

Касьянова Любовь Михайловна,
Директор, учитель русского языка и литературы,
ГБОУ «средняя Общеобразовательная Школа №86 городского
округа Макеевка»
Донецкая Народная Республика, г. Макеевка

КРЕОЛИЗОВАННЫЕ ТЕКСТЫ КАК РЕАЛИЗАТОРЫ ВОСПРИЯТИЯ (СУГГЕСТИИ)

В статье прослеживается эволюция взглядов на суггестию как лингвистический феномен. Рассмотрен суггестивный потенциал креолизованного текста. Описаны некоторые специфические функции невербальных компонентов креолизованного текста.

Ключевые слова: суггестия, паралингвистика, лингвистика текста, креолизованный текст, контекст.

Актуальность исследования разнообразных средств реализации суггестии не вызывает сомнений. Феномен суггестии привлекает многих современных исследователей, среди которых Р. В. Агаджанян [Агаджанян 2013], А. В. Антонова [Антонова 2011], М. А. Белова [Белова 2010], Л. В. Бутыльская [Бутыльская 2010а; Бутыльская 2010б], Т. П. Волосюк [Волосюк 2009], М. А. Одинцова [Одинцова 2010], Н. Д. Субботина [Субботина 2007; Субботина 2008] и др.

Объект нашего исследования – креолизованные тексты. **Предмет** – суггестивный потенциал рассматриваемых текстов.

На сегодня **целью** нашего исследования является сбор и систематизация материала, связанного с анализом суггестии и ее частных проявлений на уровне креолизованных текстов. Цель определяет следующие **задачи**:

- собрать и систематизировать материал, посвященный суггестии как языковому явлению;
- определить квалификационные признаки креолизованного текста как реализатора суггестии;

- установить специфику взаимодействия вербальных и невербальных средств реализации суггестии на уровне креолизованного текста.

Условно об истоках исследования речевого воздействия учеными-славистами можно говорить, обращаясь к истории изучения народных заговоров. Первые попытки сбора и описания заговоров состоялись в середине XIX века и имеют в основном образовательную, а не научную цель. Заговоры, по мнению А. Н. Афанасьева, представляют собой обломки древних языческих молитв и заклинаний. По мнению же Ф. И. Буслаева, их поэтическая основа была не языческой и не христианской, но какая-то смутная, фантастическая среда, в которой с именами и предметами христианского мира сочеталось нечто другое, связанное с мифическими взглядами [12, с. 68–69]. А. А. Потебня признает первичной в заговоре веру в слово и отводит собственно обрядовому действию роль иллюстрации к заранее уже готовой ассоциации, именно того, с чем было сравнимо желаемое [12, с. 68–69].

Во II половине XX века слависты также продолжают интересоваться темой заговоров. Так, Н. И. Коновалова сосредоточивает внимание на лечебных заговорах. Исследовательница отмечает, что заговоры – особый суггестивный текст, неразрывно связанный с ситуацией воздействия на объект (в том числе и с ситуацией самовнушения, когда субъект и объект суггестии совпадают). Проектирование языкового кода сакрального текста на «пространство» национально-культурных традиций, выявление типологии ситуаций, попадающих в фокус внимания социума (коллективного интерпретатора), позволяет определить характер этнокультурных стереотипов сознания в заданном жанровом регистре. Прагматикон заговоров – это пучок ассоциаций, в котором специфически переплетаются бытовые, ритуальные и другие ассоциации, которые могут казаться случайными и которые предполагают «расшифровку», объяснения при последовательном проникновении в глубинные структуры текстов. Ключом к лингвокогнитивному исследованию сакральных текстов является декодирование обозначаемого с учетом этнокультурных стереотипов языкового сознания [12, с. 69].

Основным механизмом достижения суггестивного эффекта в жанре заговора, по мнению автора, является принцип партиципативной магии, суть которого заключается в приписывании возможности влияния одного предмета на другой на основании внешнего сходства этих предметов или общности их функций. Этот принцип проявляется не только на уровне устанавливаемых связей реальных денотатов, но и на уровне соотношения денотата с его языковой репрезентацией. Особенности отражения

сакральных характеристик в языковом сознании подчинены логике партиципации (термин Л. Леви-Брюля), связей человека и мифических персонажей, придуманных им и наделенных более или менее выразительными чертами. Этот факт объясняется спецификой представлений о сверхъестественных силах [12, с. 70].

Во второй половине XX века становится уместным говорить об изучении суггестии уже с научной, а не образовательной целью. Более того, постепенно расширяется спектр проблем, попадают в фокус внимания ученых, занимающихся суггестивной лингвистикой. Можно, наверное, считать, что проблематика исследования заговоров и других фольклорных текстов суггестивного типа отчасти связана с исследованиями языковой суггестии как средства оказания психологической помощи. Так, А. И. Кучинов, исследуя комплексную реабилитацию наркозависимых пациентов, описывает аудиовизуальное семантическое влияние вербальных суггестивных средств: применение этого метода имеет выраженную терапевтическую эффективность (ремиссии более 1 года у 31 % пациентов) [14, с. 51–54].

Безусловно, суггестия может быть использована во вред одной из сторон коммуникации: сами по себе такие понятия как *манипуляция* и *зомбирование* чаще воспринимаются обществом как негативные явления. Именно поэтому важно всестороннее изучение механизмов суггестии: этот мощный тип влияния должен быть использован в перспективе лишь во благо человека.

Суггестия, как правило, бывает направлена на индивида или группу людей. В качестве инструментов трансляции могут использоваться традиции, реклама, средства массовой коммуникации и тому подобное [9, с. 171]. В современной лингвистике можно найти множество разных определений суггестии. Рассмотрим некоторые из них.

Н. Д. Субботина выделяет такие квалификационные признаки суггестии: «Суггестия – один из факторов самосохранения общества вообще, действующий на системном уровне» [19, с. 9]. Кроме того, исследовательница отдельно выделяет такой тип внушения как манипулирование – способ воздействия на личность с целью модификации ее представлений, вкусов, поведения в направлении, заданном манипулятором [19, с. 9]. В дальнейших исследованиях Н. Д. Субботина уточняет, что суггестия является стихийно возникшим способом инстинктивного подчинения индивида требованиям группы [20, с. 8].

Некоторые исследователи параллельно употребляют термины *суггестия* и *внушение*. Например, Н. М. Петрищенко констатирует: суггестия (внушение) – форма межличностного и межгруппового общения, при котором передача информации

происходит посредством частично неосознаваемого, направленного сигнала на вербальном и / или невербальном уровнях [16, с. 54].

Е. В. Косилова определяет суггестию не как форму общения, а как особый механизм: суггестия (внушение) – это механизм общения, не требующий членораздельной речи. Он основан на общении жестами, мимикой, нечленораздельными звуками и т.п. Значение каждого сигнала схватывается реципиентами непосредственно, интуитивно [13, с. 15]. Особенно интересно в этой дефиниции акцентирование роли невербальных компонентов текста.

По мнению Г. А. Гончарова, суггестия – это процесс привития психической сфере человека посторонней идеи (волевого решения в виде мыслей, эмоций, актов). Подвергнутое суггестивному воздействию лицо воспринимает поступающую в его мозг информацию без ее понимания, осмысления, анализа и соотнесения со своим личным опытом и состоянием. Само содержание суггестии носит навязчивый характер, представляя собой совокупность «суггестированных (внушенных) установок» [8, с. 37].

Какие же тексты являются оптимальными для реализации различных суггестивных целей? Ещё Р. Барт, сравнивая текст с полотном, отмечал, что текст создается «путем нескончаемого плетения множества нитей» [3, с. 515]. Эту многогранность демонстрируют креолизованные тексты, т.е. тексты, содержащие в себе неоднородные знаки. Использование в рамках одного текста вербальных и невербальных элементов значительно расширяет возможности автора. В отличие от гомогенных текстов, креолизованный текст может оказывать влияние на уровне нескольких каналов восприятия. Невербальные компоненты могут не только дополнять вербальные, но и замещать их (например, использование эмотиконов как эвфемизмов). Невербальным компонентам иногда свойственны уникальные функции, недоступные вербальным средствам (например, идентификационная функция) [10, с. 230].

Преимущества креолизованных текстов как потенциальных реализаторов суггестии осознаются специалистами, вовлеченными в процесс формирования общественного мнения (PR-менеджерами, журналистами, копирайтерами, редакторами разнообразных СМИ и проч.). Ценным материалом для лингвистического анализа представляются в нашем ракурсе исследования креолизованные тексты разнообразных жанров: графические романы, комиксы, рекламные тексты, тексты, генерированные интернет-дискурсом и т. д.

В зависимости от характера текста функциональное значение отдельных паралингвистических средств может меняться, расти. В паралингвистически активных

текстах эти средства участвуют в организации как плана выражения, так и плана содержания. Как носители определенной информации (семантической, экспрессивной) паралингвистические средства приобретают в тексте особое значение, формируют наряду с вербальными средствами его содержательный и прагматический аспекты. Они привлекают внимание адресата и предусматривают интерпретацию с его стороны. К паралингвистически активным относят креолизованные тексты, в которых вербально выраженная информация сочетается с невербально выраженной. В креолизованном тексте негомогенные компоненты образуют единое визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивают комплексное воздействие на адресата. К таким текстам принадлежит значительная часть публицистических, научно-технических текстов, тексты-инструкции, иллюстрированные художественные и рекламные тексты, афиши, комиксы, тексты наглядной агитации, тексты, создаваемые пользователями различных типов интерактивной среды (Интернет, компьютерные игры) и т.д. [11, с. 159-160].

Ю. А. Сорокин и Е. Ф. Тарасов определяют анализируемый тип текстов таким образом: креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, а не к естественному языку) [18, с. 180]. Это определение считаем оптимальным, базовым для нашего исследования.

С суггестивной функцией можно отчасти отождествить аргументационную функцию, называемую А. В. Емельяненко в числе специфических, т. е. неуниверсальных функций: «Функция аргумента предусматривает использование паралингвистического компонента в качестве доказательства-иллюстрации, то есть как аргумента в поддержку мнения, идеи, заложенной в семантике вербальных компонентов. Эту функцию чрезвычайно часто используют в рекламных текстах (фотографии с изображениями определенных объектов *до* и *после* использования рекламируемой продукции и т. д.). Также аргументационную функцию могут выполнять фотографии в документальных произведениях и невербальные компоненты, используемые в юридическом дискурсе: фотографии с места события, которые прилагаются к тексту, генерируемому во время слушания в суде уголовного дела; жесты, применяемые при расследовании для инсценировки и т. п.» [10, с. 231–233].

Итак, вербальные и невербальные средства суггестии тесно взаимодействуют в пределах единого креолизованного текста: именно эта интеграция обеспечивает их высокий суггестивный потенциал. **Перспективы** исследования мы видим в дальнейшем

анализе разнообразных средств суггестии в рамках единого текста, подробном изучении функциональной специфики креолизованных текстов и т.д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агаджанян 2013: Агаджанян, Р. В. Суггестивный характер современных англоязычных политических деловых медиатекстов: от образа к имиджу [Текст] / Р. В. Агаджанян // *Lingua mobilis*. – 2013. – № 2 (41). – С. 65–81.
2. Антонова 2011: Антонова, А. В. Речевое манипулирование: природа и нравственная сторона [Текст] / А. В. Антонова // *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. – 2011. – № 1. – С. 174–183.
3. Барт 1989: Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
4. Белова 2010: Белова, М. А. Стилистические приемы в рекламном тексте как средство воздействия на ценностные ориентации аудитории [Текст] / М. А. Белова // *Ценности и смыслы*. – 2010. – № 1. – С. 110–117.
5. Бутыльская 2010а: Бутыльская, Л. В. Заговоры и реклама: сравнительный анализ [Текст] / Л. В. Бутыльская // *Гуманитарный вектор*. Серия: Педагогика, психология. – 2010. – Вып. 2. – С. с. 91–96.
6. Бутыльская 2010б: Бутыльская, Л. В. Внушение как естественная предпосылка социальной регуляции поведения [Текст] / Л. В. Бутыльская // *Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке : сборник статей 1-й международной научной конференции (г. Чита , 20-21 апреля 2010 г.) / Ред. Н. Д. Субботина, В. В. Куликов. – Чита, 2010. – С. 46–53.*
7. Волосюк 2009: Волосюк, Т. П. Феномен лжи в социальном взаимодействии [Текст] / Т. П. Волосюк // *Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации*. – 2009. – Вып. 142. – С. 173–175.
8. Гончаров 1995: Гончаров, Г. А. Суггестия: теория и практика. – М.: КСП, 1995. – 320 с.
9. Григорян 2014: Григорян, Т. В. Проблема формирования феномена гуманности в контексте форм отношений // *Наука и современность*. – 2014. – С. 171–175.
10. Коновалова 2004: Коновалова, Н. И. Лечебные заговоры как суггестивный текст [Текст] / Н. И. Коновалова // *Известия Российского*

государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2004. – Вып. 7. – С. 67–75.

11. Косилова 2012: Косилова, Е. В. От суггестии к сознанию // Вопросы филологии. – 2012. – № 3. – С. 15–26.

12. Кучинов 2011: Кучинов, А. И. Комплексная реабилитация пациентов с наркозависимостями с использованием неосознаваемого аудиовизуального семантического воздействия [Текст] / А. И. Кучинов // Вестник новых медицинских технологий. – 2011. – № 1. – С. 51–54.

13. Одинцова 2010: Одинцова, М. А. Психология жертвы. Сказкотерапия для взрослых [Текст] / М. А. Одинцова. – Самара: ИД «Бахрах-М», 2010. – 240 с.

14. Петрищенко 2014: Петрищенко, Н. М. Особенности использования суггестивной техники в современной рекламе [Текст] / Н. М. Петрищенко // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2014. – № 19. – С. 53–57.

15. Сорокин, Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 180-186.

16. Субботина 2007: Субботина, Н. Д. Суггестия и контрсуггестия в обществе [Текст] / Н. Д. Субботина. – М.: КомКнига. – 2007. – 208 с.

17. Субботина 2008: Субботина, Н. Д. Социально-философский анализ контрсуггестии [Текст] / Н. Д. Субботина // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. – 2008. – № 4. – С. 8–19.