

Храбан Т. Е.

Военный институт телекоммуникаций и информатизации имени Героев Крут

Степаненко Е. А.

Военный институт телекоммуникаций и информатизации имени Героев Крут

СУГГЕСТИВНЫЙ АСПЕКТ ДИСКУРСА МИЛОСЕРДИЕ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Метою статті є характеристика специфіки сугестивної спрямованості дискурсу милосердя в інтернет-комунікації. Для вирішення цього завдання був використаний психолінгвістичний метод аналізу – дискурс-аналіз, який забезпечив визначення комунікативних прийомів сугестивного впливу.

Результати. Реалізація сугестивного впливу здійснюється на двох рівнях: психофізіологічному і комунікативно-стратегічному. На психофізіологічному рівні здійснюється підготовка суггеренда до сприйняття інформації в ракурсі необхідного суггестору модусу. Створенню потрібного психологічного стану активно сприяє використання лінгвістичних засобів лексико-фразеологічного рівня (емотивів, негативно-оцінної лексики, формування в тексті функціонально-семантичного поля, ядро якого становлять лексичні одиниці, що мають семантичні компоненти 'небезпека', 'смерть'). Здійснення другого етапу сугестивного впливу – імплантація інформації в сферу загальної свідомості (підсвідомості) – ґрунтується на низці комунікативних прийомів: актуалізація етики милосердя християнських традицій; заклик до співчуття; позитивна презентація об'єкта; приписування тваринам людських рис; використання керованих асоціацій. На другому етапі сугестії активно використовується номінація тварин лексемами з семантичним компонентом 'дитина людини', а також метафори і порівняння.

Висновки. Оскільки сугестивний вплив у дискурсі милосердя в інтернет-комунікації є психолінгвістичним феноменом, для його розуміння необхідно розрізняти рівні вираження сугестивного впливу і основні чинники його ефективності.

Ключові слова: інтернет-комунікація, сугестивний вплив, дискурс-аналіз, психофізіологічний і комунікативно-стратегічний рівні.

Постановка проблемы. Глобальные, социальные, экономические и другие кризисные проблемы в современном обществе являются объективными и субъективными факторами, играющими главную роль в системе детерминации изменений содержания и структуры ценностей, которые относятся к традиционно гуманистическим (доброта, терпимость, милосердие, честность, человечность). Среди гуманистических ценностей особое место принадлежит милосердию. Милосердие является базовым для современной этической культуры аксиологическим императивом, в соответствии с которым определяется развитость социального организма [12].

Осознание необходимости актуализации и развития милосердия в современном обществе не только в отношении человек – человек, но и в отношении человек – природа (окружающая среда) способствовало тому, что милосердие

стало объектом пристального научного анализа [9, с. 351], в котором антропоцентризм предопределяет модель постановки проблемы и подходы к ее решению.

Антропоцентрический подход к исследованию дает возможность рассматривать лингвистические явления и процессы в связи с духовными и культурными национальными ценностями, мировоззренческими и ментальными особенностями народа, что позволяет отнести анализ милосердия к междисциплинарным исследованиям [10]. Огромный интерес вызывает психолінгвістический анализ милосердия, поскольку, по мнению Е. Рязанцевой, внимательное изучение «психологической и психотерапевтической литературы, а также проведенный анализ исследований по проблеме милосердия дают основание рассматривать этот феномен как один из фундаментальных экзистенциальных ресурсов личности» [7].

Идея милосердия реализуется в интернет-коммуникации в сфере коммуникативной деятельности, связанной с психоэмоциональным воздействием на личность, и концептуализируется в широком семантическом ряду как 'сострадание', 'жалость', 'доброта', 'забота о ближнем', 'благотворительность' и других. При этом характерными особенностями дискурса милосердия в интернет-коммуникации является суггестивное воздействие, которое предлагает внушающее воздействие, «основанное на не критическом (и часто неосознанном) восприятии информации» [8, с. 46]. Обычно это обращение к эмоциям или бессознательным мотивациям.

Анализ последних исследований и публикаций. Выявлению специфики реализации суггестивного воздействия посвящены работы в области психологии, политологии, социологии, культурологии. Однако, для изучения суггестивной направленности дискурса милосердия в интернет-коммуникации. Научный интерес представляют работы в области психолингвистики: Д. Калищук (проанализировано главные тактики реализации стратегии осуществления суггестивного влияния, а именно тактика пропуска информации и информационной генерализации) [3]; Е. Климентовой (изучено специфику русскоязычного религиозного вербального дискурса с позиций суггестивного воздействия) [4]; Н. Кутузы [5] (рассмотрено мегадискурс рекламы как суггестивный концентр современного коммуникативного пространства); S. Sorlin [11] (охарактеризовано прагмо-риторическую теорию суггестивного влияния как подход к исследованию прагматики и стилистики) и других. Несмотря на значительное количество работ, исследующих суггестивное воздействие, в этой статье впервые предпринята попытка изучить специфику суггестивной направленности дискурса милосердия в интернет-коммуникации.

Цель статьи – охарактеризовать специфику суггестивной направленности дискурса милосердия в интернет-коммуникации.

Материалы и методы исследования. Систематизация и классификация материала способствовали приведению научного знания о суггестивной направленности дискурса милосердия в интернет-коммуникации в единую систему. Дискурс-анализ обеспечил определение коммуникативных приемов суггестивного воздействия. В качестве материала исследования были использованы текстовые фрагменты, размещенные на

страницах группы социальной сети Facebook «Эра милосердия: коты и собаки в дар».

Изложение основного материала. Суггестивное воздействие в дискурсе милосердия в интернет-коммуникации выступает «как специально организованный вид коммуникации, предполагающий использование суггестором специальных «словесных формул», которые внедряются в психическую сферу суггерента и становятся активными элементами его сознания и поведения. Содержание преднамеренного внушения включено в сообщаемую информацию зачастую в замаскированном виде и служит приемом для направленного изменения эмоционального состояния, мотивации и установок личности» [8, с. 46].

Поскольку суггестивное воздействие в дискурсе милосердия в интернет-коммуникации является психолингвистическим феноменом, для его понимания необходимо различать уровни выражения суггестивного воздействия и основные факторы его эффективности. Психофизиологический уровень «предполагает ввод внушающей информации непосредственно в подсознательную область, что достигается благодаря развитию гипнотического торможения в коре головного мозга суггерента» [1, с. 317]. Такой эффект может быть создан сильными эмоциями, впечатлениями, которые порождаются с помощью особенной содержательно-композиционной организации текста.

На этом уровне суггестор включает в свои тексты фрагменты повествования некоей реальной истории с элементами, придающими сообщению уникальность и сенсационность: *Помните первые заморозки 2 месяца назад? Хорошо, что я ночью езжу медленно. Наверное, мне на роду написано наткнуться на них, куда бы я не поехала! Увидела на обочине лежащий комочек еле дышащий. Как проехать мимо умирающего ребёнка? Он даже не шевелился, на улице было так холодно, продрогший до костей... Да! До костей. Он был такой худой, как с концлагеря. Уколы, промывания. Он очень цеплялся за жизнь...*

Активизация отрицательных эмоций (ужаса, гнева, огорчения, горечи и других) способствуют эмоциональному возбуждению, которое выступает как ситуативный фактор внушаемости. Созданию такого психологического состояния активно способствует использование лингвистических средств лексико-фразеологического уровня: 1) эмотивы (*там холодно, страшно; представляю отчаяние малюсенького существа; ужасаюсь этой бездумной жестокости; крик отчаяния; громко плакало; плачут навзрыд,*

до истерики; особая категория разрывающих душу животных); 2) негативно-оценочная лексика (*вышвырнули, предали, мягкий комочек вытолкнули на тротуар*); 3) формирование в тексте функционально-семантического поля, ядро которого составляют лексические единицы, имеющие семантические компоненты 'опасность', 'смерть', за счет чего суггестор поднимает проблему до уровня повышенной опасности (*Бедным животным некуда деться в холод; помогите спасти 15 котиков от верной гибели на морозе в промзоне; выживая на улице в голоде и в холоде; Рядом очень оживленный проезд и место выгула собак; выброшены коврики и мисочки, разрушены зимние кошачьи домики, пару старожил уже попались местным собакам на ужин*); 'страдание' (*жизнь в неблагополучной семье, улица, спасение за день до отправки в перенаселенный приют; они мокрые, озябшие, сидят под снегопадом возле контейнера с мусором; пережил многое: улица, голод, холод, побои; у них нет ничего... Ни тепла, ни еды вдоволь, ни уголка тёплого. Да и маминной любви и заботы тоже скоро не будет*).

Активизация отрицательных эмоций у суггеренда запускает психическую регуляцию, использование «защитных механизмов», функция которых связана с использованием внимания и мышления для установления контроля над негативными эмоциями. Это переключение сознания суггеренда на события и деятельность, вызывающие положительные эмоциональные переживания. После этого суггестор переходит ко второму этапу суггестивного воздействия – «вводу внушаемой информации в сферу общего сознания (подсознания), минуя личное сознание посредством пассивного восприятия» [1, с. 317].

С целью достижения определенной цели или решения конкретной задачи, которая реализует идею милосердия (забрать бездомное животное к себе домой, оказать материальную помощь приюту для животных, суггестор использует ряд коммуникативных приемов, которые в статье рассматриваются как «апробированное практикой средство реализации способа коммуникативного воздействия, предписывающее конкретную последовательность применения языковых и неязыковых средств и/или их определенных комбинаций» [6, с. 52]:

1. Актуализация этики милосердия христианских традиций. Суггестивное воздействие направлено на пробуждение у суггеренда милосердия, которое рассматривается как «жертвенная любовь, самопожертвование, одно чистое побуж-

дение – облегчить страдание других. Это высшая любовь приносит страдание, поскольку втягивает человека в запутанные проблемы, заставляет сталкиваться со слабостями и недостатками других, призывает помочь другим невзирая ни на что, символизирует бескорыстие» [2, с. 22] (Березина, 2010, с. 22): *В наших силах не отвернуться от них. Не сморщиться. Не побрезговать. А постараться найти им дом. Ведь мы – люди. А они – кошки; Выброшены все мисочки и кошачьи лежанки! Разбит тёплый уличный домик! Кота-старожила разорвали собаки! Будут выращивать цветы, коты – зло! Не по-христиански это как-то, не по-человечески, помогите, пожалуйста, этому божьему созданию! С актуализацией этики милосердия христианских традиций неразрывно связан прием устрашения как обещания неотвратимости возмездия от вездесущих божественных сил за нарушение нравственных законов Бога: *Рано или поздно придётся за все платить. Только многие забывают об этом.**

2. Призыв к сочувствию или состраданию. Реализуется как через создание позитивной тональности сообщения – выражение надежды (*Не верю, что в многомиллионном городе не найдётся отзывчивого сердца*), так и через конструирование негативной тональности – демонстрация отрицательного эмоционального состояния, негативной констатации, укора (*Я никогда не думала, что в городе-миллионнике так мало людей с человеческим сердцем и душой*). Анализ фактического материала доказал, что продуктивным становится использование отрицательных устойчивых выражений (*никогда не думала*), а также различных семантических типов отрицательных предложений.

3. Позитивная презентация объекта. Этот коммуникативный прием направлен на актуализацию индивидуальности объекта (*а ведь Тема – весьма необычный кот*). Суггестор старается подчеркнуть и обосновать достоинства объекта, делает акцент на внешностных (*вуличный «мейнкун» з лисячим хвостом, красуня*), эмоциональных (*когда открываю клетку, он делает потягушечки и бежит здороваться. И не даёт ничего сделать, пока не погладишь, почухаешь за ушком, скажешь ему: «Ты – мой хороший, замечательный!» – и видишь довольную мордашку. Кто бы мог подумать 3 месяца назад, что дикий зверь станет таким кротким и будет бодать твою руку, подбрасывать её, выпрашивая ласку*) и поведенческих компонентах (*аккуратная, покладистая и очень ласковая. Она понимает, что никому не нужна и ведёт себя очень скромно*).

Но особого внимания в позитивной презентации объекта заслуживает экспонирование психологической совместимости между гипотетическим хозяином и животным (*Он станет отдушиной человеку, который нуждается в ласке, восхищении, компаньоне, ведь котик невероятно привязан к человеку. Деликатный, воспитанный, скромный и очень-очень ласковый. Ну разве не чудо?*). При характеристике длительного взаимодействия между животным и человеком особого значения приобретают такие компоненты психологической совместимости как адаптация, аттракция, конфликтогенность.

4. Очеловечивания животных. Этот прием основывается на эффекте проекции, благодаря которому какое-нибудь животное рассматривается как настоящий член семьи и полноценный субъект внутрисемейных отношений. Суггестор эксплуатирует инстинкт, заложенный в человеке природой, – любить и заботиться о ком-то – и предлагает суггеренду достаточно простой и комфортный способ получить ощущение выполненного долга и реализации своего предназначения.

Суггестивное влияние происходит через номинацию животных лексемами с семантическим компонентом ‘ребенок человека’ (*Нежно смотрят серые глазёнки, в них ещё наивный детский взгляд; Представьте себя маленьким ребёнком, который не видит маму, потерялся, весь ужас его; Домашнее дитя... бегала и просилась ко всем на ручки; Которебенок с невероятными янтарными глазами ищет дом*). Другой способ суггестивного влияния – кликанье животных именами людей (*В Антошке есть все: задор и нежность, любознательность и шалопайство*). Обычно в одном тексте можно обнаружить комбинацию приемов, которые можно охарактеризовать как «очеловечивания животных»: *Антошка – это доверчивый, маленький тархтелкин-сопелник, которому так необходимо прижаться к тёплым ручкам, пусть только и на 5 минут. А потом включить свой моторчик и понестись дальше играть со всем миром! Только в детстве малыши бывают так счастливы, беззаботны.*

5. Использование управляемых ассоциаций. Например, суггестор может манипулировать детскими воспоминаниями суггеренда, когда тот помнит рядом с собой собаку или кота, которых может воспринимать как символ уюта и защищенности. Текстовый фрагмент (*«А ты возьмешь меня домой?» – спрашивал дымчатый котенок, глядя мне в глаза, умильно склонив мордашку*

на бок... Ее голубая шубка в полосочку так и просилась под мои пальцы. Я протянул руку, а она боднула меня головкой. «Она?» «Ага!» – мурлыкнуло чудо. Я запустил пальцы в ее шерсть – она была словно шелк, а под рукой включился моторчик... «Так возьмешь?» – жмуря свои зеленые глаза и зная ответ, спросила меня Кошка) благодаря комбинации сказочного композиционного построения и тактильных, осязательных ассоциаций с теплом, мягкостью, нежностью способен извлекать из сознания самые разнообразные приятные воспоминания, образы, мысли из детства суггеренда. Для формирования нужных ассоциаций суггестор может использовать в текстах метафоры и сравнения: *Я назвала ее Бьюти, такая нежная, ласковая малышка. Совершенно домашний цветочек; Марточка теплее весеннего солнышка, живет прорастающих цветочков после холодных дней и ночей. Ее ласковый и нежный характер наполняет дом уютом и счастьем.*

Выводы и предложения. В дискурсе милосердия в интернет-коммуникации суггестор опирается на перлокутивный эффект – изменение эмоционального состояния, психологических установок суггеренда. Реализация суггестивного воздействия осуществляется на двух уровнях: психофизиологическом и коммуникативно-стратегическом. На психофизиологическом уровне осуществляется подготовка суггеренда к восприятию информации в ракурсе необходимого суггестору модуса. Созданию нужного психологического состояния активно способствует использование лингвистических средств лексико-фразеологического уровня (эмотивов, негативно-оценочной лексики, формирования в тексте функционально-семантического поля, ядро которого составляют лексические единицы, имеющие семантические компоненты ‘опасность’, ‘смерть’).

Осуществление второго этапа суггестивного воздействия – внедрение внушаемой информации в сферу общего сознания (подсознания) – основывается на ряде коммуникативных приемов: актуализация этики милосердия христианских традиций; призыв к сочувствию или состраданию; позитивная презентация объекта; очеловечивания животных; использование управляемых ассоциаций. На втором этапе суггестивного воздействия активно используется номинация животных лексемами с семантическим компонентом ‘ребенок человека’, а также метафоры и сравнения.

Список литературы:

1. Александрова И. Ю. Социальная суггестия как способ социально-психологического воздействия в процессе рекламной коммуникации. Вестник Университета: Психология, Социология. 2015. № 13. С. 315–321.
2. Березина Е. М. Идея милосердия в религиозной морали. Вестник Костромского государственного университета. 2010. № 4. С. 19–22.
3. Каліщук Д. Психолінгвальні засоби реалізації сугестивних стратегій як маркери концептуальних стилів Президентів США Дж. Буша мол. і Б. Обама. PSYCHOLINGUISTICS. 2018. № 23(2). С. 107–119. DOI: 10.5281/zenodo.1199146.
4. Климетовна О. В. Вербальна сугестія та емоції (на матеріалі українських молитов). Ін-т філології Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. К. : Карбон ЛТД. 2012. 320 с.
5. Кутуза Н. В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект. Київ : Вид. дім Д. Бурого. 2018. 736 с.
6. Калита А. А., Тараненко Л. И. Система целей и средств суггестивного воздействия в коммуникации. Вісник КНЛУ. Серія «Філологія». 2012. № 2. С. 47–56.
7. Рязанцева Е. Ю. Милосердие как экзистенциальный ресурс личности. Вісник Одеського нац. ун-ту. Серія «Психологія». 2010. № 15. С. 111–119. URL: <http://hpsy.ru/public/x6109.htm>.
8. Полуйкова С. Ю. Средства суггестивного речевого воздействия в современном просветительском послании. Вестник Пермского университета. 2012. № 3(19). С. 45–50.
9. Goetz J. L., Keltner D., Simon-Thomas E. Compassion: An evolutionary analysis and empirical review. Psychological Bulletin. 2010. № 136(3). С. 351–374.
10. Straussa C., Taylor B. L., Gu J., Kuyken W., Baer R., Jones F., Cavanagh K. What is compassion and how can we measure it? A review of definitions and measures. Clinical Psychology Review. 2016. № 47. № 15–27. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272735816300216#bb0240>.
11. Sorlin S. Language and Manipulation in House of Cards: A Pragma-Stylistic Perspective. Palgrave Macmillan: London. 2016. 267 p.
12. Wong P. The Nature and Practice of Compassion: Integrating Western and Eastern Positive Psychologies. PsycCRITIQUES. 2006. № 51(25). DOI: 10.1037/a0002884. URL: https://www.researchgate.net/publication/247431950_The_Nature_and_Practice.

Khraban T. E., Stepanenko E. A. SUGGESTIVE ASPECT OF THE MERCY DISCOURSE ON INTERNET COMMUNICATION

The article is focused on characterizing the specifics of suggestion in the mercy discourse on Internet communication. Discourse analysis in the capacity of psycholinguistic research method has been used for defining the communicative techniques of suggestion.

Discussion & Results. *Implementation of suggestion happens at two levels: psychophysiological and communicative-strategic. The preparation of the sugerend for the perception of information in the mode necessary for the suggestor is carried out at the psychophysiological level. The use of linguistic means of the lexical-phraseological level (emotives, negative assessment vocabulary, formation in the text a functional-semantic field, which core is lexical units having semantic components 'danger', 'death') actively contributes to the creation of the desired psychological state. The adoption of suggestible information into the sphere of general consciousness (subconsciousness) is the second stage of suggestive influence, which is grounded on some communicative techniques: actualization of the ethics of mercy so characteristic of Christian traditions; a call for sympathy or compassion; positive presentation of the object; attribution human characteristics to animals; the use of controllable associations. At the second stage of the suggestive impact, the nomination of animals with lexemes having semantic component 'human child' as well as metaphors and comparisons are actively used.*

Conclusions. *Since the suggestive effect in the discourse of mercy on Internet communication is a psycholinguistic phenomenon, it is necessary for its understanding to distinguish the levels of expression of the suggestive effect and the main factors of its effectiveness.*

Key words: *Internet communication, suggestive impact, discourse analysis, psychophysiological and communicative-strategic levels.*