

## УСПЕШНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: АСПЕКТЫ И ПРОБЛЕМАТИКА (НА МАТЕРИАЛЕ МАНИПУЛЯТИВНОГО ДИСКУРСА)

**С.В. Мощева**

*Ивановский государственный химико-технологический университет, Иваново, Россия*

Статья посвящена изучению особенностей построения процесса успешной коммуникации. Автор характеризует данный процесс как многоступенчатый, затрагивающий ряд аспектов, которые прямо или косвенно оказывают воздействие на запланированный продуцентом результат. Акцентируется внимание, что учет и иерархия обращения к ним зависят от множества факторов – от характерологических особенностей целевой аудитории, ситуации развертывания события, ценностных ориентиров в данном социуме и т. д. Автор заключает, что требуется обращение к междисциплинарности – инструментарию философии, психологии, когнитивной лингвистики – для достижения поставленной цели.

*Ключевые слова:* успешная коммуникация, манипулятивный дискурс, интенциональный компонент, интенсификаторы речевого поведения

Проблематика речевого поведения и формирование успешной коммуникации были и остаются одними из актуальных тем во всех типах дискурса, поскольку включают спектр вопросов, связанных с конкретным коммуникативным событием и с характерными особенностями адресата и адресанта, принимая во внимание его presuppositional свойства. К таким личностным характеристикам продуцента мы относим лингвистические и экстралингвистические особенности индивида, «проявляемые на микро- и макроречевом уровнях, включая докоммуникативный, коммуникативный, посткоммуникативный этапы развертывания коммуникативного события» [17, с. 10].

Речевое намерение или интенциональный компонент формируется как стратегический замысел до реализации высказывания. В зависимости от стратегии говорящий/пишущий выбирает прямые либо косвенные способы языковой манифестации интенции. В свою очередь, языковой опыт адресата, его коммуникативная компетенция помогают правильно декодировать заключенный в языковых средствах интенциональный компонент.

В каждом случае общения коммуниканты имеют свою установку и свои тактики реагирования. Очевидно, что наряду с интенцией говорящего немаловажное значение имеет и интенция адресата, так как акт коммуникации – это результат взаимодействия интенций всех участников речевого общения. Перлокутивный эффект формируется именно комбинацией интенций участников общения, поскольку «адресат – такой же человек, как и говорящий, и его интенция в коммуникативном акте не менее важна, чем интенция говорящего; <...> и только при удачной комбинации этих двух интенций, благоприятной для говорящего, возможен ожидаемый говорящим результат – соверше-

ние адресатом того или иного действия» [4, с. 110]. Несомненно, одно и то же речевое намерение адресанта для достижения запланированного перлокутивного эффекта может корректироваться автором в процессе формирования аллокутивной интенции.

Отсюда важная роль отводится понятию «значение», поскольку оно непосредственно связано с выбором оптимальных языковых возможностей для воздействия на адресата. Отметим, что исследование значения в прагмалингвистике, как правило, сосредоточено на анализе таких его аспектов, как градуирование [13], интенсификация [2, 18], логика использования слова [11] и пр. Благодаря соотношению значения с говорящим и преднамеренностью речевого акта создана основа формирования понятия «*значение говорящего*», которое «включает разного рода контекстно обусловленные и косвенные смыслы речевых актов» [1, с. 12].

Под понятием *успешная коммуникация* мы понимаем набор языкового инструментариума, с помощью которого, с одной стороны, адресант формирует свое речевое намерение с целью достижения запланированной цели. С другой стороны, реализуется и фактор ожидания адресата в процессе коммуникации.

Если это определение рассматривать применительно к манипулятивно и суггестивно ориентированному типу дискурса, например, рекламному (коммерческая и некоммерческая; социальная и политическая), а также политическому, то оно косвенно включает тактику выстраивания успешной коммуникации через фактор ожидания реципиента к запланированной продуцентом перлокуции. Данная стратегия коррелирует со стратегией «*оптимальной релевантности*» Д. Шпербера и Д. Уилсона [21, 22], т. е. принятием во внимание

интересов и продуцента, и реципиента. Релевантность есть «коммуникативная эффективность», которая представляет собой то, что дает возможность передать новейшую информацию в данном контексте с затратой слушателем минимальных усилий на ее получение [16].

Намерение продуцента вызвать определенную и запланированную реакцию у реципиента, которая основана на распознавании данной реакции, означает успешное осуществление коммуникативного события. Цитируя П.Ф. Стронсона, «говорящий несет ответственность за содержание своего намерения; у него имеется также причина, неотделимая от природы выполняемого им акта, сделать это намерение явным» [15, с. 141].

В связи с этим возникает вопрос о роли убеждения и внушения в качестве наиболее эффективных способов воздействия на индивида. Так, В.М. Бехтерев еще в первой половине прошлого века, основываясь на практических результатах своих изысканий, заключает: «Внушение есть не что иное, как искусственное прививание путем слова или другим каким-либо способом различных психических явлений, например, настроения, внешнего впечатления, идеи или действия, другому лицу при отвлечении его волевого внимания или сосредоточения» [3, с. 49]. Очевидно, что уже в этом определении содержится существенное отличие «внушения как способа психического воздействия одного лица на другое от убеждения, производимого всегда не иначе как при посредстве логического мышления и с участием личного сознания» [3, с. 120].

Таким образом, можно выявить два основных подхода к восприятию информации. Первый подход ориентирован на логическое построение высказывания, в котором результат достигается в случае обработки и восприятия адресатом сообщения языкового и неязыкового кода информации. Второй направлен на психическое, психологическое состояние реципиента и затрагивает эмоциональную сферу индивида. При таком подходе информация вводится продуцентом в психическую сферу с помощью постоянных готовых заявлений и умозаключений, стремясь создать иллюзию самостоятельности принятия реципиентом того или иного решения. Оба подхода, согласно нашим исследованиям, базируются на выборе и сочетаемости определенных речевых актов, использовании интенсификаторов речевого поведения [8]. Поскольку реципиент может воспринимать информативный поток *пассивно*, просто принимая информацию как данность, и *активно*, проводя логический анализ, можно предположить, что продуцент обращается к обоим способам, которые позволяют воздействовать на целевую аудиторию и достигать поставленных целей.

Нельзя не отметить тот факт, что современные типы дискурса, обладая свойством гибридности, требуют от *исследователя* иного подхода,

а именно учет интенциональной составляющей коммуникативного события, определение номенклатуры участников, анализ микро- и макроуровня – их структурные особенности, прагматическую валентность, рассмотрение прямых и косвенных тактик коммуникации, комплексов усилителей речевого намерения.

Природа манипулятивно маркированной коммуникации неоднозначна. Например, политическая реклама объединяет в себе особенности политического дискурса в качестве коммуникативно-деятельностного феномена, связанного с комплексным воздействием на субъект традиций, социальных и профессиональных норм, правил языка, речи и поведения [20], а также рекламного, который характеризуется полиинтенциональной направленностью [9]. Кроме того, сам текст можно отождествить со сверхречевым актом, определяемым нами как единство, объединенное иллюкативной целью и запланированной перлокуцией, которые сформированы на основе прагматических установок продуцента и реципиента коммуникативного события.

Значимыми аспектами построения успешной коммуникации считаем аксиологические и гносеологические обоснования построения высказывания, поскольку они отвечают за базовые понятия восприятия информации – истинность транслируемых фактов, ценностные ориентиры.

Ключевыми для аксиологического анализа являются понятия: *оценивание, оценка, ценность, ценностная ориентация*, которые рассматриваются в качестве «важнейших элементов структуры личности», а также характеризуются как обобщенные представления людей о целях и нормах своего поведения; играющие роль фундаментальных норм; выражающие смыслы культуры; влияющие на интересы и мотивы индивида [12, с. 210]. При этом социально ориентированная лингвистика, по мнению Е.Ф. Серебренниковой, стоит перед необходимостью определения закономерностей и особенностей эволюции ценностных смыслов общества в их «вечной» антропологической, культурологической континуальности и феноменологической дискретности; значимости языковой культуры в процессах социализации личности, воздействующего потенциала дискурсивной, особенно медийной деятельности на информационное и духовно-нравственное состояние общества [14, с. 4].

Аксиологичность сознания индивида проявляется в следовании определенным ценностям, которые соотносятся друг с другом, образуя иерархически структурированную систему, принятую обществом и адаптированную субъектом сознания.

В свою очередь, социокультурные установки общества, по нашему мнению, являются мишенью в манипулятивно маркированных типах дискурса. Манипуляция общественным мнением происходит через дискурс присвоения безусловных для кол-

лективного бессознательного ценностей. Кроме того, имеет место (реальное или мнимое) разрушение традиционных национальных ценностей под давлением новых ценностей массовой потребительской культуры, в которой нормой становится сосуществование ценностей, псевдоценностей, имитаций социальных феноменов ценностного характера [14].

В настоящее время особую актуальность приобретает анализ соотношения национальных и индивидуально-личностных ценностей, определяющий подходы к решению проблем и перспектив межкультурного диалога, «происходит осознание неизбежности ценностных конфликтов в реальном пространстве межкультурной коммуникации» [5, с. 23].

Изучая понятие «истина», мы выделяем мишени манипулятивного обращения к рассматриваемому явлению:

1) особый характер манипулятивно маркированной коммуникации позволяет использовать понятие истины с точки зрения прагматики, а именно пользы для создателя коммуникативного события;

2) истинное полагание может быть основано на ложном полагании в случае некомпетентности адресата, которая целенаправленно используется продуцентом для реализации запланированной перлокуции;

3) придерживаясь плюралистической концепции истины, основанной на контекстно- и лично-ориентированном восприятии истины, манипулятивный дискурс может самостоятельно выстраивать ситуативно-обусловленную не только иерархию ценностных ориентиров, но и ориентиров истины.

В ходе анализа нами выявлено, что максимальный эффект воздействия достигается за счет выбора определенного коммуникативно-прагматического комплекса, направленного на интенсификацию речевого поведения и способствующего принятию реципиентом «правильного», запланированного адресантом действия.

Ценностно-ориентированная и управляемая стереотипами модель поведения индивида позволяет выделить активные способы «потакать» стереотипам и сложившимся в различных группах ценностным предпочтениям, прибегая к тактикам косвенной репрезентации речевого намерения [10].

Тактики косвенной репрезентации речевого намерения продуцента основаны на передаче комплексного значения, которое включает транспонирование одной иллокутивной силы в другую. В данном случае значение, которое имеет в виду продуцент, отличается от буквального значения высказывания и указывает на то, что прагматическое значение сообщения шире его семантического значения.

Анализируемый тип дискурса по своей природе тяготеет к косвенным смыслам высказыва-

ния. Проведенные изыскания дают нам основание утверждать, что косвенность может реализовываться языковым инструментарием (вопросительные предложения, риторические вопросы), а также логически выводиться из высказывания.

Кроме того, ряд лексических и синтаксических средств имеет полифункциональный характер, используясь в качестве интенсификаторов речевого поведения, а также для косвенной репрезентации речевого намерения продуцента. К подобным средствам мы относим:

- а) метафору и ее частные случаи исполнения;
- б) иронию;
- в) использование осложненных ассертивных и директивных высказываний;
- г) включение цитирования;
- д) построение высказывания в форме риторического вопроса.

В значительном количестве случаев, как справедливо отмечает Н.Д. Арутюнова, говорящие нарушают правила коммуникации в поисках косвенного способа выражения некоторого смысла. Основной принцип интерпретации косвенного высказывания состоит в том, что это нарушение касается только «поверхностного» значения речевого акта, «глубинное» же его содержание соответствует требованиям коммуникативных максим. «Адресат, таким образом, исходит из предположения, что максимы речевого общения способны имплицитно передаваемый ему говорящим смысл (conveyed meaning)» [1, с. 29].

Следует отметить, что в некоторых работах, посвященных интерпретации имплицитных смыслов косвенных высказываний, выделяется аксиологический компонент. Например, в косвенных вопросительных предложениях аксиологическая переменная полностью/частично исключает вопросительное значение, однако под влиянием контекста может реализоваться то оценочная, то эротическая переменная или обе одновременно [7, с. 147].

Р. Конрад делает некоторые выводы о механизме распознавания реципиентом речевого намерения продуцента применительно к косвенным вопросам:

а) действие, которое совершает адресат, не является исключительно результатом установления соответствия между вопросительным предложением и значением ожидаемого императивного предложения;

б) адресат действует не только на основе лингвистического анализа возможных значений вопросительных предложений; действия являются результатом интерпретации предложения в рамках известной схемы поведения [6, с. 380–382].

На материале разносистемных языков (английского и русского) нами выявлены активные способы косвенной репрезентации иллокутивной цели в исследуемом типе дискурса (см. таблицу).

Активные способы косвенной репрезентации иллокутивной цели

Тип предложения	Иллокутивная сила
Ассертивное высказывание	1. Возложение на адресата обязательства выполнить действие (РА комиссив); 2. «Заставить» адресата выполнить запланированное действие (РА директив); 3. Выражение психологического состояния, задаваемое условием искренности относительно положения вещей, определенного в рамках пропозиционального содержания (комплимент, порицание – РА экспрессив)
Осложненное ассертивное высказывание	1. «Заставить» адресата выполнить запланированное действие (РА директив); 2. Возложение на адресата обязательства выполнить действие (РА комиссив)
Директивное высказывание	1. Выражение психологического состояния, задаваемое условием искренности относительно положения вещей, определенного в рамках пропозиционального содержания (пожелание – РА экспрессив)
Декларативное высказывание	1. Заверение в истинности намерений (РА ассертив)
Эротетивное высказывание (косвенный вопрос, риторический вопрос)	1. «Заставить» адресата выполнить запланированное действие (РА директив); 2. Заверение в истинности намерений (РА ассертив); 3. Внесение изменений полномочным лицом в статус указываемого объекта (РА декларатив)

Проблематика интенсификации высказывания – одна из значимых составляющих формирования речевого поведения продуцента, поскольку ориентирована на усиление речевого намерения с целью достижения запланированного эффекта. Можно выделить следующие уровни актуализации этого явления:

- акторечевой уровень (выбор класса речевого акта, их последовательность, сочетаемость и т. д.);
- микро- и макроречевой уровни.

Так, выбор того или иного класса речевого акта, их сочетаемость и последовательность зависят от ряда причин и составляющих коммуникативного события. Макростратегия, согласно взглядам Т.А. Дейка, которая релевантна для порождения высказывания, включает:

1) *общекультурные знания*, представляющие собой обычные для данной группы виды деятельности и цели; характерные события или действия; специфические биофизические обстоятельства; конкретные объекты;

2) *социокультурные знания*, включающие типы ситуаций; информацию об участниках коммуникативного события; социальные роли, которые указанные лица выполняют по отношению друг к другу; социальные характеристики лиц; индивидуальные характеристики, имеющие отношение к речетворчеству и оказывающие на этот процесс значительное влияние; конвенции, регулирующие рассматриваемый процесс;

3) *коммуникативные знания*: цели коммуникативного воздействия; глобальные и локальные

речевые акты; актуальный референциальный контекст [19, p. 184].

Анализ определил наиболее активные и универсальные речевые тактики и сочетания речевых актов в различных типах дискурса:

1. Тактика «нагнетания информации» строится за счет последовательности ассертивных высказываний с положительной коннотацией; экспрессивных речевых актов ассертивного типа с интенцией порицания; директивных высказываний с положительной и отрицательной коннотациями.

2. Тактика «коннотации истины» реализуется за счет использования эксплицитной формы пропозиции ассертивного речевого акта.

3. Тактика «реконструкции диалога» включает определенную последовательность речевых актов.

4. В политическом дискурсе – это *тактика саморекламы*, которая является ведущей в рассматриваемых текстах, актуализируется с помощью использования ряда речевых актов (экспрессивных РА с иллокуцией комплимента и порицания), определенных сочетаний и последовательности экспрессивных РА.

Отметим, что процесс манипулирования в первую очередь направлен на эмоциональную составляющую, например, к таким чувствам, как неприязнь, радость, страх, патриотизм и так далее. Осуществление такого воздействия представляется наиболее легким именно на уровне языка, что мотивированно эмоционально-экспрессивной окраской лексики. Правильный лексический выбор

## Речевая коммуникация

позволяет достигнуть определенных целей, таких как вызов гнева или наоборот, усиление чувства симпатии в сознании слушателей. Испытанные реципиентом эмоции, в свою очередь, влияют на его действия и поведение.

Интенсификация речевого поведения поддерживается возможностями средств:

- *фонетического уровня* (различные виды аллитерационных повторов);
- *морфологического уровня* (морфологические повторы);
- *лексического уровня* (ключевое слово, метафора и ирония в качестве полифункциональных средств, использование/игнорирование эвфемизмов, повтор лексемы в рамках одного высказывания);
- *синтаксического уровня* (анафора, эпифора, парцелляции, риторический вопрос);
- *графико-орфографического уровня* (аббревиация, ненормативная капитализация, дефис, многоточие).

Особенности экспликации комплексов интенсификации речевого поведения в рамках одного макроречевого акта проявляются следующим образом:

- а) наблюдается обращение к контаминации средств усиления в рамках одного языкового уровня;
- б) имеет место межуровневая контаминация средств усиления речевого намерения.

Анализируемый материал дает возможность определить процесс *интенсификации* как феномен, ориентированный на осуществление направленного влияния на адресата. Ее остенсивный (намеренный) характер объясняет тот факт, что данное влияние реализуется с помощью средств, принадлежащих к разным уровням языковой структуры.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать некоторые обобщения. Процесс выстраивания успешной коммуникации является многоступенчатым, затрагивающим ряд аспектов, которые прямо или косвенно оказывают воздействие на запланированный продуцентом результат. Принимая во внимание коммуникативно-прагматический аспект построения высказывания, следует подчеркнуть значимость не только коммуникативных постулатов, но и постулатов социальной природы. Принятие/игнорирование коммуникативных принципов, их сочетание в рамках дискурса преследует ряд целей разного порядка, например, выстраивание манипулятивного характера коммуникации. Учет и иерархия обращения к ним зависят от множества факторов – от характерологических особенностей целевой аудитории, ситуации развертывания события, принятия в данном социуме ценностных ориентиров и т. д. Необходимость обращения к инструментарию философии, психологии, когнитивной лингвистики определяет междисциплинарность как основной научный подход для достижения поставленной цели.

### Литература

1. Арутюнова, Н.Д. Истоки, проблемы и категории прагматики / Н.Д. Арутюнова, Е.В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 3–42.
2. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
3. Бехтерев, В.М. Гипноз. Внушение. Терапия / В.М. Бехтерев. – М.: Книговек, 2015. – 416 с.
4. Еремеев, Я.Н. Директивные высказывания с точки зрения диалогического подхода / Я.Н. Еремеев // Теоретическая и прикладная лингвистика. – Воронеж: ВГГУ, 2000. – Вып. 2. – С. 109–126.
5. Кимилев, Ю.А. «Субъект» и «Субъективность» в современной западной социальной философии: научно-аналитический обзор / Ю.А. Кимилев. – М.: ИНИОН РАН, 2006. – 95 с.
6. Конрад, Р. Вопросительные предложения как косвенные речевые акты / Р. Конрад // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 349–384.
7. Масленникова, А.А. Лингвистическая интерпретация скрытых смыслов / А.А. Масленникова. – СПб.: СПбГУ, 1999. – 264 с.
8. Мощева, С.В. Интенциональность речевого поведения: система средств интенсификации / С.В. Мощева. – М.: КноРус, 2018. – 324 с.
9. Мощева, С.В. Метафора как косвенная стратегия персуазивной интенции / С.В. Мощева // Известия высших учебных заведений. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – Т. 7, № 2. – С. 128–132.
10. Мощева, С.В. Тексты массовой коммуникации: социокультурный аспект (на материале рекламных текстов) / С.В. Мощева // Язык и культура. – 2014. – № 1 (25). – С. 41–50.
11. Ноуэлл-Смит, П.Х. Логика прилагательных / П.Х. Ноуэлл-Смит // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 155–182.
12. Рубинштейн, С.Л. Проблемы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – М.: Наука, 1973. – 364 с.
13. Сепир, Э. Градуирование / Э. Сепир // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16. – С. 43–78.
14. Серебренникова, Е.Ф. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов / Е.Ф. Серебренникова, Н.П. Антипов и др. – М.: Тезаурис, 2011. – 352 с.

15. Стронсон, П.Ф. Намерение и конвенция в речевых актах / П.Ф. Стронсон // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 131–150.
16. Сусов, И.П. Лингвистическая прагматика / И.П. Сусов. – М.: Восток-Запад, 2006. – 200 с.
17. Сусов, И.П. История языкознания / И.П. Сусов. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 384 с.
18. Bolinger, D.L. Degree Words / D.L. Bolinger. – Paris: Mouton, 1972. – 324 p.
19. Dijk, van T.A., Kintsch W. Strategies of Discourse Comprehension. Macrostrategies / T.A. Dijk, W. Kintsch. – New York: Academic Press, 1983. – P. 189–206.
20. Petryakov, L.D. Discourse as the problem and method of philosophy / L.D. Petryakov // World Applied Sciences Journal (Education, Law, Economics, Language and Communication). – 2013. – Vol. 27. – P. 232–235.
21. Sperber, D., Wilson, D. Relevance: Communication and Cognition / D. Sperber, D. Wilson. – Oxford: Blackwell, 1986. – P. 118–171.
22. Sperber, D. Precise of Relevance: Communication and Cognition / D. Sperber, D. Wilson // Behavioral and Brain Sciences. – 1987. – Vol. 10. – P. 697–754.

**Мощева Светлана Васильевна**, доктор филологических наук, доцент, Ивановский государственный химико-технологический университет, Иваново, Россия, moshevasv@mail.ru

Поступила в редакцию 27 февраля 2023 г.

DOI: 10.14529/ling230408

## SUCCESSFUL COMMUNICATION: ASPECTS AND PROBLEMS (BASED ON MANIPULATIVE DISCOURSE)

**S.V. Moshcheva**, moshevasv@mail.ru

Ivanovo State University of Chemistry and Technology, Ivanovo, Russia

The article is devoted to the study of the features that ensure successful communication. The author characterizes communication construction as a multi-stage process, dealing with a number of aspects that directly or indirectly affect the result planned by the utterer. We emphasize that accounting for these aspects and the hierarchy of addressing them depend on many factors including the characterological features of the target audience, the circumstances under which the events unfold, the value system in the community involved, etc. The author concludes that, to achieve the goal, an appeal to interdisciplinarity comprising the tools of philosophy, psychology, and cognitive linguistics is required.

*Keywords:* successful communication, manipulative discourse, intentional component, intensifiers of speech behavior

### References

1. Arutyunova N.D., Paducheva E.V. *Istoki, problemy i kategorii pragmatiki* [Origins, problems and categories of pragmatics]. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. 1985. Vol. 16. P. 3–42.
2. Arutyunova N.D. *Tipy yazykovykh znacheniy: Otsenka. Sobytiye. Fakt* [Types of linguistic meanings: Evaluation. Event]. Moscow: Nauka, 1988. 341 p.
3. Bekhterev V.M. *Gipnoz. Vnusheniye. Terapiya* [Hypnosis. Suggestion. Therapy]. Moscow, Knigovek, 2015. 416 p.
4. Yeremeyev Ya.N. *Direktivnyye vyskazyvaniya s tochki zreniya dialogicheskogo podkhoda* [Directive statements from the point of view of the dialogic approach]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika* [Theoretical and applied linguistics]. 2000. Vol. 2. P. 109–126.
5. Kimilev Yu.A. “Sub”yekt” i “Sub”yektivnost” v sovremennoy zapadnoy sotsial'noy filosofii: nauchno-analiticheskiy obzor [“Subject” and “Subjectivity” in modern Western social philosophy: a scientific and analytical review]. Moscow, INION RAN, 2006. 95 p.
6. Konrad R. *Voprositel'nyye predlozheniya kak kosvennyye rechevyye akty* [Interrogative sentences as indirect speech acts]. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. 1985. Vol. 16. P. 349–384.
7. Maslennikova A.A. *Lingvisticheskaya interpretatsiya skrytykh smyslov* [Linguistic interpretation of hidden meanings]. St. Petersburg, St. Petersburg State University, 1999. 264 p.
8. Moshcheva S.V. *Intentsional'nost' rechevogo povedeniya: sistema sredstv intensivatsii* [Intentionality of speech behavior: a system of intensification means]. Moscow, Knorus, 2018, 324 p.

9. Moshcheva S.V. *Metafora kak kosvennaya strategiya persuazivnoy intentsii* [Metaphor as an indirect strategy of persuasive intention] *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Seriya: Gumanitarnyye nauki* [News of higher educational institutions. Series: Humanities]. 2016. Vol. 7. No. 2. P. 128–132.
10. Moshcheva S.V. *Teksty massovoy kommunikatsii: sotsiokul'turnyy aspekt (na materiale reklamnykh tekstov)* [Texts of mass communication: socio-cultural aspect (based on advertising texts)]. *Yazyk i kul'tura* [Language and culture]. 2014. No. 1 (25). P. 41–50.
11. Nowell-Smith P.H. *Logika prilagatel'nykh* [Logic of adjectives]. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. 1985. Vol. 16. P. 155–182.
12. Rubinshteyn S.L. *Problemy obshchey psikhologii* [Problems of general psychology]. Moscow, Science, 1973, 364 p.
13. Sepir, E. *Graduirovaniye* [Graduation]. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. 1985. Vol. 16. P. 43–78.
14. Serebrennikova E.F. *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnykh smyslov* [Linguistics and axiology: ethnosemiometry of valuable meanings]. Moscow, Thesaurus, 2011. 352 p.
15. Stronson P.F. *Namereniye i konventsiya v rechevykh aktakh* [Intention and convention in speech acts]. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics]. 1986. Vol. 17. P. 131–150.
16. Susov I.P. *Lingvisticheskaya pragmatika* [Linguistic pragmatics]. Moscow, East-West, 2006. 200 p.
17. Susov I.P. *Istoriya yazykoznaniiya* [History of linguistics]. Moscow, East-West, 2007. 384 p.
18. Bolinger D.L. *Degree Words*. Paris: Mouton, 1972. 324 p.
19. Dijk van T.A., Kintsch W. *Strategies of Discourse Comprehension*. New York: Academic Press, 1983. P. 189–206.
20. Petryakov L.D. Discourse as the problem and method of philosophy. *World Applied Sciences Journal (Education, Law, Economics, Language and Communication)*. 2013. Vol. 27. P. 232–235.
21. Sperber D., Wilson D. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell, 1986. P. 118–171.
22. Sperber D., Wilson D. *Precis of Relevance: Communication and Cognition*. *Behavioral and Brain Sciences*. 1987. Vol. 10. P. 697–754.

**Svetlana V. Moshcheva**, Doctor Degree (Philology), Associate Professor, Ivanovo State University of Chemistry and Technology, Ivanovo, Russia, moshevasv@mail.ru

*Received 27 February 2023*

---

### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Мощева, С.В. Успешная коммуникация: аспекты и проблематика (на материале манипулятивного дискурса) / С.В. Мощева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2023. – Т. 20, № 4. – С. 52–58. DOI: 10.14529/ling230408

### FOR CITATION

Moshcheva S.V. Successful communication: aspects and problems (based on manipulative discourse). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2023, vol. 20, no. 4, pp. 52–58. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling230408

---