальной метафоры эксплицируется своеобразная теория структуры личности («души»), состоящей из внешнего и внутреннего «домов», где не угасает внутреннее «Солнышко». *Вначале душа сжималась и крутилась вихрем, ища, куда бы укрыться от боли и обиды; потом ветер стих, но висели тяжелые темные облака; позже поплакал дождик, ушел вдаль... Где-то минут через пять небо в душе расчистилось. Я грустил... но мое внутреннее Солнышко не выключалось ни на минуту... Чтобы такое было возможно, и существует ВНЕШНЯЯ ДУША — как оболочка ДУШИ ВНУТРЕННЕЙ, ее защитница и слуга.*

В последующих главах вводятся не менее образные рассуждения о свободе и ответственности, о «смысле и цене жизни», о науке, искусстве, религии, морали и т.д. *Получить свободу — то же самое, что получить землю под садовый участок: строй все что хочешь, ура! Но, с другой стороны, на заросшей полянью лужайке пока ничего другого нет и жить поэтому негде. Увы. Иметь свободу — необходимо, но недостаточно... Человек начинается тогда, когда свою свободу он направляет на благо, когда он свободно и осознанно выбирает делать добро... Вы хотите, чтобы ваша жизнь — любая, в том числе и заполненная ерундой, — стала осмысленной. Нет проблем, ведь с давних времен хорошо известен еще один путь, путь простой и универсальный. Он позволяет сделать осмысленным все и всегда: и мытье*

посуды, и стояние в очереди, и езду в холодной электричке. Это — путь Любви. Ты только полюби жизнь, что значит: излей на нее свою Любовь, и все в твоей жизни станет любимым, и все обретет смысл. Если любишь все и всегда, твоя жизнь всегда и в любой ситуации осмысленна.

Психологическая система Н. Козлова предполагает реформирование потребностей адресатов (это один из отличительных признаков воспитательной психологии). За основу берутся базовые потребности: в любви, защите от неустроенности, социальных контактах и др.; в процессе интенционально-смыслового развертывания они увязываются с более высокими потребностями (в самореализации, в раскрытии ресурсов психической и физической регуляции, в осмысленном взаимодействии с миром) и выводятся на уровень осознанной деятельности. Например, *Ты перекладываешь ненужные бумажки в глупой конторе? — Это ты, празднующий свой сегодняшний день, даришь белым листкам свои прикосновения. А людям ты подаришь сегодня много света. В этом-то тебе никто не мешает?; Переезд в новый город, смена школы или работы, болезнь или крах той финансовой компании, куда вы вложили все свои деньги — если тетушка Жизнь предложит вам это скушать, вы это и скушаете. Естественно. Потому что для всех нормальных людей это События, а вы нормальный. Впрочем, в сценарий своей жизни человек может внести и свой, совершенно самостоятельный вклад... Человек сильный может, улыбнувшись тетушке Жизни, отклонить сценарий ее и разыгрывать свою пьесу, по своему сценарию.*

В отличие от текстов Козлова, интенцией А. Свияша, очевидно, не является формирование потребностей, идеалов и ценностей, характеризующих понятие «мировоззрение», здесь также не предполагается реформирование жизненных целей в соответствии с измененным мировоззрением. Напротив, у Свияша речь идет о «разрушении идеализаций»; результатом такой перестройки будет не мировоззрение, а достаточно пассивное «мировидение» — образ мира, служащий основой для реализации намеченных индивидуальных целей. Не анализируя те произведения А. Свияша, в которых излагаются его метафизические построения, обратимся непосредственно к текстам психологического («психотерапевтического») характера (книга «Уроки судьбы в вопросах и ответах»). Книга построена по принципу

«вопросы читателей — ответы автора», при этом коммуникативные блоки одной тематики объединены в отдельные главы. Среди общих тем выделяются взаимоотношения полов, родителей и детей, пьянство, болезни, деньги, работа, политика и др. С функционально-смысловой точки зрения, в текстах Свияша преобладает рассуждение, причем авторское изложение отличается достаточно четкой логикой, что сближает его с научным дискурсом. Например, *Вы говорите, что человек может сам управлять своей жизнью. А как же с предопределенностью? Ведь Ванга, известная на весь мир ясновидящая, не смела предотвратить смерть своего мужа, хотя и видела, что она приближается? — ...Добровольный выбор и предопределенность тесно связаны между собой. Сначала человек делает выбор, а затем неизбежно наступает результат, выглядящий внешне как предопределенность. Затем человек делает другой выбор, и возникают новые последствия, и так всю жизнь. Поэтому мы и призываем людей жить осознанно, понимая, к чему приведут те или иные их убеждения. Например, в юном возрасте лучше самому узнать про свои идеализации и заранее поработать с ними — чтобы потом вы не влюбились в человека, который уже в семейной жизни будет разрушать ваши ценности. Конечно, вы можете сказать что-то типа: «А, обойдется, любовь все победит!» — и не работать со своими ценностями. Тем самым вы сделаете выбор и тем самым предопределили себе будущую семейную жизнь, в которой будут неминуемые разборки, связанные с отстаиванием своих идеалов. Если же вы еще в юности осознаете свои идеалы и искренне признаете, что если кто-то не будет их разделять, то в этом нет ничего страшного, то Жизни не нужно будет сводить вас через любовь с вашим кармическим «воспитателем». Она даст вам того, с кем вам будет действительно хорошо. Вы сделали другой выбор и создали (предопределили) себе другое будущее.* Для текста характерна своеобразная терминологическая метафорика: такие авторские термины, как идеализации, желания, «Разумный путь», «космические» заказы, «сосуд кармы», «космическое воспитание», «эгрегоры» и проч. Важными элементами воздействия также являются наукообразие и ирония, функциями которой являются разоблачение несостоятельности некоторых стереотипных взглядов и поступков, а также обеспечение легкого, отчасти критического восприятия материала.

8. Мотивирование и программирование деятельности адресата, не связанной с восприятием текста, но имплицитной его содержанием, предполагает формирование мотивов деятельности и представление алгоритма действий адресата. Речевое воздействие здесь часто направлено на формирование устойчивых и обобщенных мотивационных образований, например, *Человек таков, в какого себя он верит. Пока он верит, что его будущее задается его прошлым, он никогда не оказывается в будущем, но только раз за разом воспроизводит свое прошлое. Только когда человек примет, что за себя, свою жизнь и поступки отвечает не прошлое и не обстоятельства, а он сам — он начинает жить другой жизнью, свободной и ответственной* (Н. Козлов)⁶⁷.

Иногда адресант представляет последовательную программу действий адресата; это выражено, например в классической методике НЛП-терапии (шестишаговый рефрейминг, см. параграф 1.7, сноска 20): *Обратитесь внутрь себя и спросите свою творческую часть, хочет ли она взяться за следующую задачу.... Попросите творческую личность на подсознательном уровне обратиться к части, отвечающей за поведение X, и определить, что она пытается сделать для всей личности. Затем заставьте творческую часть генерировать новые способы реализации этого намерения. ... А сейчас из всего этого множества способов часть X выберет те, которые по ее мнению являются более эффективными, нежели стереотип X в плане достижения той же самой цели...* (Р. Бендлер, Дж. Гриндер).

9. Психофизиологическое программирование предполагает представление последовательности речевых действий, направленных на изменение психического состояния реципиентов и их физиологических процессов. У большинства авторов популярной психологии этот этап носит факультативный характер и сводится к регуляции эмоционального состояния реципиента. Однако некоторые авторы (Г. Сытин, М. Норбеков, В. Леви и др.) активно используют именно психофизиологическое программирование или даже делают его своей основной коммуникативной интенцией.

Например, в книге Г. Сытина «Животворящее слово» просматривается интенция обеспечения адресата языковыми средствами само-

⁶⁷ См. о мотивационных образованиях в [Патяева Е.Ю. 1983, Асмолов А.Г. 1985].

внушения для воздействия на физиологические процессы, изменения самочувствия и формирования определенного эмоционального фона. Композиция настроев имеет достаточно жесткую «программирующую» макроструктуру и повторяющиеся элементы на уровне языковых микроструктур. Большинство настроев содержат установочный коммуникативный блок (*Сейчас я буду усиливать нервную систему. Этот процесс усиления нервной системы, повышения устойчивости нервной системы будет продолжаться постоянно-непрерывно днем и ночью*) и алгоритмические блоки, нацеленные на мобилизацию органов и систем (*Головной-спинной мозг все более устойчиво-правильно управляет жизнью моего тела. Моя вечно молодая-юная-здоровая кровь постоянно-вечно начисто промывает головной-спинной мозг и несет в избытке полноценное питание всем нервным клеткам головного-спинного мозга. Молодое-юное-здоровое-богатырское сердце легко, шутя, с молодецкой удалью справляется с работой и с огромной силой гонит кровь по всему телу... Юные глаза умные волевые, волевые умные юные глаза и т.д.*). Настрои завершаются программирующим блоком — «протяжкой» на будущее, на конец рабочего дня (*И потому в конце рабочего дня я чувствую себя таким же свежим, не уставшим, как утром при пробуждении, как будто бы я весь день отдыхал и накапливал силы*).

Итак, речевое воздействие в ракурсе адресанта соотносится с реализацией его интенциональных состояний и деятельностью по видоизменению смысловых структур адресата. Эта деятельность предполагает подготовительный и основной, рефрейминговый этапы. Подготовительный этап предшествует основному, поскольку именно на нем создаются и закрепляются установки читателя на смысловое восприятие текста, а также обеспечиваются раппорт и эмпатия к проблематике текста. Рефрейминговые процедуры, на которых реализуются основные коммуникативные интенции адресанта, предполагают трансформации более сложных психических структур адресата и поэтому следуют за подготовительным этапом. Следует учитывать специальные процедуры речевого воздействия, присутствующие не во всех текстах популярной психологии. Так, в текстах, направленных на укрепление здоровья и овладение навыками регуляции психических и физиологических процессов, должно присутствовать программирование психофизиологических процессов. В текстах, направленных на

воспитание личности, должны присутствовать процедуры перестройки ценностей и потребностей адресата.

В отношении речевых актов, избираемых в качестве коммуникативных тактик для изменения различных смысловых структур реципиента, прослеживается определенная закономерность. Для подготовительного этапа трансформации смысловых структур адресатов характерен такой способ речевого воздействия, как внушение. Оно производится с помощью речевых актов информирования (внушение посредством селекции и организация информации), повествования, описания, РА эмоций и оценок, готовых вопросно-ответных комплексов. Кроме того, здесь встречается побуждение, выраженное такими речевыми актами, как приглашение, обещание, обольщение и иногда призыв.

Основной этап трансформации смысловых структур адресатов также характеризуется своеобразием речевых актов. При формировании установок и мотивов реципиента используются РА уговаривания (предложения, советы, призывы, приглашения, обещания), а также РА аргументации (обоснование, доказательство, логический вывод и др.). Например, *Не «кормите» ненужные отрицательные эмоции. Пресекайте пустые «интересы». Прекращайте болтовню. Практикуйте внутреннее молчание* (Н. Козлов). Иногда здесь также используются подначивание и провокация. *Если Вы носите очки, то постоянно свои деньги вкладываете в товар. Вы патриот, помогаете экономике. Вы потребитель, который приносит доход фирмам, предприятиям-производителям (но своим состоянием здоровья — вред государству). В данном случае покупателю надлежит всегда болеть, т.е. ходить в очках. Это самый легкий для Вас и доходный для других способ решения своих проблем. Зрение ухудшилось, через пять минут Вы нахлобучили на нос «инвалидную коляску»* (М. Норбеков). Речевыми актами при воздействии на психофизиологические процессы зачастую являются императивы, экзерситивы, РА эмоций, оценок и художественного изображения. Например, *Перестань думать. Живи ощущениями* (Н. Козлов); *Я способен добиться своей цели. Я все смею, все могу* (Г. Сытин); *Счастье — это ясное солнышко и голубое небо, но все — во внутреннем мире. Счастье — это возлюбленная жизнь* (Н. Козлов). При изменении коннотаций отдельных объектов и формировании смысловых диспозиций часто используются РА аргументации художественного изображе-

ния, оценок и эмоционального воздействия. Например, *Опасно, вредно идти к людям за «пониманием». Опасно и мечтать об этом. Нет, не потому, что его нельзя получить, понимание. Можно. Не у всех, не всегда, но можно, порой и с избытком, которого мы не заслуживаем. А потому, что при такой установке мы утрачиваем теплоту. Вас станут отогревать, а вы, израсходовав полученное, будете снова замерзать и снова искать тепла Понимания, поддержки, участия... Путь, в конце которого яма безвылазная — душевный паразитизм (В. Леви).* Основными речевыми актами при перестройке смысловых конструктов являются последовательные РА аргументации, причем в высказываниях выражен эмоционально-оценочный модус адресанта. Например, *Жизнь природная, жизнь естественная — не война, не агрессия. Хищник загрызет вас не из ненависти, он просто голоден, а вас он любит — есть. Для природы не характерна месть, и в смертельной схватке враг, оказавшись поверженным, там уже совсем не враг, а просто пища. Месть и ненависть придумали люди... Воюет только человек — дикий человек. Мир не воюет. Мир живет. И чтобы быть верным миру, надо любить. Надо любить мир, в котором победит сильный. И надо полюбить свою Смерть, если тебя, прежде такого сильного, превозмог кто-то Сильнейший. Ты умер, — следовательно, да здравствует Жизнь! (Н. Козлов).*

3.3. Речевое воздействие в плане адресата. Закономерности смыслового восприятия текста и его перлокутивный эффект

Любой текст способен трансформировать личностный смысл реципиента, связанный с тем или иным объектом, видоизменить уже имеющийся категориальный (смысловой) конструкт, трансформировать другие смысловые структуры⁶⁸. Произведенное изменение и будет являться речевым (в нашем случае текстовым) воздействием, рассматриваемым в ракурсе адресата, то есть перлокутивным эффектом.

Мы полагаем, что перлокутивный эффект, предполагающий трансформации смысловых структур реципиентов, неразрывно связан со

⁶⁸ Напомним, что понятия «категориальный конструкт» (смысловой конструкт) и «смысловая структура» соотносятся как видовое с родовым, поскольку последнее также включает другие смысловые образования — установки, мотивы, смысловые диспозиции и др.

смысловым восприятием текста, поэтому будем изучать их в этом аспекте. Смысловое восприятие есть процесс формирования осмысленного целостного образа предмета с помощью высших когнитивных процессов (интеллектуальных, мыслительных) на основе низших когнитивных процессов (сенсорных и перцептивных).

Смысловое восприятие обеспечивается четырьмя основными мыслительными процессами со стороны реципиента: чтением, интерпретацией, пониманием и осмыслением. Эти процессы тесно взаимосвязаны как этапы герменевтического круга, через который, по В. Дильтею, познающий субъект познает себя через других, а других понимает через себя. В ходе смыслового восприятия указанные процессы чередуются, накладываясь друг на друга и переходя на новый этап (цикл герменевтического круга). При этом, как отмечает Ю.Б. Боров, «понимаемое интерпретируется в процессе понимания», «понимание есть творческий результат процесса интерпретации», «понимание — поступательный процесс, на каждом этапе которого достигается определенный уровень обретения смысла (от ограниченного до глубокого)» [Боров 1988: 449, 447]. Каждый из указанных когнитивных процессов, переходя на новый цикл герменевтического круга, усложняется и обогащается сопутствующими процессами.

Наше представление процессов смыслового восприятия несколько противоречит известным психологическим описаниям этапов и процедур восприятия. Рассмотрим одно из таких описаний. Восприятие включает в себя подэтапы обнаружения (чувственной реакции на стимул); различения языковых знаков (сличения их с образами-эталоном, хранимыми в памяти, — грамматической структурой, морфологическим нуклеусом, фонетическим словом); первичной идентификации (грамматического и семантического признания услышанного/прочитанного). Далее начинается собственно смысловое восприятие, которое синтезирует семантические компоненты на основе контекста в первичные единицы смысла; анализирует единицы смысла и производит смысловую предикацию, выявляя основные и периферийные мысли; в конечном итоге формирует у реципиента образ содержания текста [Леонтьев 1997]. Как видно из приведенной последовательности, осознание смысла идет по направлению от частного к общему, а начальным пунктом его является отдельный знак или знаковый комплекс.

В отличие от вышеописанной концепции герменевтический подход предполагает, что смысловое восприятие идет от общего к частному (затем от частного к общему и так далее, то есть совершается многоцикличный герменевтический круг), а начальным пунктом смыслового восприятия является не отдельный знак либо знаковый комплекс, но целое высказывание или текст, взятый в контексте той или иной знаковой ситуации. При этом акцентируется активная диалогическая деятельность со стороны реципиента в процессе смыслового восприятия. В такой трактовке собственно чтению предшествует первичная интерпретация, которая сродни моррисовской «интерпретанте», предполагающей восприятие целого высказывания и его идентификацию и категоризацию — соотнесение с уже знакомым объектом. Если говорить о смысловом восприятии текста, то первичная интерпретация соответствует апперцепции — ожиданию, предвосхищению концептуальной структуры и идейного развития текста в соответствии с жизненным опытом реципиента, его установками, проекциями, структурой личности, знаниями об авторе, жанре, самом произведении и т.д. Таким образом, в отличие от вышеописанной психологической концепции восприятия речи, в герменевтической трактовке с эталоном изначально сопоставляется не отдельный языковой знак, а текст в целом.

Немаловажную роль в первичной интерпретации текста играет мотив и установка чтения. Мотивом может быть познавательный интерес, желание найти ответы на актуальные для личности вопросы, желание уяснить концепцию автора, иногда с интенцией ее опровержения, любопытство, исследовательский интерес, наконец, стремление выполнить «задание» (экспериментатора) и другие субъективные мотивы. Установка является составляющей ряда отношений: к самому процессу восприятия и обстановке, к тексту⁶⁹ либо его автору, а также к предъявителю текста. Как упоминалось в параграфе 3.1.3, мы сочли возможным редуцировать понимание установки как психической структуры, отражающей predisposedность личности к определенному реагированию, до трех видов — позитивная (охотное прочтение, благожелательное отношение к автору, тексту, предъявителю), нейтральная и негативная.

⁶⁹ Например, мысль или слово, выхваченные читателем из текста во время беглого ознакомления с ним и оцененные негативно, могут сформировать у читателя негативную установку по отношению ко всему тексту.

Вслед за этапом первичной интерпретации следуют этапы чтения и первичного понимания (семантизирующего, когнитивного). Существует прямая зависимость между первичной интерпретацией и избираемой читателем стратегией чтения. В общем виде возможны две стратегии чтения: «сканнинг» («сканирование») — внимательное и добросовестное чтение с целью понимания авторского замысла и концептуальной структуры текста в соответствии с авторским замыслом, либо «скимминг» — беглый или выборочный анализ содержания текста.

Со своей стороны, избираемая стратегия чтения влияет на адекватность понимания, а также на его качество. В случае сканнинга содержание текста отражается в сознании реципиента более или менее адекватно. В случае скимминга информация подвергается фильтрации и фокусировке (селекции) — несущественные, непонятные, несообразные или неверные, с точки зрения реципиента, суждения игнорируются, отвергаются либо опровергаются, а важные, с его точки зрения, суждения (даже если они являются периферийными в аргументации автора), оказываются в центре внимания, «выпячиваются» (читатель использует так называемые психологические «линзы»).

Следует также учитывать, что в зависимости от развитости рецептивных способностей читателя понимание, по Г.И. Богину [1986], может осуществляться на трех уровнях: семантизирующем, когнитивном и распремечивающем. Семантизирующее понимание предполагает анализ и синтез отдельных элементов текста, то есть понимание значений знаков, входящих в высказывание, и схватывание смысла отдельных высказываний. Такой вид понимания типичен, если реципиент читает текст на недостаточно известном ему иностранном языке, если текст изобилует неизвестными словами, незнакомыми терминами, если его формальная оболочка тяжела для восприятия. Адекватное понимание на семантизирующем уровне выражается в способности реципиента передать содержание словами текста с небольшими вариациями или пересказать его близко к тексту. Когнитивный уровень понимания предполагает уяснение содержания текста как совокупности высказываний и сверхфразовых единств, а также осознание логических связей между ними. Такой уровень понимания характерен для изучения и усвоения новой или достаточно сложной в когнитивном отношении информации. Адекватное понимание на когнитивном уровне проявляется в способности передать содержание текста своими словами.

На первичное понимание накладывается вторичная «интерпретация» — толкование, трактовка, творческий анализ и синтез текста, диалог личностных смыслов читателя с личностными смыслами автора, когда смысл «прирачивается» путем творческого домысливания, которое опирается на личный эстетический опыт читателя. Здесь имеют место такие процедуры, как раппорт, интроспекция, «вживание», проникновение в логику текста, «вчувствование в текст»; идентификация художественных образов и проблемной ситуации и «наложение» их на свой жизненно-эстетический опыт (по Ю.Б. Борову, есть ассоциативный, адмиративный, симпатетический и катарсический типы идентификации [Борев Ю.Б. 1988: 456—457]); «примеривание» героев произведения на свою личность, эмпатия, понимание других через себя, через свое «я»; актуализация недостающих для понимания текста сведений (фактов, исторических данных) и другие.

В процессе вторичной интерпретации человек проецирует свои представления, ощущения, переживания на объекты, подлежащие обсуждению, на авторские изложение, описание и рассуждение, связанные с этими объектами, на оценки автора, а также на формальные свойства текста. Для адекватного понимания смысла текста, однако, субъективные «побочные» смыслы читателя должны быть по возможности устранены, таким образом, понимание достигается при очищении реконструируемого смысла текста от несущественных персональных ассоциаций реципиента. Аналогичного мнения придерживается Т.М. Дридзе, согласно которой понимание определяется интенцией читателя к коммуникации в большей степени, чем к познанию, а стремление понять текст в соответствии с коммуникативными интенциями автора (которые заключаются в «трансляции собственных плодов рефлексии познанного другим людям») и способствует настоящему диалогу; если же читатель, «идя на поводу собственных познавательных интенций», а также исходя из субъективных ассоциаций и установок, не извлекает из текста авторского замысла, а переиначивает содержание, выносит поверхностное или искаженное суждение о тексте, то «коммуникация разрушается» [Дридзе 2000]. Устранение собственных смысловых наслоений и попытка проникновения в замысел автора является своего рода неписаным «этикетным правилом» интерпретации. Вместе с тем существует несколько типов (уровней, стратегий) вторичной интерпретации [Марова 2006], и читатель волен следовать избираемой им стратегии.

Следует заметить, что адекватность и качество вторичной интерпретации также напрямую зависит от первоначально избранной стратегии чтения — сканнинг или скимминг. В первом случае концептуальная структура текста «очищается» от излишних, побочных апперцептивных и ассоциативных смысловых наложений реципиента, во втором случае — нет, происходит «контаминация» смыслов или чрезмерное смысловое развитие содержания текста в актуальных для читателя направлениях.

Со своей стороны выбор верной стратегии вторичной интерпретации важен для достижения высшего — распредмечивающего — уровня понимания, поскольку к нему способна привести не любая стратегия, а лишь та, которая соответствует прагматической цели автора. Например, если автор концентрируется на форме текста и в меньшей степени — на содержании, то адекватным типом интерпретации будет текстативный (по Н.Д. Маровой), напротив, содержательно-идейный уклон текста в ущерб форме предполагает медиативный и перспективный типы интерпретации. Определение общих характеристик текста, его тематики и оценка его места в ряду других текстов предполагает театативный тип интерпретации. Если по замыслу автора основной упор делается на эмоциональный отклик на содержание, форму или общую прагматическую цель текста и определение его статусно-ценностных свойств, то адекватной будет претативная стратегия в сочетании с прочими видами. Претатив должен основываться на театативных, медиативных, текстативных и прочих интерпретемах, иначе он не приведет к адекватному пониманию. Наконец, метаксативный тип интерпретации, объединяющий все прочие стратегии, вероятно, приведет к наиболее полному и адекватному пониманию любого текста, если при этом пропорция интерпретатем верна в соответствии с прагматическим замыслом автора.

Качественная и адекватная вторичная интерпретация ведет к распредмечивающему пониманию, которое предполагает понимание смысла текста как целостного образования в совокупности эксплицитного и имплицитного, денотативного и коннотативного компонентов. По утверждению Г.И. Богина, понимание такого уровня может достигаться, при наличии «рефлексивной» интенции, процедурой рефлексивного описывания отдельных фрагментов текста с целью выявления «метасмыслов» и «метасредств» их опредмечивания. Иначе говоря, уровень распредмечивания смысла достигается в результате внимательного «аналитико-син-

тетического» чтения текста, когда на основании анализа семантических центров текста делаются выводы о смысле. Важно также, что при распремечивании становятся ясны интенции автора — иллюкутивные силы текста. По замечанию Г.И. Богина, распремечивающее понимание «восстанавливает ситуацию мыследействования автора» [Богин 2001]. Адекватное понимание на распремечивающем уровне предполагает способность реципиента разъяснить смысл текста, подкрепляя рассуждения примерами из текста. Кроме того, мы полагаем, что достижение реципиентом распремечивающего уровня понимания одновременно свидетельствует о готовности реципиента согласиться с идеями текста, если они не противоречат ценностным убеждениям реципиента, или, принимая их, аргументированно возразить.

Распремечивающий уровень понимания фактически смыкается с осмыслением, отличие здесь состоит в том, что осмысление — рефлексия над понятым смыслом, по выражению Г.И. Богина, «вновь обращает сознание субъекта на себя». Иначе говоря, осмысление — это внутренняя формулировка своего отношения к содержанию и смыслу текста и интенциям автора и интеграция этого смысла в категориально-ценностную иерархию реципиента. В процессе осмысления субъект встраивает определенным образом проинтерпретированное и понятое содержание в свою картину мира, в иерархию личностных смыслов, ценностей, потребностей. Как отмечает Д.А. Леонтьев, процесс осмысления выходит за пределы наличной актуально воспринимаемой ситуации, непосредственного перцептивного поля, в план представления, воображения, идеаторных содержаний сознания [Леонтьев 2003: 283]. Далее, осмысление того или иного содержания способствует отождествлению личности с ценностями определенных социальных общностей, а также осознанию своих смысловых ориентаций и рефлексивному отношению к ним⁷⁰.

⁷⁰ Как нам представляется, в английском языке адекватными соответствиями упомянутым терминам будут: интерпретация — *interpreting, interpretation*; понимание — *understanding, comprehension*, семантизирующее — *semantic*, когнитивное — *cognitive*, распремечивающее — *reflective*; осмысление — *interiorization (of text meanings)*. Последний термин переведен словом, достаточно редко встречающимся в английском языке и относящимся к психологической терминологии, он означает 'making a part of one's own inner being or mental structure' (Merriam-Webster). Мы думаем, что этот термин ближе всего по смыслу русскому слову «осмысление».

Осмысление текста зависит от адекватности и качества всех предшествующих процессов. Если чтение и интерпретация текста привели к более или менее адекватному и полному его пониманию, то осмысление текста — рефлексия над ним, включение его в систему личностных смыслов и ценностей пройдет согласно замыслу автора, если нет — концептуальная структура текста встроится в систему категорий реципиента в искаженном (по сравнению с авторской интенцией) виде.

В следовании когнитивных процессов чтения, интерпретации, понимания и осмысления имеется определенная закономерность, которую в приблизительном виде можно представить в виде следующей схемы:



То есть стратегии когнитивной обработки текста включают симультанно-сукцессивные этапы: первичной интерпретации, чтения, семантизирующего понимания, когнитивного понимания, вторичной интерпретации, распремечивающего понимания и осмысления.

Для того чтобы подтвердить зависимость полноты и глубины смыслового восприятия текста от качества процессов смыслового восприятия, а также взаимосвязь этих процессов, нами был проведен эксперимент с 48 студентами филологического факультета ЧелГУ. Реципиентам был дан приведенный выше текст А. Свияша и предложено задание, сформулированное так: «Поясните основные идеи текста и выскажите свое мнение по поводу них». В процессе анализа полученных экспериментальных сочинений мы рассматривали взаимодействие ключевых концептуальных структур текста и ментальных единиц субъективного сознания реципиентов, на основании чего делали выводы о каждой из фаз когнитивно-диалогической деятельности.

Ниже представлена таблица, дающая представление о типичных характеристиках фаз смыслового восприятия текста.

Таблица 8

**Типичные характеристики смыслового восприятия,
отраженные в сочинениях**

№	Интерpretация	Понимание	Осмысление
1	Фильтрация содержания, фокусировка на отдельных идеях, близких реципиенту. Уровни (типы) интерпретации — медиативный и претативный	Неполное, селективное, поверхностное. Выражены семантизирующий и когнитивный уровни понимания. Есть недочеты семантизации, когниции — недопонимание, домысливание, неверные логические выводы. Распредмечивание (адекватный синтез) отсутствует	Осмысление фрагментарное, некорректное, происходит в негативном ключе в связи с недопониманием и неприятием ряда тезисов
2	Наложение содержания текста на собственный категориальный конструкт. Позиции «я это уже знаю» или «я это понимаю по-своему». Уровни интерпретации — театативный и медиативный	Неполное, обобщенное. Обойден вниманием ряд существенных деталей. Очевиден когнитивный уровень понимания, но выражено и распремечивание общих смысловых комплексов текста. Имеется случай локального непонимания-домысливания — неверное отнесение текста к системе «Симорон»	Осмысление широкое, часто отвлеченное от оригинала. В осмыслении проявляется субъективизм, своеобразный «эгоцентризм», иногда неявное противоречие идеям текста
3	Интерпретация формально в сочинении не выражена — здесь кратко излагается содержание текста словами самого текста. Вероятно, интерпретация здесь носит свернутый характер, поскольку текст воспринимается реципиентом аналогично учебному «тексту для пересказа». Уровень интерпретации неясен	Понимание полное. Выражена семантизация, когниция. В сочинении почти дословно, но сокращенно и с сохранением всех основных нюансов смысла, пересказываются тезисы текста. Распредмечивание в виде полной идентификации личностных смыслов с авторскими	Элементы осмысления выражены только на уровне модальных операторов «я считаю», «я думаю»
4	Интерпретация адекватная, очищенная от смысловых наслоений реципиента. Здесь выражен высокий уровень интерпретации — перспективный, фокализованный на точке зрения, организующей содержание текста, и авторской картине видения референтной ситуации, отраженной в тексте. В то же время, реципиент не соглашается со многими идеями текста	Понимание полное, обобщенное, глубокое. Уровень понимания — распремечивающий	В ходе осмысления основной тезис текста принимается, однако оспариваются некоторые аргументы автора, и разворачивается собственная аргументация
5	Фильтрация содержания, фокусировка на отдельных идеях, близких реципиенту. Уровни интерпретации — медиативный	Понимание неполное, селективное. Уровень понимания — когнитивный с элементами распремечивания	Осмысление тезиса и аргументации автора в негативном ключе — в духе эмоционального отрицания

Продолжение таблицы 8

№	Интерpretация	Понимание	Осмысление
6	Влияние устоявшейся категориальной иерархии реципиента на понимание. Позиции «я это уже знаю» или «я это понимаю по-своему». Типы интерпретации — медиативный и претативный	Понимание неполное, обобщенное. Уровень понимания — когнитивный, есть элементы распремечивания	Осмысление широкое, диалектическое, отвлеченное от оригинала. Формально соглашаясь с идеями текста, реципиент переиначивает их в соответствии со своей категориально-ценностной иерархией
7	Влияние проекций и смысловых ассоциаций реципиента. Возможно влияние специфической мотивации — показать свое интеллектуальное превосходство. Уровни интерпретации — медиативный и претативный	Понимание неполное, обобщенное. Уровень понимания — когнитивный с попытками распремечивания, которые нельзя признать успешными из-за недочетов когниции — недопонимания и домысливания. Ошибки понимания носят локальный смысловой характер	Осмысление текста фрагментарное, ассоциативное, критическое, смыслы текста серьезно искажаются благодаря «подгонке» к ранее усвоенным реципиентом идеям
8	Преднамеренное или непреднамеренное искажение смысла при интерпретации, связанное с негативной установкой (предубеждением). Уровни интерпретации, в основном — театативный и претативный	Понимание неполное, обобщенное семантизирующего и когнитивного типов. Основные идеи текста пересказаны сухим языком, упрощенно и со значительным искажением смысла. Отсутствует декодирование абстрактных понятий «жизнь», «добро» и проч. в соответствии с интенциями автора (неверная семантизация). Встречаются случаи неверного понимания смысла текста (погрешности когниции), есть и признаки глобального непонимания коммуникативного задания, связанного с негативной установкой	Осмысление в духе разочарования и «горькой иронии». Противопоставление собственных духовных исканий упрощенно понятым идеям текста
9	Интерпретация корректная, субъективные «побочные» смыслы реципиента устранены. Уровень интерпретации — театативный и претативный	Понимание неполное, обобщенное, когнитивного типа с элементами распремечивания. В основном уловки автора (доказательство от противного) разоблачаются, и направление мысли протекает в предполагаемом автором русле. Встречается недопонимание (локальное непонимание) отдельных мыслей текста. Однако не понята авторская интенция написания текста, нет целостности «духовно-реального» образа	Общее осмысление текста проходит в негативном ключе. Парадоксально, что при этом реципиент понимает и принимает большинство тезисов текста. Причина, вероятно, кроется в непонимании замысла текста («не поняла, зачем он написан») и оценке его как банального
10	Интерпретация не свободна от проекций и смысловых ассоциаций реципиента. Уровни интерпретации — медиативный	Понимание неполное, обобщенное, когнитивного типа. Элементы распремечивания отсутствуют	Осмысление как дополнение и пояснение идей автора в духе «прописных истин»

№	Интерпретация	Понимание	Осмысление
11	Влияние устоявшейся категориальной иерархии реципиента на понимание. Позиции «я это уже знаю» или «я это понимаю по-своему». Проявляется невнимательное чтение — «скимминг». Уровни интерпретации — театативный и претативный	Понимание неполное, обобщенное. Картина уровней понимания неясна, вероятно, присутствуют когнитивия и распрямечивание	Осмысление текста достаточно произвольное. Идеи текста подменяются собственными идеями «на ту же тему»
12	Влияние устоявшейся категориальной иерархии реципиента на понимание. Предвзятость, связанная с несовпадением ценностных приоритетов. Уровни интерпретации — медиативный, претативный и текстативный (внимание иногда сосредоточивается на «текстовых формах», но во многом лишь для критического комментария или рабулистики)	Понимание неполное, обобщенное. Основной уровень понимания — когнитивный. Имеются элементы распрямечивания	Осмысление носит негативный (подчас саркастический) характер — реципиент не соглашается с автором в большинстве выводов. Понимая смысл текста и интенции автора, реципиент осмысляет их негативно, то есть исключает идеи текста из своего категориального конструкта

Анализ позволил нам сделать следующие выводы. В целом в подходе к тексту у реципиентов проявляются «текстоцентрическая» и «эгоцентрическая» позиции.

В первом случае чтение бывает более внимательным (сканнинг), а вторичная интерпретация — более адекватной, так как реципиент старается устранить неизбежные субъективные ассоциации с содержательными компонентами текста и нацелиться непосредственно на его понимание. Осмысление — конечный этап восприятия текста — является результирующим продуктом всех предыдущих когнитивных процессов. Если вторичная интерпретация была «текстоцентрической», то есть корректной, очищенной от ассоциативных смыслов реципиента, то при условии высокого уровня понимания можно ожидать и «качественного» (в ракурсе авторского замысла) осмысления, то есть концептуализации объектов, обсуждаемых в тексте, в соответствии с прагматическими целями автора. Однако в процесс осмысления вмешиваются такие факторы, как специфические мотивы и установки реципиента, ригидность имеющихся у него категориальных конструктов или общая направленность его личности (совокупность

мотивов, интересов, склонностей, убеждений, идеалов), определяющая неактуальность для него смыслов текста. В нашем материале имеется случай негативного осмысления текста, который объясняется не низким уровнем интерпретации или понимания, но сформированностью у реципиента собственного, не менее логичного и законченного, чем у автора, взгляда на проблему. В другом сочинении, несмотря на корректную интерпретацию и высокий уровень понимания, общее осмысление текста проходит в негативном ключе по причине несоответствия проблематики текста направленности личности реципиента («я не поняла, зачем он (текст) написан», «текст банален»).

Во втором случае в качестве стратегии чтения преобладает скимминг, а в ходе вторичной интерпретации происходит преднамеренное или непреднамеренное искажение смысла, которое влияет на адекватность как понимания, так и осмысления. Это искажение может быть обусловлено следующими причинами.

- Фокусировка и фильтрация содержания, то есть отбор только известных, понятных, интересных, близких реципиенту тем и идей или, наоборот, непонятных, вызывающих несогласие. Если реципиент фильтрует содержание текста и фокусируется на отдельных понятных и близких ему идеях (или напротив, непонятных и неприемлемых для него), то целостность содержания текста не воспринимается, и, как следствие, возможны недопонимание, домысливание и неверные логические выводы; осмысление текста в этом случае носит фрагментарный и не вполне адекватный характер.
- Соотнесение новых смыслов с ригидными категориальными конструктами реципиента (позиции «я это уже знаю», «я это понимаю по-своему», «я придерживаюсь других (противоположных) взглядов»). Если на этапе интерпретации не снимается влияние собственной категориально-ценностной иерархии реципиента на понимание текста, то понимание грешит подменой «метасмыслов» текста уже существующими убеждениями реципиента; осмысление текста будет при этом чрезмерно отвлеченным от смысла оригинала, произвольным, субъективным, «эгоцентричным», реципиент будет переиначивать идеи текста в соответствии со своими структурами или подменять их собственными «на ту же тему».

- Наслоение ранее интериоризованных смыслов на содержательные компоненты текста, когда реципиент ошибочно приравнивает понимание текста к анализу собственных ассоциаций и проекций, возникающих при его чтении. В этом случае вместо концентрации на смысле текста реципиент анализирует собственные ассоциации и проекции, встречаются случаи домисливания и неоправданной концентрации на деталях, отвлекающих от сути; при осмыслении реципиент ссылается на ранее вычитанные идеи, на собственный опыт, рефлексировать над отдельными вырванными из контекста фразами, «поворачивая» их по своему усмотрению.
- Предвзятая установка или специфический мотив реципиента (например, нигилизм, стремление к оригинальности, желание поделиться своим мироощущением, желание приукрасить свой имидж и др.). В случае если не снята предвзятая установка по отношению к какому-либо компоненту коммуникации — к обстановке и процессу чтения, тексту, автору, предъявителю текста, или в ходе интерпретации реализуются специфические мотивы реципиента, понимание грешит упрощенностью, «предвзятым» декодированием — сознательным отказом от декодирования существенных элементов содержания текста и неверным декодированием других, а осмысление демонстрирует внешне немотивированную предвзятую оценку (чаще отрицательную).

Преднамеренный или произвольный выбор неверного типа интерпретации. Если реципиент выбирает неверный тип интерпретации — например, текстативный, предполагающий концентрацию на форме текста, или театативный, концентрирующийся на тематике и обобщенных характеристиках текста (стиле, жанре и т.п.), вместо медиативного (содержательного) и перспектативного (смыслового), то понимание носит поверхностный, несущественный характер, реципиент не видит (или как бы не видит) «ключей» декодирования, заложенных автором. Среди наших сочинений имеется одно, в котором внимание реципиента часто сосредоточивается на не вполне удачных, вырванных из контекста, оборотах оригинала (текстативная интерпретация) в ущерб пониманию смысла. По-видимому, в данном случае неверный тип интерпретации является способом преднамеренного представления текста в негативном ракурсе как следствие неприятия его идей.

Итак, мы выделяем несколько факторов некорректного, то есть не соответствующего авторскому замыслу, смыслового восприятия текста: 1) предвзятая установка к каким-либо элементам текстовой коммуникации, негативная апперцепция; 2) скимминг — невнимательное выборочное чтение; 3) общий «эгоцентрический» подход к интерпретации концептуальных структур текста, отсюда: а) фильтрация содержания и фокусировка на отдельных идеях в ходе интерпретации; б) влияние ранее интериоризованных смыслов, ассоциаций и проекций; в) выбор неверной стратегии интерпретации; г) ригидность категориально-ценностных структур реципиента («я это уже знаю», «я это понимаю по-своему»); 4) негативное осмысление текста, обусловленное: а) сформированностью у реципиента собственного, не менее логичного и законченного, чем у автора, взгляда на проблему или б) несоответствием проблематики текста общей направленности личности реципиента.

Особенности смыслового восприятия реципиентами напрямую влияют на воздействие текста на них. Эффективность этого воздействия связана с качеством и адекватностью процессов чтения, интерпретации, понимания и осмысления, которые, в свою очередь, обусловлены когнитивной и интенционально-смысловой сферами адресата.

3.3.1. Зависимость речевого воздействия от уровня языковой личности реципиента

Целью данного параграфа является выявление зависимости эффективности текстового воздействия от уровней языковых личностей реципиентов. Нельзя отрицать тот факт, что уровни языковых личностей у разных людей различны. Вместе с тем выявление этих уровней и определение уровня языковой личности конкретного человека до сих пор остаются нерешенными задачами. По-видимому, можно установить критерии определения языковой личности *ad hoc* для каждого из существующих видов речевых умений — чтения, письма, говорения, слушания, а также для их подвидов. Нами разработаны критерии оценок языковой личности для конкретного материала — сочинений-интерпретаций реципиентов, обсуждающих некий проблемный текст. Однако сначала необходимо определиться с самим понятием «языко-

вая личность», а также с функцией этой стороны личности в процессе коммуникации.

По мнению А.Н. Шахнаровича [Шахнарович А.Н. 1995: 73], производство и восприятие текста есть своеобразный акт общения языковых личностей, при котором адекватность выражения и восприятия определяется взаимодействием двух типов сравнительно автономных по отношению друг к другу способностей — языковой и когнитивной. Эффективность текстового воздействия определяется тем, насколько адекватно топологическая структура текста накладывается на смысловые конструкты реципиентов и насколько выражены изменения в этих конструктах.

Языковая личность определяется как «человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности производить речевые поступки, создавать и принимать произведения речи» [Богин Г.И. 1986]. В [Богин Г.И. 2001], делается попытка (с нашей точки зрения, несколько умозрительная) выделить несколько типов (уровней) языковой личности на основании оценки когнитивных процессов, в которых сочетаются синтез и анализ: это уровни правильности, интериоризации, насыщенности, адекватного выбора и адекватного синтеза.

Ю.Н. Караулов различает в структуре языковой личности три компонента: а) вербально-семантический (нулевой); б) тезаурусный (первый); в) мотивационный (второй) [Караулов Ю.Н. 1987]. Мы полагаем, что языковая личность есть результат сложения трех компонентов — когнитивного, лингвистико-тезаурусного и прагматико-психологического — с субкомпонентами.

Когнитивный компонент включает в себя: а) способность к пониманию; б) способность вести когнитивный диалог (т.е. готовность со стороны реципиента к продуктивной обработке (переработке) чужих категориальных структур, включая их ассимиляцию — (интериоризацию); в) фоновые знания, включая стереотипные фреймы и сценарии, знания прецедентных текстов, дискурса специальных областей знаний и т.д.; г) наличие относительно стабильной категориально-смысловой иерархии; д) способность к переработке собственных смысловых структур в зависимости от когнитивных задач; е) способность к логическому мышлению и изложению собственной мысли.

Лингвистико-тезаурусный компонент включает: а) языковую компетентность (лексико-семантический, грамматический, тезаурусный

аспекты); б) речевые способности и умения, позволяющие адекватно семантизировать чужую мысль и выражать свою с помощью лингвистического материала.

Прагматико-психологический компонент включает в себя как более или менее устойчивые, так и ситуативные мотивы, поведенческие стратегии, установки и эмоции. В первую группу входят: а) склонность к эмпатии — радушному восприятию чужих смыслов; б) устойчивые эмотивно-поведенческие характеристики, связанные с константными чертами темперамента и характера: эмоциональность, тревожность, впечатлительность и проч.; в) смысловые установки личности, связанные с ее гендерными, возрастными и социальными, национальными характеристиками; г) общая направленность личности (экспериментально-обусловленные установки, интересы, привычки и др.); д) внеситуативные, обобщенные установки и «мотивационные образования», обусловленные устойчивыми убеждениями, ценностями и значимыми целями личности. Что касается ситуативных мотивов, установок и эмоций, то они во многом являются функциональным реагированием коммуниканта на различные компоненты коммуникации (обстановку, собеседника и т.д.), а также обусловлены его пресуппозициями. Вместе с тем они могут косвенно отражать константные психологические структуры. В ракурсе языковой личности проявление ситуативных мотивационных и прочих образований в речевой деятельности не столь важно по сравнению с более или менее устойчивыми структурами. Социальные установки, мотивы, актуализируемые ценности, потребности можно изучать, используя методы «скрытой прагмалингвистики» и составляя «речеповеденческий портрет» говорящего (Г.Г. Матвеева).

В производстве и восприятии текстов, являющихся средством коммуникативного взаимодействия, оказываются задействованными и лингвистико-тезаурусный, и когнитивный, и прагматико-психологический компоненты. Будучи частично автономными, они могут примерно совпадать по уровням проявления, а могут и существенно отличаться. Например, при среднем уровне речевой способности и/или языковой компетенции, уровне сложности категориальных конструктов у автора текста могут быть высокими и наоборот. При развитости познавательных способностей и сложности категориальных конструктов у реципиента у него может быть негативная эмоциональная установка или специфическая внутренняя мотивация, искажающая восприятие текста.

**Таблица когнитивных уровней языковых личностей
при смысловом восприятии и оценке идейной стороны текста**

Критерий	Концентрация на центральных топосах текста	Правильность понимания логики текста	Глубина смыслового развития в собственной репрезентации	Логичность собственной репрезентации	Полнота охвата топикой оригинала в метарепрезентации
1	–	–	–	–	–
2	–	–	–	–	+
3	–	–	–	+	–
4	–	–	+	–	–
5	–	+	–	–	–
6	+	–	–	–	–
7	–	–	–	+	+
8	–	–	+	–	+
9	–	–	+	+	–
10	–	+	–	–	+
11	+	–	–	–	+
12	+	–	–	+	–
13	+	–	+	–	–
14	+	+	–	–	–
15	–	–	+	+	+
16	–	+	–	+	+
17	–	+	+	–	+
18	+	–	–	+	+
19	+	–	+	–	+
20	+	–	+	+	–
21	–	+	+	+	–
22	+	+	–	–	+
23	+	+	–	+	–
24	+	+	+	–	–
25	–	+	+	+	+
26	+	–	+	+	+
27	+	+	–	+	+
28	+	+	+	–	+
29	+	+	+	+	–
30	+	+	+	+	+

Следует отметить, что не все субкомпоненты языковой личности поддаются объективному исчислению с одинаковой легкостью, некоторые из них являются предположительными и не могут служить надежными критериями для определения уровня (типа) языковой личности (такowymi являются, например, мотивы, суть которых часто остается неясной). Между тем в целях исследования свойства языковой личности должны объективироваться и обладать некоторой значимостью, которую можно было бы сопоставлять с другими данными. Мы полагаем, что, исследуя зависимость текстового воздействия от типа языковой личности, достаточно оценить когнитивный компонент языковых личностей реципиентов, отраженный в их сочинениях. Когнитивная сторона наглядно демонстрирует языковую компетентность и речевые способности реципиента, то, насколько адекватно текст понят реципиентом, насколько схожи или отличаются его категориальные конструкты с авторскими, согласен реципиент с топикой текста или нет; она также косвенно отражает прагматико-психологические черты индивида: его установки, эмоциональное отношение к компонентам коммуникации и т.д.

По-видимому, ранжирование уровней языковых личностей, проявляющихся в сочинениях-интерпретациях, должно быть основано на следующих критериях (по приоритетности): заостренность на центральных (а не периферийных) топосах оригинала; правильность понимания логики оригинала; высокая степень смыслового развития в репрезентации собственных смыслов; логичность собственной аргументации; полнота охвата смысла оригинала в метарепрезентации. Анализ топикой по этим критериям в какой-то степени перекликается с пятиуровневой классификацией языковых личностей Г.И. Богина, однако наши критерии в комбинации позволяют выделить 30 уровней языковых личностей.

Оценка языковых личностей производится на основании анализа речевых произведений (сочинений) реципиентов, в которых даются метарепрезентация смыслов автора и репрезентация собственных смыслов. Сведение всех критериев воедино показывает уровень языковой личности реципиента в том виде, в котором она проявилась в сочинении. Чем упрощеннее в нем выглядит исходная структура рассуждения, чем больше там суждений фрагментарных, не относящихся к делу или говорящих о недопонимании и домысливании текста, а

также чем меньше вырисовывается цельный категориальный конструкт, соответствующий обсуждаемому предмету, тем ниже уровень языковой личности.

Одновременно аргументация указывает на то, насколько приемлемым оказалось содержание текста для того или иного реципиента. Как уже указывалось в параграфе 2.5.2, с нашей точки зрения, приемлемость топики текста является важным показателем эффективности речевого воздействия (наряду с такими показателями, как яркость, глубина и прочность запечатления информации, для выявления которых понадобился бы другой эксперимент). А именно приемлемость топики текста, отраженная в аргументации реципиентов, соотносится с эффективностью оказанного на них речевого воздействия, неприемлемость — с его неэффективностью (или «отрицательной» эффективностью). Таким образом, из самой аргументации можно вывести степень эффективности речевого воздействия.

Очевидно, что положительный эффект речевого воздействия, точнее, его убеждающего компонента, будет оцениваться согласием реципиентов с топосами текста. Если исходить из упрощенной шкалы оценок, то можно выделить следующие уровни приемлемости: не согласен(-на), скорее не согласен(-на), скорее согласен(-на) и полностью согласен(-на). Для точности оценки подсчитывается количество топосов, с которыми реципиент согласен и не согласен. По данным анализа сочинений, мы получаем картину эффективности речевого воздействия текста.

В ходе эксперимента были получены и проанализированы 48 сочинений респондентов, которым было предложено задание передать основные идеи упомянутого текста популярной психологии (автор А. Свияш) и выразить свое отношение к ним. Топологическая структура аргументации исходного текста и соответствующие структуры аргументации реципиентов представлены в приложении. Структуры шести сочинений представлены в виде подробных схем, в оставшихся сочинениях даются лишь обобщенные характеристики языковых личностей реципиентов.

Из аргументации реципиентов мы выводили уровни их языковых личностей. Параллельно с этим определялась степень согласия реципиентов с топикой текста, а следовательно, эффективность речевого воздействия на них. Далее уровни языковых личностей сопоставлялись со степенью приемлемости текста. Ниже отражены результаты эксперимента.

Таблица, отражающая степень согласия реципиентов с топикой текста

№ сочинения	Уровень языковой личности	Не согласен(-на) во всех или практически во всех вопросах	Скорее не согласен (-на)	Скорее согласен(-на), чем не согласен (-на)	Полностью согласен (-на)
	19		+		
	29			+	
	22				+
	30		+		
	23	+			
	28		+		
	24		+		
	22	+			
	13			+	
	22				+
	24			+	
	30		+		
	20		+		
	20	+			
	28			+	
	23		+		
	22		+		
	14			+	
	21	+			
	26			+	
	29			+	
	24			+	
	28			+	
	24			+	
	23		+		
	14			+	
	28			+	
	29			+	
	19			+	
	24			+	
	28		+		
	29			+	
	28			+	
	28		+		
	28		+		
	27				+
	30			+	
	22			+	
	30				+
	13			+	
	24			+	
	12		+		
	24		+		
	20			+	
	24			+	
	29	+			
	30	+			
	24		+		

Определив уровень языковых личностей реципиентов и оценив приемлемость текста для них, посмотрим, находится ли второй показатель в зависимости от первого. В нижеследующей таблице представлено сопоставление двух показателей.

Таблица 11

Сопоставление когнитивных уровней языковых личностей реципиентов и степени приемлемости топики текста

№	Уровень языковой личности (1—30)	Степень приемлемости	№	Уровень языковой личности (1—30)	Степень приемлемости
	12 (сочинение 42)	скорее не согласен (-на)	24 (сочинение 41)	скорее согласен (-на)	
	13 (сочинение 9)	скорее согласен (-на)	24 (сочинение 30)	скорее согласен (-на)	
	13 (сочинение 40)	скорее согласен (-на)	24 (сочинение 22)	скорее согласен (-на)	
	14 (сочинение 18)	скорее согласен (-на)	24 (сочинение 45)	скорее согласен (-на)	
	14 (сочинение 26)	скорее согласен (-на)	26 (сочинение 20)	скорее согласен (-на)	
	19 (сочинение 1)	скорее не согласен (-на)	27 (сочинение 36)	полностью согласен (-на)	
	19 (сочинение 29)	скорее согласен (-на)	28 (сочинение 6)	скорее не согласен (-на)	
	20 (сочинение 14)	полностью не согласен (-на)	28 (сочинение 31)	скорее не согласен (-на)	
	20 (сочинение 13)	скорее не согласен (-на)	28 (сочинение 34)	скорее не согласен (-на)	
	20 (сочинение 44)	скорее согласен (-на)	28 (сочинение 35)	скорее не согласен (-на)	
	21 (сочинение 19)	полностью не согласен (-на)	28 (сочинение 15)	скорее согласен (-на)	
	22 (сочинение 17)	скорее не согласен (-на)	28 (сочинение 23)	скорее согласен (-на)	
	22 (сочинение 38)	скорее согласен (-на)	28 (сочинение 27)	скорее согласен (-на)	
	22 (сочинение 3)	полностью согласен (-на)	28 (сочинение 33)	скорее согласен (-на)	
	22 (сочинение 8)	скорее не согласен (-на)	29 (сочинение 21)	полностью не согласен (-на)	
	22 (сочинение 10)	полностью согласен (-на)	29 (сочинение 46)	полностью не согласен (-на)	
	23 (сочинение 5)	полностью не согласен (-на)	30 (сочинение 4)	скорее не согласен (-на)	
	23 (сочинение 16)	скорее не согласен (-на)	30 (сочинение 12)	скорее не согласен (-на)	
	23 (сочинение 25)	скорее не согласен (-на)	29 (сочинение 2)	скорее согласен (-на)	
	24 (сочинение 7)	скорее не согласен (-на)	29 (сочинение 28)	скорее согласен (-на)	
	24 (сочинение 48)	скорее не согласен (-на)	29 (сочинение 32)	скорее согласен (-на)	
	24 (сочинение 43)	скорее не согласен (-на)	30 (сочинение 47)	полностью не согласен (-на)	
	24 (сочинение 11)	скорее согласен (-на)	30 (сочинение 37)	скорее согласен (-на)	
	24 (сочинение 24)	скорее согласен (-на)	30 (сочинение 39)	полностью согласен (-на)	

На первый взгляд, между уровнем языковой личности реципиента и речевым воздействием на него нет однозначного соответствия. Однако, проведя анализ данных, можно выявить определенные закономерности.

Если разделить уровни языковых личностей на две группы, исходя из общего количества респондентов (48), то мы получаем группу более низких и группу более высоких уровней языковых личностей. По-видимому, такой разделительной линией становится 24-й уровень языковой личности. В первой группе (до 24-го уровня включительно, всего 28 человек) двенадцать человек не согласны с топикой текста, а шестнадцать выразили свое согласие (это означает соотношение 42,9% несогласных против 57,1% согласных). Во второй группе (до 30-го уровня, всего 20 человек) согласие с топикой текста несколько ниже: девять несогласных и одиннадцать согласных (45% несогласных против 55% согласных). Таким образом, при таком подходе более низкие уровни языковых личностей соотносятся с несколько более высокой степенью воздействия, и наоборот.

Характерно также, что группа реципиентов с более низкими уровнями языковых личностей проявляет несколько большую категоричность (уверенность) в оценках по сравнению с реципиентами с более высокими уровнями языковых личностей: шестеро из 28 в первой группе и четверо из 20 — во второй, то есть 21,4% против 20%. Это соотношение определяется тем фактом, что первая группа реципиентов менее склонна колебаться в оценках содержания текста, и степень его приемлемости у этой группы чаще может быть выражена формулировками «полностью не согласен (-на)» и «полностью согласен (-на)». Что касается второй группы реципиентов, то степень приемлемости текста у нее часто может быть выражена формулировками «скорее не согласен (-на)» и «скорее согласен (-на)».

Возможно, еще более точно зависимость речевого воздействия (приемлемости текста) от уровней языковых личностей выявляется, если исходить из отдельных параметров языковых личностей. В этом аспекте можно разделить респондентов на три группы. В первой группе (диапазон уровней от 12 до 17) респонденты не выделяют основное в смысловой конфигурации текста и/или не понимают логики оригинала. Во второй группе (диапазон от 18 до 24) нет глубины развития смысла и/или не соблюдается логика собственного рассуждения. В диапазоне от 25

до 30 не выражен один из пяти основных параметров при наличии остальных. Согласно нашим данным, в группе с языковыми личностями 12—17-го уровней четверо скорее согласны, а один — скорее не согласен с топосами текста (20% несогласных и 80% согласных). В группе с языковыми личностями 18—24 четверо полностью не согласны, восемь — скорее не согласны, девять — скорее согласны и двое — полностью согласны (52,2% несогласных и 47,8% согласных). В группе 25—30 трое полностью не согласны, шесть человек скорее не согласны, девять — скорее согласны и двое полностью согласны (45% несогласных против 55% согласных). Таким образом, согласно этому распределению наиболее низкие уровни языковых личностей соотносятся с наибольшей эффективностью текстового воздействия, средние уровни соотносятся с незначительно сниженной степенью эффективности, а более высокие — с незначительно повышенной степенью эффективности.

Оценивая же категоричность согласия/несогласия респондентов с топикой текста (то есть их степень уверенности), можно сказать, что у группы респондентов с более низкими уровнями языковых личностей она равна нулю (0%); у группы со средними уровнями языковых личностей она соответствует шести категоричным оценкам против семнадцати некатегоричных (26,1% против 73,9%); у группы с высокими уровнями языковых личностей — пяти категоричным оценкам против пятнадцати некатегоричных (25% против 75%).

Интерпретация полученных результатов, разумеется, не может быть однозначной. Однако можно высказать ряд предположений. Возможно, респонденты с более низким уровнем языковой личности склонны относиться к предъявляемой информации не критически, воспринимая ее как аксиому, особенно, если эта информация достаточно сложна для понимания и облечена во внешне стройную логическую форму. Также возможно, что, сталкиваясь с малопонятной логикой рассуждения, респонденты с более низким уровнем языковой личности предпочитают согласиться с информацией, чтобы «сохранить лицо». Респонденты со средним когнитивным уровнем проявляют большую критичность при восприятии информации. С одной стороны, они могут отрицать или негативно оценивать рассуждения, которые недопонимают. С другой стороны, они могут понимать сложные рассуждения адекватно на интуитивном уровне, сопоставляя их со стереотипами, и делать

попытку логического подтверждения или опровержения этих рассуждений, однако их логические способности не позволяют сделать это достаточно хорошо. Респонденты с высоким когнитивным уровнем оценивают информацию адекватно; их согласие и несогласие зависят от уже сформированных категориальных конструктов.

Относительно категоричности утверждений, отражающей степень уверенности респондентов, можно сказать следующее. У респондентов со средними и более высокими уровнями языковых личностей она выше, что, вероятно, перекликается с такими факторами, как развитость у них критического мышления, наличие собственных взглядов на проблему и сформированность соответствующих категориальных конструктов. Напротив, у респондентов с более низкими уровнями языковых личностей показатель категоричности (уверенности) низок, что перекликается с факторами, противоположными вышеупомянутому.

3.3.2. Эффективность воздействия и составляющие РВ

В параграфе 3.1 мы отмечали, что как процесс речевое воздействие представляет собой синтез интенционально-смыслового и дискурсивно-коммуникативного составляющих. Нашей задачей в данном параграфе является выяснение того, какой из аспектов — интенционально-смысловой или дискурсивно-коммуникативный — в большей степени влияет на воздействие на реципиента, оказываемое текстом. Но сначала остановимся подробно на указанных аспектах.

Интенционально-смысловой аспект включает в себя: 1) интенции, или прагматические намерения коммуникантов по отношению друг к другу; 2) личностные смыслы коммуникантов — непосредственно топосы (общие идеи), отраженные в высказываниях адресанта, а также их взаимодействие с личностными смыслами адресата. Интенции (интенциональные состояния, по Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой) адресанта представляют собой динамические психические структуры — мотивы, связанные с его намерениями по отношению к адресату. Среди них мы выделили: ориентирование на определенный тип читателя и обеспечение раппорта в начале коммуникации (подстройка); представление темы сообщения; ориентирование собеседника в себе; формирование установки на восприятие сообщения; представление тематики и топики текста сквозь призму личностных смыслов адре-

санта; формирование установок и мотивов поведения, индуцируемых содержанием текста, иногда представление программы действий; формирование и реформирование личностных смыслов адресата: изменение отношения к отдельным объектам, формирование смысловых диспозиций и категориальных структур (иногда с перспективой изменения убеждений, личностных ценностей и потребностей).

Смысловые структуры адресанта представляют собой непосредственно топосы (общие идеи), отраженные в сообщении (высказывании или тексте). Ср. топосы текста Н. Козлова (жанр популярной психологии): *У человека необязательно должно все получаться. Если что-то не получается, то не надо переживать, надо расслабиться и успокоиться. Любая деятельность, по большому счету, бессмысленна. Свобода начинается тогда, когда человек осознанно выбирает делать добро* и др. Через содержательно-смысловое наполнение текста реализуются интенции адресанта. Если речь о сообщении убеждающего характера, то часть топосов, соответствующих центральному тезису, составляет предмет сообщения, а другие топосы, входящие в аргументы, являются средством подкрепления и подтверждения основных топосов.

Дискурсивно-коммуникативный аспект речевого воздействия связан со способами реализации и оформлением сообщения. Он содержит: 1) дискурсивный аспект ситуации коммуникации и особенности личностей коммуникантов (их социальный, культурный, этнический, гендерный, возрастной и др. параметры); 2) используемые коммуникативные стратегии и тактики передачи смыслов и их интерпретации. Согласно О.С. Иссерс [1999, 2003], стратегия представляет комплекс речевых действий (речевых актов), направленных на достижение тех или иных коммуникативных целей. Стратегия предполагает бессознательное или осознанное планирование сообщения для достижения того или иного эффекта у реципиента. О.С. Иссерс выделяет основные («семантические») и вспомогательные стратегии. По ее мнению, основные стратегии непосредственно связаны с воздействием на адресата, его модель мира, систему ценностей, поведение, вспомогательные же способствуют эффективной организации речевого взаимодействия. В свою очередь, основные включают разнообразные подтипы, отличающиеся в функционально-семантическом аспекте (дискредитация, апология, подчинение и т.д.), к вспомогательным стратегиям

следует отнести такие подтипы, как прагматические, диалоговые и риторические стратегии.

Мы считаем, однако, что стратегия как таковая не связана непосредственно с интенциями (мотивами) говорящего и денотативно-смысловым содержанием сообщения. Стратегия — это способ ведения коммуникации, с помощью которого транслируются определенные коннотативные смыслы, служащие для наиболее эффективной реализации мотивов и передачи денотативного смысла. Стратегия предполагает наличие специфических маркеров, отражающих определенный *настрой (тон) сообщения* (конфликтный, благожелательный, нейтральный, агрессивный, взвешенный, мягкий, жесткий и др.), а также *роли и статусы говорящих* (равноправные, неравноправные и др.). Она носит ориентирующий и контекстовый характер, сообщая об отношении собеседников к предмету разговора, друг к другу и атмосфере общения. Такие коммуникативные действия, как дискредитация, апология или подчинение, следует увязывать не с понятием стратегии, а с понятием мотива, или интенции, говорящего. Конечно, не исключено, что реализации того или иного мотива может сопутствовать соответствующая стратегия (дискредитирующая, апологетическая, доминантная), но в целом мотив и стратегия соотносятся как цель и способ ее достижения и далеко не всегда соответствуют друг другу.

Прагматическая речевая тактика — это речевой акт, актуализованное высказывание того или иного прагматического вида, направленное на осуществление той или иной стратегии говорящего. Например, при выборе компрометирующей стратегии в качестве тактик могут использоваться такие виды высказываний, как обвинение, инсинуация, насмешка; при выборе стратегии подчинения — требование, увещевание, доказательство. Речевой ход понимается нами несколько отлично от понимания его О.С. Иссерс. Это конкретный прагма-риторический прием внутри высказывания, призванный усилить воздействие речевого акта. Выбор речевых тактик и ходов определяют не только коммуникативные стратегии говорящего, но и дискурсивные параметры: общие знания о коммуникативной ситуации (уместность/неуместность определенного РА); знания о соответствующем РА (ритуальный, стереотипный, нестереотипный, вообще не имеющий прецедента в индивидуальном опыте); знания о собеседнике (как личности, как партнере).

Мы решили, что оптимальным путем выяснения, какой же из аспектов РВ — интенционально-смысловой или дискурсивно-коммуникативный — в большей степени влияет на воздействие на реципиента, будет дробление приемлемости текста: на приемлемость дискурса в целом, приемлемость топики текста, приемлемость мотивов адресанта и приемлемость коммуникативных стратегий адресанта. На основании анализа упомянутых 48 сочинений каждый из этих аспектов получал определенную — позитивную, условно позитивную, негативную или нейтральную (не выраженную) — оценку. Согласие с тем или иным аспектом убеждающей коммуникации обозначено знаком +, частичное согласие — знаком ±, несогласие — знаком —, невыраженность или нейтральность оценки — знаком 0. Сводка полученных нами результатов приведена ниже.

Таблица 12

Оценка приемлемости текста для реципиентов

№ соч.	Оценка дискурса	Оценка топики	Оценка авторских интенций	Оценка коммуникативных стратегий	Приемлемость
	0	+	+	0	согласен (-на)
	0	+	+	0	согласен (-на)
	0	+	+	0	согласен (-на)
	0	±	+	0	скорее согласен (-на)
	0	+	±	0	скорее согласен (-на)
	0	+	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	0	скорее согласен (-на)
	0	±	±	-	скорее согласен (-на)

№ соч.	Оценка дискурса	Оценка топики	Оценка авторских интенций	Оценка коммуникативных стратегий	Приемлемость
	0	+	+	-	скорее согласен (-на)
	0	0	±	±	скорее согласен (-на)
	±	±	0	0	скорее согласен (-на)
	±	±	0	0	скорее согласен (-на)
	±	±	0	0	скорее согласен (-на)
	±	0	0	0	скорее согласен (-на)
	+	±	±	0	скорее согласен (-на)
	±	±	±	0	скорее согласен (-на)
	+	±	±	+	скорее согласен (-на)
	-	+	±	-	скорее согласен (-на)
	-	±	±	-	скорее согласен (-на)
	±	0	0	+	скорее согласен (-на)
	0	-	±	0	скорее не согласен (-на)
	0	-	±	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	+	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	0	±	-	-	скорее не согласен (-на)
	±	±	-	0	скорее не согласен (-на)
	+	-	-	0	скорее не согласен (-на)
	-	+	-	-	скорее не согласен (-на)
	-	±	±	-	скорее не согласен (-на)
	+	-	-	+	скорее не согласен (-на)
	0	-	-	0	не согласен (-на)
	0	-	-	0	не согласен (-на)
	-	-	-	-	не согласен (-на)
	0	-	-	-	не согласен (-на)
	-	0	-	-	не согласен (-на)

По результатам нашего анализа, в большинстве случаев — 25 из 48 — сочинения реципиентов совсем не отражают дискурсивно-коммуникативного аспекта текста, то есть никак не оценивают авторские стратегии коммуникации и компоненты дискурса как такового. Приемлемость текста для этих реципиентов определяется только оценкой тезисов текста и интенций автора. Для сравнения, интенционально-смысловой аспект текста совсем не отражен лишь в двух сочинениях из 48, в них приемлемость текста определяется оценкой дискурса и коммуникативных стратегий автора.

В семи сочинениях оцениваются все четыре параметра текста, в четырех из них приемлемость определяется интенционально-смысловым аспектом, в одном — дискурсивно-коммуникативным аспектом, в двух случаях картина неясна.

В оставшихся 14 сочинениях приемлемость определяется интенционально-смысловым аспектом в 6 случаях, и в 8 случаях картина неясна.

Таким образом, согласно результатам нашего эксперимента, интенционально-смысловой аспект текстовой коммуникации является основным: решающее значение для успешности/неуспешности воздействия здесь имеют интенции (мотивы, цели) адресанта и выраженные в сообщении идеи (топосы, общие тезисы). Дискурсивно-коммуникативный компонент текстового воздействия носит подчиненный характер по отношению к интенционально-смысловому компоненту, хотя нельзя не признать, что дискурс, личностный аспект коммуникантов, а также используемые адресантами стратегии обеспечивают фон коммуникации и в определенной степени влияют на эффективность речевого воздействия.

Это позволяет нам вывести общее правило, согласно которому **для реципиента при смысловом восприятии текста более важным оказывается то, что говорит и имеет в виду адресант и какие цели он при этом преследует, чем то, кем является адресант и какие риторические и прочие средства убеждения и внушения он использует.**

Выводы по главе 3

В третьей главе речевое воздействие исследовалось в ракурсе иллюкативных целей адресантов и перлокутивного эффекта на адресатов. Поскольку обмен смысловыми структурами составляет сущность чело-

веческой коммуникации, существенное внимание здесь было уделено проблеме смысла. Смысл — не столько лингвистическое, сколько психологическое и герменевтическое явление, поэтому методы и терминологический аппарат в изучении РВ заимствуются из психологии и герменевтики, а тексты выступают не как объекты собственно лингвистического анализа, а как материал анализа смыслов коммуникантов.

Со стороны адресанта речевоздейственных текстов существенными являются его интенции в отношении адресата; интроспективный анализ текста на предмет этих интенций и позволяет выявить то речевое воздействие, которое было запланировано. В результате нашего анализа мы выявили типичные интенции адресанта по трансформации смыслов адресата, организованные поэтапно (подготовительный и рефрейминговый этапы, состоящие из ряда процедур).

Исследование речевого воздействия в ракурсе адресата состояло в анализе перлокутивного эффекта текста, а конкретно — преломления смыслов текста при когнитивной обработке их читателями. Мы экспериментально доказали, что качественные характеристики чтения, интерпретации, понимания и осмысления влияют на трансформации смысловых структур реципиента. Интерпретация, предполагающая формирование представления о воспринятом сложном объекте в соответствии с индивидуальным опытом, проекциями и самой структурой личности воспринимающего, может быть «текстоцентрической» и «эгоцентрической». В первом случае интерпретация является адекватной, так как реципиент старается устранить неизбежные субъективные ассоциации с содержательными компонентами текста и нацелиться непосредственно на его понимание. Во втором случае происходит некорректная интерпретация текста, приводящая к некорректному пониманию (т. е. той ситуации, когда акт коммуникации реализуется не в соответствии с авторским замыслом). Осмысление — конечный этап восприятия текста — является результирующим продуктом всех предыдущих когнитивных процессов. Если интерпретация была «текстоцентрической», то есть корректной, очищенной от ассоциативных смыслов реципиента, то, при условии высокого уровня понимания, можно ожидать и «качественного» осмысления — то есть категоризации и концептуализации объектов, обсуждаемых в тексте, в соответствии с коммуникативно-прагматическими целями автора. Однако в процесс осмысления вновь вмешиваются субъективные факторы.

Негативное осмысление текста может быть связано: а) со сформированностью у реципиентов собственного, не менее логичного и законченного, чем у автора, взгляда на проблему, или б) с несоответствием проблематики текста общей направленности личностей реципиентов.

Выявив зависимость трансформаций категориальных конструктов реципиентов от качества когнитивных процессов (интерпретации, понимания и осмысления) при смысловом восприятии текста, мы предположили, что эти трансформации зависят и от уровня языковых личностей. Языковые личности рассматривались по следующим критериям: заостренность на центральных (а не периферийных) топосах оригинала, правильность понимания и отражение логики оригинала, высокая степень смыслового развития, логичность собственной аргументации и полнота охвата смысла. Комбинации данных критериев позволяют выделить 30 уровней языковых личностей. Мы проанализировали 48 сочинений реципиентов на предмет метарепрезентации в них смысловых структур оригинала и репрезентации собственных смыслов и определили уровни языковых личностей этих реципиентов по указанным критериям. Параллельно с этим определялась степень их согласия с топикой текста (полностью согласен (-на), скорее согласен (-на), скорее не согласен (-на) и полностью не согласен (-на)), а следовательно, эффективность речевого воздействия на реципиентов. Сопоставление этих данных показало, что наиболее низкие уровни языковых личностей соотносятся с большей эффективностью текстового воздействия, средние уровни соотносятся со средней степенью эффективности, а более высокие — с повышенной степенью эффективности.

Наконец, на основании дробления показателя приемлемости текста на оценку дискурса, оценку топики, оценку авторских интенций и оценку коммуникативных стратегий, а также анализа этих данных в экспериментальных сочинениях мы выяснили, что для реципиента при смысловом восприятии текста более важным оказывается то, что говорит и имеет в виду адресант и какие цели он при этом преследует, чем то, кем является адресант и какие риторические и прочие средства убеждения и внушения он использует.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как во всех объектах и явлениях действительности, в речевом воздействии сочетаются онтологическая и феноменологическая стороны. Обе эти стороны подлежат изучению, которое позволяет выявлять природу и проявление РВ.

Онтологически речевое воздействие представляет собой комплекс психологических и языковых черт. По существу, это речевое коммуникативное действие (или совокупность действий), которое обусловлено конкретной предметной целью адресанта, предполагающей достижение определенных психических и поведенческих изменений со стороны адресата (изменение личностного смысла того или иного объекта, перестройка категориального конструкта, влияние на поведение, изменение эмоционального настроя либо психофизиологических процессов). Речевое воздействие имеет и обратную сторону: это изменения смысловых структур, оценок, поведенческих моделей и психофизиологических процессов реципиента в результате речевого действия субъекта коммуникации.

Речевое воздействие осуществляется при помощи ряда способов (убеждение, внушение и побуждение), типов (социальное воздействие, воздействие с помощью художественных образов, информирование, доказывание и др.), приемов (лояльные и манипулятивные приемы убеждения и побуждения; психологические, психотерапевтические и психолингвистические приемы внушения) и инструментов (в частности, некорректные логические конструкции — софизмы).

Феноменологически речевое воздействие проявляется в речевых произведениях — высказываниях и текстах. В непосредственно явленной текстовой ткани запечатлеваются как логико-риторические, макро- и микролингвистические средства речевого воздействия, так и интенционально-смысловые структуры адресанта (и в схематичном виде интенционально-смысловые структуры потенциальных адресатов). В данной монографии мы предложили комплексную методологию изучения текстового воздействия, которая сочетает анализ текста как языкового (речевого) продукта с анализом текста как интенционально-смысловой конструкции.

В ракурсе текста как речевого продукта нами выявлен ряд его важных свойств на логико-риторическом, макролингвистическом и микролингвистическом уровнях, обеспечивающих аргументативность и суггестивность того или иного текста.

Мы полагаем, что наиболее значимыми факторами аргументативности являются полагаемая истинность высказываний, аргументированность, содержательно-смысловая целостность и информативность текста. Каждое из этих свойств может быть определено с достаточной степенью точности, включая применение количественных расчетов.

Так, истинность определяется сопоставлением основных топосов текста с комплексами «ассоциат-стимул» и «стимул-ассоциат» из «Русского ассоциативного словаря», выявлением и подсчетом соответствий. Аргументированность определяется подсчетом логических и когнитивных операций (экстра- и интрафреймовых, одночленных и многочленных), обнаруживающихся в аргументации текста. Информативность определяется вычислением отношения полезных единиц информации — новых, необычных топосов текста — к количеству стереотипных ассоциаций в тексте (последние, как и в случае истинности, выявлялись поиском соответствия топики текста комплексам «ассоциат-стимул» и «стимул-ассоциат» из РАС).

Свойством текста, дополняющим его аргументативность, является персуазивность — совокупность приемов и средств, направленных на усиление аргументов в процессе аргументирования. На уровне высказываний персуазивность проявляется в использовании тропов, риторических фигур, а также софизмов. Кроме того, мы соотносим ее с такими текстовыми категориями, как связность, модальность и имплицитность: все эти категории могут видоизменять денотативный и эмоционально-оценочный компоненты смысла текста и в результате способствовать повышению убедительности аргументации. Количественное определение персуазивности представляется более затруднительным по сравнению с выявлением количественных показателей аргументативности, поэтому в нашем исследовании мы ограничиваемся общей качественной характеристикой факторов персуазивности.

Что касается суггестивности, то она зависит от ряда микро- и макролингвистических свойств текста, не видоизменяющих содержание и смысл как таковые, но влияющих на процесс восприятия текста, делая этот текст более или менее привлекательным для аудитории,

оптимизируя или, напротив, ухудшая его усвоение. Из макролингвистических средств суггестивности мы особо останавливаемся на таких текстовых категориях, как персональность (образ автора) и информационная плотность текста. Персональность есть качественный показатель, отражающий ролевой имидж автора и его установку на тот или иной тип читателя. Информационная плотность же является количественным показателем, который определялся нами вычислением отношения числа строк в тексте (условно равных количеству высказываний) к числу единиц полезной информации.

В тексте отражаются не только логико-риторические и лингвистические средства речевого воздействия, но и сугубо личностные смысловые структуры — мотивы, потребности, ценности, мнения и убеждения адресанта. Все эти смысловые структуры подчинены единой предметной цели коммуникации: они призваны так или иначе трансформировать смысловые структуры адресата (которые также репрезентируются в тексте в виде явной или имплицитной установки адресанта на тот или иной тип личности адресата).

Разумеется, наряду с личностными смысловыми структурами, в тексте отражаются и гендерные, возрастные, социальные, национальные, этнокультурные и прочие параметры адресата (и потенциального адресанта). Однако эти параметры сами по себе не находятся в фокусе нашего внимания в данной работе, поскольку мы полагаем, что речевое воздействие как целенаправленное коммуникативное действие следует прежде всего рассматривать в сущностном аспекте — в аспекте диалога личностных смыслов коммуникантов. Дискурсивный аспект личности, отражающий ее надындивидуальные социальные, культурные и этнические черты, а также ее гендерный и возрастной параметры, с нашей точки зрения, являются вторичными для передачи и восприятия смыслов, хотя и обеспечивают своеобразный фон для этих процессов.

Говоря о передаче адресантом его личностных смыслов (так называемых «интенциональных состояний»), следует отметить определенную закономерную последовательность, с которой он реализует свое прагматическое намерение. Мы выделяем подготовительный и «рефрейминговый» этапы коммуникации смыслов. Подготовительный этап включает в себя процедуры: адаптации, презентации автора, презентации тематики, формирования мотива восприятия текста, описания проблемной ситуации сквозь призму личностных смыслов адре-

санта. Основной (рефрейминговый) этап воздействия включает процедуры: изменения личностных смыслов и смысловых диспозиций адресата; рефрейминга категориальных конструкторов (убеждений, ценностей и потребностей) адресата; мотивирования и программирования деятельности, имплицитной содержанием текста; программирования психофизиологических процессов. Разумеется, в каждом конкретном тексте процедуры могут варьироваться; кроме того, в текстах они часто проявляются нелинейно, происходит «склейка» функций в одном коммуникативном блоке и «склейка» коммуникативных блоков по функциям.

Основными речевыми актами, используемыми адресантом при воздействии на смысловые структуры адресата, являются: императивы, экзерситивы, РА эмоций, оценок, художественного изображения, уговаривания (предложения, советы, призывы, приглашения, обещания), РА аргументации (наблюдение, сопоставление, углубление в тему, обобщение, критика, обоснование, доказательство, логический вывод и др.) и аргументации с элементами манипуляции (провокация).

Исследование речевого воздействия в ракурсе адресата состояло в рассмотрении преломления интенциональных состояний и адресантов и результирующих смыслов текста при когнитивной обработке их читателями. Диалогизм текстов популярной психологии, как и любых других текстов, обеспечивается тремя основными мыслительными процессами со стороны реципиента: интерпретацией, пониманием и осмыслением. Мы экспериментально доказали, что качественные характеристики этих процессов влияют на взаимодействие смысловых структур реципиента и текста. Интерпретация, предполагающая формирование представления о воспринятом сложном объекте в соответствии с индивидуальным опытом, проекциями и самой структурой личности воспринимающего, может быть «текстоцентрической» и «эгоцентрической». В первом случае интерпретация является адекватной, так как реципиент старается устранить неизбежные субъективные ассоциации с содержательными компонентами текста и нацелиться непосредственно на его понимание. Во втором случае происходит некорректная интерпретация текста, приводящая к нарушению акта коммуникации (т.е. той ситуации, когда акт коммуникации реализуется не в соответствии с авторским замыслом). Среди

причин и следствий такой некорректной интерпретации мы выделяем следующие случаи.

1. Фильтрация и фокусировка на отдельных понятных и близких реципиенту идеях. Восприятие текста в этом случае носит фрагментарный и не вполне адекватный характер.
2. Влияние собственной категориально-ценностной иерархии реципиента на восприятие текста. Восприятие текста будет при этом чрезмерно отвлеченным от смысла оригинала, произвольным, субъективным, «эгоцентричным».
3. Анализ ранее интерпретированных смыслов, собственных ассоциаций и проекций. Восприятие текста будет неадекватным, реципиент в этом случае склонен рефлексировать над отдельными вырванными из контекста фразами, опираясь на ранее вычитанные идеи и на собственный опыт.
4. Предвзятая установка к каким-либо компонентам коммуникации (обстановке, процессу чтения, тексту, автору, предъявителю текста) или реализация специфических мотивов реципиента. Восприятие будет грешить «предвзятым» декодированием — сознательным отказом от декодирования существенных элементов содержания текста и неверным декодированием других. При этом тексту дается внешне немотивированная предвзятая оценка (чаще отрицательная).
5. Выбор неверного типа интерпретации — например, текстативный, предполагающий концентрацию на форме текста, или театативный, концентрирующийся на обобщенных характеристиках текста (тематике, стиле, жанре и т.п.), вместо медиативного (содержательного) и перспективного (смыслового). Восприятие носит поверхностный, несущественный характер, при этом часто внимание реципиента часто сосредоточивается на не вполне удачных, вырванных из контекста, оборотах оригинала в ущерб пониманию смысла.

Осмысление является результирующим продуктом всех предыдущих когнитивных процессов. Если интерпретация была «текстоцентрической», то есть корректной, очищенной от ассоциативных смыслов реципиента, то, при условии высокого уровня понимания можно ожидать и «качественного» осмысления (в соответствии с коммуникативно-прагматическими целями автора). Однако в процесс осмысления вновь вмешиваются субъективные факторы. Негативное осмыс-

ление текста может быть связано: а) со сформированностью у реципиента собственного, не менее логичного и законченного, чем у автора, взгляда на проблему или б) с несоответствием проблематики текста общей направленности личности реципиента.

Выявив зависимость трансформаций категориальных конструктов реципиентов от качества когнитивных процессов (интерпретации, понимания и осмысления) при смысловом восприятии текста мы предположили, что эти трансформации зависят и от уровня языковых личностей. Языковые личности рассматривались по следующим критериям: заостренность на центральных (а не периферийных) топосах оригинала, правильность понимания и отражение логики оригинала, высокая степень смыслового развития, логичность собственной аргументации и полнота охвата смысла. Параллельно с оценкой языковых личностей реципиентов определялась степень их согласия с топикой текста, а следовательно, эффективность речевого воздействия на них. Сопоставление этих данных показало следующее. Более низкие уровни языковых личностей соотносятся с большей эффективностью текстового воздействия. Средние уровни языковых личностей соотносятся со средней эффективностью текстового воздействия. Наконец, высокие уровни языковых личностей соотносятся с повышенной эффективностью текстового воздействия.

Совокупность поставленных и решенных в исследовании проблем позволила создать целостную концепцию речевого воздействия как сложного явления, доступного рассмотрению в трех аспектах, соответствующих трем основным компонентам речевой коммуникации — в аспекте текстовой локуции, в аспекте иллокутивных целей адресанта и перлокутивного воздействия на адресата. Комплексная методология изучения речевого воздействия, представленная в нашей работе, упорядочивает и значительно расширяет сферу исследования данного явления. Эта методология обозначает множество перспектив дальнейшего изучения РВ, в частности: рассмотрение соответствия / несоответствия коммуникативных стратегий и тактик, используемых адресантом в ходе РВ, передаваемым смысловым структурам; выявление степени зависимости эффективности РВ от смыслового наполнения текста и от верно избранных стратегий и тактик; исследование последовательности воздействия на смысловые структуры реципиентов. Кроме того, немаловажным представляется изучение РВ в дискурсах разного типа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абельсон Р.П. Структуры убеждений // Язык и моделирование социального взаимодействия: сб. ст. — М.: Прогресс, 1987.
2. Аверинцев С.С. Архетипы // Мифы народов мира: энцикл. / гл. ред. С.А. Токарев. — 2-е изд. — М.: Сов. энцикл., 1987. — Т. 1. А—К. — С. 110—111.
3. Анисимова Т.В., Гимпельсон Е.Г. Современная деловая риторика: учеб. пособие. — М.: Моск. психолого-соц. ин-т; Воронеж: МОДЭК, 2002. — 432 с.
4. Апресян В.Ю. ИмPLICITная агрессия в языке // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: тр. междунар. конф. «Диалог-2003» (Протвино, 11—16 июня 2003). — М.: Наука, 2003. — С. 32—35.
5. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка: (стилистика декодирования). — М.: Просвещение, 1990. — 300 с.
6. Артемов В.Л. Правда о неправде: критич. очерки по современ. империалист. антисов. пропаганде. — 3-е изд., перераб. и доп. — Минск: Университетское, 1985. — 252 с.
7. Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики / под ред. И.Б. Ханиной. — М.: Наука: Смысл, 1999. — 350 с.
8. Асмолов А.Г. Деятельность и установка. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979. — 150 с.
9. Асмолов А.Г. Мотивация // Краткий психологический словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. — М.: Политиздат, 1985. — С. 190—191.
10. Бабайцев А.Ю. Топика // Новейший философский словарь / гл. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. — Минск: Изд. В.М. Скакун, 1998. — С. 720.
11. Бабенко Л.Г., Казарин Ю.В. Лингвистический анализ художественного текста. — М.: Флинта, 2003. — 496 с.
12. Баевский В.С. История русской поэзии. 1730—1980: компендиум. — 2-е изд., испр. и доп. — Смоленск: Русич, 1994. — 304 с.
13. Баранов А.Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф.М. Березин, Е.Ф. Тарасов. — М.: Наука, 1990. — С. 41—52.
14. Баранов А.Н. Метафорические модели как дискурсивные практики // Известия Академии наук. Серия литературы и языка. — 2004. — Т. 63. № 1. — С. 33—43.
15. Баранов А.Н. О типах сочетаемости метафорических моделей // Вopr. языкознания. — 2003. — № 2. — С. 73—94.

16. Баранов А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры // Русская политическая метафора: материалы к словарю / А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов; АН СССР, Ин-т рус. яз. — М.: Ин-т рус. яз. АН СССР, 1991.
17. Баранов А.Н., Паршин П.Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации: сб. обзоров / ред.-сост. Н.А. Безменова, Л.Г. Лузина. — М.: ИНИОН, 1986.
18. Баранов А.Н. Лингвистическая теория аргументации: (когнитивный подход): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 1990. — 48 с.
19. Бархударов Л.С. Язык и перевод: (вопросы общей и частной теории перевода). — М.: Междунар. отношения, 1975. — 240 с.
20. Безменова Н.А. Речевое воздействие как риторическая проблема // Проблемы эффективности речевой коммуникации. — М.: ИНИОН, 1989. — С. 116—133.
21. Безменова Н.А. Риторическая модель речевой деятельности // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф.М. Березин, Е.Ф. Тарасов. — М.: Наука, 1990. — С. 15—27.
22. Белоусов К.И. Текст: пространство, время, темпоритм: монография. — Новосибирск: Сибирские огни, 2005. — 248 с.
23. Белянин В.П. Введение в психолингвистику. — М.: ЧеРо, 1999. — 128 с.
24. Белянин В.П. Что структурируют литературные тексты // Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. ст. / отв. ред. Н.В. Уфимцева. — 2-е изд. — М., 2003. — С. 193—205.
25. Бендлер Р. Используйте свой мозг для изменения. Нейро-лингвистическое программирование: пер. с англ. / под ред. Коннирэ Андреас, Стива Андреаса. — Новосибирск: Изд-во Новосиб. ун-та, 1992. — 168 с.
26. Бирюкова Ю.А. Общесмысловые высказывания в строе художественного текста: на материале англ. яз.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 1998. — 149 с.
27. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия: сб. ст. / общ. ред. В.В. Петрова; сост. В.М. Сергеева, П.Б. Пашина. — М.: Прогресс, 1987. — С. 88—125.
28. Богин Г.И. Обретение способности понимать: введение в филологическую герменевтику. — URL: http://pall.hoha.ru/learn/bogin_bible/bogin_bible/0.htm
29. Богин Г.И. Методологическое пособие по интерпретации художественного текста: (для занимающихся иностранной филологией). — URL: <http://www.auditorium.ru/books/113/teksti.zip>
30. Богин Г.И. Схемы действий читателя при понимании текста: учеб. пособие / Калинингр. гос. ун-т. — Калинин: Изд-во КГУ, 1989. — 70 с.
31. Богин Г.И. Типология понимания текста: учеб. пособие. — Калинин: КГУ, 1986. — 86 с.
32. Болинджер Д. Истина — проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия: сб. ст.: пер. с англ., фр., нем. / сост. В.М. Сергеев, П.Б. Паршин; общ. ред. В.В. Петрова. — М.: Прогресс, 1987. — С. 23—43.
33. Болотнова Н.С. Филологический анализ текста. — Томск: Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2003. — Ч. IV: Методы исследования. — 119 с.
34. Болотнова Н.С. Художественный текст в коммуникативном аспекте и комплексный анализ единиц лексического уровня / под ред. С.В. Сыпченко; Том. гос. пед. ин-т. — Томск: изд-во Том. ун-та, 1992. — 310 с.
35. Болотов В.И. Эмоциональность текста в аспектах языковой и неязыковой вариативности. Основы эмотивной стилистики текста. — Ташкент: Фан, 1981. — 116 с.
36. Бондарко А.В. Грамматическое значение и смысл. — Л.: Наука, 1978. — 175 с.
37. Боров Ю.Б. Эстетика. — 4-е изд., доп. — М.: Политиздат, 1988. — 490 с.
38. Брутян Г.А. Аргументация / под ред. Э. Б. Маркаряна. — Ереван: Изд-во АН АрмССР, 1984. — 105 с.
39. Братусь Б.С., Соколова Е.Е. Общая психология. Т. 1. Введение в психологию. — М.: ACADEMIA, 2005. — 352 с.
40. Валгина Н.С. Теория текста: учеб. пособие. — М.: Мир книги, 1998. — 210 с.
41. Васильев С.А. Синтез смысла при создании и понимании текста / АН УССР, Ин-т философии. — Киев: Наук. думка, 1988. — 239 с.
42. Васютинский Н.А. Золотая пропорция. — М.: Молодая гвардия, 1990. — 235 с.
43. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. — 285 с.
44. Вилюнас В.К. Психология эмоциональных явлений / под ред. О.В. Овчинниковой. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. — 142 с.
45. Вилюнас В.К. Теория деятельности и проблемы мотивации // А.Н. Леонтьев и современная психология / ред. А.В. Запорожца и др. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. — С. 191—200.
46. Волков А.А. Основы риторики: учеб. пособие для вузов. — М.: Академ. проект, 2003. — 304 с.
47. Воробьева О.П. Стилистика текста // Стилистика английского языка: учеб. для студентов ин-тов и фак. иностр. яз. / А.Н. Мороховский,

- О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. — Киев: Выща школа, 1991. — С. 201—235.
48. Воронин С.В. Основы фоносемантики. — Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1982. — 244 с.
 49. Выготский Л.С. Проблема сознания // Выготский Л.С. Собрание сочинений: в 6 т. / под ред. А.Р. Лурия, М.Г. Ярошевского. — М.: Педагогика, 1982. — Т. 1. Вопросы теории и истории психологии. — С. 156—167.
 50. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М.: Наука, 1981. — 139 с.
 51. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ: лингвистика языкового существования. — М.: Новое лит. обозрение, 1996. — 352 с.
 52. Гинзбург Е.Л. Структуры полисемии и метонимии в русском языке. — М.: Наука, 1985. — 223 с.
 53. Гловинская М.Я. Типовые механизмы искажения смысла при передаче чужой речи // Лики языка: к 45-летию научной деятельности Е.А. Земской: сб. / отв. ред. М.Я. Гловинская; Рос. акад. наук, Ин-т рус. языка им. В.В. Виноградова. — М.: Наследие, 1998. — С. 14—30.
 54. Головин С.Ю. Словарь психолога-практика. — 2-е изд. — Минск: Харвест, 2003. — 976 с. — (Б-ка практической психологии).
 55. Голод В.И., Шахнарович А.М. Когнитивные и коммуникативные аспекты текста как инструмента общения // Текст как объект лингвистического анализа и перевода: сб. ст. / отв. ред. и сост. Ю.В. Ванников, А.М. Шахнарович; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: ИЯЗ, 1984.
 56. Голоднов А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб.: СПбГУ, 2003. — 23 с.
 57. Гордон Дэвид. Терапевтические метафоры (оказание помощи другим посредством зеркала): пер. с англ. / ред. С. Горин. Канск, 1994. — 144 с.
 58. Гриндер Дж., Бендлер Р. Формирование транс: техника формирования и использования гипнотических состояний: пер. с англ. — Канск, 1993. — 346 с.
 59. Гринева С.В. Менталитет и ментальность современной России. — Невинномысск: Сев.-Кавк. гос. техн. ун-т: Невинномыс. технол. ин-т, 2003. — 176 с.
 60. Демьянков В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия / В.З. Демьянков // Проблемы эффективности речевой коммуникации. — М.: ИНИОН, 1989. — С. 13—40.

61. Деятельностные аспекты языка: сб. науч. тр. / отв. ред. В.Н. Телия; АН СССР, Ин-т языкознания, Совет молодых ученых и специалистов. — М.: Наука, 1988. — 211 с.
62. Дилтс Р. Изменение убеждений с помощью НЛП / пер. с англ. В.П. Чурсина. — М.: Независимая фирма «Класс», 1999. — 192 с.
63. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — СПб.: Речь, 2003. — 304 с.
64. Дридзе Т.М. От герменевтики к семиосоциопсихологии: от «творческого» толкования текста к пониманию коммуникативной интенции автора // Социальная коммуникация и социальное управление в эко-антропоцентрической и семисоциопсихологической парадигмах: в 2 кн. / отв. ред. Т.М. Дридзе; РАН, Ин-т социологии, Центр соц. упр., коммуникации и соц.-проект. технологий. — М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 2000. — Кн. 2. — С. 115—137.
65. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: проблемы семиосоциопсихологии. — М.: Наука, 1984. — 268 с.
66. Дридзе Т.М. Язык информации и язык реципиента как факторы информированности // Речевое воздействие: проблемы прикладной психолингвистики. — М.: Наука, 1972.
67. Дюби Ж. История ментальностей // История ментальностей, историческая антропология: зарубеж. исслед. в обзорах и рефератах. — М.: Изд-во РГГУ, 1996. — С. 18—22.
68. Дюбуа Ж. Общая риторика / Ж. Дюбуа, Ф. Эделин, Ж.-М. Клиненберг и др.; пер. с фр. Е.Э. Разлоговой, Б.П. Нарумова; общ. ред. и вступ. ст. А.К. Авеличева. — М.: Прогресс, 1986. — 392 с.: табл., схемы.
69. Ермолаев Б.А. Целеобразование в коммуникации // Оптимизация речевого воздействия / Н.А. Безменова, В.П. Белянин, Н.Н. Богомолова и др.; отв. ред. Р.Г. Котов; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1990. — С. 46—55.
70. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2004. — 44 с. — Библиогр.: с. 40—44 (57 назв.).
71. 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. — 656 с.
72. Жельвис В.И. Эмотивный аспект речи: психолингвистическая интерпретация речевого воздействия: учеб. пособие / Ленингр. гос. пед.

- ин-т им. А.И. Герцена, Яросл. гос. пед. ин-т им. К.Д. Ушинского. — Ярославль: Изд-во ЯрГУ, 1990. — 81 с.
73. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации / АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1982. — 159 с.
 74. Жинкин Н.И. Язык — речь — творчество: исслед. по семиотике, психолингвистике, поэтике: (избр. тр.). — М.: Лабиринт, 1998. — 364 с.
 75. Журавлев А.П. Звук и смысл: кн. для внекл. чтения уч. ст. кл. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Просвещение, 1991. — 160 с.
 76. Журавлев А.П. Фонетическое значение. — Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1974. — 160 с.
 77. Запорожец А.В. Об эмоциях и их развитии у ребенка // Развитие социальных эмоций у детей дошкольного возраста: психологич. исслед. / под ред. А.В. Запорожца, Я.З. Неверович. — М.: Педагогика, 1986. — С. 7—32.
 78. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. — СПб.: Питер, 2000. — 448 с.
 79. Зимняя И.А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке: кн. для учителя. — М.: Наука, 1978. — 159 с.: ил.
 80. Зимняя И.А. Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации) / И.А. Зимняя, А.А. Леонтьев, Т.М. Дридзе и др.; отв. ред. Т.М. Дридзе, А.А. Леонтьев; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1976. — 263 с.
 81. Золотова Г.А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г.А. Золотова, Н.К. О니пенко, М.Ю. Сидорова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1998. — 528 с.
 82. Иванов А.В. Сознание и мышление. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. — 130 с.
 83. Ивин А.А. Теория аргументации // Философия: энцикл. словарь / под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2006. — С. 57—59.
 84. Ивин А.А. Аргументация // Философия: энцикл. словарь / под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2006. — С. 59—60.
 85. Ивин А.А. Аргументация контекстуальная // Философия: энцикл. словарь / под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2006. — С. 60—62.
 86. Ивин А.А. Аргументация теоретическая // Философия: энцикл. словарь / под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2006. — С. 62—63.
 87. Ивин А.А. Аргументация дедуктивная // Философия: энцикл. словарь / под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2006. — С. 61—62.
 88. Ивин А.А. Ценность // Философия: энцикл. словарь / под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2006. — С. 968—971.

89. Иосебадзе Т.Т., Иосебадзе Т.Ш. Проблема бессознательного и теория установки школы Узнадзе // Бессознательное: природа, функции, методы исследования / под общ. ред. А.С. Прангишвили, А.Е. Шерозия, Ф.В. Бассина. — Тбилиси: Мецниереба, 1978. — Т. 4. — С. 36—55.
90. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 284 с.
91. Иссерс О.С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий // Вестн. Омск. ун-та. — 1999. — Вып. 1. — С. 74—79.
92. История философии: Энциклопедия / сост. и гл. науч. ред. А.А. Грицанов; науч. ред.: Т.Г. Румянцева, М.А. Можейко; отв. секретарь и ред. А.И. Мерцалова. — Минск: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2002. — 1376 с. — (Мир энциклопедий).
93. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. — М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. — 832 с.
94. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / отв. ред. Д.Н. Шмелев; АН СССР, Отд-ние лит. и яз. — М.: Наука, 1987. — 263 с.
95. Киселева Л. А. Вопросы теории речевого воздействия / Л.А. Киселева. — Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1978. — 159 с.
96. Кондрашин И.И. Истины бытия в зеркале сознания. — М.: МЗ-Пресс, 2001. — 528 с.
97. Котов А.А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2003. — 24 с.: табл.
98. Котов А.А. Описание речевого воздействия в лингвистической модели // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: тр. междунар. конф. «Диалог-2003». — М., 2003. — URL: <http://www.harpia.ru/theory.html>
99. Купина Н.А. Идеологические стереотипы и факторы дестереотипизации // Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. М.П. Котюрова; Перм. ун-т. — Пермь: Изд-во ПГУ, 2002. — С. 15—23.
100. Левин Ю.И. О типологии непонимания текста // Левин Ю.И. Избранные труды: Поэтика. Семиотика. — М.: Шк. «Языки русской культуры», 1998. — С. 581—594.
101. Левин Ю.И. О семиотике искажения истины // Ю.И. Левин. Избранные труды: Поэтика. Семиотика. — М.: Шк. «Языки русской культуры», 1998. — С. 594—606.
102. Леонтьев А.А. К психологии речевого воздействия // Мат-лы V Всесоюз. съезда по психолингвистике и теории коммуникации. — М., 1972.

103. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. — М.: Смысл, 1997. — 287 с.
104. Леонтьев А.А. Понятие текста в современной лингвистике и психологии // Психолингвистическая и лингвистическая природа текста и особенности его восприятия. — Киев: Вища школа, 1979.
105. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. — 2-е изд. — М.: Политиздат, 1977. — 304 с.
106. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. — 40 с.
107. Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. — 3-е изд. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1972. — 575 с.
108. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. — 2-е, испр. изд. — М.: Смысл, 2003. — 487 с.
109. Логический анализ языка: знание и мнение: сб. науч. тр. / отв. ред. Н.Д. Арутюнова; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1988. — Вып. 1. — 127 с. — Библиогр. в конце ст.
110. Логический анализ языка: образ человека в культуре и языке / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина; РАН, Ин-т языкознания. — М.: Индрик, 1999. — 422 с. — Библиогр. в конце ст.
111. Логический анализ языка: противоречивость и аномальность текста / отв. ред. Н.Д. Арутюнова; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1990. — 279 с.: табл. — Библиогр. в конце ст.
112. Логический анализ языка: семантика начала и конца / РАН, Ин-т языкознания; отв. ред. Н.Д. Арутюнова. — М.: Индрик, 2002. — 646 с. — Библиогр. в конце ст.
113. Логический анализ языка: язык и время: посвящается светлой памяти Н.И. Толстого / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, Т.Е. Янко; РАН, Ин-т языкознания. — М.: Индрик, 1997. — 351 с.
114. Логический анализ языка: языки пространств / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина; РАН, Ин-т языкознания. — М.: Языки рус. культуры, 2000. — 448 с. — Библиогр. в конце ст.
115. Мазур М. Качественная теория информации / пер. с польск. О.И. Лочмеля. — М.: Мир, 1974. — 239 с.: ил.
116. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. — М.: Гнозис, 2003. — 280 с.
117. Малкова Г.Ю. Выявление психологических особенностей личности методом контент-анализа // Проблемы психологии дискурса / под ред. Н.Д. Павловой, И.А. Зачесовой. — М.: Ин-т психологии РАН, 2005. — С. 85—100.
118. Манькова Л.А. Речевое воздействие газетных заголовков: (на материалах крымской прессы). — URL: <http://www.ccss//u.crimea.ua/tnu/magazine/culture/culture03/part2/zip/mankova.zip>
119. Марова Н.Д. Диалоги о перспективе текста: (на материале немецкоязычных художественных текстов). — Алма-Ата: Изд-во Казах. ун-та, 1989. — 84 с.
120. Марова Н.Д. Парадигмы интерпретации текста: монография: в 2 ч. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2006.
121. Мартынов А.В. Исповедимый путь: философские этюды. — М.: Прометей, 1989. — 165 с.
122. Масленникова Е.М. Смысловые трансформации текста при переводе: на материале переводов поэтических текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Тверь, 2000.
123. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. — СПб.: Евразия, 1999. — 487 с.
124. Мельчук И.А. Опыт теории лингвистических моделей «Смысл $\Leftrightarrow$ Текст»: семантика, синтаксис. — М.: Шк. «Языки рус. культуры», 1999. — 345 с.: ил. — (Язык. Семиотика. Культура).
125. Меерзон Л.С. Проблема научного факта. — Л., 1972.
126. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка / сост. В.В. Петров, В.И. Герасимов. — М.: Прогресс, 1988. — 320 с.
127. Минский М. Фреймы для представления знаний / пер. с англ. — М.: Энергия, 1979. — 152 с.
128. Мистрик Й. Математико-стилистические методы в стилистике / Й. Мистрик // Вопр. языкознания. — 1967. — № 3. — С. 42—52.
129. Молчанова Г.Г. Семантика художественного текста: (имплицитивные аспекты коммуникации). — Ташкент: Фан, 1988. — 164 с.
130. Моль А. Социодинамика культуры. — М.: Прогресс, 1973. — 45 с.
131. Мороховский А.Н. Стилистическая семасиология // Стилистика английского языка: учебник для студентов ин-тов и фак. иностр. яз. / А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. — Киев: Вища школа, 1991. — С. 163—199.
132. Москальчук Г.Г. Структура текста как синергетический процесс. — М.: УРСС, 2003. — 296 с.
133. Мшвидобадзе Р.Г. Распознавание социальных установок через грамматические параметры речи: дис. ... канд. психол. наук. — Тбилиси: Мецниереба, 1984. — 167 с.
134. Нечерная С.В. Лингво-риторическая специфика топик причины и следствия в культурно значимых текстах: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Кубан. гос. ун-т. — Краснодар, 2003. — 19 с.
135. Новиков А.И. Смысл как особый способ членения мира в сознании // Языковое сознание и образ мира: сб. ст. / отв. ред. Н.В. Уфимцева. — М., 2000. — С. 33—39.

136. Новиков А.И. Смысл: семь дихотомических признаков // Теория и практика речевых исследований (АРСО—99): тез. докл. науч. конф., 14—18 сент. 1999 г. — М., 1999.
137. Общая психология: учебник для студентов вузов: в 7 т. / под ред. Б.С. Братуся; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Фак. психологии. — М.: Академия, 2005. — Т. 1. Введение в психологию / Е.Е. Соколова. — 352 с. — (Университетский учебник по психологии).
138. Общение. Текст. Высказывание / Т.Я. Андрющенко, В.И. Батов, В.П. Белянин и др.; отв. ред. Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1989. — 175 с.
139. Общение: структура и процесс: сб. ст. / отв. ред. Е.Ф. Тарасов; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: ИЯЗ, 1982. — 156 с.
140. Общение: теоретические и прагматические проблемы. — М.: Ин-т языкознания, 1978. — 180 с.
141. Оптимизация речевого воздействия / Н.А. Безменова, В.П. Белянин, Н.Н. Богомолова и др.; отв. ред. Р.Г. Котов; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1990. — 240 с.
142. Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствометрия. — М.: Мир, 1972. — С. 278—298.
143. Остин Д.Л. Слово как действие / пер. с англ. А.А. Медниковой // Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Б.Ю. Городецкого. — М.: Прогресс, 1986. — Вып. 17. Теория речевых актов. — С. 22—129.
144. Откупщикова М.И. Синтаксис связного текста: учеб. пособие. — Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1982. — 103 с.
145. Павиленис Р.И. Проблема смысла: соврем. логико-филос. анализ яз. — М.: Мысль, 1983. — 286 с.
146. Панкратов В.Н. Психотехнология управления людьми: практ. рук.. — М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2001. — 336 с.
147. Паршин П.Б. Речевое воздействие. — URL: <http://www.krugosvet.ru>
148. Паршин П.Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности // Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю.К. Пирогова, А.Н. Баранов, П.Б. Паршин и др. — М.: ИД Гребенникова, 2000.
149. Патяева Е.Ю. Ситуативное развитие и уровни мотивации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. — 1983. — № 4. — С. 23—33.
150. Перельман Х., Ольбрехт-Тытека Л. Новая риторика: трактат об аргументации // Язык и моделирование социального взаимодействия: сб. ст. / сост. В.М. Сергеева, П.Б. Паршина; общ. ред. В.В. Петрова. — М.: Прогресс, 1987.

151. Петренко В.Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. — 176 с.
152. Петренко В.Ф. Структура сознания в речевом воздействии // Оптимизация речевого воздействия / Н.А. Безменова, В.П. Белянин, Н.Н. Богомолова и др.; отв. ред. Р.Г. Котов; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1990. — С. 18—31.
153. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988. — 207 с.: ил.
154. Петровский А.В. Введение в психологию: учебник / под общ. ред. А.В. Петровского. — М.: Академия, 1996. — 496 с.: ил. — Библиогр.: с. 491.
155. Пирогова Ю.К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений) // Проблемы прикладной лингвистики: сб. ст. / Рос. акад. наук, Ин-т языкознания. — М.: Азбуковник, 2002. — С. 209—227.
156. Пищальникова В.А. Психопэтика. — Барнаул: Изд-во Алтай. гос. ун-та, 1999. — 175 с.: ил.
157. Платонов К.К. Краткий словарь системы психологических понятий / К.К. Платонов. — М.: Высш. шк., 1984. — 174 с.
158. Поппер К.Р. Предположения и опровержения: рост научного знания: пер. с англ. — М.: Ермак, 2004.
159. Поршнев Б.Ф. О начале человеческой истории: проблемы палеопсихологии. — М.: Мысль, 1974. — 487 с.
160. Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история / АН СССР, Ин-т всеобщ. истории. — 2-е изд., доп. и испр. — М.: Наука, 1979. — 232 с.
161. Почепцов Г.Г., Иванова И.П., Бурлакова В.В. Теоретическая грамматика современного английского языка. — М.: Высшая школа, 1981. — 285 с.
162. Прангишвили А.С. Исследования по психологии установки. — Тбилиси: Мецниереба, 1967. — 340 с.
163. Проблемы эффективности речевой коммуникации: сб. науч.-аналит. обзоров / ред.-сост. и авт. введ. Н.А. Безменова, Л.Г. Лузина. — М.: ИНИОН, 1989. — 220 с. — Сер. «Теория и история языкознания» АН СССР, ИНИОН.
164. Психоаналитические термины и понятия: словарь / под ред. Борнесса Э. Мура, Бернарда Д. Фаина; пер. с англ. А.М. Боковой, И.Б. Гриншпуна, А. Фильца. — М.: Независимая фирма «Класс», 2000. — 304 с.
165. Психолингвистическая и лингвистическая природа текста и особенности его восприятия / ред. Ю.А. Жлуктенко, А.А. Леонтьев. — Киев: Вища школа, 1979. — 248 с.

166. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / ред. Ф.М. Березин, Е.Ф. Тарасов. — М.: Наука, 1990. — 136 с.
167. Речевое воздействие: проблемы прикладной психолингвистики: сб. ст. / отв. ред. А.А. Леонтьев; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1972. — 144 с.: ил.
168. Ротенберг В.С. Функциональная асимметрия и речь. — URL: <http://biblios.newgoo.net/t6162-topic>
169. Руководство по психотерапии / ред. В.Е. Рожнов и др. — Ташкент: Медицина, 1979. — 719 с.
170. Свинцов В.И. Истинностные аспекты коммуникаций и проблемы совершенствования речевого сообщения // Оптимизация речевого воздействия. — М.: Наука, 1990. — С. 68—86.
171. Свинцов В.И. О классификации информационных процессов // Научно-техническая информация. — 1981. — № 6.
172. Семке В.Я., Семке А.В., Аксенов М.М. Здоровье личности и психотерапия. — Томск: Твердыня, 2002. — 620 с.: ил. — Библиогр.: с. 609—619.
173. Сергеечева В. Приемы убеждений. Стратегия и тактика общения. — СПб.: Питер, 2002. — 192 с.
174. Серль Дж.Р. Что такое речевой акт? / пер. с англ. В.З. Демьянкова // Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Б.Ю. Городецкого. — М.: Прогресс, 1986. — Вып. 17. Теория речевых актов. — С. 151—169.
175. Симонов П.В. Избранные труды: в 2 т. Т. 1. Мозг: эмоции, потребности, поведение / отв. ред. И.А. Шевелев; Рос. акад. наук. Ин-т высш. нерв. деятельности и нейрофизиологии. — М.: Наука, 2004. — 437 с.: ил.: табл.
176. Скуленко М.И. Убеждающее воздействие публицистики: (основы теории): для преподавателей, студентов, журналистов-практиков. — Киев: Вища школа: Изд-во при Киев. гос. ун-те, 1986. — 176 с.
177. Слюсарева Н.А. Смысл как экстралингвистическое явление // Как построить интересный урок иностранного языка. — М., 1963.
178. Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: сб. ст. в честь Н.Д. Арутюновой / отв. ред. Ю.Д. Апресян. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 879 с. — (Язык. Семиотика. Культура). — Библиогр. науч. работ Н.Д. Арутюновой: с. 847—879. — Библиогр. в конце ст.
179. Сонин А.Г. Общепсихологические и когнитивные механизмы понимания мультимедийных текстов // Вопр. психолингвистики. — М.: Ин-т языкознания РАН, 2003. — С. 43—56.
180. Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста. — М.: Наука, 1985. — 168 с.

181. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Шахнарович А.М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. — М.: Наука, 1979. — 328 с. — Библиогр. в примеч.: с. 288—323.
182. Сорокин Ю.А. Художественный текст как совокупность читательских оценок // Социология и психология чтения / Гос. б-ка им. В.И. Ленина. — М.: Книга, 1979. — Т. 15. Труды.
183. Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. М.П. Котюрова; Перм. ун-т. — Пермь, 2002. — 392 с.
184. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. — Воронеж: Истоки, 2001. — 252 с.
185. Стернин И.А. Риторика. — Воронеж: Кварта, 2002. — 223 с.
186. Сулейменова Э.Д. Понятие смысла в современной лингвистике. — Алма-Ата: Мектеп, 1989. — 160 с. — Библиогр. в конце глав.
187. Тамарченко Н.Д. Жанр // Литературная энциклопедия терминов и понятий / гл. ред. и сост. А.Н. Николюкин. — М.: НПК «Интелвак», 2001. — С. 264—265.
188. Тарасов Е.Ф. Методологические и теоретические проблемы речевого воздействия // Оптимизация речевого воздействия / отв. ред. Р.Г. Котов; АН СССР, Ин-т языкознания. — М.: Наука, 1990. — С. 5—18.
189. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф.М. Березин Е.Ф. Тарасов. — М.: Наука, 1990. — С. 3—14.
190. Тарасов Е.Ф. Психологические и психолингвистические проблемы речевого воздействия // Речевое воздействие: психологические и психолингвистические проблемы. — М.: Наука, 1986. — С. 74—90.
191. Текст и культура: общие и частные проблемы. — М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1985. — 295 с.
192. Трошина Н.Н. Стилистические параметры текстов массовой коммуникации и реализации коммуникативных стратегий субъекта речевого воздействия // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. — М.: Наука, 1990. — С. 62—69.
193. Тураева З.Я. Лингвистика текста: текст: структура и семантика: учеб. пособие. — М.: Просвещение, 1986. — 128 с.
194. Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. — М.: Наука, 1966. — 451 с.
195. Узнадзе Д.Н. Собрание научных трудов: (антология гуманной педагогики). — М.: ИД Шалвы Амонашвили, 2000. — 224 с.
196. Ушакова Т.Н. Слово в действии: интен-анализ политического дискурса / под ред. Н.Д. Павловой. — СПб.: Алетейя, 2000. — 316 с.

197. Ушакова Т.Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира. Сборник статей / отв. ред. Н.В. Уфимцева. — М., 2000. — С. 13—23.
198. Федорова Л.Л. Об определении функций речевых актов // Докл. междунар. конф. «Диалог 2003». — URL: <http://www.dialog-21.ru/materials/?id=56248>
199. Федорова Л.Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопр. языкознания. — 1991. — № 6. — С. 46—50.
200. Феофанов О.А. США: реклама и общество / Акад. наук СССР, Ин-т США. — М.: Мысль, 1974. — 262 с.
201. Фреге Г. Смысл и денотат // Семиотика и информатика: сб. ст. / Акад. наук СССР; Всесоюз. ин-т науч. и техн. информ. — М.: ВИНТИ, 1977. — Вып. 8.
202. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. / под ред. Д.В. Складнева. — СПб.: Наука, 2000. — 378 с.
203. Хворостин Д.В. Скрытые компоненты смысла высказывания: принципы выявления: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Челябинск, 2006. — 22 с.
204. Хейли Д. Необычайная психотерапия: психотерапевт. техники Мильтона Эриксона: пер. с англ. — СПб.: Белый кролик, 1995. — 384 с. — (NLP: Нейролингвистическое программирование).
205. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность: в 2 т. Т. 1. — М.: Педагогика, 1986. — 408 с.
206. Хеллер С., Стил Т.Л. Монстры и волшебные палочки. Такой вещи как гипноз не существует / пер. с англ. и общ. ред. С.И. Сергеева. — СПб.: Ювента, 1994. — 252 с.
207. Чаковская М.С. Текст как сообщение и воздействие: (на материале англ. яз.). — М.: Высш. шк., 1986. — 127 с. — (Б-ка преподавателя).
208. Черепанова И.Ю. Дом колдуньи. Начала суггестивной лингвистики. — Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1995. — Ч. 1. — 213 с.; Ч. 2. Таблицы, приложения. — 108 с.
209. Черниговская Т.В., Деглин В.Л. Метафорическое и силлогистическое мышление как проявление функциональной асимметрии мозга // Тартуский ун-т. Ученые записки. Вып. 720. — Тарту, 1986. — С. 68—84.
210. Чупина Г.А. Философия осознания: проблема смысла // Проблема сознания в отечественной и зарубежной философии XX века: мат-лы межрегион. науч. конф., Иваново, 19—20 мая 1994 г. / Иван. гос. ун-т, Иван. отд-ние Филос. о-ва Рос. Федерации. — Иваново, 1994. — 203 с.
211. Шахнарович А.М. Общая психолингвистика: учеб. пособие. — М.: Изд-во РОУ, 1995. — 96 с.

212. Швейцер А.Д. Современная социоллингвистика: теория, проблемы, методы. — М.: Наука, 1977. — 176 с.
213. Шевелев И.Ш., Марутаев М.А., Шмелев И.П. Золотое сечение: три взгляда на природу гармонии. — М.: Стройиздат, 1990. — 343 с.
214. Шевченко Н.В. Основы лингвистики текста: учеб. пособие. — М.: Приор-издат, 2003. — 156 с.
215. Шелестюк Е.В. Семантика художественного образа и символа: (на материале англоязычной поэзии XX века): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 1998. — 24 с.
216. Шенк Р.К. Обработка концептуальной информации / пер. с англ. Г.В. Сенина; под ред. В.М. Брябина. — М.: Энергия, 1980. — 361 с.; ил.
217. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. — М.: Мысль, 1973. — 215 с.
218. Шерток Л. Гипноз: пер. с франц. / Леон Шерток. — М.: Медицина, 1992. — 224 с.
219. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием: пер. с англ. / предисл. Я. Засурского. — М.: Мысль, 1980. — 326 с.
220. Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт. — СПб.: Речь, 2002. — 480 с.
221. Щедровицкий Г.П. Знак и деятельность = Sign and activity: 34 лекции 1971—1979 годов: в 3 кн. — М.: Вост. лит., 2005.
222. Штерн А.С. Объективные критерии выявления «звуковой символики» // Мат-лы семинара по проблеме мотивированности языкового знака. — Л., 1969. — С. 69—73.
223. Энрайт Д. Гештальт, ведущий к просветлению: пробуждение от кошмара. — Пермь: Полипринт, 1992. — 93 с.
224. Эриксон М. Мой голос останется с вами: пер. с англ. — СПб.: Петербург-XXI век, 1995. — 256 с.
225. Эткинд А.М. Описание субъективной реальности как задача исследования индивидуальности // Психологические проблемы индивидуальности: научные сообщения к семинару-совещанию молодых ученых. — М., 1984. — Вып. 2. — С. 44—50.
226. Эткинд А.М. Тест Роршаха и структура психического образа // Вопр. психологии. — 1981. — № 5. — С. 106—115.
227. Ядов В. Стереотип социальный // Философская энциклопедия / гл. ред. Ф.В. Константинов. — М.: Сов. Энцикл., 1970. — Т. 5. — С. 134.
228. Abrams G.M. Persuasion in psychotherapy // American Journal of Psychiatry. — 1968. — № 124 (9). — P. 1212-9.
229. Adler R.B., Elmhurst J.M. Communicating at Work: Principles and Practices Business and the Professions. — [S. l.]: McGraw-Hill, 2004.

230. Allwood J. Logic and spoken interaction // Reasoning and discourse processes / T. Myers, K.M.B. Brown eds. — L. [etc]: Acad. Press, 1986. — P. 67—91.
231. Barsalou L.W. Frames, concepts, and conceptual fields // Frames, fields and contrasts: New essays in semantic and lexical organization / A. Lehrer, E.F. Kittay (eds.). — Hillsdale, NJ [etc.]: Lawrence Erlbaum, 1992. — P. 21—74.
232. Bayley P. The presidential debates: The emergence of the «Age Issue» // Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984 / Ragazzini G. D.R.B.P. — Bologna: CLUEB (Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna), 1985.
233. Billig M. Arguing and Thinking: a rhetorical approach to social psychology. — Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
234. Bockstette C. Taliban and Jihadist Terrorist Use of Strategic Communication. Connections. The Quarterly Journal. — V. 8. — № 3. — 2009. — P. 1—24.
235. Carnegie D. How to Win Friends and Influence People. — New York: Pocket, 1990. — URL: <http://www.campusi.com/author.html>
236. Chenail Ronald J. Recursive Frame Analysis // The Qualitative Report. — 1995. — Vol. 2. — № 2. — URL: <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR2-2/rfa.html>
237. Christensen L.Th. Organizational Communication in an Age of Globalization: Issues, Reflections, Practices. — [S. l.]: Waveland Press, 2003.
238. Degen C. Communicator's guide to marketing. — Salem: Sheffield, 1987.
239. Eemeren F.H.v., Grootendorst R.A Systematic Theory of Argumentation: The pragma-dialectical approach. — Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
240. Efran J.S., Lukens M.D., Lukens R.J. Language, structure, and change: Frameworks of meaning in psychotherapy. — N.Y.: W.W. Norton, 1990.
241. Elertsen H., Hartig W. Moderne Rhetorik. — Heidelberg: I.H. Sauer. — 1979.
242. Ellul J. Propaganda: The formation of men's attitudes. — N.Y.: Knopf, 1972.
243. Engel S.M. The language trap: Or how to defend yourself against the tyranny of words. — Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall, 1984.
244. Florescu V. La Rhétorique et la néorhétorique. Genèse, évolution, perspectives, les Belles Lettres. — Paris, 1982.
245. Fogg B.J. Persuasive Technology: Using Computers to Change. What We Think and Do (The Morgan Kaufmann Series in Interactive Technologies). — San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers, 2003.

246. Frank Jerome D. Persuasion and Healing: A Comparative Study of Psychotherapy. — Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1993.
247. Frege G. Funktion, Begriff, Bedeutung. Fünf logische Studien. — Göttingen, 1962.
248. Ganzach Y., Karsahi N. Message framing and buying behavior: A field experiment // Journal of Business Research. — 1995. — № 32 (1). — P. 11—17.
249. Gardner R.A. Storytelling in psychotherapy with children. — Northvale, NJ: Jason Aronson, 1993.
250. Hermans H.J., Hermans-Jansen E. Self-narratives: The construction of meaning in psychotherapy. — N.Y.: Guilford, 1995.
251. Jowett G.S. Propaganda and Persuasion. — L.: SAGE Publications, 1999.
252. Kambartel F., Schneider H. Constructing a pragmatic foundation for semantics // Contemporary philosophy: A new survey. Vol. 1. Philosophy of language & philosophical logic / G. Fleistad ed. — The Hague [etc.]: Nijhoff, 1981. — P. 155—178.
253. Kaul A. Upward influence: a linguistic act of gaining compliance. — URL: <http://www.iimahd.ernet.in/publications/data/2003-02-05AshaKaul.pdf>.
254. Kelly G.A brief introduction to personal construct theory // Perspectives in personal construct theory / D. Bannister (ed.). — L.; N.Y.: Academic press, 1970. — P. 1—29.
255. Kopperschmidt J. An analysis of argumentation // Handbook of discourse analysis / T.A.v. Dijk (ed.). Vol. 2. Dimensions of discourse. — L. [etc.]: Acad. Press, 1985.
256. Kopperschmidt J. Rhetorica: Aufsätze zur Theorie, Geschichte und Praxis der Rhetorik. — Hildesheim [etc.]: Olms, 1985.
257. Levin I.P., Gaeth G.J. How consumers are affected by the framing of attribute information before and after consuming the product // Journal of Consumer Research. — 1988. — № 15. — P. 374—378.
258. McDowell J. Truth and Meaning: Essays in Semantics / John McDowell, Gareth Evans (eds.). — Oxford: Clarendon Press: Oxford University Press, 1976.
259. McGuire W.J., Papageorgis D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. Public Opinion Quarterly, 26, 24—34.
260. Miller M. Interpretatives Paradigma und die empirische Untersuchung der Ontogenese kollektiver moralischer Deutungsmuster // Beiträge zu einer empirischen Sprachsoziologie / H. Soeffner Hg. — Tübingen: Narr, 1982. — P. 49—89.

261. Nichols R. Harvard Business Review on Effective Communication. — Harvard: Harvard Business School Press, 1999. — URL: http://www.campusi.com/author_.html
262. Patterson K. Crucial Confrontations. — [S. l.]: McGraw-Hill, 2004.
263. Perelman C., Olbrechts-Tyteca L. Traite de l'argumentation: La nouvelle rhetorique. — Bruxelles: U. de Bruxelles, 1970.
264. Pfau M., Kenski H.C., Nitz M., Sorenson, J. (1990). Efficacy of inoculation strategies in promoting resistance to political attack messages: Application to direct mail. *Communication Monographs*, 57, 1—12.
265. Pratkanis A., Aronson E. Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion. — N.Y.: W. H. Freeman and Co, 1992.
266. Puddephatt A. Diagnostic Tools and Performance Indicators. *Media Development*. — URL: <http://64.141.2.205/en/node/280215/2754>
267. Rushkoff D. Coercion: Why We Listen to What «They» Say. — N.Y.: Riverheads Books: The Berkeley Publishing Group, 1999.
268. Schank R.C., Abelson R.P. Scripts, plans, goals and understanding: an inquiry into human knowledge structures. — Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1977.
269. Schöberle W. Argumentieren — Bewerten — Manipulieren. Eine Untersuchung in linguistischer Kommunikationstheorie am Beispiel von Texten und von Text-Bild Zusammenhängen aus der britischen Fernsehwerbung. — Heidelberg: Groos, 1984.
270. Simonson I., Sarmon Z., O'Curry S. Experimental evidence on the negative effect of product features and sales promotions on brand choice / I. Simonson // *Marketing Science*, 1994. — № 13. — P. 23—40.
271. Simonson I., Nowlis S.M., Simonson Y. The effect of irrelevant preference arguments on consumer choice // *Journal of Consumer Psychology*. — 1993. — № 2. — P. 287—306.
272. Stoltenberg C.D., Leach M.M., Bratt A. The Elaboration Likelihood Model and Psychotherapeutic Persuasion // *Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*. — 1989. — Vol. 3, № 3. — P. 181—199.
273. Tellis G.J. Advertising and Sales Promotion Strategy. — Englewood Cliffs (N.J.): Prentice Hall, 1998.
274. Ueding G., Steinbrink B. Grundrig der Rhetorik. Geschichte, Technik, Methode. — Stuttgart: Metzler, 1986.
275. Vossler K. Positivismus und Idealismus in der Sprachwissenschaft: Eine sprachlich-philosophische Untersuchung. — Heidelberg: Winter, 1904.
276. Yeh W., Barsalou L.W. Situation effects in conceptual processing. (In preparation). — URL: http://www.psychology.emory.edu/cognition/barsalou/papers/Yeh_Barsalou_AJP_in%20press_situations_review.pdf

277. Youngkee J. The Asymmetry in Economic News Coverage and Its Impact on Public Perception in South Korea // *International Journal of Public Opinion Research*, 20, 2. — P. 237—249. — URL.: <http://ijpor.oxford-journals.org/content/20/2/237.full>

Список источников иллюстративного материала

1. Бендлер Р.Д., Гриндер Дж. Из лягушек в принцы. Нейролингвистическое программирование: пер. с англ. — Воронеж: МОДЭК, 1994. — 246 с.
2. Гурангов В., Долохов В. Сам себе волшебник. — СПб.: Питер, 2003. — 192 с.
3. Егидес А. Лабиринты общения, или Как научиться ладить с людьми. — М.: АСТ-Пресс кн., 2006. — 368 с.
4. Кийосаки Р.Т., Лектер Ш.Л. Богатый папа, бедный папа / пер. с англ. Е.А. Мартинкевич, худ. М.В. Драко. — Минск: Попурри, 2001. — 271 с.
5. Козлов Н.И. Как относиться к себе и людям, или Практическая психология на каждый день. — М.: Новая шк., 1997. — 320 с.
6. Козлов Н.И. Философские сказки для обдумывающих жите, или Веселая книга о свободе и нравственности. — М.: Новая шк., 1997. — 428 с.
7. Козлов Н.И. Формула личности. — СПб.: Питер, 2000. — 358 с.
8. Леви В.Л. Исповедь гипнотизера. Дом души. — М.: Семья и шк., 1993. — 368 с.
9. Леви В.Л. Нестандартный ребенок. — СПб.: Питер, 1993. — 251 с.
10. Леви В.Л. Цвет судьбы. — СПб.: Питер, 1993. — 254 с.
11. Норбеков М.С. Опыт дурака или ключ к прозрению. — М.: Весь, 2003. — 214 с.
12. Погребенский В., Атласов М., Атласова С. Как продать по телефону. — Израиль: Израил. ин-т «Имидж-Интегрейшн», 1994. — 45 с.
13. Рон Д. 7 стратегий достижения богатства и счастья. — М.: Эмайджи, 1997. — 123 с.
14. Свияш А. Как получать информацию из тонкого мира. Ступени в разумный мир. — СПб.: МиМ-Дельта, 2000. — 224 с.
15. Свияш А. Уроки судьбы в вопросах и ответах. — М.: Центрполиграф, 2004. — 235 с.
16. Сытин Г.Н. Животворящая сила: помоги себе сам. — М.: Энергоатомиздат, 1990. — 415 с.
17. Хилл Н. Ключи к успеху: пер. с англ. — Минск: Попурри, 1997. — 320 с.

1. Большая советская энциклопедия: в 30 т. / гл. ред. А.М. Прохоров. — М.: Сов. энциклопедия, 1970—1981. — 30 т.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред В.Н. Ярцева. — М.: Сов. энциклопедия, 1990. — 685 с.
3. Britannica 2005 Ready Reference [Мультимедиа]: Encyclopedia. — М.: Новый Диск, 2005. — 1 CD-ROM.
4. Microsoft Encarta Reference Guide — 2003 [Мультимедиа]: Encyclopedia. — М.: Новый Диск, 2003. — 5 CD-ROM.

Список сокращений:

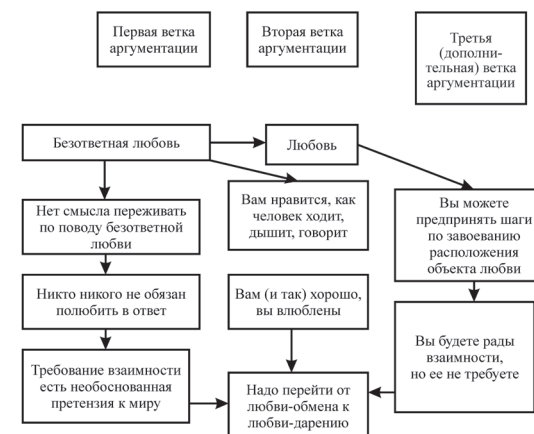
РА — речевой акт

РВ — речевое воздействие

СФЕ — сверхфразовое единство

**Топологическая структура исходного текста
и сочинений реципиентов**

А. Свияш. Аргументация — разоблачение несостоятельности стереотипов, связанных с безответной любовью



Аргументация Свияша строится по классическому образцу: тезис — аргументы — вывод, вытекающий из тезиса и представляющий собой его логическое развитие. Аргументация ведется по трем основным направлениям (веткам). Тезис: Нет смысла переживать по поводу безответной любви. Аргумент 1 разоблачает надуманность понятия безответной любви — никто никого не обязан полюбить в ответ, следовательно, ответ на любовь есть несостоятельные ожидания и претензии к миру. Аргумент 2 рассматривает более общее понятие любви как таковой: любовь сама по себе счастье, вам нравится, как человек ходит, дышит, говорит, вы испытываете возбуждение, вам хорошо, вы влюблены. Вывод: Надо перейти от любви-обмена к любви-дарению. Аргумент 3 является дополнительным, он развивает идею любви-дарения — вы можете предпринять шаги по завоеванию расположения объекта любви и будете рады взаимности, но ее не требуете.

Сочинение 1. Уровень языковой личности — 19 (+ - + - +).

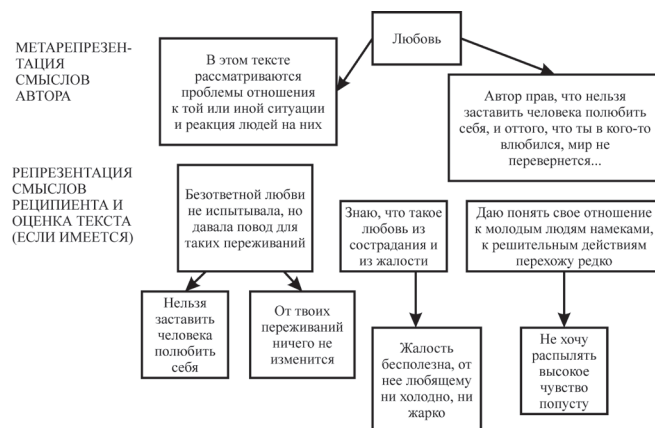
Аргументация — критический комментарий по поводу текста и опровержение его топика.



Метарепрезентация: обобщенная, не вполне корректная, заострение внимания на отдельных периферийных топосах. Репрезентация собственных смыслов: рассуждение о тексте, замена топика оригинала на топик с противоположным смыслом.

Сочинение 2. Уровень языковой личности — 29 (+ + + + -).

Аргументация — ссылка на личный опыт и тематическое развитие.



Метарепрезентация: имплицитная (заимствование темы оригинала при снятии большинства первоначальных топосов). Репрезентация собственных смыслов: введение новых топосов. Реципиент смотрит на проблему с противоположной стороны — со стороны объекта безответной любви. Хотя имплицитно выражается согласие с тезисами автора, топика значительно отличается. Реципиент подтверждает мысль о бесполезности переживания по поводу безответной любви, проводит мысль о бесполезности любви из жалости (вместо любви-дарения) и выражает собственный взгляд на любовь, не связанный с рассуждениями автора.

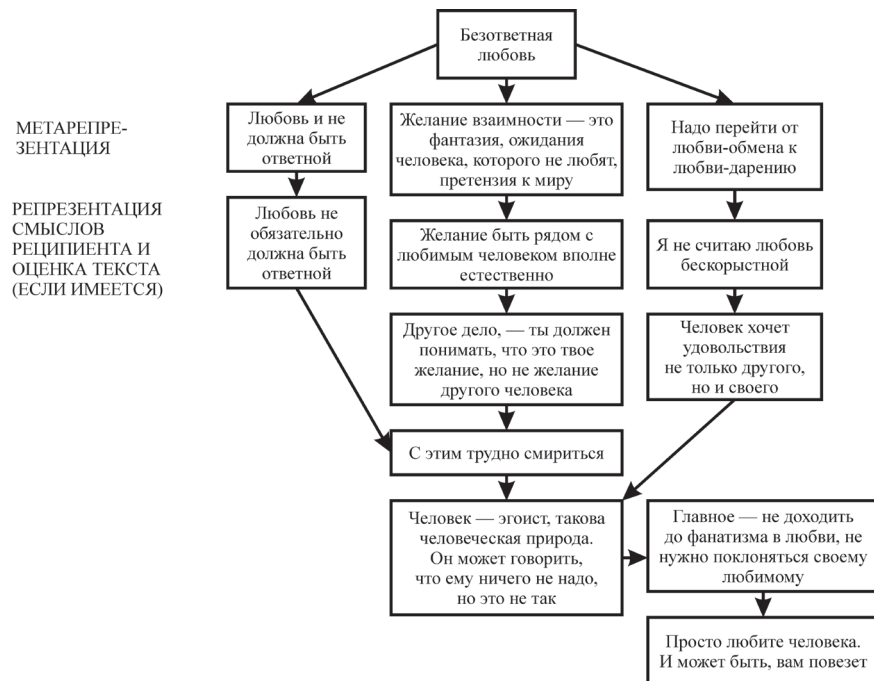
Сочинение 3. Уровень языковой личности — 22 (+ + - - +).

Аргументация — пересказ оригинала.



Метарепрезентация: подробная. Имплицитность нулевая, воспроизводится максимальное количество слов, детализирующих топик оригинала. Репрезентация собственных смыслов: метарепрезентация и репрезентация слиты воедино, однако две ветки аргументации текста сведены в одну. Усилено положение о целенаправленной деятельности по достижению ответной любви, которое у Свияша упоминается лишь вскользь как дополнение к основной аргументации («Он может полюбить, но это нужно сформировать, нужны вполне осознанные и целенаправленные шаги по показу себя с лучшей стороны»). Это положение и является новой логической связкой между аргументами о бесполезности переживаний по поводу безответной любви и любовью-дарением («Если это не удастся, то...»).

Сочинение 4. Уровень языковой личности — 30 (+ + + + +).
Аргументация — опровержение.



Метарепрезентация: достаточно подробная. **Репрезентация собственных смыслов:** замена топики оригинала на топику с противоположным смыслом, углубление топики за счет дальнейшего рассуждения. Аргументация-опровержение выстраивается реципиентом сразу по трем основным положениям. Опровержение корректное, логичное, при этом вывод в некотором роде созвучен выводу автора — в принципе соглашаясь с тезисом и выводом автора, реципиент значительно расходится с ним в аргументах.

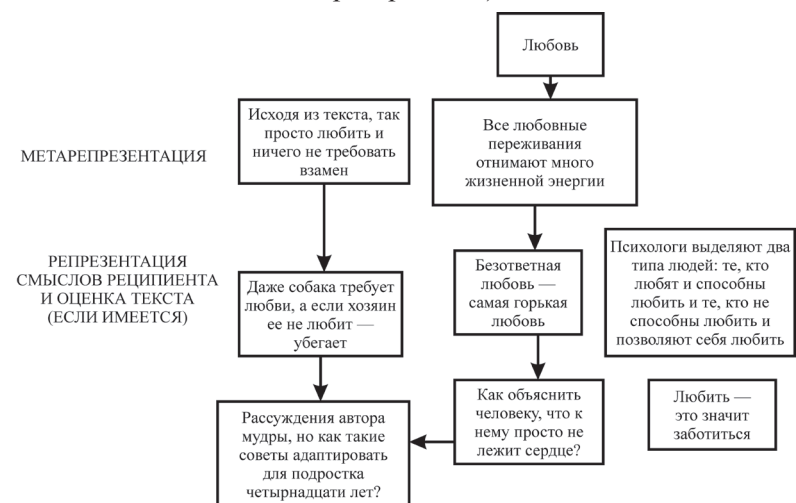
Сочинение 5. Уровень языковой личности — 23 (+ + - + -).
Аргументация — протест.

Метарепрезентация: обобщенная. **Репрезентация собственных смыслов:** эмоциональное отрицание центрального топоса оригинала, снятие большинства других топосов. Позиция реципиента аргументи-



руется скупое. Вводятся топосы о невозможности наслаждаться безответным чувством, о желании «получить что-то взамен». Единственной развернутой мыслью реципиента является опровержение аргумента Свияша о любви фанатов к знаменитостям.

Сочинение 6. Уровень языковой личности — 28 (+ + + - +).
Аргументация — диалектическое рассуждение (рассуждение с элементами согласия и опровержения).



Метарепрезентация: обобщенная. *Репрезентация собственных смыслов:* продолжение первой ветки аргументации Свияша, расширение смысла за счет других топосов, в частности, тех, которые противоречат основному топосу оригинала.

Сочинение 7. Уровень языковой личности — 24 (+ + + – –).

Аргументация — опровержение и смысловое развитие.

Метарепрезентация: обобщенная. *Репрезентация:* замена топика оригинала на топик с противоположным смыслом, введение собственной топика. Автор пытается найти ответы на вопросы, приводит примеры, пытается убедить, советует, как жить, если ваша любовь безответна. Дарить любовь, ничего не требуя взамен, — трудно. Бескорыстная любовь — это высшая ступень человеческого сознания. Нужен разряд любовной энергии, сублимация в виде какой-либо деятельности. Кто-то занимается умственным трудом, кто-то идет в политику, кто-то продолжает тихо любить свой идеал. Такая жизнь (без взаимной любви) неполноценна, это страдание. Нужно освобождаться от безответной любви с помощью специальных психологических методик.

Сочинение 8. Уровень языковой личности — 22 (+ + – – +).

Аргументация — опровержение.

Метарепрезентация: обобщенная. *Репрезентация:* замена топика оригинала на топик с противоположным смыслом. Автор считает, что нет необходимости требовать ответных чувств от человека, который нравится. Нужно переходить от любви-обмена к любви-дарению. Если есть человек, который нравится, то все мысли «забиты» именно им и нет возможности воспринимать жизнь такой, какая она есть. Каждому человеку хочется ответной реакции со стороны возлюбленного. Нет ничего прекрасного в том, что человек дарит свою любовь безвозмездно. Это значит, что он сам не получает на это никакого ответа, все слова, действия уходят впустую. Надо выкинуть человека из головы, переключиться на что-либо другое. А способ «любви как безвозмездного дарения» лично для меня не является выходом из ситуации.

Сочинение 9. Уровень языковой личности — 13 (+ – + – –).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: имплицитная (тематическое заимствование при снятии топика оригинала). *Репрезентация:* добавление топо-

сов, не обладающих логической преемственностью с оригиналом. Не все люди, если они влюбляются, могут получить взаимность. Нужно наслаждаться окружающим миром. Не надо искать любовь — когда придет время, каждый может встретить свою половинку. Влюбляться тоже надо, так как это поможет разобраться в себе, в окружающих. Но когда люди останавливают выбор на одном человеке, это неправильно. Не всегда он может ответить взаимностью. Больно быть отвергнутым, но это не последнее разочарование в жизни. Жизнь состоит не только из разочарований, есть счастье. Великое счастье, что вы живете!

Сочинение 10. Уровень языковой личности — 22 (+ + – – +).

Аргументация — ссылка на собственный опыт.

Метарепрезентация: достаточно подробная. *Репрезентация:* добавление собственного топоса. Безответная любовь возникает оттого, что вы не соответствуете его идеалам либо он влюблен в другую девушку. Не нужно переживать, впадать в депрессию, а перейдите от «любви-обмена» к «любви-дарению». Не нужно требовать взаимности, а просто наслаждайтесь своими чувствами. Я сама убеждалась, что чем больше требуешь, тем больше страдаешь сам от безответной любви.

Сочинение 11. Уровень языковой личности — 24 (+ + + – –).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: обобщенная, не вполне корректная. *Репрезентация:* смысловое дробление оригинала, снятие центрального топоса, введение новых топосов. Тексты с первых же строк обращены к слабому полу. Основная идея текста: «Женщины, не стройте напрасных иллюзий!» Женщины более сентиментальны и чувствительны, мужчины же не видят смысла в переживании из-за кого-то еще, если ей это не важно. Само понятие безответной любви связано с отсутствием адекватной оценки себя в этом мире и отсутствием самодостаточности. Если девушка осознает, какие внешние данные она имеет, какими способностями обладает, она всегда будет знать, чего хочет от этой жизни и чего реально может получить. Я полностью согласна, что не нужно слепо давить человека своей любовью, предъявлять ему претензии по поводу и без. Но это возможно, только когда отношения не определены. Но когда люди узнали друг друга, поняли, что хотят быть вместе, невозможно просто отдавать, ничего не получая взамен.

А вообще это видно сразу — возможна ли взаимная любовь и будет ли она идти с той же силой от партнера. Понижающаяся самооценка и негативные переживания на фоне безответной любви — это проявление слабости. Иногда это бывает просто опасно для здоровья. Твои переживания и самоуничтожение никому, кроме тебя, не нужны и ничего не изменят. Надо взять себя в руки и сказать: я могла жить до встречи с этим человеком, смогу и дальше. Надо занять позицию сильного человека. Ведь всегда тянешься к сильным в любой ситуации людям. Статья довольно подробно объясняет некоторые сложные, на первый взгляд, вещи. К сожалению, большинство приходит к таким выводам наиболее болезненным эмпирическим путем.

Сочинение 12. Уровень языковой личности — 30 (+ + + + +).

Аргументация — критический комментарий.

Метарепрезентация: обобщенная, но достаточно подробная. *Репрезентация:* рассуждение о тексте, введение собственных топосов. По мнению автора, любовь вовсе не обязательно должна быть взаимной. Это чувство носит субъективный характер и не возникает в ответ на чьи-то чувства. Автор призывает женщин не страдать по поводу безответной любви, а радоваться тому, что им дано испытать такое прекрасное чувство. В тексте предполагается заменить модель взаимоотношений «любовь-обмен» на «любовь-дарение». Я согласна с тем, что вместо того, чтобы впадать в переживания, нужно стремиться к достижению своей цели, привлечь внимание любимого человека. Но в тексте уже заранее заложена определенная установка: он обращен именно к женщине, испытывающей безответную любовь, которая сосредоточилась на своих страданиях и не пытается найти выход из положения. Поэтому текст производит странное впечатление: он уже сразу рассчитан на восприятие определенной группой людей. В целом, я не люблю пособия по психологии, т.к. считаю, что со своими проблемами нужно справляться самому, а не искать ответы на все вопросы у психологов.

Сочинение 13. Уровень языковой личности — 20 (+ - + + -).

Аргументация — критический комментарий по поводу текста и опровержение его топик.

Метарепрезентация: обобщенная, не вполне корректная. *Репрезентация:* рассуждение о тексте, замена его топик на топик с противоположным смыслом. Автор пытается доказать читателю, что лучше

оставаться таким, какой он есть. Он не объясняет безответную любовь, а пытается внушить, что безответная любовь — это не так уж и плохо. С одной стороны — да. Ты любишь, значит, в тебе есть чувства, значит, ты — человек. Но видеть, как человек, которого ты любишь, обращает внимание не на тебя, а на других — это очень больно. И далеко не многим удастся переключиться на другого человека. Только спустя время вы сможете нормально общаться с другими людьми противоположного пола, т.к. сейчас вам кажется, что вас обидели. Но все равно, даже спустя некоторое время у вас в сердце остается любовь к другому человеку, которого вы когда-то любили. Лучше изолировать себя от человека, к которому вы испытываете любовь. Пройдет время, и, не видя, не слыша его, вы успокоитесь. А при встрече, возможно, заметите недостаток, который вам очень не нравится, и будете смеяться над тем, что так любили этого несовершенного и несимпатичного человека.

Сочинение 14. Уровень языковой личности — 20 (+ - + + -).

Аргументация — критический комментарий.

Метарепрезентация: имплицитная. *Репрезентация:* пристрастное рассуждение о тексте с видоизменением его топик. Текст писался человеком, сильно обиженным жизнью. Все мысли правильны, здравы, разумны, но не имеется положительных эмоций. Взято святое чувство, данное нам Богом — любовь — и опущено до низости человеческого пессимистического понимания. Разобрал сухо и без малейшего сожаления величайшую человеческую эмоцию на кусочки. Я не согласна с общим настроением повествования. Основная идея этого текста — это не воспринимать любовь как Богом данное чувство, прекрасное и дающее жизнь, а пытаться понять его, применяя бытовые мерки. Здесь любовь рассматривается не как чудесный дар, а как болезнь мозга, с которой нужно смириться и найти способ жить с ней.

Сочинение 15. Уровень языковой личности — 28 (+ + + - +).

Аргументация — тематическое развитие, ссылка на собственный опыт.

Метарепрезентация: имплицитная (заимствование темы оригинала при снятии большинства топосов). *Репрезентация:* введение новых топосов. Невозможно требовать от человека такого же чувства только потому, что я так хочу. Но зачастую безответная любовь порождает в людях агрессию в отношении той или того, которая(-ый) не отве-

чает взаимностью. Нередко это приводит к трагедиям, причем нелепым трагедиям. Не каждый может дать себе позитивную установку на то, чтобы просто дарить любовь. Те, кто может это сделать, — счастливые люди, они обретают внутреннее спокойствие, гармонию и вполне удовлетворены тем, что просто могут любить этого человека. Я думаю, это происходит с возрастом, когда начинаешь больше ценить отношения, делаешь выбор более осознанно. На почве неразделенной любви эмоциональное состояние часто не позволяет адекватно оценивать ситуацию, все плохо и жизнь не удалась. Надо взять себя в руки, посмотреть на все происходящее с другой стороны. Из своего опыта поняла, что все в этой жизни случается не просто так. Если почему-то не складываются отношения с кем-то, значит — это не ваше. Надо подождать, когда единственный встретится вам на пути, и тогда приложить все усилия для построения и сохранения отношений. Не надо вести себя эгоистично, нужно считаться с мнением того, кто рядом. Не всегда, к сожалению, можно прийти к гармонии во взаимоотношениях. В любви один любит, а другой позволяет себя любить. Это и порождает непонимание, недовольства, ссоры. Нужно пробовать просто любить человека, просто быть счастливым. Не надо донимать человека, ведь это не принесет ему счастья. Любовь приходит, когда ее не ждешь. Если она тебя находит, мир сразу становится другим, душа поет, испытываешь массу положительных эмоций. Этот момент наступает в жизни у каждого и главное — не упустить, не потерять это чувство.

Сочинение 16. Уровень языковой личности — 23 (+ + + -).

Аргументация — диалектическое рассуждение.

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: замена топики оригинала на топику с противоположным смыслом. Если человек влюбился, кое-что изменилось в его внутреннем мире. А если что-то изменилось внутри, то начинает меняться и мир вокруг. Но я согласна, что никто никого не обязан полюбить в ответ. Но, хотя в принципе я не требую ответной любви, я этого очень сильно хочу.

Сочинение 17. Аргументация — опровержение. Уровень языковой личности — 22 (+ + - - +).

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: замена топики оригинала на топику с противоположным смыслом. «Любовь-дарение» — это глупость, человек лжет самому себе, если говорит, что не

хочет ничего, кроме как дарить любовь другому человеку. С одной стороны, я понимаю, что никто никому ничем не обязан, но с другой, я бы хотела, чтобы меня любили ответно, ведь это нормально для человека! Безответная любовь для меня — это больше страданий, чем любви.

Сочинение 18 (муж.). Уровень языковой личности — 14 (+ + - - -).

Аргументация — критический комментарий.

Метарепрезентация: обобщенная (упрощение оригинала, исключаяющее большинство топосов). Репрезентация: рассуждение о тексте. Мысль в текстах направлена не на всех людей в общем, а на конкретных людей, на конкретные ситуации. Видимо, автор сам побывал во всех ситуациях и сам нашел выход из каждой. В общем, да: дари любовь, не требуй ничего взамен. Но текст адресован девушке, которая влюблена. Ничего нового я для себя в нем не нашел. Основная мысль и так довольно понятна: люби и будь любимой.

Сочинение 19 (муж.). Уровень языковой личности — 21 (- + + + -).

Аргументация — критический комментарий и тематическое развитие.

Метарепрезентация: имплицитная (заимствование темы оригинала при обобщении или снятии большинства первоначальных топосов). Репрезентация: рассуждение о тексте, замена топосов оригинала. Это не самый подходящий текст для представителей сильной половины человечества. Я согласен, что у каждого человека есть собственный идеал мужчины или женщины, это объясняется не только личными желаниями, но и местом, где живет человек. Так, восточным мужчинам нравятся блондинки, а гражданам РФ нравится экзотика, то есть женщины не с европейским типом лица. С этим я могу согласиться. А в остальном, весь текст полная ахинея, сопли для домохозяек. Я глубоко убежден, что все можно купить за деньги, а что нельзя купить за деньги, то можно купить за очень большие деньги. В наше время наиболее долговечные браки те, которые заключаются по контракту. Вообще тема любви недостойна нашего внимания, ведь как гласит народная мудрость, «мужчинам от женщин надо только одно, но, по сути, что еще они могут предложить». На мой взгляд, автору необходимо запретить печататься. Его наивность может направить подрастающее поколение не в то русло. Необходимо создать жесткую цензуру, чтобы, как говорят у нас на Урале, «не грузить думалку порожняком».

*Сочинение 20 (муж.). Уровень языковой личности — 22 (+ + — — +).
Аргументация — пересказ оригинала с элементами оценки.*

Метарепрезентация: эксплицитная, не вполне корректная. Репрезентация: воспроизведение топики оригинала с рядом рекомбинаций и вставок. Текст о безответной любви и о способах борьбы с душевными переживаниями. История представлена с женской стороны. Девушка или женщина старается объяснить или сделать что-либо еще со своей безответной любовью. Автор предлагает ей путь самосовершенствования — перехода от «любви-обмена» к «любви-дарению». Автор, видимо, тоже женщина, говорит, что нужно не запираить свои чувства, пряча их от избранника, а дарить ему хорошие светлые чувства, свою безвозмездную любовь, ничего не требуя взамен. Это, по словам автора, обязательно спасет от душевных терзаний.

*Сочинение 21 (муж.). Уровень языковой личности — 29 (+ + + + —).
Аргументация — смысловое развитие.*

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: развитие и видоизменение топики оригинала. В тексте поднимается такая проблема, как любовь-обмен и психические расстройства в связи с безответным обменом. Решение — это смена концепта любовь-обмен на любовь-дарение. Тогда негативные переживания сменяются на позитивные. По личному опыту я пришел к похожим выводам. Но это только начальный этап изменений. Следующий этап — это подчинение всех чувств холодному разуму. Именно к этому и надо стремиться.

*Сочинение 22 (муж.). Уровень языковой личности — 24 (+ + + — —).
Аргументация — тематическое развитие.*

Метарепрезентация: имплицитная (обозначение темы оригинала при снятии его топосов). Репрезентация: замена топики оригинала. В настоящее время у многих людей нет смысла жизни, нет определенной, главной цели, к которой бы он или она стремились. Неосознанно человек стремится найти, ради чего жить. Сначала он живет ради семьи, потом — ради другого человека или для себя-любимого. Найдя объект для любви (есть варианты, что он вам ниспослан свыше), вы делаете все, чтобы этот человек был счастлив. Но часто чем больше любви мы отдаем, тем меньше любви получаем взамен. Это действует всегда и безотказно, как по отношению к мужчинам, так и по отношению к жен-

щинам. Охлаждая свое внимание, мы пробуждаем интерес у объекта нашей любви. Но если человек любит крепко, искренне и всей душой, он никогда так не сделает. Но никогда нельзя унижаться, ползать и бегать за любимой (любимым). Так вызывается презрение. Если даже такими действиями вы добьетесь взаимности, это будут отношения, построенные на жалости, и они никому не принесут радости и счастья. Я считаю, что любовь есть, что есть человек, которому стоит отдать себя всего. И если есть взаимность — это величайшее счастье на свете. За любовь, за семью, за Родину не жаль и костями лечь.

*Сочинение 23 (муж.). Уровень языковой личности — 28 (+ + + — +).
Аргументация — смысловое развитие.*

Метарепрезентация: имплицитная (обозначение темы оригинала при снятии большинства топосов). Репрезентация: развитие топики оригинала. Говорят, что любовь изначально дается для двоих. А одному, пожалуй, много. И при безответной любви (любви одного) человеку кажется, что на его долю выпала чересчур большая ноша — его чувства приводят его самого в тупик. Универсальная суть такого понятия, как любовь, состоит в том, что человек может и хочет дарить этому чувству всего себя, не обязательно получая что-то взамен. Это абсолютная любовь. Любовь окрыляет и заставляет человека погрузиться в нее с головой. Но если это чувство безответно, этого делать не стоит. Стоит понять, принять и отпустить. И тогда в самый неожиданный момент тебя озарит твоя любовь. Но ты уже будешь оценивать ее не изнутри, а как свидетель, реально смотрящий на вещи. Чтобы научиться правильно любить, ты должен научиться направлять ее на всех, т.е. любить каждого. Если причиной безответной любви являются кармические завязки (узлы), то надо открыть любовные чакры и сделать их достижением окружающих. Делись со всеми, чтобы легче потом подарить это одному единственному. Познай себя, раскройся, пойми, прими и отпусти.

*Сочинение 24. Уровень языковой личности — 24 (+ + — — —).
Аргументация — ссылка на личный опыт, тематическое развитие.*

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: замена топики оригинала. Для человека безответная любовь — это очень глубокая психологическая травма. В статье советуют осознать человеку, что «насильно мил не будешь». В моей жизни не было безответной любви.

Я такой человек, который в любви «отдает себя без остатка», я становлюсь для своих молодых людей не только девушкой, но и мамой, забочусь о них. И после расставания они долго не могут меня забыть, и мы остаемся друзьями. Тот, кого безответно любят, тоже должен менять свое мировоззрение, потому что в такой ситуации нельзя бросать человека, оставлять его с этой проблемой, нужно говорить с ним и, возможно, предложить альтернативный объект обожания. Еще один вид любви может причинять много страданий — когда вы любите друг друга, но не можете быть вместе по разным причинам, из-за разной национальности и несогласия родителей. В такой ситуации страдают два человека. Вообще, любовь — это необъяснимое чувство, ее нельзя предотвратить, и если любовь безответна, надо продолжать жить и находить радость в других вещах. Надо постараться, и все получится.

Сочинение 25. Уровень языковой личности — 23 (+ + - + -).

Аргументация — критическая оценка и тематическое развитие.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: упрощение оригинала, добавление стереотипных топосов. Основная мысль — любовь нужно дарить, а не требовать. Но многие люди с этим могут не согласиться. Разные типы, разные характеры. Эгоистичный человек будет требовать, альтруистичный — оставит в покое, радуясь счастьем другого. Любовь — сложное, многогранное чувство, но, на мой взгляд, оно прекрасно всегда.

Сочинение 26. Уровень языковой личности — 14 (+ + - - -).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: введение собственных топосов. Есть разные виды любви: любовь-дружба, любовь-страсть, платоническая, безответная. Я ее не испытывала, думаю, что у каждого есть половинка, надо ее лишь найти. Я думаю, если бы человек, которого я люблю, меня не любил бы, я бы старалась делать для него приятное, помогать ему. Требовать взаимности было бы глупо, ведь от меня не требует взаимных чувств кто-нибудь, кто меня любит.

Сочинение 27. Уровень языковой личности — 28 (+ + + - +).

Аргументация — тематическое развитие и ссылка на собственный опыт.

Метарепрезентация: имплицитная (заимствование темы оригинала при снятии большинства его топосов). Репрезентация: замена топика оригинала собственной топикой. Любовь, какая бы она ни была, сама по себе счастье. Каждый чувствовал в себе трепет, рожденный любовью, каждый чувствовал, как она угадает, или что она никому не нужна. Безответная любовь — дар чистый и безвозмездный. Как можно требовать взаимности, когда не можешь дать понимания и участия своей матери? Зачем пытаться привлекать внимание к себе? Любовь — это счастье в одном только ощущении, что ты любишь. В моменты этой любви ты чувствуешь смешанное чувство наслаждения и боли, все отступает перед этим новым большим чувством. Любовь — мечта об идеале. Идеал нужно любить на расстоянии, чтобы его культ в сердце не пошатнулся. А если вдруг мечта об обладании идеалом сбылась, то жизнь превращается в Ад, невыносимую борьбу между любовью и ненавистью. Любовь должна быть благом, если не для тебя самого, то хотя бы для человека, которого ты любишь. Но знать, что он не чувствует любви к тебе, а лишь привязанность к созданному тобой быту — мучительно. Любовь — это благо, но и мука, когда не можешь на нее ответить.

Сочинение 28. Уровень языковой личности — 29 (+ + + + -).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: имплицитная (заимствование темы оригинала при снятии большинства первоначальных топосов). Репрезентация: замена топика оригинала. Есть люди, которым не дано испытать любовь, они перестают верить в любовь, однако в глубине души теплится Надежда. Любовь к мужу — не то же самое, что любовь к Жизни, к Богу, к Маме. Именно поэтому появляется безответное чувство. Чужой человек может и вправе не отвечать тебе взаимностью, а Жизнь, Бог, мама, ребенок не могут, они часть тебя, твоего «я». Но нам этого не хватает, мы ищем другое «я». Когда же оно не откликается на наш зов, мы начинаем страдать. Совершенно бессмысленно, я считаю. Ведь обязательно найдется человек, который услышит ваш зов и найдет вас. Я не называю отношения между мужчиной и женщиной любовью, т.к. я все же вижу разницу между этими чувствами. Любой может откликнуться на твой зов не для того, чтобы отдать тебе свой мир, а чтобы открыть его тебе. Это — дружба — ценность, которой я действи-

тельно дорожу, которая может оказаться сильнее любви. Она не бывает безответной, она всегда ответна, если вы нашли друг друга.

Сочинение 29. Уровень языковой личности — 19 (+ – + – +).

Аргументация — смысловое развитие с элементами оценки.

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: развитие топика оригинала. Определение любви в тексте прозрачно, но необъективно. Это явление необъятное и необъяснимое, оно вряд ли уместится в нескольких строчках текста. Любовь без ответа не является проблемой. Это величайшее счастье, часто о котором человек, в силу своей молодости, и не догадывается. Дарить любовь — это, бесспорно, идеализация, но желать любовь — бесполезная мука. Для разных людей любовь определяется по-разному. Впрочем, существует несколько ее видов: материальная, душевная, сострадательная, покровительственная и т.д. И только одним видом является любовь необъяснимая, неоправданная. Она возникает на пустом месте и уходит в небытие. Она может длиться несколько часов, а может — всю жизнь, и в обоих случаях она равносильна. Любовь — одно из тех вечных понятий, которое нельзя определить, непонятно даже, есть она или нет.

Сочинение 30. Уровень языковой личности — 24 (+ + + – –).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: наполнение оригинала иной темой. Я почти согласна с этим (данным) текстом, но есть некоторые нюансы, которые, по моему мнению, надо учитывать. Есть два разных понятия — любовь и влюбленность, иногда не связанные друг с другом. Конечно, все скажут, что любить сына и любить молодого человека — разные вещи, но я считаю, что это не совсем так. Часто девушки влюбляются в человека почти сразу, не узнав его. Влюбленная девушка любит, скорее, не человека, а какие-то его качества, она необъективна, не видит его недостатков. Психологи говорят, что такая влюбленность длится максимум 18 месяцев. Недаром ранние браки очень часто распадаются после года совместной жизни. Недавно так обожающих друг друга супругов могут рассорить какие-то мелочи. Эти люди не любили друг друга, а были просто влюблены. Некоторые парни и девушки могут влюбляться по несколько раз в год, но разве это любовь? По-моему, главный повод для зарождения любви — длительная дружба. Лишь по прошествии времени может зародиться настоя-

щая любовь. Поэтому нет смысла так убиваться по поводу безответной влюбленности. Самое главное — когда человек любит, он преображается, не старается завладеть объектом обожания, а стремится стать лучше, чтобы быть достойным своей любви.

Сочинение 31. Уровень языковой личности — 28 (+ + + – +).

Аргументация — опровержение.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: замена топика оригинала на топику с противоположным смыслом. Любовь, действительно, в большинстве случаев безответна. Только здесь употреблен не тот термин, не любовь, а влюбленность часто безответна. Согласно статье, лучше всего просто дарить свое нежное отношение объекту влюбленности. Эта стратегия — выход в идеальной ситуации для идеального человека. Если чувство не взаимно, нужно осознать, почему так происходит, поработать над собой, оценить ситуацию. Затем можно либо отбросить влюбленность, либо исправлять недостатки и подстраиваться под любимого, либо просто дарить свою заботу. В последнем случае объект влюбленности вряд ли может быть счастлив. Он едва ли поверит, что ты счастлива просто заботиться, ничего не требуя взамен. И, скорее всего, будет прав, ведь и ты сама обманываешься, так как на самом деле надеешься, что когда-нибудь он оценит тебя и полюбит. В результате этого обмана никому не хорошо. Человек, дарящий любовь безвозмездно, должен обладать великой душой, а таких единицы, в основном все эгоистические натуры. Мне ближе точка зрения, что не следует заикливаться на объекте влюбленности, досаждаю ему. Ведь эту страсть можно преодолеть, в отличие от любви, которая строится как на чувстве, так и на разуме.

Сочинение 32. Уровень языковой личности — 29 (+ + + + –).

Аргументация — смысловое развитие, ссылка на собственный опыт.

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: развитие топика оригинала. Вы любите, а вас нет? Смирись! Главное в любви — это радоваться счастью возлюбленного, а разводить нюни, писать стихи, романы, воспевающие себя, замученного судьбой, — это эгоизм. Мы любим ни с какой стати, просто так — это приятно, когда любовь взаимна. И больше ничего. Если любя, мы требуем взаимности, то это не любовь, а эгоизм чистой воды. Мы любим не человека, а себя в своей

горестной любви, переливаем из пустого в порожнее, мешаем жить себе и всем остальным. Потом такой человек говорит: «Любви нет!» Но если ее нет у вас, это не значит, что ее нет у всех остальных. Направьте вашу энергию в учебу, в карьеру, в достижение новых высот. Оставьте свою любовь в покое, и вскоре она оставит вас или сразу «нарисует» сама. Лучше, по мне, иметь в жизни цель, чем жить целью в виде другого человека — всю жизнь ты его все равно любить не будешь.

Сочинение 33. Уровень языковой личности — 28 (+ + + - +).

Аргументация — смысловое развитие с элементами оценки.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: развитие топик оригинала. Я согласна с идеями, изложенными в тексте, хотя ничего нового я для себя не открыла. От собственных страданий никому легче и лучше не становится: ни тебе, ни объекту твоих воздыханий, ни окружающим, которые вынуждены слушать твоё нытьё и причитания. Сужу по своему опыту. Если КПД твоего горя и отчаянья равны нулю, зачем вообще страдать от безысходности? Если ты посылаешь во Вселенную сигналы горя, то Вселенная тебе этим и ответит. Поэтому я пришла к благодарности объекту любви за то, что он позволил мне испытать такой вихрь эмоций. Только ты волен выбирать, что тебе чувствовать, что тебе комфортнее — быть заложником страданий или творцом своего счастья.

Сочинение 34. Уровень языковой личности — 28 (+ + + - +).

Аргументация — опровержение.

Метарепрезентация: достаточно подробная. Репрезентация: замена топосов оригинала на топосы с противоположным смыслом. Автор текста задается вопросом: «Ведь что такое любовь?», и отвечает так же, как и многие люди: «Любовь — это необъяснимое чувство тяги к какому-то человеку». Автор говорит, что, если человек по-настоящему любит, то он ощущает себя хорошо, чувствует прилив энергии, он должен радоваться и не требовать, чтобы тот человек, которого он любит, также полюбил его. Он отвергает эгоистичную любовь, считая, что от человека не надо требовать ответа. Бог наградил вас этим чувством, и вы должны быть уже счастливы. Мне кажется, что далеко не многие в мире способны на такое отчаянное чувство, для многих безответная любовь ассоциируется с мукой. «Что во мне такого, что он равнодушен ко мне?» — задаются они вопросом.

Только мудрые люди способны на любовь-дарение, большинство же из людей все-таки мечтают перейти к любви-обмену. Желание взаимной любви заложено в самой природе человека, потому что каждый хочет быть по-настоящему счастливым. Пусть он будет знать, что где-то есть человек, которого он любит, что тот счастлив за него, но самого этого человека назвать счастливым никак нельзя. Потому что мало видеть любимого человека, дышать с ним одним воздухом, хочется всегда быть с ним, разделять с ним радости и горести. Это и есть счастье. Конечно, требовать от другого человека любви к себе нельзя, но и посвящать жизнь человеку, который тебя не любит, тоже нельзя. Сейчас, по крайней мере, я так смотрю на эти вещи.

Сочинение 35. Уровень языковой личности — 28 (+ + + - +).

Аргументация — диалектическое рассуждение (рассуждение с элементами согласия и опровержения).

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: частичное развитие топик оригинала и частичная замена топосов оригинала на топосы с противоположным смыслом. Я не считаю, что любовь обязательно должна быть ответной. Если человек отвечает вам взаимностью, то значит, просто так сложились обстоятельства, что именно вы ему подходите. Но так бывает только тогда, когда у обоих представления об идеальном партнере совпадают. Требование взаимной любви — это всего лишь эгоизм. Мне кажется, что ни в коем случае не нужно заикливаться на своем безответном чувстве. Ведь если не нашлся тот, кто тебя по достоинству оценит и полюбит, то нужно искать новый объект внимания, ведь на этом жизнь не заканчивается. Мое мнение, что любовь-дарение не может приносить счастья, так как постоянное ощущение, что ты не с ним, не может принести радости. Счастье состоит для меня именно во взаимном обмене своими ощущениями, эмоциями, переживаниями. Поэтому имеет смысл поливать не безжизненную пустыню, а более плодородную почву. Немного стоит признание в любви для того человека, который успел заскучать от обилия подобных признаний. Вы безмерно цените свое объяснение в любви, а для него оно не представляет никакой ценности. Это как игра в одни ворота.

Сочинение 36. Уровень языковой личности — 27 (+ + - + +).

Аргументация — смысловое развитие.

Метарепрезентация: достаточно подробная. Репрезентация: развитие топика оригинала. Основная мысль данного текста заключается в необязательности взаимного чувства. У объекта любви могут быть свои видения любимого человека, и мы не всегда можем соответствовать этим параметрам. Наивно требовать взаимности от кого-то, когда, возможно, мы сами не можем одарить тем же влюбленного в нас. Главное, осознать, что способность испытывать подобные чувства уже есть что-то положительное. Любить можно, не требуя ответа, а наоборот, даря то тепло, которое возникает внутри, всем окружающим и, по большей части, объекту своей любви. И тогда из негативных, болезненных эмоций, получаемых от чувства, можно приобрести много счастья, удовольствия и благодарность миру за способность любить. Я считаю, что любить и требовать взамен того же есть, в своем роде, эгоизм. Только эгоисты любят прежде всего себя, свои чувства, поэтому им нужна разделенная любовь. Получается, они любят себя в этой любви. Настоящая же любовь ставит на первое место желания и благополучие любимого человека, важнее, чтобы он был счастлив. А свои эмоции и желания уходят на второй план. Безусловно, каждый, влюбляясь, хочет чувствовать взаимность, но только разумный человек может понять, что испытывать любовь уже есть наслаждение, не сравнимое ни с чем другим.

Сочинение 37. Уровень языковой личности — 30 (+ + + + +).

Аргументация — смысловое развитие.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: развитие топика оригинала. Если оценивать любовь не эмоционально-эмпирически, а через критерии разума, логически, то на самом деле переживания по поводу этого кажутся неоправданными и бессмысленными, ведь ни от самого факта любви к нему, ни от переживаний по поводу тщетности ожиданий ничего не изменится. Конечно, очень сложно анализировать категорию любви (катеорию чувственную, сенсорную) через категорию разума и понятий логики, но все-таки в целях сохранения психического здоровья это необходимо. Поэтому к этой проблеме нужно отнестись философски и рассудить, что разумнее и полезнее понять, принять этот мир со всеми его отношениями и связями, чем мучиться и страдать. Понять то, что безответная любовь имеет право на существование, потому что в этом мире есть много необъяснимого и непо-

нятного, и поэтому пытаться объяснить, почему он меня не любит — дело неблагодарное. Единственный выход — успокоить себя философскими мыслями по поводу того, что либо это не тот человек, который послан тебе судьбой для взаимной любви, либо, как говорят авторы текста, любить и не ждать ничего взамен, любить и радоваться тому, что у тебя есть это чувство в сердце и человек, которому это чувство посвящено. Любить и радоваться жизни и этому миру. Да, этот выход верный и мудрый, логически обоснованный. Вопрос в другом — насколько это легко сделать и каково это — преодолеть себя.

Сочинение 38. Уровень языковой личности — 22 (+ + - - +).

Аргументация — смысловое развитие.

Метарепрезентация: подробная. Репрезентация: развитие топика оригинала. Автор в своей статье утверждает, что требование ответной любви от возлюбленного нелогично и неправильно. Путем различных умозаключений автор приходит к мысли, что нужно радоваться влюбленности и дарить любовь человеку, ничего не требуя взамен. На мой взгляд, статья написана немного цинично, но выводы в ней верны. Я тоже считаю, что нельзя требовать от человека любви к себе. Также неправильно впадать в депрессию. Нельзя заставить человека полюбить тебя, но можно любить его. Ведь цель истинной любви — дарить счастье, прежде всего любимому, а не себе.

Сочинение 39 (муж.). Уровень языковой личности — 30 (+ + + + +).

Аргументация — смысловое развитие, ссылка на собственный опыт.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: развитие и видоизменение топика. К основным идеям я бы отнес то, что никто не имеет права требовать ответных чувств, никто никому ничем не обязан, и самое, на мой взгляд, важное, любовь — прекрасна. Из своего личного опыта я могу сказать, что абсолютно согласен с автором: глупо ожидать, что кто-то полюбит тебя лишь потому, что ты любишь этого человека. Вообще, мы часто не замечаем, в кого влюбляемся — мы не можем отвести взгляд от возлюбленного (или возлюбленной), хотим быть с ней (ним), но ведь далеко не всегда мы знаем этого человека хорошо. Вполне может оказаться, что вам и поговорить-то не о чем. Тогда зачем же страдать от неразделенной любви? Следующий тезис — никто никому ничем не обязан. Это применимо даже к парам, на мой взгляд. Я думаю, не

надо удерживать человека — все равно не поможет, только нервы друг другу вымотать получится. Не любит — пускай идет себе. Любит, но не так — уходите вы. Наконец, любовь прекрасна. Безусловно, любовь — прекрасное чувство. Однако я не во всем согласен с автором. Он предлагает любить человека просто так, но ведь это будет уже не любовь. Так любят своих друзей, родных, близких. Скорее, такая любовь-дарение — это способ избавиться от влюбленности и проблем, с ней связанных. Но так ли уж плоха неразделенная любовь? Влюбленные любят жаловаться на судьбу, это общеизвестный факт, но ведь они испытывают ни с чем не сравнимые ощущения — например, когда видят любимого, слышат его голос. Любовь пройдет, а с нею и страдания. Останутся лишь милые воспоминания. Нежели все это не стоит наших страданий?

Сочинение 40. Уровень языковой личности — 13 (+ – + – –).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: упрощение оригинала, добавление стереотипных топосов. Смысл этого текста достаточно прост: любовь — это не принуждение к каким-либо чувствам, а произвольное влечение, тяга. Чувства человека, его эмоциональный мир не зависят от желания другого, он не может подчинить себе, заставить полюбить, и это вполне естественно. Ведь человек — это не техника, которую можно поднастроить, заставить работать, как нужно тебе. Конечно, каждый человек в жизни сталкивался с безответной любовью, когда тебя переполняют эмоции, чувства к человеку и хочется быть с ним, но почему-то он не хочет быть с тобой. И в этом нет ничего страшного, это лишь определенный этап в жизни, в ходе которого ты станешь сильнее, возможно, смелее. Да и тем более, что ты получишь, чего добьешься, если заставишь человека любить себя? Лишь только муку, не только для него, но и для себя. Нет счастья по принуждению. Как, впрочем, и нет счастья без любви. Но любви чистой и искренней, готовой преодолеть любые трудности, но самое главное, взаимной. Существует отличная поговорка, которая гласит, что «наильно мил не будешь». Ведь прежде всего это выбор твоего сердца, которое само в нужную минуту подскажет, что вот он, твой человек, твоя судьба, и в это же мгновение он почувствует то же самое. Отсюда вывод: люби, добивайся взаимности, а не заставляй его тебя любить. Ведь счастья так ты все равно не достигнешь.

Сочинение 41. Уровень языковой личности — 24 (+ + + – –).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: обобщенная, упрощенная. Репрезентация: перефразирование топосов оригинала с введением собственных топосов. Любовь необязательно взаимна, это чувство определенного человека, его эмоции. Она не всегда ответна, ведь нельзя человека заставить чувствовать то, что ты хочешь. Взаимная любовь — это верх счастья, спокойствия. И такая любовь выражается необязательно в страстях и эмоциях, а просто в спокойствии, что есть человек, который поддержит тебя, и что ты можешь помочь ему. Дарить любовь, тепло, спокойствие, жить для кого-то — это прекрасно. Если же любовь невзаимна, то не стоит кого-то винить. Возможно, что даже при более близком знакомстве с этим человеком вы поймете, что он не для вас. Так что, может, и правильно, что он не замечает вас — вы разные. Это не повод для переживаний, а лишь возможность измениться, например. Я считаю, что не стоит уходить в себя из-за этого, ведь ваша настоящая половинка может вас из-за этого не заметить. И ведь не зря влюбленных называют «половинками», ведь они дополняют друг друга, у них общие интересы. А если ваш объект любви не отвечает вам взаимностью, то либо у него другие интересы и цели, либо он плохо вас знает, что вполне поправимо.

Сочинение 42. Уровень языковой личности — 12 (+ – – + –).

Аргументация — попытка диалектического рассуждения.

Метарепрезентация: обобщенная, упрощенная. Репрезентация: введение собственных топосов, алогичность. Никто ничего не должен другому. Это основная идея текста. Каждый человек волен выбирать. Ведь у любого человека свои мысли и потребности. Я считаю это утверждение не совсем верным. У каждого из нас есть свои права, но не стоит забывать об обязанностях. Конечно, в основном мы независимы от других, но если по каким-то причинам мы должны считаться с мыслями другого человека, тогда эта фраза принимает уже другое значение. Нужно научиться не только принимать, но и отдавать. Отдавать безвозмездно, ничего не требуя взамен. Каждый человек по своей природе потребитель. Он привык брать и пользоваться. Но в мире не всегда получаешь, если что-то даешь, поэтому можно не ждать ничего взамен, а просто отдавать свою доброту и любовь. Каждую ситуацию можно рассматривать с разных сторон. Как и ситуацию, приведенную в тексте.

С одной стороны, безответная любовь — это плохо, но с другой, жить без любви вообще — еще хуже. Даже в самой тяжелой ситуации можно найти свои плюсы, главное, смотреть на вещи с оптимизмом.

Сочинение 43. Уровень языковой личности — 24 (+ + + – –).

Аргументация — критический комментарий по поводу текста и опровержение его топики.

Метарепрезентация: обобщенная, некорректная. Репрезентация: рассуждение о тексте, замена его топики на топик с противоположным смыслом. Любовь — это необъяснимое чувство тяги к какому-то человеку. Причем обычно рассматривается такая модель, как «любовь-обмен», а не «любовь-дарение». В этом автор текста видит главную проблему людей. Они не привыкли делать что-либо безвозмездно. И не нужно их за это винить. Ведь, как говорится, «это не мы такие — жизнь такая». Весь текст построен на осуждении людей, которые предпочитают «любовь-обмен». Вообще текст вызвал у меня противоречивые чувства. С одной стороны, конечно, здесь все правильно, все, как надо. Но, с другой стороны, это какое-то навязывание своего мнения. Делайте так, а не вот так, и все будет хорошо. Однако люди (как показывает практика) должны сами через все это пройти, чтобы не натворить в дальнейшем подобных ошибок. А когда кто-то пытается научить тебя жить по своим правилам, то обычно это не приводит ни к каким результатам. В тексте как раз есть такой фрагмент, где показана наша обычная реакция на реплики людей, пытающихся залезть с советами и рекомендациями в чужую жизнь. Да и вообще, по-моему, данный текст направлен преимущественно на поколение от 11 до 15, а не на взрослое поколение. С возрастом приходит и опыт, а опыт позволяет не попадать в подобную ситуацию, по крайней мере, очень часто. Я думаю, что главное здесь — определиться для самого себя — чего мы хотим от этой жизни, и что мы хотим сделать для того, чтобы жизнь наша стала такой же светлой и чистой, как любовь.

Сочинение 44. Уровень языковой личности — 20 (+ – + + –).

Аргументация — тематическое развитие.

Метарепрезентация: обобщенная, некорректная. Репрезентация: замена топики оригинала, его видоизменение. На мой взгляд, главная идея состоит в том, чтобы показать, что каждый человек по своей сути эгоист. Любой стремится к счастью, стремясь получить желаемое

всеми правдами и неправдами. Если человек чувствует какое-либо чувство к другому, у него автоматически возникает потребность узнать чувства своего интереса. Вторая по важности, на мой взгляд, идея заключается в том, что людям свойственно идеализировать других людей, особенно тех, к кому они чувствуют симпатию и, наоборот, наделять людей, которые их раздражают, отрицательными свойствами. Многие люди концентрируют все внимание на себе, считая, что главная цель жизни — это получение удовольствия. Поэтому они, нет, мы, подчас не замечаем, что на пути к своей цели мы буквально топчем чувства других, заставляя их, вольно или невольно, страдать. Поэтому, подводя итог, надо заметить, что надо быть просто добрее, открытее, общительнее. Всегда помня, что есть черта, которую не следует перешагивать. Иными словами, надо просто знать меру, помня, что чувствовать способны не только вы, но и другие люди.

Сочинение 45 (муж). Уровень языковой личности — 24 (+ + + – –).

Аргументация — комментарий по поводу текста.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: рассуждение о тексте с воспроизведением его центральных топосов. Таких текстов много. Все они о том, что мы и так знаем. Проблема лишь в том, что эти знания лежат где-то далеко внутри него, и мы забываем о них. В итоге допускаем жизненные ошибки, встречаемся с множеством проблем. В данном случае — с безответной любовью. Текст полезный. Но дорога ложка к обеду. И хорошо, если данный текст попадет на глаза человеку в нужный момент, а не раньше, ведь позже он про него забудет, и не позже, когда текст будет бесполезен. Если так и случилось — человеку повезло, ведь этот текст наполнен простой житейской мудростью, которую мы, повторюсь, все знаем, но не осознаем. Как мне показалось, все там написано правильно, без малейшего преувеличения. Все мы сталкивались с безответной любовью, но вряд ли кто думал, что человек, которого вы полюбили, ничего вам не должен. И вы страдали, не понимали, почему так, чего-то ждали, не дожидались и разочаровывались. Я уверен, что этот текст бы все изменил, уберег бы от необдуманных поступков, нервов и бессонных ночей. Поэтому хотелось бы выразить благодарность автору, который так умело может подействовать на человеческую мысль и душу, предотвратив все плохое, что могло бы произойти.

Сочинение 46 (муж.). Уровень языковой личности — 29 (+ + + + -).

Аргументация — критический комментарий по поводу текста и опровержение его топика.

Метарепрезентация: обобщенная. Репрезентация: рассуждение о тексте, замена его топика на топик с противоположным смыслом. Я думаю, что лучше напишу свою критику по поводу темы этого текста. В этой статье поднята тема безответной любви. Да, я согласен, что такое чувство имеет место быть, но мне не очень нравится то, как подается проблема. В тексте постоянно критикуют влюбленного человека в том, что он хочет взаимности. Мое мнение, что это вполне нормальное желание. И молчать о том, что ты очень любишь человека, очень глупо. Никто не заставляет своим признанием быть обязательно рядом. Мое мнение, ты просто показываешь человеку то, что готов ждать его, провести с ним свою жизнь (в случае если это настоящая любовь). В статье постоянно говорится о том, что желание взаимности — это плохо. Если бы не было взаимности, то не было бы и семей, хотя согласен, что иногда семьи образуются не только на основе любви. Другое дело, нельзя прямо требовать, но, мне кажется, стоит добиваться. Я всегда придерживался позиций «достать звезду руками самому» и «результат любыми путями». Поэтому все зависит от тебя, твоего обаяния, харизмы. Я всегда считал: если смог взять, то ты молодец, а если нет, то ты... неудачник. Может, для некоторых это немного жесткая позиция, но стремиться нужно всегда к невыполнимому, только тогда будет максимальный результат...

Сочинение 47. Уровень языковой личности — 30 (+ + + + +).

Аргументация — опровержение.

Метарепрезентация: достаточно подробная. Репрезентация: замена топика оригинала на топик с противоположным смыслом. Как объяснить безответную любовь? Именно с этих слов начинается текст. Как мне кажется, вопрос, вынесенный в заглавие, является актуальным для общества. По статистике, причиной самоубийств многих девушек в возрасте от 14 до 17 лет является именно безответная любовь: к известному актеру, популярному певцу или к мальчику из соседнего подъезда. Автор в легкой и доступной манере, вовлекая нас в диалог, пытается донести до читателя мысль о том, что любовь не всегда должна быть ответной. «Это не более чем ваша фантазия, ваши

ожидания и ваше видение мира». У человека, к которому вы испытываете чувства, могут быть другие интересы, другое видение мира или, может быть, его сердце уже занято другой. Но вы все равно ждете, что он ответит на ваши чувства. Поэтому автор советует переориентировать модель отношений с любви-обмена на любовь-дарение, то есть любить человека и ничего не требовать взамен. Лично мне не кажется правильной такая позиция. Получается, что вы все равно остаетесь заложником своих чувств к этому человеку. А ведь неизвестно, сколько продлится такое ожидание, и обратит ли этот человек вообще на вас когда-либо внимание. Привычка любить кого-то без взаимности так и останется привычкой, из-за чего можно упустить, «проморгать» свое счастье. Так почему бы не оглянуться вокруг себя, посмотреть повнимательнее и найти того человека, который бы отвечал вам взаимностью и к которому вы бы испытывали симпатию?

Сочинение 48. Уровень языковой личности — 24 (+ + + - -).

Аргументация — ссылка на собственный опыт и тематическое развитие.

Метарепрезентация: имплицитная. Репрезентация: введение собственных топосов, противоречащих топике оригинала. Как объяснить безответную любовь? К сожалению, а может быть, и нет, у меня была несколько лет назад безответная любовь, и это чувство мне, собственно, знакомо. Мой любимый человек был старше меня. Почему был? Он и сейчас живет на этом свете, слава Богу! И он знал о моей любви к нему, но не ответил мне взаимностью. Мне, конечно, было очень больно, тяжело на душе, я также чувствовала себя никому не нужной. Было плохо. Я не могла учиться нормально, есть, я все время думала о нем. Но через некоторое время я заставила себя забыть его. Старалась общаться с ним как можно реже. И вскоре это случилось! Сейчас, когда мы с ним встречаемся, я чувствую себя спокойно, у меня не «бурлят внутренние энергии». Сейчас мы с ним в хороших дружеских отношениях, и такие отношения мне нравятся даже больше. Если один человек полюбил другого, а этот другой знает о его чувствах, я думаю, что он должен сразу расставить все точки над «i» и не морочить ему голову, не издеваться над ним.

Научное издание

Шелестюк Елена Владимировна

**РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ
Онтология
и методология исследования**

Монография

Подписано в печать 09.09.2014. Формат 60 × 88/16. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 21,07. Уч.-изд. л. 17,87. Тираж 100 экз. Изд. № 3041. Заказ .

ООО «ФЛИНТА», 117342, г. Москва, ул. Бутлерова, д.17-Б, комн. 324.
Тел./факс: (495)334-82-65, тел. (495)336-03-11.
E-mail: flinta@mail.ru; WebSite: www.flinta.ru.

Издательство «Наука», 117997, ГСП-7, Москва В-485,
ул. Профсоюзная, д. 90.