

до «американской трагедии». В отличие от Клайда Гриффитса, Родион Раскольников выстраивает свою теорию («кровь по совести») для оправдания своего преступления; но и «американская мечта» Гриффитса, и теория Раскольникова имеют ложные цели.

Эстетическое, интеллектуальное общение автора и читателя происходит благодаря художественному тексту. Человек во всех его проявлениях – самая важная часть созданного автором мира. Художественная литература предполагает размышление, осмысление опыта. Художественный дискурс благодаря богатству изобразительных средств позволяет читателю понять и усвоить мировоззренческие универсалии определённого государства, народа, периода развития человечества. Понимание художественного текста зависит от жизненного опыта, возраста, положения в обществе, эмоционального состояния, эрудиции, личных предпочтений, мотивов чтения, настроения и т. п. Художественные тексты – это важное духовное богатство народа. Мир, в котором живет писатель, и внутренний мир автора отражаются в художественном дискурсе. Художественная коммуникация служит для показа эмоциональной стороны жизни, образного познания действительности, познания других и самого себя.

Список использованных источников

1. Завадская, Е. А. Взаимодействие участников акта коммуникации в художественном тексте / Е. А. Завадская // Вестн. Мин. гос. лингвист. ун-та. Сер. 1, Филология. – 2009. – № 1. – С. 110 – 116.

КОГНИТИВНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСТРЕМИСТСКОГО ДИСКУРСА

А.Л. Дединкин

Витебск, гимназия № 2 г. Витебска

Публикация подготовлена в рамках гранта БРФФИ Г24-008 «Судебная лингвистическая экспертиза поликодовых текстов в аспекте оценки их деструктивного информационного воздействия».

Дискурс является не только элементом коммуникативного взаимодействия, но и частью сознания людей. В этом заключается его когнитивная сущность. В процессе когниции акторы «осваивают» получаемые знания, уточняют и развивают их.

Оперирование знаниями связано с ментальными процессами (памятью, вниманием, воображением), а также познавательными операциями (концептуализацией и категоризацией). В ходе концептуализации происходит осмысление информации, формируются «оперативные единицы ментального лексикона и всей картины мира» [1, с. 42]. Процесс категоризации заключается в способности

классифицировать явления действительности, соотносить полученные сведения с уже закреплёнными в нашем сознании группами реалий.

Эффективность когнитивного воздействия напрямую зависит от уровня связности и цельности высказывания. Для этого адресантом используются различного рода метатекстовые конструкции, которые принято называть дискурсивными маркёрами.

Дискурсивные маркёры не несут информации о предмете речи, но создают впечатление непосредственного общения с адресатом, облегчают восприятие им текста, демонстрируют свойства когезии и когерентности. Когезия обеспечивает формально-грамматическую корреляцию единиц дискурса на локальном уровне. Когерентность, по мнению М. Макарова, охватывает «семантико-прагматические аспекты связности» [2, с. 195]. В отличие от когезии, когерентность характерна для дискурса в целом, позволяет создавать из отдельных фраз или абзацев логико-семантическое единство.

Общепринятой классификации дискурсивных маркёров нет. Первыми исследованиями в этой области были разработки Д.Шиффрин. Именно она и ввела рассматриваемый нами термин в научный оборот. Автором выделены следующие виды дискурсивных маркёров: соединительные (*и, но, потому что, для того чтобы, несмотря на то что*), восклицательные (*ох, браво, увы, скажите на милость, чёрт возьми*), наречные (*сейчас, затем, позже*), а также лексические фразы (*мне кажется, я полагаю, на мой взгляд*).

Б.Фрейзер выделял два класса дискурсивных маркёров. К первому отнесены слова и словосочетания, устанавливающие связь в рамках отдельного сегмента дискурса: *в то время как, однако, в сравнении, тоже, кроме того, в дополнение, аналогично, соответственно, в результате, следовательно, таким образом, можно сделать вывод*. Во второй класс включены маркёры, связывающие абзацы или фразы в рамках всего высказывания: *возвращаясь к тому, что было сказано, вспомним, о чём говорилось ранее, напомним ещё раз об этом* и т.д.

Экспертная практика позволила нам выделить следующие типы маркёров, используемых при организации экстремистского дискурса:

- указывающие на последовательность событий (*во-первых, сначала, раньше, затем, далее, позже, наконец*);
- позволяющие проиллюстрировать суждение (*в качестве примера, к примеру, возьмём например*);
- содействующие уточнению сути высказывания (*то есть, а именно, иначе говоря, другими словами, в частности*);
- обеспечивающие повторение мысли (*опять же, в подобном ключе, также*);
- акцентирующие внимание на чём-либо (*действительно, на самом деле, примечательно, крайне важно*);

- обеспечивающие введение новой информации (*кроме этого, более того, в дополнение*);
- противопоставляющие одно суждение другому (*в то время как, с одной стороны / с другой стороны, хотя, тем не менее, независимо от, однако, вместо этого*);
- обеспечивающие обобщение мысли (*в целом, в принципе, таким образом, в результате, в заключение, подводя итоги, в основном, по большому счёту*);
- устанавливающие причинно-следственную связь компонентов (*поэтому, вследствие этого, по этой причине, так как*);
- выражающие оценку по отношению к тем или иным фактам (*откровенно говоря, на удивление, трудно поверить*);
- заполняющие паузу (*ну, это, как бы*);
- обозначающие смену темы (*следующий момент, давайте о другом*);
- обеспечивающие возможность диалога с адресатом (*согласитесь, убедитесь, посмотрите сами*).
- содействующие понятийно-смысловой цельности всего высказывания (*как говорилось ранее, как отмечалось выше, как и было указано, согласно предоставленным сведениям*).

Для усиления суггестивного воздействия на адресата в экстремистском дискурсе часто используется креолизация.

Учёными-клиницистами ещё в 1960-е годы была обоснована взаимосвязь между различными областями мозга и восприятием зрительной и вербальной информации. В 1970-е годы был описан феномен «прайминга», суть которого заключается в том, что время реакции на стимулы, связанные с ранее полученной информацией, при повторном её восприятии сокращается. И в первую очередь это касается случаев с использованием изобразительных знаков.

Ещё одной причиной широкого использования в экстремистском дискурсе креолизованных текстов стало формирование (в первую очередь у молодёжи) так называемого «клипового» мышления. Указанная тенденция проявляется в том, что реальность отражается в сознании «мозаично», снижая способность человека анализировать сложные конструкты. В свою очередь креолизованные тексты состоят из ярких картинок и коротких словесных блоков, где авторский месседж, как правило, находится на поверхности.

Экспертная практика позволила нам определить наиболее эффективные невербальные семиотические коды в креолизованных текстах экстремистского содержания:

- *изображения* (к примеру, фотографии, рисунки) — являются иллюстративным материалом к имеющейся в тексте «идеологической повестке»;

- *визуальная статистика* (к примеру, графики, диаграммы, таблицы) – упрощает восприятие сложной для понимания информации, обеспечивает визуализацию данных;

- *типографика* (шрифт, кегль, интерлиньяж, кернинг) – используется для выражения основной мысли адресанта посредством выделения отдельных слов, словосочетаний, предложений или абзацев;

- *цвет* – влияет на когнитивные (белый цвет – чистота, чёрный цвет – траур) и прагматические (красный цвет – призыв к действию) реакции адресата;

- *звук* (мелодия, ритм, темп, гармония, тембр) – применяется в устных текстах для усиления эмоционального восприятия текста;

- *жесты и мимика* (в рамках устного высказывания) – обеспечивают выражение чувств коммуникантов, подчёркивают или меняют смысл сказанного;

- *символы* (крест, свастика, полумесяц со звездой) – являются инструментом, обеспечивающим в сознании адресата устойчивые ассоциации с явлениями и фактами реальной действительности;

- *структурно-композиционные элементы* (заголовок, подзаголовок) – обеспечивают привлечение внимания адресата к сути сообщения, структурируют текст.

Воздействие на восприятие и поведение адресата осуществляется посредством различных техник и приёмов лингвopsихологического манипулирования. Назовём некоторые из тех, которые применяются в рамках экстремистского дискурса:

Триггерные онимы и заголовки.

Этот приём в цифровой коммуникации используется с целью привлечения новых подписчиков, получения максимального количества просмотров и репостов. Примеры названий экстремистских сообществ: «Змагар», «BelarusWithUkraine», «ВольнаеВока TUT», «безЛУКА», «Варшава97%». Примеры заголовков статей и постов: «Почему у белорусов есть право на протесты», «Геноцид мирных граждан», «Поможем политическим узникам!», «Страна не для жизни», «За чистую Русь», «Как надо встречать хачей?» и т.д.

Оппозиция «свой – чужой».

Автор экстремистского текста стремится объединить вокруг себя единомышленников на основе общих установок и готовности к совместным деструктивным действиям против «чужих». Для этого могут быть использованы различные механизмы:

- идеализация ценностей и традиций «мы-группы» (формируется чувство гордости в связи с принадлежностью к «своим»);

- дискредитация альтернативных взглядов (формируется убеждение о несопоставимости интересов «своих» и «чужих»);

- указание на «врагов» или факторы угрозы (формируется коллективный страх перед лицом реальной или мнимой опасности);
- использование нарратива о жертвах, которые пострадали от «врагов» (формируется ненависть к группе-агрессору, стремление оказать сопротивление).

Интрига.

Используя данный приём, адресант вызывает чувство любопытства у адресата. Чтобы создать интригу, автор экстремистского текста оставляет часть информации скрытой. Это может быть незавершённая история, нерешённая проблема или провокационный вопрос. Адресант тем самым даёт понять, что ответ есть, однако для его получения необходимо приложить усилия. Ключевым инструментом управления интригой является постепенное раскрытие информации. Для этого автор, как правило, в кульминационный момент приостанавливает повествование, делает анонсы, использует намёки и подсказки.

Семантическая эквилибристика.

Данный приём заключается в том, что автором экстремистского текста осуществляется отбор тех лексем, которые вызывают у адресата необходимые ассоциации и, таким образом, влияют на восприятие информации. Данный приём используется адресантом в случаях, когда необходимо оправдать экстремистские действия (к примеру, посредством использования слов «справедливость», «борьба», «сопротивление», «свобода»: *«Наша борьба с системой священна! Мы не хотим насилия, нам нужна справедливость»*) или сформировать у адресата чувство принадлежности к группе (к примеру, посредством использования слов «братья», «соратники», «земляки» и т.д.).

Кроме указанных приёмов лингвopsихологического манипулирования, в экстремистском дискурсе могут быть использованы следующие: апелляция к интересам адресата (*«Русские! Поймите, нам надо землю свою защитить от этой нечисти! Не сделаем это сегодня, завтра уже будет поздно...»*), фрейминг (процесс создания контекста, в котором аргументы адресанта становятся более убедительными), использование подводящих фраз (*«Сами подумайте... Неужели мы согласны кровь русичей испоганить?»*) и гипотез (*«Не уверен на все сто, но похоже Гитлер был прав... одни рождаются хозяевами, а другие рабами»*), нестандартное представление материала, неожиданный поворот в ходе повествования, активизация архетипов коллективного бессознательного, создание мифов и стереотипов, персонализация (представление проблемы через призму личного опыта), использование альтернативных нарративов и др.

Таким образом, дискурс не только служит средством коммуникации, но и отражает когнитивные процессы, происходящие в сознании людей. Использование в экстремистском тексте дискурсивных маркёров и

креолизированных текстов содействует упрощению восприятия информации, созданию устойчивых ассоциаций у адресата. Кроме этого, в рамках экстремистского дискурса используются техники лингвopsихологического манипулирования (интрига, триггерные онимы, персонализация, семантическая эквилибристики и т.д.).

Список использованных источников

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М. : Изд-во МГУ, 1996. – 408 с.
2. Макаров, М. Л. Языковое общение в малой группе: опыт интерпретативного анализа дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / М. Л. Макаров. – Тверь, 1998. – 443 с.

КОНФЕРЕНЦИЯ TED КАК ОДИН ИЗ ПРОДУКТИВНЫХ ФОРМАТОВ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

*Т.А. Дубовская
Витебск, Витебский филиал
Международного университета «МИТСО»*

TED (Technology, Entertainment, Design – технологии, развлечения, дизайн) – формат публичных выступлений в виде конференций, проводимых по всему миру, миссия которых заключается в популяризации в современной и доступной форме нестандартных, уникальных идей для широкого круга людей. Эксперты различных областей знаний и сфер жизни (ученые, художники, политики, предприниматели, музыканты, психологи, инженеры и др.) выступают на конференциях TED с короткими впечатляющими докладами, посвященными разнообразным темам (бизнес, искусство, культура, медицина, наука, образование, социальные проблемы, спорт, экология и др.).

Основанная в 1984 году в Монтерее (штат Калифорния, США) графическим дизайнером Ричардом Солом Вурменом и дизайнером телевидения Гарри Марксом конференция TED впоследствии превратилась в культурный феномен – сегодня научно-популярные лекции спикеров просматриваются в интернете миллионами людей. Со временем конференция TED переросла в несколько ежегодных или двухгодичных мероприятий – TED, TEDSummit, TEDWomen, а также в периодически проводимые инициативы, такие как TEDx, TED-Ed, TEDGlobal, TEDYouth и др.

Согласно сведениям официального сайта, на каждой конференции TED и TEDGlobal выступают более 50 самых инновационных и влиятельных спикеров мира, что позволяет судить об авторитетности и экспертности получаемой аудиторией информации.