



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И МОРЯ

Фасцинативное воздействие в пропагандистском дискурсе

Выпускная квалификационная работа по направлению
44.04.01 Педагогическое образование
код, направление

Направленность программы магистратуры

«Филологическое образование»

Форма обучения заочная

Проверка на объем заимствований:

77 % авторского текста
Работа рекоменд. к защите
рекомендована/не рекомендована
« 15 » января 2021 г.

зав. кафедрой _____
(название кафедры)

_____ ФИО

Выполнила:

Студент (ка) группы ЗФ-215-205-2-1

Баженова Кира Юрьевна

Научный руководитель:

кандидат филологических наук,

доцент кафедры РЯ и МОРЯ

Омельченко Елена Витальевна

Челябинск

2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТИПОЛОГИЯ ДИСКУРСА: ОБЩИЙ ОБЗОР	7
1.1. Проблема типологии дискурса.....	7
1.2. Пропагандистский дискурс: определение и характерные черты	11
1.3. Движение трезвости в России как составляющая пропагандистского дискурса	15
1.3.1. История движения трезвости в России с середины XIX века	15
1.3.2. Движение трезвости в пропагандистском дискурсе	19
1.3.3. Становление языка утверждения и сохранения Трезвости.....	20
ГЛАВА 2. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, ФАСЦИНАЦИЯ: СПОСОБЫ, СРЕДСТВА И ПРИЁМЫ.....	22
2.1. Способы речевого воздействия	22
2.2. Фасцинация: определение, средства и приёмы.....	24
ГЛАВА 3. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, ФАСЦИНАТИВНЫЕ ПРИЁМЫ И СРЕДСТВА В ПРОПАГАНДИСТСКОМ ДИСКУРСЕ.....	26
3.1. Анализ понятия «Трезвость» в пропагандистском дискурсе	26
3.2. Фасцинативные компоненты окказионального образования «волны Трезвости».....	32
3.3. Анализ понятия «алкоголь» в пропагандистском дискурсе	34
3.4. Речевое воздействие и фасцинативные приёмы понятия «ломехуза» в контексте пропагандистского дискурса.....	36
3.5. Фасцинативное воздействие окказионального образования «табачный отравляющий снаряд».....	38
3.6. Фасцинативные приёмы, применяемые в термине «отравляющий вонючий вдох»	43
3.7. Фасцинативные элементы и речевое воздействие окказионального образования «карманный крематорий»	45
3.8. Фасцинативные эффекты окказионализма «воздержанник» в контексте пропагандистского дискурса	47
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	50
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	Ошибка! Закладка не определена.

ВВЕДЕНИЕ

Явление пропаганды, как один из способов манипулирования сознанием человека, давно исследуется в теории массовой коммуникации. На сегодняшний момент исследователями пропагандистского дискурса, Русиновой М. П., Бурмистровой Л.П., Коростелевой Л.В. и др. выделено несколько характеристик пропагандистского дискурса. Он включает в себя разнообразный арсенал стратегий и тактик, призванных формировать общественное мнение, отношение индивидуума к событиям в окружающем его мире.

Пропагандистский дискурс – динамический процесс социальных отношений, протекающий в форме коммуникативного воздействия социальных субъектов, где социальные субъекты могут быть представлены как отдельными индивидуумами, так и группами индивидуумов.

Фасцинативные приёмы и способы речевого воздействия в данном дискурсе многообразны. В зависимости от целей организатора пропагандистской деятельности отбираются наиболее эффективные методы воздействия на эмоциональное состояние человека, на его мышление.

В этом плане интересным представляется деятельность движения трезвости, которое сознательно использует большой спектр фасцинативных приёмов с целью изменения отношения к трезвому образу жизни, к алкоголю, табаку и другим интоксикантам.

Движение трезвости проводит свою работу на разных уровнях: в своих семьях, в своём окружении, в школах, на площадках социальных сетей, в администрациях разных городов России.

Проследив активность участников движения трезвости с середины XIX века, можно увидеть, что методы и каналы их воздействия, уровень организации процессов с течением времени совершенствовались.

На сегодняшний день движение трезвости имеет свои наработки по отрезвлению общества, методические материалы и уникальный терминологический аппарат – язык утверждения и сохранения Трезвости, который в настоящий момент насчитывает 60 терминов.

В настоящий момент терминологический аппарат движения трезвости является малоизученным с точки зрения филологии и психолингвистики, в частности. Этим обуславливается **актуальность** данной исследовательской работы.

Язык утверждения и сохранения Трезвости (язык УСТ) отличается образным отображением общественных процессов и явлений. Его многоплановое фасцинативное воздействие привлекает внимание исследователей.

Целью нашего исследования – проследить, какие средства речевого воздействия используются в языке УСТ (утверждения и сохранения трезвости).

Поставленная в работе цель предполагает решения следующих **задач**:

- дать определение понятий: дискурс, пропагандистский дискурс;
- связать понятия «движение трезвости» и пропагандистский дискурс;
- осуществить выборку терминов из словаря языка УСТ, содержащие в себе мотивирующий, воздействующий компонент;
- проанализировать отобранный материал на лексико-семантическом уровне;
- определить воздействующий характер метафор с учетом результатов анализа грамматической структуры и семантических особенностей;
- выявить языковые особенности воздействующих окказиональных понятий в пропагандистском дискурсе;

– определить способы речевого воздействия и приёмы фасцинации в исследуемом дискурсе.

Объектом нашего исследования является непосредственно сам язык УСТ.

Предмет исследования – средства речевого воздействия, содержащиеся в терминах языка УСТ.

Используемый **методологический подход** – структуралистический, прагмалингвистический.

В работе применены **методы** лексико-семантического и контекстуального анализа, методы сплошной выборки, словарных дефиниций, систематизации, наблюдения, анкетного сбора информации, в частности, а также описательный и идеографический методы.

Цель и задачи определили структуру работы. Она состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

Во введении обосновывается выбор темы, отмечается актуальность исследования, определяются его цель и задачи, представляются методологический подход, объект и предмет, методологический подход и методы исследования, а также излагается его структура.

Первая глава состоит из четырёх параграфов. В первом из них исследована проблема типологии дискурса, приведена классификация категорий дискурса. Во второй параграфе дано определение пропагандистского дискурса, описаны характерные особенности и стратегии пропагандистского дискурса.

Третий параграф содержит три подпункта. В первом из них изложена история движения трезвости с середины XIX века по сегодняшний день. Во втором подпункте дана характеристика пропагандистской деятельности трезвенников. В третьем подпункте изложена история создания и развития языка утверждения и сохранения Трезвости.

Вторая глава исследовательской работы состоит из двух параграфов. В первом из них говорится об исследовании вопросов речевого воздействия,

о способах влияния через речь. Во втором параграфе дано определение понятию «фасцинация», а также приведены приёмы фасцинативного воздействия.

Третья глава содержит восемь параграфов, в которых проведены лексико-семантический, контекстуальный анализы терминов из языка утверждения и сохранения Трезвости, проанализированы результаты анкетного сбора информации, выявлены способы речевого воздействия и приёмы фасцинации в исследуемом дискурсе.

Заключение содержит структурированные выводы, полученные в результате проведённого исследования. В конце работы представлен библиографический список.

Часть результатов исследования были представлены на научно-практической конференции «Союза утверждения и сохранения Трезвости «Трезвый Урал». Статья «Определение Трезвости: язык УСТ и общественное сознание» была опубликована в сборнике материалов 17-ой конференции, проходившей под названием «Трезвость и проблемы современной России» (Южноуральск, февраль 2019 г.).

ГЛАВА 1. ТИПОЛОГИЯ ДИСКУРСА: ОБЩИЙ ОБЗОР

1.1. Проблема типологии дискурса

На сегодняшний день единого для всех гуманитарных наук определения «дискурса» не сформулировано. Разные исследователи давали своё толкование этого понятия в зависимости от занимаемых исследовательских позиций и области наук (лингвистика, философия, психология, теория коммуникации, антропология и др.). Ещё более серьёзной исследовательской проблемой является выявление классификации, типологии дискурса. Так сложился запрос на создание новой научной дисциплины – дискурсологии.

Своё видение типологии дискурса в своих работах представляли многие исследователи: Карасик В. И., Прохоров Ю.Е., Кашкин В.Б., Рождественский Ю.В., Т. ван Дейк и др. Несмотря на то, что их классификации в значительной мере отличаются друг от друга, всё же можно выделить несколько общих моментов.

Одним из них является классификация по типу канала передачи информации. В этом отношении дискурс традиционно делится на устный и письменный. Кашкин В.Б. выделил также и гибридный тип дискурса, объединяющий в себе признаки устного и письменного общения, так как в реальной коммуникации данные виды коммуникации могут взаимодополнять друг друга (обмен записками во время устного общения, запись и отправление голосовых сообщений во время переписки в социальных сетях).

В связи с бурным развитием электронных средств коммуникации Юсупов Т.С. говорит и о новом типе дискурса, основанном на электронном способе передачи информации (общение в соцсетях, мессенджерах, на форумах, через SMS и пр.). Такой тип дискурса характеризуется мгновенностью общения между коммуникантами, которые могут

находиться в разных точках планеты, а также неформальностью, использованием разных стилей речи (от научного стиля до употребления общенной лексики), разных способов передачи информации (аудиосообщение, текст, графический рисунок, «смайл», «мем», гиф-анимация и др.).

Следующим общим основанием для классификации дискурса является форма организации коммуникации. Здесь выделяют монологический, диалогический и полилогический типы дискурса (Загнитко АЛ., Кашкин В.Б. и др.).

Далее – интенциональность и адресность. В этом отношении дискурс делится на адресатный и безадресатный (или общеадресатный, или квазиадресатный). В первом случае сообщение направлено на конкретную личность, а во втором – на абстрактный адресат (художественный, публицистический, научный дискурсы).

Следующее основание для классификации – ориентированность дискурса. Исследователями выделяются персональный (личностно-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный) типы дискурсов. Данную категорию подробно излагает в своей типологии дискурса Карасик В.И.

В изучении дискурса В.И. Карасик использовал социолингвистический подход, в рамках которого выделил три типа категории – тип дискурса, формат текста и жанр речи, как базовые характеристики текста в коммуникативной ситуации.

В работе «О категориях дискурса» исследователь описал следующую классификацию категорий дискурса с точки зрения коммуникативного языкознания, учитывая также и подходы культурологической и структурно-функциональной лингвистики.

1) Конститутивные категории дискурса, с помощью которых можно отличить текст от «нетекста», оценивая тематическое,

стилистическое и структурное единство, а также относительную оформленность и смысловую завершённость.

Главным признаком в этом перечне В.И. Карасик назвал стилистический признак, так как существуют некоторые жанры, где может быть нарушено тематическое и структурное единство, но при этом сохраняется целостность текста (например, поток сознания, модернистская лирика и пр.).

2) Жанрово-стилистические категории (здесь дискурс различается по стилевой принадлежности, клишированности, жанровым канонам и т.д.).

Данные категории В.И. Карасик называет не смыслораскрывающими, но ориентирующими, так как они «позволяют адресату отнести тот или иной текст к определенной сфере общения на основании сложившихся представлений о нормах и правилах общения, об условиях уместности, о типах коммуникативного поведения».

Центральным звеном в жанрово-стилистических категориях является тип коммуникативной ситуации, дистанция между участниками дискурса. Здесь лингвист выделяет лично- , статусно- , художественно- и обиходно-ориентированное общение.

Под лично-ориентированным общением мы понимаем дискурс между людьми, которые хорошо знают друг друга и стремятся к познанию внутреннего мира участников общения. В данном случае собеседники стремятся не просто передать информацию, но и раскрыть свою душу и в то же время познать личность своего собеседника.

Статусно-ориентированное (институциональное) общение характеризуется ограниченным набором ролевых характеристик. Системообразующий признак – статусная, представительная функция человека, т.е. коммуниканты выступают в качестве представителей определённых групп людей (работодатель и рабочий, заказчик и исполнитель, прихожанин и т.д.) и общаются в соответствии с тем или иным видом социума.

В художественно-ориентированном общении мотивом к коммуникации является потребность к самовыражению, самораскрытию личности. В этом отношении данный тип близок к личностно-ориентированному общению, но при этом коммуниканты могут быть незнакомы.

Удовлетворение практических потребностей коммуниканта реализуется в обиходно-ориентированном общении. Такой тип дискурса характеризуется клишированностью, экономностью выражения, он является дополнением к невербальному действию (жесты, мимика).

3) Семантико-прагматические категории, раскрывающие смысл текста (адресативность, образ автора, информативность, модальность, интерпретируемость, интертекстуальная ориентация).

Здесь В.И. Карасик выделяет содержательно-фактуальную, содержательно-концептуальную и содержательно-подтекстовую информации в случае рассмотрения текста как такового, так как в этом случае основной категорией является информативность общения. Если же текст рассматривается в ситуации общения, то базовой текстовой категорией является адресованность, фактор адресата.

Уточнением адресованности текста лингвист называет интерпретируемость, проявляющейся в более частных категориях точности, глубины и экспликативности или имплекативности текста.

4) Формально-структурные категории, характеризующие способ организации текста (композиция, членимость, когезия).

Данные категории неразрывно связаны с семантико-прагматическими и жанрово-стилистическими категориями и позволяют установить содержательные характеристики текста.

1.2. Пропагандистский дискурс: определение и характерные черты

Явление пропаганды, как один из способов манипулирования сознанием человека, давно исследуется в теории массовой коммуникации.

В переводе с латинского языка *propaganda* дословно означает «подлежащее распространению». Приведём несколько определений пропаганды из современных источников.

Т. В. Егорова в «Словаре иностранных слов» определяет пропаганду как распространение каких-либо идей, знаний путем подробного и углубленного ознакомления, а также убеждения широких масс в необходимости чего-либо [7, с. 453].

В «Большом толковом словаре русского языка» под редакцией С. А. Кузнецова можно найти следующее определение пропаганды:

«1) распространение и углубленное разъяснение каких-либо идей, учения, знаний среди широких масс населения или круга специалистов;
2) политическое или идеологическое воздействие на широкие массы» [22]».

С. И. Ожегов и Т. Ф. Ефремова едины в толковании пропаганды. В своих словарях они определяют пропаганду как распространение в обществе и разъяснение каких-нибудь воззрений, идей, знаний, учения путем постоянного глубокого и детального их разъяснения [58; 8].

Все авторы сходятся на том, что основой пропаганды является информационная составляющая, призванная ознакомить широкий круг людей с определенными представлениями, понятиями, мнениями, знаниями в той или иной области, а иногда и сформировать общественное мнение.

В данной работе за основу мы возьмём определение пропаганды из «Словаря иностранных слов» Т.В. Егоровой.

Процесс направленного воздействия информационного пространства на массовое сознание характеризуется использованием разнообразного

арсенала стратегий и тактик, призванных формировать общественное мнение, отношение индивидуума к событиям в окружающем его мире.

В этом смысле пропагандистский дискурс как механизм воздействия на массовое сознание является базовым в системе социально-институциональных практик.

Исследователь Русинова М.П. выделила следующие характерные особенности пропагандистского дискурса:

- Недопущение альтернативной точки зрения. В этом случае используются такие приёмы, как убеждение, доказательство, внушение, эмоциональный и даже физический прессинг и др.
- Целенаправленность. В рамках пропаганды распространяется только та информация, которая приводит к достижению конкретной цели.
- Поэтапность. Процесс пропагандирования включает в себя несколько этапов: получение информации, ее обработка, определение средств продвижения информации и её распространение в обществе.
- Системность. Системный подход проявляется разнопланово, в разных направлениях, на разных уровнях – в выборе средств получения, обработки, распространения информации, в систематизации действий ее субъектов, в системном воздействии на общественное сознание людей и др.
- Наличие вербальной и материальной составляющей, которые позволяют использовать результаты практических действий людей, а также воздействовать на основные сферы сознания [45, с. 87-88].

Пропагандистский дискурс – это динамический процесс социальных отношений, протекающий в форме коммуникативного воздействия социальных субъектов, где социальные субъекты могут быть представлены как отдельными индивидуумами, так и группами индивидуумов.

Пропаганда пронизывает многие сферы человеческого общества и поскольку пропагандистский дискурс обладает высокой степенью диффузии, он легко интегрируется в другие дискурсы, например, в информационный, политический, рекламный дискурсы.

Иллокутивной доминантой пропагандистского дискурса является побуждение, стимулирование аудитории принять ту или иную точку зрения на определенные события и явления. Л.П. Бурмистрова в статье «Функционально-семантическая характеристика пропагандистского дискурса» описала фреймовый сценарий иллокутивной доминанты, согласно которому:

1. Отправитель информации хочет заставить получателя информации сделать, сказать или подумать что-либо о чем-либо;
2. Отправитель информации не располагает возможностью приказывать, предписывать, вводить санкции или принудить получателя информации исполнить что-либо;
3. Отправитель информации должен заставить получателя информации поверить в то, что получатель информации самостоятельно делает «правильный» выбор;
4. Получатель информации понимает, что находится в ситуации, когда он должен поверить в то, что ему предлагает отправитель информации;
5. Взаимодействие между отправителем информации и получателем информации осуществляется на коллективном уровне;
6. Отправитель информации имеет «право убеждать»: право расхваливать товар; право расхваливать политическую партию; право отстаивать и защищать идею;
7. Пропагандистский дискурс в аксиологическом аспекте представляет концепт «добро» / «зло», где победа добра predetermined [3, с. 66].

Поскольку иллюкутивная доминанта пропагандистского дискурса заключается в побуждении коммуниканта принять ту или иную точку зрения на определённые события и явления, отправитель информации использует различные дискурсивные стратегии, такие, как управленческие, интерпретативные, интеракционные.

Л.П. Бурмистрова выделила несколько видов стратегий пропагандистского дискурса.

- Стратегия умолчания и намёка. Согласно этой стратегии отправитель информации напоминает о разнице в ролевом статусе партнёров, в этом типе дискурса не представлены ни факты, ни знания отправителя информации о сути проблемы, а лишь оценочные суждения о глобальных проблемах, личностях. Главная цель этих суждений – дать позитивную или негативную оценку определённым событиям, людям, группам.
- Стратегия обещаний, предсказаний используется отправителем информации, когда ему требуется убедить получателя информации в своей точке зрения. Отправитель информации основывается на своём субъективном опыте и представлении о моральных ценностях. Он предлагает получателю информации хорошие перспективы, при этом не нарушает статус. Чтобы не вызвать подозрений у получателя информации, отправитель информации не проявляет авторитарности.
- Стратегия упрощения, схематизации с использованием образных выражений и слоганов. Эта стратегия достигает эффекта «правильного суждения», навязывания стереотипов.
- Стратегия аффективного воздействия, которая оказывает влияние на эмоциональное отношение получателя информации к информации: в состоянии эйфории вызвать радость, симпатию, в состоянии дисфории – страх и ужас.
- Стратегия повторения формулировок и слоганов [3, с. 67].

Зная определение и черты пропагандистского дискурса, мы относим к нему движение трезвости, осуществляющее свою деятельность в России.

1.3. Движение трезвости в России как составляющая пропагандистского дискурса

1.3.1. История движения трезвости в России с середины XIX века

Существует периодизация трезвого движения, разработанная советским физиологом, кандидатом биологических наук, Геннадием Андреевичем Шичко.

Первое трезвенное движение существовало в период с 1858 по 1860 год. Оно заключалось в том, что народ отказывался от употребления водки из-за высокой цены и токсичности. Летом 1858 года первые общества трезвости появились в Ковенской губернии, затем распространились в Виленской, Гродненской и других – всего насчитывалось 32 губернии.

Г.А. Шичко назвал это движение «частью стихийной революционной борьбы народа» [64], так как его поддерживали такие демократы, как А.И. Герцен, Н.А. Добролюбов и другие.

В этот период народ бунтовал, разрушал кабаки. Для подавления народного волнения царское правительство применило войска, дало распоряжение об уничтожении обществ трезвости. В итоге 26 октября 1860 года был принят законодательный акт о замене с 1863 года откупной системы акцизной, в то время как крестьяне приняли присягу об отказе алкогольной продукции.

Второе движение трезвости началось в 1885 году. Сельский народ потребовал закрытия питейных заведений на своих территориях. Вследствие этого появилось большое количество людей, придерживающихся трезвого образа жизни. Но на месте частных кабаков появились государственные, и ранее введенное распоряжение на них не распространялось. Количество потребления алкоголя вновь выросло, что

стало толчком к резкому росту движения трезвости, к которому стали присоединяться учителя, врачи и предприниматели.

В 1909 году на первом Всероссийском съезде вынесли постановление о необходимости введения уроков трезвости в низшей и средней школе. Государственная Дума 3-го созыва внесла в законопроект о борьбе с пьянством следующую статью: «Во всех начальных, средних и педагогических учебных заведениях учащимся сообщаются сведения о вреде, приносимом употреблением спиртных «напитков».

В согласии с приведёнными взглядами съездов и законодательного учреждения был составлен учебник, изданный Российским Обществом борьбы с алкоголизмом.

В 1914 году 11 марта министр финансов П.Л. Барк расширил возможности закрытия кабаков сельскими обществами. В связи с началом войны на территории страны по инициативе общества установилась трезвость. Власть поддержала желание народа и выпустила Постановление СНК «О воспрещении на территории РСФСР изготовления и продажи спирта, крепких напитков, не относящихся к напиткам спиртосодержащих веществ», утверждённое В. И. Лениным 19.12.1919 г., и «План электрификации РСФСР», сохранивший «запрещение потребления алкоголя... как безусловно вредного для здоровья населения». [55, с.14]

Общества трезвости были закрыты или распущены в связи с революцией. В 1925 году по решению октябрьского Пленума ЦК партии была введена водочная монополия. В результате резко повысилось самогонварение и преступность. Тогда было принято решение о создании Общества борьбы с алкоголизмом (ОБСА).

После 1925 года, когда алкоголь вновь был разрешён, в обществе возникли мощные протестные движения за возвращение трезвости: проводились многочисленные шествия, в том числе и детские, закрывались точки продажи алкоголя и пр.

С февраля 1928 года ОБСА начало свою работу и впервые выпустило журнал «Трезвость и культура». Стали вводить противоалкогольные законы: новый декрет запрещал продажу спиртных напитков малолетним и лицам в состоянии опьянения, реализацию спиртных напитков в культурно-просветительских учреждениях, давал право местному управлению воспрещать торговлю в праздничные дни и выходные.

В этом же году в Москве появился первый вытрезвитель, активно принимал больных Наркодиспансер.

В журнале «Трезвость и культура» № 2 от 1930 года было объявлено проведение беспроигрышной лотереи «Книгу вместо водки!». Выигрыш можно было потратить только на приобретение книги в любом магазине Госиздата или Центросоюза. Доход от розыгрыша шел на развитие противоалкогольной деятельности.

Под действием пропаганды многие труженики стали вести трезвый образ жизни, стали закрывать места торговли спиртным и останавливали его производство. К 1930 году потребление спиртного сократилось на 25-40%.

Но в 1932 году антиалкогольная кампания была свернута, это было объяснено большой затратностью ведения пропаганды. Так, журнал «Трезвость и культура» в 1930 году был закрыт, а в 32-ом году в магазинах вновь появилась пшеничная водка.

У истоков следующего движения трезвости стояли Фёдор Григорьевич Углов, Геннадий Андреевич Шичко, Игорь Владимирович Красноносков и Александр Николаевич Маюров.

По классификации, предложенной Г.А. Шичко, очередное трезвое движение началось с доклада «Медицинские и социальные последствия употребления алкоголя» всемирно известного хирурга Федора Григорьевича Углова в 1981 году на конференции в городе Дзержинске, Горьковской области. Доклад был о проблеме алкоголизации населения.

На этой конференции присутствовал и другой знаменитый учёный – Г.А. Шичко. Наблюдая реакцию зала, отношение участников конференции

к озвученному материалу, он заключил, что это событие является началом «пятого трезвеннического движения в России» [64].

Доклад Ф.Г. Углова широко разошёлся по стране. Идеи доклада были подхвачены многими людьми, потому что они отражали актуальный запрос народа о прекращении алкогольного отравления населения.

Появилось много активистов, которые решительно «двинулись в массы» с желанием утвердить трезвость в России. Самостийно начали возникать различные общественные организации, которые часто носили романтические названия «Истина», «Надежда», «Выбор», «Радуга», «Разум», «Исток», «Оптималист» и другие.

Энтузиасты продвигали идеи Трезвости по всем направлениям: и «вниз» – в народ, и «наверх» – в правительство.

25-27 ноября 1988 года состоялась конференция и слёт клубов трезвости «Борьба за трезвость на современном этапе». Тогда и решили создать «Союз борьбы за народную трезвость» (СБНТ) под руководством Ф.Г. Углова. СБНТ стал помогать народу освобождаться от алкогольной и табачной зависимостей, открывались клубы трезвости, проводились съезды в различных городах.

В 90-е годы трезвое движение пережило критический момент и разделилось на два течения: СБНТ и Союз утверждения и сохранения Трезвости «Трезвый Урал». Имея некоторые идеологические различия, эти организации развивались и действовали параллельно.

На текущий момент можно сказать, что в «Трезвом Урале» уровень организации процессов качественно вырос. Об этом говорит и проведение ежегодных слётов, форумов, научно-практических конференций в разных городах страны, и участвовавшие упоминания в СМИ, и создание учебных программ [33], методических пособий [9; 29], и в том числе появление собственного терминологического аппарата – языка утверждения и сохранения Трезвости. В пропагандистском дискурсе его называют языком правды, т.е. комплексом слов, понятий и выражений, правдиво и точно

описывающим происходящее и таким образом способствующим правильному восприятию и обработке информации.

1.3.2. Движение трезвости в пропагандистском дискурсе

В деятельности движения трезвости чётко прослеживается черты, относящиеся к пропагандистскому дискурсу.

Активность участников движения трезвости направлена в одну сторону – на утверждение и сохранение трезвости в России. Эта цель не скрывается и оглашается практически в каждом высказывании. При столкновении с альтернативными взглядами получателей информации трезвенники используют приёмы убеждения, доказывания, чтобы изменить точку зрения собеседника.

Действия участников движения трезвости запланированы и поэтапны. После получения подходящей информации организации «Трезвого Урала» формируют материал для распространения, определяют каналы распространения (СМИ, социальные сети, видеохостинги и пр.) и ответственных лиц. В этом плане участники движения трезвости придерживаются артельного принципа работы, не проявляя авторитарности при подаче информации.

Практически каждое сообщение, высказывание содержит постулаты идеологии, лозунги, клеши («Трезвость – это естественное состояние человека», «Живи трезво, делай добро», «только трезвая Россия станет великой» и др.), что говорит о следовании стратегии повторения формулировок и слоганов.

Также в движении трезвости прослеживается стратегия обещаний, прогнозирования. Часто трезвенниками рисуется картина будущего, где Россия стала трезвой страной или, наоборот, где продолжают действовать механизмы, побуждающие людей к употреблению алкоголя, табака и других интоксикантов. При этом акцентируется внимание на преимуществах трезвой жизни и на последствиях употребления интоксикантов на протяжении нескольких поколений.

Проанализировав деятельность движения трезвости, можно сделать вывод, что оно, имея свои особенности, является частью пропагандистского дискурса.

1.3.3. Становление языка утверждения и сохранения Трезвости

Язык утверждения и сохранения Трезвости (язык УСТ) появился благодаря работам Г.А. Шичко, основателя целенаправленного речевого метода избавления от алкогольной зависимости. Учёный-биолог заложил фундамент «Теории Трезвости». Первые базовые понятия и определения трезвого движения были сформулированы и собраны в «Маленьком словаре трезвенника».

В 1984 году словарь насчитывал 87 понятий. Долгое время словарь оставался неизменным, и только в 90-е годы, когда трезвое движение начало набирать новые силы, словарь подвергся критическому, аналитическому взгляду и подвергся серьёзным изменениям.

С 1998 года на летних слётах трезвого движения уже распространялись первые листовки с редакцией словаря в новом формате. Словарь вырос до языка утверждения и сохранения Трезвости, так как он больше не соответствовал формату словаря.

Форма словаря требует определённых правил, таких как расположение понятий в алфавитном порядке, присутствие нескольких определений и их помет о стиле и значении (разговорный, научный стиль, прямое, косвенное, ироническое значение), наличие кратких примеров употребления слова.

Термины из языка утверждения и сохранения Трезвости расположены иначе, по принципу их приоритетности, важности, фундаментальности. Так, например, язык УСТ начинается с определения Трезвости, как базового понятия теории, а не с «алкоголя», как слова, начинающегося с первой буквы алфавита.

Многие определения из языка УСТ сопровождаются большими примечаниями и приведением ситуаций использования того или иного

слова. Это обусловлено стремлением к однозначности понимания и восприятия термина. По этой же причине понятие содержит только одно определение, не имеет помет и постоянно совершенствуется, уточняется, дополняется с течением времени, увеличением опыта и роста грамотности в сфере общественности, методов информационного воздействия и пр.

После значительных изменений язык утверждения и сохранения Трезвости сократился с 84 терминов до 60, но уменьшение количества терминов не повлияло на их качество. Напротив, язык УСТ мировоззренчески, концептуально, идеологически вырос. Появились такие определения, как «информационный террор населения» [60, с. 307], «ломехуза» [60, с. 305], «волны Трезвости» [60, с. 322] и др. Многие термины исключились. Так произошло, например, со словосочетанием «алкогольная наркомания» [60, с. 307], так как опыт, практика показали, что оно является разрушающим и негативно воздействующим на сознание человека.

С течением времени все понятия конкретизировались и уточнялись. Всего этого требовали изменившиеся общественные процессы, уровень их понимания вырос, а практика показала несостоятельность, ошибочность некоторых определений.

Из 60 терминов, сформулированных на текущий момент в языке утверждения и сохранения Трезвости, около 15 находится в активном словарном запасе трезвенников.

ГЛАВА 2. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, ФАСЦИНАЦИЯ: СПОСОБЫ, СРЕДСТВА И ПРИЁМЫ

2.1. Способы речевого воздействия

Речевое воздействие традиционно трактуется в широком и узком смыслах. Суммируя существенные характеристики речевого воздействия на основании анализа ряда источников [Е.Ф. Тарасов, П.Б. Паршин, В.Ф. Петренко, Г.Г. Почепцов, И.А. Стернин, В. Сергеечева, Е.В. Шелестюк], можно дать ему следующие дефиниции.

В широком смысле речевое воздействие – это произвольная и непроизвольная передача информации субъектом реципиенту (либо группе реципиентов) в процессе речевого общения в устной и/или 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 в широком смысле имеет и обратную сторону: это тот коммуникативный эффект (результат), который то или иное сообщение оказывает на реципиента.

В узком смысле речевое воздействие – 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). 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.

На сегодняшний день ученые единогласно выделяют 7 способов речевого воздействия, такие как: клянченье, уговаривание, просьба, убеждение, доказывание, внушение, принуждение.

Клянченье – назойливое, надоедливое выпрашивание с целью добиться от собеседника определенного результата. В большинстве случаев данное речевое воздействие является высокоэмоциональным. К такому речевому акту чаще всего прибегают дети, когда просят что-либо купить или разрешить сделать.

Уговаривание – это вид речевого воздействия, при котором адресант пытается склонить своего собеседника к чему-либо. О С. Иссерс отмечает, что уговаривание «воздействует не на разум и логику, а на чувства и эмоциональный мир адресата», уточняя, что «при уговаривании субъект ставит себя в зависимое от партнера положение – уговаривающий не может разговаривать «на равных», он выступает как проситель» [11, с. 134].

Просьба – это способность адресанта вежливо склонять своего собеседника к действию, преследуя свои интересы и опираясь на хорошее отношение к адресату.

Убеждение – это разновидность воздействия на сознание и эмоциональное состояние личности, при котором человеку предлагается ряд определенных аргументов, фактов по конкретному вопросу, и дается возможность осмыслить, взвесить положительные и отрицательные

стороны, и на основе определенных доказательств принять соответствующее решение.

Согласно И.А. Стернину убеждение – это способность человека «вселять в собеседника уверенность, что истина доказана, что тезис установлен» [53, с. 49]. При убеждении используется не только логическая составляющая, но и эмоциональная, определенное эмоциональное давление, которое влияет на результат. В большинстве случаев процесс убеждения представляет собой дискуссию, задача которой является убедить собеседника принять определенную точку зрения.

Доказывание – это речевое воздействие на собеседника с помощью хронологически выстроенных и продуманных аргументов, доводов, причин, позволяющих адресанту повлиять на сознание реципиента и, соответственно, на его решение.

Внушение (суггестия) – непосредственное речевое и психологическое воздействие, которое имеет определенную значимость и сопровождается психологическим или эмоциональным давлением, а иногда собственным авторитетом собеседника на реципиента.

Принуждение – это психическое или физическое насилие, направленное против воли говорящего, угрожающее его жизни. Принуждение основывается на применении грубой силы по отношению к собеседнику.

2.2. Фасцинация: определение, средства и приёмы.

Содержание понятия «фасцинация» раскрывается, в зависимости от подхода изучающего это явление ученого, с разных сторон: под фасцинацией понимают как «способность внешней формы, демонстрационного коммуникативного сигнала приковывать внимание, вызывать волнующий интерес, удивление, радость, восхищение, восторг, очарование, экстаз, шок, испуг, ужас» [54, с. 13], так и «коммуникативное

явление, имеющее глубинную нейрофизиологическую, воздействующую природу» [30, с. 136]. В работе Н.Б. Мечковской «Язык и религия» фасцинация рассматривается как «специально организованное словесное воздействие на человека, обладающее повышенной силой убеждения и/или внушения» [27, с. 45].

Важным представляется заострить внимание на выделяемом многими исследователями свойстве фасцинации: она служит для создания «благоприятных условий для восприятия информации» [18, с. 162], помогает преодолеть барьеры и фильтры, делает сообщение привлекательным, заставляет обращаться к нему снова и снова [65, с. 60]. Следовательно, под фасцинативностью текста понимается «совокупность характеристик текста, превращающих этот текст в объект притяжения для адресата» [15, с. 326].

К важнейшим фасцинативным приемам относятся ритм и повторы [30, с. 138]. Исследователями выделяются также следующие фасцинативные приемы: недосказанность, неясность, многозначность описания, привлечение выдуманных событий и мнимых личностей [Кнорозов]; использование ключевых слов; метафоризация; прием тайны; привлечение аллюзий и реминисценций; применение вопросно-ответных комплексов, незавершенности высказываний; использование парадокса, алогизмов, антитезы, синонимов, антонимов и др. [30, с. 137].

В настоящий момент изучение приёмов фасцинации ещё не закончено. Всё больше учёных из разных отраслей (психология, педагогика, лингвистика, искусствоведение и др.) обращают внимание на это явление.

ГЛАВА 3. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, ФАСЦИНАТИВНЫЕ ПРИЁМЫ И СРЕДСТВА В ПРОПАГАНДИСТСКОМ ДИСКУРСЕ

3.1. Анализ понятия «Трезвость» в пропагандистском дискурсе

Термин «Трезвость», как базовое, наиболее приоритетное понятие, стоит первым в системе языка утверждения и сохранения Трезвости. Логично начать анализ речевоздействующих факторов с определения именно этого термина.

В языке УСТ представлено следующее определение трезвости:

«Трезвость – естественное состояние человека, семьи, общества, свободное от запрограммированности на самоотравление любыми интоксикантами и физического отравления ими в любых количествах» [60, с. 243].

Данное определение включает в себя истинное утверждение, говорящее о естественности состояния, так как человек раздается трезвым, это состояние даётся ему природой. Это утверждение создаёт положительное отношение к трезвости, так как подчёркивает, что трезвость есть в каждом человеке, вне зависимости от принадлежности к социальному слою, профессиональных успехов, уровня дохода и пр.

Также в определении говорится о естественном состоянии семьи и больше – общества, предполагая, что трезвое состояние должно быть во всех слоях общества (от новорожденного до людей пенсионного возраста, от простого рабочего до членов государственного аппарата).

Такая последовательность перечисления (от малого к большому: «человека, семьи, общества») рождает в голове последовательную цепочку образов: человека (мужчину/женщину), семью (муж, жена, ребёнок/дети, бабушки, дедушки), большое количество людей, объединённые территориально (граждане одной страны/ население всей планеты). Такая

цепочка создаёт эффект расширения мышления, побуждая к осознанию себя частью общества, к озабоченности об общем благополучии страны, мира.

Далее в определении говорится о «свободе от запрограммированности на самоотравление любыми интоксикантами», подразумевая наличие неких программ, алгоритмов действий, запечатлённых в сознании человека, которые заставляют людей выполнять навязанные действия и «самоотравляться».

Слово «интоксикант» взято из английского языка и означает «отравляющее, токсическое вещество».

Формулировка «самоотравление» неслучайна. Так как алкоголь, табак и другие интоксиканты по заключениям представителей медицины являются ядом, то они, следовательно, отравляют организм. А корень «сам» говорит о том, что человек самостоятельно осуществляет действие, употребляет алкоголь, табак и/или другие интоксиканты.

Таким образом, в определении говорится о том, что человеку некогда были навязаны определённые модели поведения, согласно которым человек считает нормальным, привычным употреблять алкоголь, что он и делает.

В конце определения Трезвости говорится об отсутствии физического контакта с алкоголем и другими веществами в «любых количествах». Такая формулировка даёт понять, что даже маленькая доза интоксиканта способна нанести вред живому организму.

Проанализировав данное определение, можно сказать, что оно содержит как позитивную коннотацию («естественное состояние», «свобода от...»), так и отрицательную – в месте, где предполагается, что человек может быть «запрограммирован на самоотравление», но при этом говорится, что трезвость является свободным состоянием от навязанных программ, что в итоге создаёт положительное отношение к этому физическому состоянию.

В движении трезвости принято писать лексема «трезвость» с большой буквы, объясняется это тем, что это большое понятие, включающее в себя определение не только физического состояния человека, но и гармоничного

психологического состояния, характеризующегося внутренней свободой от ядовитых веществ, отсутствием «установок, положительных мыслей, программ на потребление ядовитых веществ» [60, с. 244].

Рассмотрим лексему «трезвость» в пропагандистском дискурсе: «Я убеждён, что в каждом городе должна быть ОРГАНИЗАЦИЯ, которая защищает Трезвость людей. Потому что сейчас Трезвость отнимают целенаправленно, профессионально, законно. В данный момент дело защиты Трезвости – это дело обычных людей, дело каждого из нас. Если не мы, то кто?» [38].

Словосочетания «в каждом городе», «каждого из нас», «обычных людей» выполняют функцию привлечения внимания читателя, делают адресата участником высказывания, вовлечённым слушателем и активистом, который готов действовать.

Выделение слово верхним регистром («ОРГАНИЗАЦИЯ») подчёркивает на графическом уровне важность сплочённых, продуманных, поэтапных действий, ведущих к определённой цели.

Лексемы «Защищать», «отнимать» содержат предупреждение, призыв к действию, мобилизует адресата.

Парафраза «Если не мы, то кто?» вызывает ассоциации с активно действующими людьми, крепко стоящими на своей идеологической позиции, так как лозунг «Кто, если не мы?» часто использовался в пропагандистском дискурсе Советского Союза, в комсомоле, в частности.

В данном контексте прослеживается несколько приёмов фасцинации. Повтор лексемы «трезвость», «дело», а также наличие однородных членов предложения, выраженных наречием, формируют ритмизацию речи.

Перечисление «целенаправленно, профессионально, законно» создаёт эффект устрашения и относится к такому речевому воздействию, как убеждение.

В целях популяризации новостей, идей движения трезвости в социальных сетях под каждой записью ставится хэштег #трезвость, по

которому каждый, кто интересуется здоровым образом жизни, может найти актуальную информацию участников движения трезвости. Такой приём можно также назвать приёмом акцентуации, так как хэштег дополнительно привлекает внимание адресата к главной ценности движения.

Подавляющее число граждан не знакомы с определением трезвости из языка утверждения и сохранения Трезвости, поэтому было принято решение провести опрос, выясняющий то, как это слово понимают те, кто не принимает участие в трезвом движении, и какой ассоциативный ряд возникает у них при слове «трезвость».

Данный опрос был запущен в социальной сети «ВКонтакте». В число опрашиваемых также входили и активные участники трезвого движения. Результаты опроса показали, что понятие трезвости у трезвенников и других граждан качественно отличается по своему нарративу.

С помощью анкеты у интервьюеров выяснялось:

- пол;
- возрастную категорию (варианты ответов: 16-35, 36 и старше);
- место проживания;
- какие образы, ассоциации возникают в связи с лексемой «трезвость»;
- как интервьюер понимает слово «трезвость»;
- его отношение к трезвости (варианты ответов: «очень хорошо», «хорошо/нормально»; «плохо»; «очень плохо»);
- чем занимается интервьюер в трезвом движении (варианты ответов: «не отношусь к трезвому движению», «подаю личный пример (живу трезво)», «провожу уроки Трезвости, опросы или др.»).

В ходе исследования было собрано 362 анкеты, из них 177 человек входят в движение трезвости и 185 человек – не являются участниками

трезвого движения. Опрос охватил 71 город России, а также города Белоруссии, Украины и Казахстана.

Из опрошенных 64% – мужчины, 36% – женщины. 52% интервьюеров входят в возрастную категорию от 16 до 35 лет и 48% – в категорию старше 35 лет.

Последний вопрос из анкеты, выясняющий, чем занимается интервьюер в трезвом движении, дал возможность разделить опрошиваемых на тех, кто принадлежит к движению трезвости, и тех, кто не является участником трезвого движения.

На вопрос «Как вы понимаете слово «трезвость»?» 28% опрошиваемых ответили «здоровье», 22% – «нормальное», «естественное состояние», 4% – «адекватность», 4% – «сила», 5% – «разумность», 10% – «счастье», «радость», 5% – «свобода», 7% ответов включали концепт света («ясный взгляд», «светлый ум» и др.), 15% опрошиваемых определение строили от отрицания, с частицей «не» («не пьёт», «не употреблять...», «воздержание от...», «отказ от...», «жизнь без...»).

В ходе анализа результатов было выявлено, что участники движения трезвости, знающие определение трезвости из языка УСТ, склонны к саногенному и всеохватывающему мышлению и определяют трезвость больше как состояние радости, счастья, ясности ума и естественного состояния человека и больше – общества («рассудительность», «ясный ум») светлое гармоничное состояние человека и общества», «осознанность»).

Тогда как большинство обычных граждан связывают трезвость только с хорошим здоровьем и склонны определять трезвость, как отказ от чего-то, отсутствие какого-то действия или объекта. Часто в ответах встречалась частица «не» («не пить», «не курить», «не нахождение под воздействием дурманящих веществ» и др.) и определения строились от отрицания («отказ от алкоголя», «отсутствие различного спиртного», «игнорирование алкоголя», «отсутствие ядовитых токсинов в организме» и др.), что говорит о том, что опрошиваемые, незнающие определения из языка УСТ,

воспринимают трезвость как лишение чего-либо, отказ от привычного. Именно к этой категории опрошиваемых относятся 15% ответов, содержащих коннотацию отрицания. Тогда как 10% («счастье», «радость»), 5% («свобода») и 7% (концепт света) ответов принадлежит только участникам трезвого движения.

На вопрос «Какие образы, ассоциации возникают со словом «трезвость?»» большинство опрошиваемых ответили «ум» (54%), 14% – «семья», «дети», 6% ответили «жизнь», 4% – «человек» и 22% интервьюеров затруднились ответить.

Здесь стоит отметить, что 22% опрошенных, которые не смогли ответить на поставленный вопрос, почти полностью относятся к тем, кто не является участником движения трезвости (74 человека из 80).

10% ответивших, связавших слово «трезвость» с образами человека, жизни, принадлежат к категории участников трезвого движения, а также больший процент ответивших «семья, дети» также принадлежит к этой категории (39 человек из 52).

Ответившие «Ум» разделились практически пополам (98 и 96 человек).

Для удобства считывания результатов опроса представляем таблицы

На основе результатов опроса можно сделать вывод, что определение трезвости из языка утверждения и сохранения Трезвости расширяет мышление, мотивируя мыслить за рамки личной жизни, а также настраивает мысли на более позитивный лад и говорит больше о свободе, о новых возможностях, стоящих перед человеком. У людей же, незнакомых с определением трезвости из языка УСТ, превалирует патогенное мышление, рождая формулировки, говорящие об ограничении, как будто ущемляющем жизнь человека, об отказе от чего-то привычного.

3.2. Фасцинативные компоненты окказионального образования «волны Трезвости»

В речи трезвенников часто можно услышать словосочетание «волны Трезвости» в контексте рассказов о проделанной работе или о текущих событиях как в стране, так и в трезвом движении в частности.

Найдём несколько определений лексемы «волна» в энциклопедиях, словарях и научных справочниках.

Толковый словарь С.И. Ожегова:

ВОЛНА, ы, мн. волны, волн, волнам и волнам, ж.

1. Водяной вал, образуемый колебанием водной поверхности. Шум волн. Гребень волны. Цвет морской волны (зеленовато-голубой).

2. Колебательное движение в физической среде, а также распространение этого движения. Звуковая в. Передача на короткой волне.

3. перен., кого-чего. О том, что движется друг за другом во множестве на нек-ром расстоянии; о массовом проявлении чего-н. В. бегущих, наступающих. В. возмущения. В. героизма. | прил. волновой, ая, ое (к 1 и 2 знач.; спец.) [58, с. 201].

Определение физика-теоретика Г.С. Горелика:

«Волна – изменение состояния среды (возмущение), распространяющееся в этой среде и переносящее с собой энергию» [4, с. 43].

Физическая энциклопедия под редакцией А.М. Прохорова:

«Волна – изменение некоторой совокупности физических величин (характеристик некоторого физического поля или материальной среды), которое способно перемещаться, удаляясь от места своего возникновения, или колебаться внутри ограниченных областей пространства» [62, с. 315].

Большая российская энциклопедия:

«ВОЛНЫ, изменения во времени (возмущения) к.-л. физич. параметров среды (полей), распространяющиеся в пространстве и переносящие энергию и информацию» [2].

Все три трактовки объединяет определение волны, как изменение физического характера в пространстве, способное передвигаться и распространяться. В дискурсе движения трезвости это значение тоже сохраняется, но применяется для обозначения именно информационных изменений в обществе. В этом смысле трактовка «волны» из языка утверждения и сохранения Трезвости близко к определению из словаря С.И. Ожегова в третьем значении («перен., о массовом проявлении чего-н.»).

Приведём ниже определение «волн трезвости» из языка УСТ.

«Волны Трезвости – комплекс информационных и иных воздействий на общество, идущих от отдельных граждан, организаций, государства и его структур, событий, обычаев, ритуалов и так далее, способствующих утверждению и сохранению в обществе Трезвости».

Таким образом, термин «волны Трезвости» имеет метафорический характер и создаёт у адресата представление о действиях, которые распространяются по стране, изменяя состояние среды; охватывают большое количество людей, побуждая их действовать в том же духе; об идеях, которые вызывают эмоциональный всплеск, передаются из уст в уста и движутся по инерции, удаляясь от места возникновения.

В примечании к определению из языка утверждения и сохранения Трезвости сказано, что одними из самых мощных волн Трезвости является личный пример соблюдения трезвой жизни и активное использование языка УСТ в каждодневном общении. Так авторы дают нам понять, что движение трезвости осознаёт фасцинативное воздействие терминов из языка УСТ на адресата/тов и целенаправленно его используют, как инструмент достижения установления Трезвости в России, на законодательном уровне в том числе.

Рассмотрим анализируемое окказиональное образование в контексте: «Благодаря целенаправленной и активной деятельности её <организации «Трезвый Златоуст»> сотрудников волны Трезвости широко разошлись среди жителей Златоуста» [37, с. 120].

«Благодаря... деятельности...сотрудников волны Трезвости широко разошлись» – такая формулировка даёт понять адресату, что волны Трезвости начинаются с участников движения трезвости, с их деятельности. Именно они являются «пусковым» центром распространения информации о трезвом образе жизни.

Мы видим, что к окказиональному образованию применяется олицетворение («волны Трезвости...разошлись»). В данном контексте лексема «разошлись» имеет значение распространения информации. То есть действия организации получили огласку и широкое обсуждение. Их организация стала более известной, узнаваемой, а о трезвом образе жизни стали говорить чаще.

Лексема «широко» говорит о масштабности распространения информации о деятельности организации «Трезвый Златоуст».

Словосочетанием «жителей Златоуста» реализуется акцентуация на топониме, что привлекает внимание тех, проживает в указанном городе.

3.3. Анализ понятия «алкоголь» в пропагандистском дискурсе

В трезвом движении все алкогольные разведения принято называть обобщающим понятием «алкоголь» и не разграничивать их на виды (вино, шампанское, водка и пр.), обосновывая это тем, что в основе всех разведений лежит одна формула этилового спирта (C_2H_5OH).

Согласно определению трезвенников, алкоголь (он же этанол, этиловый спирт) – это техническая жидкость, которая может приносить пользу обществу, выступая в качестве растворителя, сырья для химической промышленности, топлива (что практикуется в некоторых странах), дезинфицирующего средства и пр., но для человека алкоголь – яд.

Исходя из этого, участник движения трезвости использует в речи такие словосочетания, как «отравлялся алкоголем», «травится по праздникам» и пр.

Подобные выражения носят в себе сильный фасцинативный заряд, который способен вызвать некоторую оторопь, паузу, во время которой адресат пытается «перевести» сообщение на привычный ему язык. В то же время адресат считывает второй уровень сообщения, т.е. осознаёт, что адресант даёт ему понять, что алкоголь является ядовитым веществом и при его употреблении человек, соответственно, отравляет свой организм вне зависимости от рода алкогольной смеси и её количества.

Такое фасцинативное воздействие при неоднократном повторении способно мотивировать адресата на смену своего отношения к алкоголю и смену решения об его употреблении в пользу ведения здорового, трезвого образа жизни.

Рассмотрим лексему «алкоголь» в пропагандистском дискурсе: «Россияне с 2013 года тратят более 2 триллионов рублей в год на алкоголь. Где деньги, Зин?» [1].

В данном тексте использован приём акцентуации на жителей определённой страны, что вызывает повышенный интерес и внимание тех, кто принадлежит к «россиянам».

В первом предложении использован приём предъявления фактов, используемый в рамках такого речевого воздействия, как убеждение и доказывание. После прочтения фактической справки адресат испытывает потрясение, удивление от столь больших сумм, потраченных на алкоголь. Эти эмоции могут вызвать чувство вины за себя и граждан своей страны, а также неприязненное чувство к тем, кто зарабатывает на слабостях, вредных привычках людей.

Лексема «алкоголь» здесь исполняет роль собирательного номинатива, заменяющего долгое перечисление всех названий алкогольных разведений.

В последнем предложении содержится афоризм, имеющий своё зарождение в тексте Владимира Высоцкого «Диалог у телевизора», что вносит дополнительный смысл в контекст. В «Диалоге» В. Высоцкого на

вопрос мужа «Где деньги, Зин?» жена не отвечает, уводя разговор в обсуждение передачи по телевизору, тем самым скрывая правду и давая понять, что деньги были потрачены незапланированно. Такой подтекст мотивирует адресата задуматься о том, кому достанется прибыль и на какие цели она направляется.

3.4. Речевое воздействие и фасцинативные приёмы понятия «ломехуза» в контексте пропагандистского дискурса

Прежде чем перейти к рассмотрению лексемы «ломехуза» в контексте трезвого движения, найдём энциклопедическое определение этого слова.

Ломехуза – род мирмекофильных жуков-стафилинид из подсемейства Aleocharinae. Это рыже-бурый жук длиной 4,5-6 мм, почти не покидающий муравейников. На брюшке у него имеются пучки желтых волосков, выделяющие особый секрет, который облизывают муравьи. За это муравьи кормят ломехуз и, главное, выкармливают их личинок вместе со своими. В это время ломехуза поедает личинки своих хозяев, не встречая со стороны муравьев никакого противодействия.

В языке утверждения и сохранения Трезвости даётся следующее определение и примечание к данному понятию: «Ломехуза – небольшой жучок, паразитирующий на муравьях, отравляющий муравьев своими ядами» [60, с. 240].

Примечание. В теории Трезвости ломехузами называют людей, отравляющих и насаждающих отравление различными ядами (табаком, алкоголем и другими) для получения финансовых, политических выгод и проведения геноцида».

Из чего следует заключить, что термин «ломехуза» в движении трезвости используется в качестве метафоры или перифразы, правдиво отображающей деятельность некоторых предпринимателей, политических деятелей и пр.

Рассмотрим это понятие в контексте.

«Школьникам рассказали, как ломехузы манипулируют человеческим сознанием через такой приём, как «ложный выбор» (выбор без выбора) и заставляют отравляться ядами (алкоголем, табаком и другими) даже женщин и детей, при этом всю ответственность перекладывая на самих отравляющихся» [44].

Прежде чем перейти к анализу лексемы «ломехуза», рассмотрим предложенный контекст на предмет речевоздействующих элементов. В этом одном предложении содержится три мощных фасцинативных «удара», связанных с концептом «ломехуза»: «ломехузы манипулируют человеческим сознанием», «заставляют отравляться ядами», «всю ответственность перекладывая на самих отравляющихся».

Эти цитаты можно перевести в глаголы действия: манипулируют, заставляют, обвиняют – и сразу видно применение такого речевоздействующего приёма, как ритмизация и гиперболизация, наращивание фасцинативного воздействия.

Также в тексте реализован принцип метафоричности, образности за счёт включения в текст лексемы «ломехуза». Нельзя не отметить прецедентность текста, так как нас окружают люди, рекламирующие, продающие и потребляющие алкоголь. В этом отношении имеет место ещё один фасцинативный «удар»: акцентуация на наиболее уязвимый слой населения – женщин и детей.

Таким образом, на лексико-семантическом и синтаксическом уровне создаётся негативная оценочность термина «ломехуза». Перейдём к анализу непосредственно данной лексемы.

В предложенном контексте слово «ломехуза» используется в переносном значении, оно обладает метафорическим характером, негативной оценочностью и имеет номинативно-коннотативную функцию: оно называет людей, действующих в своих корыстных интересах, насаждающих потребление в данном случае алкоголя и имеющих с этого

выгоду. Для удобства коммуникации данные личности были заключены в образ, который кратко и правдиво отображает деятельность этих людей – обман, манипулирование за счёт предоставления ложного выбора и паразитирование, проявляющееся в извлечении финансовых, политических и других выгод.

Всё это вызывает мощный информационно-фасцинативный отклик у слушателя/читателя: осознаётся разрушительная деятельность подобных людей в отношении себя, близких людей и общества в целом, появляется чувство неприятия и враждебности по отношению к «ломехузам», у адресата «открываются глаза» на происходящие общественные процессы.

Таким образом, лексема «ломехуза», оставаясь неизменной на морфемном и морфологическом уровне (т.к. здесь полностью совпадают грамматические формы), подвергается трансформации смысла, применяется в совершенно новом лексическом значении и обретает дополнительный стилистический оттенок – отрицательный коннотат. Из чего можно заключить, что в пропагандистском дискурсе, в частности в движении трезвости, создаётся новый концепт – ломехуза, имеющий свой предметно-образный код, наделённый оценочной, эмоциональной составляющей.

3.5. Фасцинативное воздействие окказионального образования «табачный отравляющий снаряд»

Рассмотрим следующий окказионализм в движении трезвости – «табачный отравляющий снаряд». Значение его не очевидно, из чего можно заключить, что данное окказиональное образование тяготеет к идиоме. Лексема «табачный» лишь отчасти намекает адресату на обозначаемый предмет, который состоит из табака. Приступим к лексико-семантическому анализу данного термина.

«Словарь русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой даёт такое определение лексеме «табачный»:

«ТАБАЧНЫЙ, -ая, -ое.

1. Прил. к табак (в 1 и 2 знач.). Табачные поля. Табачный дым. || Сделанный, полученный из табака. Табачные изделия. Табачный настой. || Относящийся к выращиванию, обработке табака или к торговле табаком. Табачное производство. Табачная фабрика.

2. Зеленовато-коричневый, цвета табака. В комнату ворвался Виктор Васильич в своей табачной визитке. Мамин-Сибиряк, «Приваловские миллионы» [47, с. 398]

В «Толковом словаре русского языка» Д. Н. Ушакова указано следующее значение:

«ТАБАЧНЫЙ [шн и чн], ая, ое.

1. Прил. к табак. Т. лист. Т. дым.
2. Прил., по знач. связанное с производством и обработкой табака или торговлей табаком. Табачные плантации. Табачная бригада.
3. Желто-коричневый, подобный цвету табака. Т. цвет.
4. Трухлявый, гнилой (обл.). Табачное дерево. Табачные сучья» [59, с. 478].

В нашем случае лексема «табачный» применяется в прямом значении, отображённом в словаре А.П. Евгеньевой в первом толковании, – «сделанный, полученный из табака».

Причастие «отравляющий» образован от глагола «отравлять». В «Словаре русского языка» А. П. Евгеньевой, в «Толковом словаре русского языка» Д. Н. Ушакова найдены определения лексемы «отравить».

«Словарь русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой:

«ОТРАВИТЬ, -равлю, -равишь; прич. страд. прош. отравленный, -лен, -а, -о; сов., перех. (несов. отравлять).

1. (несов. также травить). Умертвить с помощью отравы, яда. [Мосальский:] Мария Годунова и сын ее Феодор отравили себя ядом.

Пушкин, Борис Годунов. [Липочка:] <...> || Причинить вред, вызвать болезненные явления (о действии ядовитого вещества). [Актер:] Мне вредно дышать пылью. Мой организм отравлен алкоголем. М. Горький, На дне.

2. перен. Оказать вредное, губительное влияние на кого-, что-л. Отравить чье-л. сознание. [Львов:] Вы измучили и отравили мою душу. Чехов, Иванов.

3. Сделать ядовитым что-л., примешав, всыпав яд. [Партизаны] отравили мышьяком все шесть колодцев, оставив солдат без воды. Диковский, Патриоты.

4. перен. Лишить радости, сделать неприятным. Отравлены его последние мгновенья Коварным шепотом насмешливых невежд. Лермонтов, Смерть Поэта». [47, с. 356]

«Толковый словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова:

ОТРАВИТЬ, авлю, авишь, сов. (к отравлять), кого-что.

1. Убить при помощи яда. Я отравил свою сестру царицу. Пшкн. || Причинить кому-н. болезнь действием яда или ядовитого вещества. О. организм алкоголем. О. удушливыми газами. || Примешать к чему-н. ядовитое вещество. О. питье.

2. перен. Оказать вредное влияние на что-н. О. умы легкомысленными мечтами. О. сознание религией.

3. перен. Испортить, причинив неприятность. Внезапное сумасшествие Дубровского сильно подействовало на его (Троекурова) воображение и отравило его торжество. Пшкн. О. удовольствие. || Сделать невыносимым. Весь день я чувствовала, что моя жизнь разбита, отравлена навсегда. Чрншвский [59, с. 402].

Причастие «отравляющий» образован от глагола «отравлять» при помощи суффикса -ющ-, указывающее на несовершенный вид действительного причастия.

Несовершенный вид относится к глаголам, обозначающим незаконченное действие, у которого нет предела, это действие в его

протяжённости. Форма действительного причастия говорит о том, что действие производит сам предмет.

Перейдем к лексико-семантическому анализу лексемы «снаряд».

«Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова даёт следующее определение:

СНАРЯ́Д, -а, муж.

1. Вид боеприпасов для стрельбы из артиллерийских орудий, имеющий цилиндрический корпус и заострённую головную часть, а также летательный аппарат с боевым зарядом. С. бронебойный, зажигательный, осколочный, трассирующий.

2. Машина, прибор, инструмент, приспособление. С. для бурения. Спортивные снаряды (предметы, приспособления, аппараты, необходимые для спортивных упражнений).

3. Полный набор, комплект инструментов, приспособленных для чего-н. (устар.). Рыболовный с. [58, с. 498].

«Толковый словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова:

СНАРЯ́Д, снаряда, м.

1. То же, что снаряжение в 1 знач. (устар.). Долгие снаряды. Даль.

2. только ед., собир. Совокупность инструментов, приспособлений, относящихся к какой-н. области техники, к какому-н. ремеслу, к спорту. Астрономический снаряд. Сапожный снаряд. Столярный снаряд. Гимнастический снаряд.

3. Приспособление, прибор для чего-н., для каких-н. технических целей. Один, как перст: фуражечка да тросточка, а в тросточке для уженья снаряд. Некрасов. Снаряд для бурения земли. || Спортивный прибор, Предмет для спортивных упражнений (спорт.). Упражнения на параллельных брусьях, турниках и других снарядах.

4. Предмет вооружения для поражения живой силы противника и для разрушения сооружений, к-рым стреляют из орудий, к-рый сбрасывается с аэропланов, мечется ручным способом и т. п. На поле сражения: валялись

стаканы от снарядов. Пришвин. Химические снаряды. Осколочные снаряды. [59, с. 441]

В контексте языка утверждения и сохранения Трезвости лексема «снаряд» использована в переносном значении, в качестве метафоры: табачным отравляющим снарядом называют табачные изделия (сигареты, сигары и др.). Здесь под «снарядом» подразумевается то, что наносит удар, убивает или ранит. В этом смысле к лексеме «снаряд» близко понятие, данное Д.Н. Ушаковым, в 4-ом значении: «предмет ... для поражения живой силы и для разрушения...».

Таким образом, окказионализм «табачный отравляющий снаряд» дословно можно трактовать так: это предмет, состоящий из табака, который действует постоянно (несовершенный вид глагола) и имеет разрушительное свойство.

Данный окказионализм имеет образный, метафорический характер, негативную коннотацию, склонность к идиомной форме.

Фасцинативное воздействие осуществляется словосочетанием «отравляющий снаряд», вызывающим реакцию испуга, чувство страха за свою жизнь. Окказионализм вызывает неприятие, но в тоже время и любопытство: адресату становится интересно, что автор имеет ввиду.

В языке утверждения и сохранения Трезвости даётся следующее определение анализируемого термина: «Табачный отравляющий снаряд – карманное устройство для холодного копчения человека изнутри».

Само определение также является фасцинативным. Здесь используется приём шокирования («копчение человека»), обманутых ожиданий (адресат не ожидает, что сигареты могут иметь такое определение), гротеска (намеренно конкретизированы топоним и процесс, воздействие табакокурения на здоровье человека).

Рассмотрим использование данного окказионального образования в контексте.

«Труда при этом они [владельцы табачных компаний] практически не затрачивают, ведь себестоимость производства 1000 табачных отравляющих снарядов составляет всего 1 доллар...» [44].

В данном тексте присутствует такое речевое воздействие, как убеждение. У читателей после прочтения появляется чувство несправедливости, ощущение обмана, негативные эмоции по отношению к владельцам табачных компаний, вызванные ощущением, что на их привычках, на причинении вреда их здоровью зарабатывают большие деньги. Таким образом, анализируемый окказионализм в предложенном контексте усиливает своё фасцинативное воздействие.

3.6. Фасцинативные приёмы, применяемые в термине

«отравляющий вонючий вдох»

По аналогии с предыдущим окказионализмом лексема «отравляющий» обозначает процесс, наносящий вред здоровью.

Рассмотрим лексему «вонючий».

С.И. Ожегов трактует данную лексему, как «издающий вонь» [58, с. 245]. А.П. Евгеньева к этому определению добавляет «дурно пахнущий» [47, с. 234], Д.Н. Ушаков дополняет – «неприятно пахнущий» [59, с. 218].

Лексема «вдох» здесь имеет прямое значение – это начальная фаза дыхания, движение диафрагмы, при котором воздух начинает поступать в лёгкие.

В дискурсе движения трезвости «отравляющий вонючий вдох» обозначает «затяжку», т.е. осуществление вдоха табачного дыма в процессе активного курения.

Данное окказиональное образование содержит такие фасцинативные приёмы, как устрашение (лексема «отравляющий»), использование сниженной лексики (лексема «вонючий»). Последнее введено нарочито, чтобы вызвать чувство отвращения к процессу курения.

Рассмотрим данный термин в контексте: «...люди не виноваты в том, что отравляют себя алкоголем и табаком, но люди ответственны за своё поведение и расплату получают с первой каплей алкогольного яда и с первым вонючим вдохом табачного ядовитого дыма» [42].

Лексемой «люди» автор включает и читателя в предмет своего высказывания и тем самым привлекает его внимание.

С самого начала автор занимает две контрастные позиции. С одной стороны, он защищает, покровительствует, оправдывает («люди не виноваты»), а с другой стороны, напоминает о последствиях, о том, что ответственность лежит на самом человеке («но люди ответственны за своё поведение»).

Таким приёмом автор сначала сокращает дистанцию между читателем, делает их отношения тёплыми, доверительными, а затем ставит читателя в положение ответственного лица, стоящего один на один с последствиями его действий.

Далее мы видим такой приём фасцинации, как повтор: автор несколько раз упоминает об отравляющих свойствах алкоголя и табака («отравление», «яд», «ядовитый»), что усиливает эмоциональное воздействие на адресата. Способ речевого воздействия – убеждение.

Следующие повторы: «с первой каплей», «с первым вдохом». Повтором «с первым/ой» осуществляется некий прессинг адресата и усиливается эмоциональное влияние на читателя. В данном фрагменте прослеживается применение такого способа речевого воздействия, как предупреждение, угроза.

У адресата формируется ощущение неизбежности причинения вреда здоровью в случае употребления алкоголя и табака и убеждение, что безопасного количества интоксиканта для человека не существует.

Выражение «с ... вонючим вдохом» обескураживает наличием сниженной лексики в тексте публицистического стиля и вызывает у адресата эмоции отвращения, неприятия к процессу табакокурения.

3.7. Фасцинативные элементы и речевое воздействие окаzionaleльного образования «карманный крематорий»

Данный окаzionaleлизм тяготеет к идиомной форме, так как индивидуум, не являющийся участником движения трезвости, не поймёт значения данного термина без дополнительных пояснений.

В анализируемом окаzionaleльном образовании содержится топоним «карманный». А также здесь заложена метафора, образно отображающая суть пачки сигарет.

Здесь наблюдаются такие фасцинативные приёмы, как абсурд, оксюморон. Крематорий, здание для осуществления кремации, помещён в пришитое или вшитое местилище на одежде, что является абсурдным и невозможным в действительности.

На фонетическом уровне анализируемое словосочетание также имеет фасцинирующий эффект. Сочетание скрежещущих, каркающих, тархтящих звуков [кар], [кр], [тор] неприятно воздействуют на слух адресата, раздражая барабанную перепонку.

В языке утверждения и сохранения Трезвости определение карманного крематория звучит так: «Карманный крематорий – пачка табачных отравляющих снарядов».

Выбор лексемы «крематорий» объясняется в примечании тем, что при хранении табачного сена в листьях заводятся разные насекомые, которые в дальнейшем попадают на конвейер производства сигарет и там погибают, попадая в конечный продукт табачного производства.

Лексема «крематорий» вызывает у адресата ассоциативный ряд, связанный со смертью. Например, труп, кремация, похороны, горе, страх, бездна, потеря и др. Такие ассоциации погружают адресата в мрачные мысли, вызывают негативные эмоции, чувство страха, тревоги.

При частном столкновении с употреблением «карманного крематория» в речи собеседника или адресанта перечисленные эмоции и

чувства неизменно начинают ассоциироваться со значением анализируемого окказионального образования – с пачкой сигарет и других табачных изделий.

Рассмотрим данное окказиональное образование в пропагандистском дискурсе.

«Методы, приемы и способы информационного террора, воздействия различны. К ним, в частности, относятся ... и «прицельная работа на каждый слой общества. Например, карманный табачный крематорий с изображением Ленина, Сталина» [40].

Присутствие в одном высказывании лексемы, содержащей отрицательную коннотацию, и положительных для определённых групп людей образов политических, государственных деятелей вызывает у адресата возмущение, ощущение дисгармонии. Адресат может гневаться, негодовать, что производители табачных изделий могут разместить авторитетных лиц на «крематории».

В ином случае, без использования выражения «карманный крематорий» высказывание не будет содержать столь мощной фасцинации, оно будет звучать более спокойно: упаковка сигарет с изображением Ленина, Сталина.

В таком случае вероятность возникновения чувства возмущения у адресата значительно снижается, и может даже произойти обратный эффект – привлечение внимания. Человеку, которому интересны вопросы политики, государственные деятели, В. И. Ленин и И.В. Сталин, в частности, будет приятно видеть своих кумиров как бы сопричастных к его привычке и одобряющих его действия.

3.8. Фасцинативные эффекты окказионализма «воздержанник» в контексте пропагандистского дискурса

Значение лексемы «воздержанник» не было найдено в академических словарях русского языка, из чего следует, что «воздержанник» является окказионализмом. Зато в словарях С.И. Ожегова и Д.Н. Ушакова были найдены значения лексемы «воздержаться», близкое к определению «воздержанника», данное в языке утверждения и сохранения Трезвости.

Толковый словарь С.И. Ожегова:

«ВОЗДЕРЖАТЬСЯ, -держусь, -держишься; совер., от чего.

1. Удержать себя, отказаться от какого-н. действия. В. от курения.
2. Не подать свой голос ни за ни против. Воздержаться от голосования» [58, с. 245].

Толковый словарь Д.Н. Ушакова:

«ВОЗДЕРЖАТЬСЯ, воздержусь, воздержишься, совер. (к воздержаться).

1. от чего. Удержать себя от какого-нибудь действия, подавить в себе влечение к чему-нибудь, отказаться от чего-нибудь. Воздержаться от выступления. Воздержаться от спиртных напитков. Воздержаться от излишних подробностей.

|| Уклониться, не принять участия (при голосовании). Воздержаться от голосования.

|| без доп. То же, что воздержаться от голосования (разг. офиц.). Кто против? кто воздержался? Пятеро голосовало за, десять против, двое воздержались.

2. без доп. Уклониться от какого-нибудь предложения, не принять предложения (разг.). Мне предложили место заведующего, но я воздержался» [59, с. 218].

Интересно также посмотреть синонимичный ряд к лексеме «воздержаться» из «Словаря русских синонимов и сходных по смыслу

выражений» Н. Абрамова: «остеречься, удержаться, скрепиться, сдержаться, овладеть собой, отказаться, взять себя в руки, сдержать себя, выдержать, избежать, утерпеть, уклониться, вытерпеть, перемочься, стерпеть» [48, с. 125].

В дискурсе движения трезвости лексема «воздержанник» имеет следующее определение: «человек, запрограммированный на самоотравление, но на какой-то период времени, иногда и до конца жизни, избегающий отравления ядами», т.е. человек, который испытывает влечение к алкоголю и/или табаку, но сдерживает своё желание по какой-либо причине.

В этом смысле к определению из языка утверждения и сохранения Трезвости близко толкование, данное в словаре Д.Н. Ушакова в первом значении («удержать себя, отказаться от какого-н. действия»). Синонимами являются лексемы «овладеть собой», «отказаться», «сдержать себя», «избежать», «стерпеть».

В контексте движения трезвости понятие «воздержанник» имеет антонимичные отношения с понятием «сознательный трезвенник», также существующим в языке утверждения и сохранения Трезвости. Оно обозначает человека, который знает о приёмах и методах «программирования» людей на употребление интоксикантов, осознанно принимает решение жить трезво и никогда не употреблять отравляющие вещества.

Рассмотрим окказионализм «воздержанник» в пропагандистском дискурсе: «Испытывая неприятные ощущения от самоотравления или страх и беспокойство за свое здоровье, своих будущих детей, <...> человек усилием воли решает (дает себе зарок, обет) больше не отравляться, несмотря на внутреннее желание. Так человек становится «воздержанником». В этом состоянии у него есть влечение к самоотравлению (внутренний позыв), которое он подавляет силой воли» [41].

В данном тексте показан процесс, как человек становится воздержанником и как это проявляется на психологическом уровне. Автор описывает чувства («неприятные ощущения», «страх», «беспокойство») человека, который решил отказаться от употребления алкоголя, табака, тем самым автор сокращает дистанцию между собой и адресатом, создавая ситуацию доверительного общения.

Акцентирование на беспокойстве о здоровье субъекта, будущем его детей также сближает адресата и адресанта. Автор сопереживает, даёт понять, что ему ясны, близки переживания, озабоченность человека, стоящего перед выбором.

С помощью выявленных фасцинативных приёмов преодолевается барьер недоверия.

Дальше следует ряд однородных членов: «...человек усилием воли решает (даёт себе зарок, обет) – это создаёт ритмизацию, представляет вариативность действия субъекта.

Далее текст имеет предупредительный характер, автор выносит вывод в отдельное предложение: «Так человек становится «воздержанником». На фоне вышесказанного данное предложение максимально сдержанное, акцентирующее внимание на лексеме «воздержанник», которое вызывает ассоциации с неким напряжением, психологическим усилием, эмоционально тяжёлым состоянием.

Здесь и далее автор не даёт оценки субъекту, а только описывает его психологическое состояние: «есть влечение к самоотравлению», но человек сдерживает себя, преодолевает «позыв», с помощью внутренних, монологичных рассуждений и волевых усилий.

Таким образом, мы видим, что лексема «воздержанник» приобретает отрицательную коннотацию и служит ещё одним воздействующим фактором на восприятие информации адресатом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пропагандистский дискурс – это динамический процесс социальных отношений, протекающий в форме коммуникативного воздействия социальных субъектов, где социальные субъекты могут быть представлены как отдельными индивидуумами, так и группами индивидуумов.

Изучение пропагандистского дискурса сейчас находится на начальном этапе. Современные исследователи, Русинова М. П., Бурмистрова Л.П., Коростелева Л.В., выделили ключевые черты данного дискурса: целенаправленность, поэтапность, системность, недопущение альтернативной точки зрения, наличие вербальной и материальной составляющей для воздействия на основные сферы сознания, использование только той информации, которая приводит к достижению конкретной цели, а также наличие стратегий для продвижения своих идей (стратегия умолчания и намёка, стратегия обещаний, предсказаний, стратегия упрощения, схематизации, стратегия аффективного воздействия, стратегия повторения формулировок и слоганов).

Учитывая высокую степень диффузии, которой обладает пропагандистский дискурс, а также множество приёмов фасцинации и речевого воздействия, применяемых в данном дискурсе, можно сказать, что его изучение является актуальным и перспективным направлением в лингвистике.

Наше исследование было сосредоточено на одном из явлений пропагандистского дискурса – движении трезвости, которое ведёт активную деятельность, начиная с середины XIX века.

Движение трезвости создало свой терминологический аппарат, язык утверждения и сохранения Трезвости (язык УСТ), характеризующийся образностью, высокой долей речевого и фасцинирующего воздействия. На сегодняшний день в язык УСТ входит 60 терминов, 15 из которых находится в активном словарном запасе трезвенников.

В языке утверждения и сохранения Трезвости для точного и запоминающегося отображения своей идеологии использованы хлёсткие, провокативные образы («ломехуза», «табачный отравляющий снаряд», «карманный крематорий»), способные вызывать целый спектр эмоций. Использование терминов из языка УСТ в повседневной речи мотивирует, побуждает к дальнейшему оживлённому общению, разъясняющему постулаты данной идеологии и основы теории трезвости.

В ходе исследования лексико-семантическому, контекстуальному анализу были подвергнуты такие термины, как «Трезвость», «волны Трезвости», «алкоголь», «ломехуза», «табачный отравляющий снаряд», «отравляющий вонючий вдох», «карманный крематорий».

Среди них обнаружены термины, склонные к образованию идиом («табачный отравляющий снаряд», «карманный крематорий»).

Ключевое понятие, «Трезвость», в пропагандистском дискурсе понимается широко. Это не только физическое состояние, но и гармоничное психологическое состояние, характеризующееся внутренней свободой от желания употреблять алкоголь, табак и другие интоксиканты.

Лексема «трезвость» окружена позитивным ареолом, включающим в себя концепты счастья, радости, здоровья, семейного благополучия и др.

В связи с этим термин «Трезвость» в пропагандистском дискурсе принято писать с большой буквы, тем самым подчёркивая важность и ценность этого состояния.

Нами был проведен анкетный сбор информации, выясняющий, помимо прочего, что респондент понимает под словом «трезвость» и какой ассоциативный ряд оно вызывает.

Результаты анкетирования показали, что люди, знающие определение трезвости из языка утверждения и сохранения Трезвости, воспринимают это состояние позитивно и определяют трезвость больше как состояние радости, счастья, ясности ума и естественного состояния человека и больше

– общества («рассудительность», «ясный ум»)» светлое гармоничное состояние человека и общества», «осознанность»). Тогда как большинство обычных граждан связывают трезвость только с хорошим здоровьем и склонны определять трезвость, как отказ от чего-то, отсутствие какого-то действия или объекта.

Многие термины в пропагандистском дискурсе имеют метафорический характер или являются метафорой (волны трезвости, ломехуза, табачный снаряд, карманный крематорий).

Было также обнаружено, что окказиональные образования в сообщениях усиливают своё фасциативное воздействие, а некоторые термины языка утверждения и сохранения Трезвости приобретают отрицательный коннотат, что проявляется ярче в контексте пропагандистского дискурса (воздержанник, алкоголь, ломехуза).

Термины, связанные с употреблением алкоголя или табака, в пропагандистском дискурсе включаются в концепт смерти, несчастья. В контексте движения трезвости они ассоциируются с болезнями, обманом, потерей финансов, ментальных ресурсов и др. Лексема «алкоголь» в пропагандистском дискурсе исполняет роль собирательного номинатива, объединяющего в себе все названия алкогольных разведений.

Лексема «Ломехуза» в пропагандистском дискурсе, помимо метафоричности, имеет номинативно-коннотативную функцию, обозначая людей, действующих в своих корыстных интересах и насаждающих потребление в данном случае алкоголя и имеющих с этого выгоду. Оставаясь неизменной на морфемном и морфологическом уровне (т.к. здесь полностью совпадают грамматические формы), данная лексема подвергается трансформации смысла, применяется в совершенно новом лексическом значении и обретает дополнительный стилистический оттенок – отрицательный коннотат.

Позиция автора в данном дискурсе двойственна. С одной стороны, автор защищает, покровительствует, оправдывает («люди не виноваты»), а

с другой стороны, напоминает о последствиях, о том, что ответственность лежит на самом человеке («люди ответственны за своё поведение»).

Акцентирование на беспокойстве о здоровье субъекта, о его будущем сближает адресата и адресанта. Автор сопереживает, даёт понять, что ему ясны, близки переживания, озабоченность человека, стоящего перед выбором.

Такими приёмами автор сначала сокращает дистанцию между читателем, делает их отношения тёплыми, доверительными, а затем ставит читателя в положение ответственного лица, стоящего один на один с последствиями его действий.

Пропагандистский дискурс богат на фасцинативные приёмы. При контекстуальном анализе терминов из языка утверждения и сохранения Трезвости были выявлены следующие приёмы эмоционального воздействия: повтор, ритмизация, провокация, шокирование, устрашение, прецедентность высказывания, использование окказионализмов и окказиональных образований, использование сниженной лексики («вонючий»), эффект обманутых ожиданий, приём наращивания фасцинативного воздействия, смена позиций автора, акцент на топонима и на категориях (жители страны/города, женщины и дети).

А также использованы тропы: метафора, олицетворение, гротеск, оксюморон, абсурд, гипербола.

При помощи указанных фасцинативных приёмов у адресата вызывается целый спектр чувств и эмоций: любопытство, чувство несправедливости, ощущение обманутости, тревога, испуг, страх за свою жизнь, шок, отвращение, неприятие.

Среди способов речевого воздействия превалирует убеждение, на втором месте – доказывание, суггестия; реже используемые способы – предупреждение, угроза.

Изучив фасцинативное воздействие пропагандистского дискурса, мы выявили, что всё многообразие приёмов и способов речевого воздействия

нацелено на то, чтобы сформировать у адресата положительное отношение к своей идеологии, к трезвому образу жизни, в частности, и отрицательное, пренебрежительное отношение к противоположным явлениям, в данном случае – к «самоотравлению» интоксикантами (алкоголем, табаком и др.).

Изучение терминологического аппарата общества трезвенников, языка утверждения и сохранения Трезвости, является перспективным направлением в лингвистике и требует дальнейших исследований.