

УДК 811.111'367.335'42

DOI: 10.26565/2227-8877-2021-94-03

Риторичні функції сугестії як засобу мовленнєвого впливу

Мартинюк А. П.

доктор філол. наук, професор, професор кафедри перекладознавства імені Миколи Лукаша
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;
e-mail: allamartynyuk@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2804-3152>;
GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=sWGUJgcAAAAJ>;
RESEARCH GATE: https://www.researchgate.net/profile/Alla_Martynyuk

Понікарьова А. Ю.

кандидат філол. наук, доцент кафедри ділової іноземної мови та перекладу
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна; e-mail: alinaponikaryova@gmail.com;
ORCID: <http://orcid.org/0000-000184507092>; GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com/citation?userOXKcsqkAAAAJ&hl=ru>

(Харків)

У статті встановлено риторичні функції засобів сугестивного мовленнєвого впливу на основі розмежування їх із засобами раціонального, емотивного і вольового мовленнєвого впливу. Теоретичну основу роботи складає інтерсуб'єктивне розуміння комунікації, де вербальні засоби розглядаються як невід'ємні від невербальних, а інтерпретація мовлення здійснюється на перцептивному, когнітивному й емотивному рівнях взаємодії комунікаторів, з урахуванням фактору волевиявлення. Основним методом дослідження є інференційний аналіз, який дозволяє прогнозувати пресупозиції та інтенції мовців, а також інференції адресатів з урахуванням усіх зазначених вище параметрів. Матеріалом емпіричного аналізу є TED промова дослідника невербальної поведінки Емі Кадді, яка наразі займає одне із найвищих місць у списку TED Промов, що набирають найбільшу кількість переглядів. Спираючись на дані когнітивної психології щодо існування напівавтоматичних когнітивних схем регуляції соціальної поведінки людини (імпульсивної та рефлексивної), які вмикають або вимикають контроль свідомості шляхом фокусування або відключення уваги, автори висловлюють гіпотезу, що вербальні засоби сугестії мають бути здатними активувати імпульсивну систему і вимикати рефлексивну. Для виконання цієї функції засоби сугестивного впливу мають діяти на рівні структури / форми, а не змісту. Стверджується, що засобами сугестії є способи аранжування синтаксичної структури, а не її змістове наповнення, яке може служити і раціональному, емотивному чи вольовому впливу. Засоби раціонального, емотивного і вольового впливу активують ті чи інші концептуальні структури, а засоби сугестії створюють умови для прищеплення цих структур свідомості людини через вплив на підсвідомість. Повтор синтаксичних структур створює ритмічний малюнок, що вимикає фокус уваги і слугує автоматизації сприйняття реципієнтів. Зміна ритмічного малюнку повтору має протилежну функцію – деавтоматизації сприйняття і введення інформації у фокус уваги реципієнтів.

Ключові слова: мовленнєвий вплив, повтор, сугестія, фокус уваги.

Martynyuk A., Ponikaryova A. Rhetorical functions of suggestion as a means of verbal influence. The article reveals rhetorical functions of the means of suggestive verbal influence and differentiates the means of suggestive and rational, emotional, and volitional verbal influence. Theoretically, the article rests on the intersubjective understanding of communication where verbal means are treated as inseparable from non-verbal and speech is interpreted on perceptual, cognitive, emotional, and volitional levels of the speakers' interaction. Methodologically, the article applies inferential analysis, which allows predicting the speakers' presuppositions and intentions as well as the addressees' inferences. Empirical data is constituted by the TED Talk of a nonverbal behaviour researcher Amy Cuddy, which is on the top of the list of the most popular TED Talks. Relying on the cognitive psychology data on semiautomatic cognitive schemes (impulsive and reflexive) that regulate social behaviour by switching on and off the focus of attention, the authors propose a hypothesis that in order to exert suggestive influence verbal means must be able to activate the impulsive scheme and switch off the reflexive one. To be able to do it verbal means of suggestion must operate on the level on form but not on the level of meaning. The articles states that suggestion is realised through syntactic arrangement of

speech, but not through its content, which can serve rational argumentation, as well as emotional and volitional influence. Verbal means of rational, emotional and volitional influence activate certain conceptual structures while means of suggestive influence engraft these concepts into the recipients' consciousness through influencing their sub-consciousness. Repetition of syntactic structures creates rhythmical patterns that switch off the recipients' focus of attention and automatize their comprehension. A change of rhythmical patterns has the opposite function of switching on the recipients' focus of attention and de-automatizing their comprehension.

Keywords: focus of attention, repetition, suggestion, verbal influence.

1. ВСТУП

Проблема мовленнєвого впливу на психіку людини здавна цікавить мовознавців і наразі не втрачає актуальності через її філософську значущість і практичне застосування емпіричних даних, отриманих у процесі її дослідження, в риторичних практиках дискурсів спонукального типу – політичному, рекламному, релігійному тощо.

У найбільш загальному смислі психіку людини (psyche) визначають як розум (mind) в сукупності свідомого і несвідомого [20, с. 601]. У сучасній когнітивній науці припускають, що розум конституюється такими психічними феноменами як сприйняття (відчуття і перцепції), раціональне мислення (думка), уява, пам'ять, воля, інтенція і емоції [23].

Основоположник глибокої психології К. Г. Юнг виділяв три рівні психіки: свідомість (сприйняття, мислення, емоції, воля, інтуїція, потяги, сні), особисте несвідоме (інформація із зовнішнього світу малої інтенсивності, яка не досягає рівня свідомості) та колективне несвідоме (загальнолюдська, національна та расова спадщина) [19, с. 161–175].

Праотець психолінгвістики О. О. Потєбня фокусував увагу на трьох взаємопов'язаних сферах духовного життя: раціональній думці, почуттях і волі: «почуття не лише супроводжуються думкою, а й перебувають в залежності від неї. <...> Розвиток розуму породжує нові почуття і прагнення і подавляє старі. <...>. Воля через думку то зовсім руйнує почуття, то пригнічує його лише на мить, надаючи йому можливість наступного разу проявитися з більшою силою» [16, с. 54].

На цих самих сферах психіки зосереджувався і засновник соціально-культурної парадигми гуманітарного знання Л. С. Виготський: «Хто відірвав мислення з самого початку від афекту, той назавжди закрит собі дорогу до роз'яснення причин самого мислення <...> Так само, хто відірвав мислення від афекту, той наперед зробив неможливим дослідження зворотного впливу мислення на афективну, вольову сторону психічного життя» [4, с. 14].

Припускаючи що **раціональне мислення, емоції, воля та підсвідомість** є найбільш важливими для розуміння мовлення взагалі і мовленнєвого впливу, зокрема, в попередніх роботах ми запропонували розмежувати засоби мовленнєвого впливу за сферою психіки, на яку орієнтований вплив: раціональне мислення (доведення, роз'яснення, оповідь, опис), декларування/емотивне зараження

(емоції), спонукання (воля), навіювання (підсвідомість) [11–15; 25]. Ці припущення набули емпіричного підтвердження в численних наукових розвідках [5; 8–10].

Найбільш проблематичним виявилось обґрунтування засобів втілення сугестивного впливу. У більшості лінгвістичних студій (див., зокрема, [6; 7; 17; 18]) вербальні засоби сугестивного впливу – сугестеми (термін І. Ю. Черепанової) не розмежовують із засобами впливу на емоційну та вольову сферу свідомості, відносячи до них емоційно забарвлені лексичні одиниці, стилістичні прийоми (метафору, порівняння, гіперболу, риторичні запитання тощо) та імперативні конструкції. Іншою невирішеною проблемою є встановлення функцій мовленнєвих засобів сугестивного впливу. У цитованих джерелах ці функції не розмежовуються, лише стверджується, що сугестія служить навіюванню певної інформації через відключення критичного мислення й автоматизацію сприйняття.

Мета статі полягає у виявленні функцій засобів сугестивного мовленнєвого впливу на основі розмежування їх із засобами раціонального, емотивного і вольового мовленнєвого впливу.

Матеріалом для емпіричного аналізу слугує TED промова дослідника невербальної поведінки Емі Кадді, яка наразі займає одне із найвищих місць у списку TED Промов, що набирають найбільшу кількість переглядів [22]. Цей вибір зумовлено припущенням, що мовці такого рівня володіють усіма засобами мовленнєвого впливу.

Завдання статті, відповідно, включають: 1) уточнення поняття вербальної сугестії; 2) встановлення засобів реалізації сугестії; 3) з'ясування риторичних функцій сугестії.

Об'єктом дослідження є мовленнєві засоби сугестивного впливу, а предметом – їхні риторичні функції.

Теоретичну основу роботи складає інтерсуб'єктивне розуміння комунікації, де вербальні засоби розглядаються як невід'ємні від невербальних, а інтерпретація мовлення здійснюється на перцептивному, когнітивному й емотивному рівнях взаємодії комунікаторів, з урахуванням фактору волевиявлення [14; 24].

Основним методом дослідження є інференційний аналіз, який дозволяє прогнозувати пресупозиції та інтенції мовців, а також інференції адресатів з урахуванням усіх зазначених вище параметрів.

2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ПІДГРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СУГЕСТІЇ

Сугестію розуміємо за М. В. Бехтеревим, який визначав цей феномен як «безпосереднє прищеплення психічній сфері певного індивіда ідеї, почуття, емоції та інших психофізичних станів, в обхід його «я», тобто в обхід його особистості, здатної до усвідомлення та критики» [2, с. 24].

Когнітивні психологи пояснюють феномен сугестії через дію напівавтоматичних когнітивних схем, які вмикають або вимикають контроль свідомості шляхом фокусування або відключення уваги. Зокрема, згідно теорії Ф. Страка і Р. Дойча [26], соціальна поведінка людини регулюється двома типами конкуруючих систем: імпульсивною і рефлексивною. Імпульсивна система: 1) переробляє інформацію постійно, як сама по собі, так і укупі з рефлексивною системою, у той час як рефлексивна система може вимикатися; 2) не потребує великих когнітивних затрат, на відміну від рефлексивної; 3) конституюється елементами, пов'язаними асоціативно, у той час як елементи рефлексивної системи пов'язані семантично; 4) включає поведінкові схеми, на відміну від рефлексивної, яка не включає поведінкових схем; 5) продукує поведінку автоматично (інформація на вході активує поведінкові схеми) на відміну від рефлексивної, яка продукує поведінку через прийняття рішення.

Відтак, робимо висновок, що вербальні засоби сугестії мають бути здатними активувати імпульсивну систему і вимикати рефлексивну. Таку функцію здатні виконати лише ті вербальні засоби, які самі по собі не активують концептуального змісту. Наведені дані когнітивних психологів підтверджують вірність нашого попереднього припущення, що сугестивний вплив здійснюється *на рівні структури / форми, а не змісту*: засобами сугестії є саме *способи аранжування синтаксичної структури, а не її змістове наповнення*, яке може служити і раціональному впливу, і емотивному зараженню, і спонуканню [11–15; 25]. Засоби раціонального, емотивного і вольового впливу активують ті чи інші концептуальні структури, а засоби сугестії створюють умови для прищеплення цих структур свідомості людини через вплив на підсвідомість. Подібну думку імплікує, зокрема, С. В. Болтаєва, яка, пов'язуючи сугестивний вплив із ритмікою мовлення, зазначає: «Ритм сугестивного тексту має статус категорії, що організує його форму у відповідності до змісту навіюваної ідеї» [3, с. 9].

Синтаксичне аранжування досягається різними способами **повтору** тобто рекурентного вживання звуків, слів, морфем, синонімів або синтаксичних конструкцій, розташованих близько один від одного [1, с. 295].

Переважає більшість дослідників пов'язують основну функцією повтору із автоматизацією уваги адресата й введенням його в стан трансу [6; 7; 17;

18]. Стверджується, що монотонність ритмічного малюнку автоматизує увагу реципієнта, оскільки приводить до очікування або впізнання певних структурних елементів. Уважаємо це припущення вірним: коли реципієнт вперше отримує ту чи іншу вербально виражену інформацію, він/вона фокусує на ній увагу і ця інформація сприймається свідомо: вербальні засоби активують ті чи інші концептуальні структури. Отримана інформація перебуває у фокусі уваги доли секунди, а далі нова інформація перетворюється на стару і мозок налаштовується на сприйняття нової інформації. Коли нової інформації не поступає, а стара інформація повторюється, мозок перебуває у так би мовити у простої, йому не цікаво, і фокус уваги вимикається. Якщо повтор старої інформації продовжується, вона сприймається при відключенні уваги, іншими словами, на рівні підсвідомості, адже увага і є фокусом свідомості [21, с. 26–30].

Залежність між сугестією і повтором не така прямолінійна, як може здатися на перший погляд. Автоматизація сприйняття є не єдиною функцією повтору. Як свідчать дані аналізу сугестивних текстів, повтор, вірніше зміна ритмічного малюнку повтору може слугувати і протилежній функції – деавтоматизації сприйняття і введення інформації у фокус уваги [9].

3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Уважаємо, що функції повтору перебувають в залежності від тема-рематичної організації мовлення. Тематичний повтор, як правило, є анафоричним (повторюються початкові елементи суміжних синтаксичних конструкцій), а рематичний – епіфоричним (повторюються прикінцеві елементи). Звісно, це твердження є відносним, оскільки з плином мовлення рема, яка, як правило, розташовується в кінці кожного синтагматичного ланцюжка, переходить в тему. Окрім того, відстань між темою і ремою може бути мінімальною, як в контактному синтаксичному повторі однорідних членів речення, які, як правило, зорганізуються паралельними (однотипними) синтаксичними структурами. Кожний перший однорідний член речення спочатку є ремою, а потім переходить в тему, а його місце у фокусі уваги посідає наступний однорідний член, який стає ремою. Коли дублюється не лише синтаксична структура, а й її лексичне наповнення, це створює ефект передбачуваного очікування і автоматизує увагу: нової інформації не поступає, а стара інформація є зрозумілою й не потребує специфікації. Наприклад:

So a handshake, or the lack of a handshake, can have us talking for weeks and weeks and weeks [22].

У цьому реченні-висловленні мовець доводить важливість володіння мовою тіла в соціальній взаємодії, залучаючи в якості аргументу ситуацію з рукопотисканням, яка сталася під час візиту президента США Барака Обама до резиденції Прем'єр-

міністра Великобританії Гордона Брауна. Президент США потиснув руку вартовому, який стояв на посту біля дверей резиденції. Спонтелічений вартовий простягнув руку і Прем'єр міністру, але той, звісно, руку не потиснув, оскільки такий жест виходить за рамки протоколу. Лексико-синтаксичний контактний повтор (тут і далі повторювана інформація виділяється підкресленням, а неповторювана інформація – жирним шрифтом) однорідного члена речення *weaks* створює ефект передбачуваності (аудиторії зрозуміло, що подія сколихнула ЗМІ і надала привід для обговорення протягом тривалого часу). У цьому сенсі можна сказати, що увага реципієнтів вимикається, їм не потрібно фокусуватися на новій інформації, вони її не очікують.

Коли ж повторюється і синтаксична структура, і лексичне наповнення тематичної частини висловлення, а повторювана синтаксична структура реми наповнюється новою лексикою, увага реципієнта фокусується на концептуальних структурах, і відповідно, образах та ідеях, активованих цією новою лексикою. Наприклад:

So, we're really fascinated with body language, and we're particularly interested in other people's body language. You know, we're interested in, like, you know – (Laughter) – an awkward interaction, or a smile, or a contemptuous glance, or maybe a very awkward wink, or maybe even something like a handshake [22].

У наведеному прикладі сугестія слугує комунікативній успішності декларування і роз'яснення (одне перетікає в друге). У першому реченні-висловленні мовець стверджує щось стосовно інших, спираючись не на аргументи, а на власні переживання, переконання і уявлення. Точніше, мовець приписує реципієнтам певні емоційні (*fascinated*) та інтелектуальні (*interested*) стани шляхом перенесення на них власного суб'єктивного досвіду переживання цих станів за допомогою триразового повтору займенника *we*, який поміщає мовця і реципієнтів в одну і ту саму групу (категорію). Спочатку мовець вводить тему промови – мова тіла (*body language* є ремою першої предикації), а потім конкретизує, що йтиметься про мову тіла інших (по мірі розгортання синтагматичного ланцюжка мовлення перша рема стає темою і фокус уваги реципієнтів переміщається на рему другої предикації – *other people's body language*). У другому реченні мовець вдається до роз'яснення феномену мови тіла, надаючи конкретні приклади. У пліні мовлення кожна нова рема, виражена однорідним членом речення, перетворюється в тему, а її місце у фокусі уваги реципієнтів займає нова рема. Повтор синтаксичної структури тематичної частини двох предикацій першого речення, а також синтаксичної структури однорідних членів другого речення забезпечує легкість сприйняття тверджень мовця, дякуючи ефекту передбачуваного очікування, а переривання повтору фокусують увагу на рема-тичній інформації.

Ці дві функції успішно виконує і редуплікація – лексичний повтор кінцевого й ініціального елементів паралельних синтаксичних структур. Наприклад:

So obviously when we think about nonverbal behavior, or body language – but we call it nonverbals as social scientists – it's language, so we think about communication. When we think about communication, we think about interactions. So what is your body language communicating to me? What's mine communicating to you [22]?

Мовець вдається до редуплікації задля полегшення роз'яснення. За допомогою повтору дискурсивного маркера *so* мовець розмежує інформаційні сегменти. Повтор синтаксичної структури речень-висловлень *When we think about ..., we think about; what is ... communicating to ...? What's communicating to ...?* полегшує сприйняття, створюючи сталі ритмічні малюнки. Специфіка розповідних повторюваних синтаксичних конструкцій полягає в тому, що вони є складнопідрядними часу, в яких зв'язок між підрядною і головною предикаціями є настільки тісним, що мовець має тримати у сфері уваги інформацію підрядної предикації для розуміння інформації головної предикації [27]. Саме це дозволяє мовцю перервати таке речення, а з цим і порушити ритмічний малюнок, щоб сфокусувати увагу реципієнтів на додаткових поясненнях стосовно того, що невербаліка є мовою/мовленням.

Лексичне наповнення реми вводить ключові поняття (*nonverbal behavior – communication – interactions*). Редуплікація лексичного наповнення реми (*communication – communication*) фокусує увагу на понятті комунікації, яке об'єднує усі інші ключові поняття. Різне лексичне наповнення реми в питаннях фокусує увагу на діалогічності (взаємодії між Я та ІНШИМ), що лежить в основі мови, комунікації й інтеракції (*your – mine; me – you*).

Наступний приклад демонструє як емотивне зараження накладається на раціональне роз'яснення, яке полегшується сугестивним повтором:

I notice that MBA students really exhibit the full range of power nonverbals. So you have people who are like caricatures of alphas, really coming into the room, they get right into the middle of the room before class even starts, like they really want to occupy space. When they sit down, they're sort of spread out. They raise their hands like this. You have other people who are virtually collapsing when they come in. As soon they come in, you see it. You see it on their faces and their bodies, and they sit in their chair and they make themselves tiny, and they go like this when they raise their hand.

Протиставляючи два типи людей, які вміють використовувати мову тіла, щоб продемонструвати впевненість у собі і надати собі більшої соціальної ваги, і навпаки, тих, хто не володіє мовою тіла і демонструє невпевненість у собі, мовець використовує паралельні синтаксичні конструкції, поміща-

ючи рему в кінці кожного синтагматичного ланцюжка. Деякі із рем представлені емотивно маркованими одиницями: порівнянням впевнених в собі індивідів з карикатурами альфа самців (*like caricatures of alphas*), метафорично-гіперболічним уподібненням їх РЕЧОВИНІ, яка здатна ПОШИРЮВАТИСЯ, ЗАЙМАЮЧИ ВСЕ БІЛЬШЕ МІСЦЯ (*spread out*) на контрасті з невпевненими, які метафорично уподібнюються ХИТКІЙ КОНСТРУКЦІЇ, яка ОБВАЛЮЄТЬСЯ і за допомогою метафоричного мейозису подаються як КРИХІТНІ ОБ'ЄКТИ. Ці емотивні вкраплення слугують емотивному зараженню реципієнтів, збуджуючи різноманітні почуття: від почуття гумору (дякуючи перебільшенню і применшенню, неконгруентному нормі) до схвалення чи співчуття.

Нарешті, повтор взаємодіє і зі спонукуванням, спричиняючи вплив на вольову сферу реципієнтів і спонукаючи їх до певної дії. Наприклад:

You are not quitting, because I took a gamble on you, and you're staying. You're going to stay, and this is what you're going to do. You are going to fake it. You're going to do every talk that you ever get asked to do. You're just going to do it and do it and do it, even if you're terrified and just paralyzed and having an out-of-body experience, until you have this moment where you say, 'Oh my gosh, I'm doing it.

Цей фрагмент промови є свого роду мантрою, якої навчила мовця її академічний консультант, намагаючись вселити їй віру в себе і не залишати

коледжу після аварії, в результаті якої вона отримала значні пошкодження, які позначилися на рівні її інтелекту. Кожне із повторюваних речень-висловлень є спонукальним: анафоричний повтор конструкції *you are going to* задає ритмічний малюнок, який навіює і мовцю, і реципієнтам ідею безумовної віри в реалізацію усіх цілей, виражених ремою. Переривання ритмічного малюнку повтору співпадає з твердженням про обов'язкове досягнення мовцем поставленої цілі.

4. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Результати проведеного дослідження дозволяють стверджувати, що сугестивний вербальний вплив здійснюється на рівні структури, а не змісту мовлення. Засобами сугестії є способи аранжування синтаксичної структури, а не її змістове наповнення, яке може служити і раціональному впливу (зокрема, роз'ясненню), і емотивному (декларуванню та емотивному зараженню), і вольовому (спонуканню).

Повтор синтаксичних структур створює ритмічний малюнок, що слугує автоматизації сприйняття реципієнтів. Зміна ритмічного малюнку повтору має протилежну функцію – деавтоматизації сприйняття і введення інформації у фокус уваги реципієнтів.

Перспективи дослідження пов'язуємо із застосуванням розробленої процедури аналізу на більшому обсязі матеріалу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд, И. В. (2010). *Стилистика. Современный английский язык*. Москва: Флинта; Наука.
2. Бехтерев, В. М. (2001). *Внушение и его роль в общественной жизни*. Санкт Петербург: Питер.
3. Болтаева, С. В. (2003). *Ритмическая организация суггестивного текста*. (Автореф. канд. филол. наук). Уральский государственный университет имени А. М. Горького, Екатеринбург.
4. Выготский, Л. С. (1934). *Мышление и речь*. Москва; Ленинград: Государственное социально-экономическое издательство.
5. Гулієва, Д. О. (2018). *Реалізація комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації*. (Автореф. канд. филол. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків.
6. Денисюк, Е. В. (2003) *Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект*. (Автореф. канд. филол. наук). Уральский государственный университет имени А. М. Горького, Екатеринбург.
7. Ільницька, Л. Л. (2006). *Англомовний сугестивний дискурс*. (Автореф. канд. филол. наук). Київський національний ун-т імені Тараса Шевченка, Київ.
8. Ільченко, М. Л. (2014). *Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах*. (Автореф. канд. филол. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків.
9. Кайсіна, Д. М. (2018). *Англомовний дискурс ідеації: стратегії комунікативного впливу (на матеріалі інтернет-платформи TED)*. (Автореф. канд. филол. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків.
10. Максименко, О. В. (2019). *Актуалізація жестово-вербальних висловлень в американському розважальному телеінтерв'ю*. (Автореф. канд. филол. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків; Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці.
11. Мартинюк, А. П. (2015). Аргументація та сугестія як інструментальні стратегії дискурсу. *Мовні і концептуальні картини світу*, 55, 238–246.
12. Мартинюк, А. П. (2009). Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*, 3, 159–167.
13. Мартинюк, А. П. (2015). Когнітивно-комунікативний інструментарій аналізу речевого впливу. *Science and Education a New Dimension. Philology*, III(15), 68, 67–70.
14. Мартинюк, А. П. (2020). Проблема смислотворення в комунікації. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, 91, 27–42. <https://doi.org/10.26565/2227-8877-2020-91-04>

15. Мартынюк, А. П., & Пони́карева, А. Ю. (2013). Когнитивно-дискурсивный инструментальный анализа сложноподчиненного синтаксиса англоязычного политического дискурса. *Cognition, communication, discourse*, 7, 68–80. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2013-07-05>
16. Потебня, А. А. (1982). *Мысль и язык*. Харьков: Типография Адольфа Дарре.
17. Черепанова, И. Ю. (2002). *Заговор народа: Как создать сильный политический текст*. Москва: КСП+.
18. Шелестюк, Е. В. (2008). *Речевое воздействие: онтология и методология исследования*. Челябинск: 000 «Энциклопедия».
19. Юнг, К. Г. (2008). *Структура и динамика психического*. Москва: «Когито-Центр».
20. Amoroso, R. L. (2018). On the origin of sexual preference. In R. L. Amoroso, L. H. Kauffman, P. Rowlands & G. Albertini (Ed.), *Unified field mechanics II: Formulations and empirical tests*. (pp. 597–622). Singapore: World Scientific.
21. Chafe, W. L. (1994). *Discourse, consciousness and time: the flow and displacement of conscious experience in speaking and writing*. Chicago: Chicago University Press.
22. Cuddy, A. (n. d.). *Your body language may shape who you are*. Retrieved from https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_may_shape_who_you_are?language=en
23. Encyclopaedia Britannica. (n.d.). Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/mind>
24. Martyniuk, A. (2017). “Now that the magic is gone” or toward cognitive analysis of verbal/co-verbal communication. *Cognition, communication, discourse*, 15, 51–72. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2017-15-04>
25. Martyniuk, A., & Ponikaryova, A. (2018). Syntactic rhythm of political speeches as a psycholinguistic tool of suggestive influence. *Psycholinguistics*, 24(2), 181–197. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2018-24-2-181-197>
26. Strack, F., & Deutsch, R. (2004). Reflective and impulsive determinants of social behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 8(3), 220–247. <https://doi.org/10.1207/s15327957pspr080310.1207/s15327957pspr0803>
27. Talmy, L. *Figure and ground in complex sentences*. (1975). Proceedings of the first annual meeting of the Berkeley Linguistics Society, 419–430. <https://doi.org/10.3765/bls.v1i0.2322>

REFERENCES

1. Amoroso, R. L. (2018). On the origin of sexual preference. In R. L. Amoroso, L. H. Kauffman, P. Rowlands, & G. Albertini (Eds.), *Unified field mechanics II: Formulations and empirical tests* (pp. 597–622). Singapore: World Scientific.
2. Arnold, I. V. (2010). *Stilistika. Sovremennyy anglijskij jazyk. [Stylistics. Modern English language]*. Moskva: Flinta; Nauka. (in Russian)
3. Behterev, V. M. (2001). *Vnushenie i ego rol' v obshchestvennoj zhizni. [Suggestion and its role in social life]*. Sankt Peterburg: Piter. (in Russian)
4. Boltaeva, S. V. (2003). *Ritmicheskaja organizacija suggestivnogo teksta (Avtorefat kandidatskoj dissertatsii) [Rhythmic organisation of suggestive text (Philology PhD thesis synopsis)]*. Ural'skij gosudarstvennyj universitet imeni A. M. Gor'kogo, Ekaterinburg. (in Russian)
5. Chafe, W. L. (1994). *Discourse, consciousness and time: the flow and displacement of conscious experience in speaking and writing*. Chicago: Chicago University Press.
6. Cherepanova, I. Ju. (2002). *Zagovor naroda: Kak sozdat' sil'nyj politicheskij tekst. [People's language: How to create a strong political text]*. Moskva: KSP+. (in Russian)
7. Cuddy, A. (n. d.) *Your body language may shape who you are*. Retrieved from https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_may_shape_who_you_are?language=en
8. Denisjuk, E. V. (2003) *Manipuljativnoe rechevoe vozdejstvie: kommunikativno-pragmaticheskij aspekt. (Avtorefat kandidatskoj dissertatsii) [Manipulative verbal influence: a communicative-pragmatic aspect (Philology PhD thesis synopsis)]*. Ural'skij gosudarstvennyj universitet imeni A. M. Gor'kogo, Ekaterinburg. (in Russian)
9. Encyclopaedia Britannica. (n. d.). Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/mind>
10. Guliyeva, D. O. (2018). *Realizaciya komunikatyvnyx strategij pozytyvnoy / negatyvnoy ocinky v anglo-amerykans'kij neoficijnij komunikaciyi (Avtorefat kandidatskoj dissertatsii) [Instantiation of communicative strategies of positive / negative evaluation in Anglo-American non-official communication (Philology PhD thesis synopsis)]*. Xarkivs'kyj nacional'nyj universytet imeni V. N. Karazina, Xarkiv. (in Ukrainian)
11. I'chenko, M. L. (2014). *Genderna specy'fika strategij komunikatyvnoho dominuvannya v amerykans'kyx peredvyborchyx teledebatax (Avtorefat kandidatskoj dissertatsii) [Gender specificity of communicative domination strategies in the American electoral televised debate (Philology PhD thesis synopsis)]*. Xarkivs'kyj nacional'nyj universytet imeni V. N. Karazina, Xarkiv. (in Ukrainian)
12. Il'nycz'ka, L. L. (2006). *Anglomovnyj sugestyvnyj dyskurs (Avtorefat kandidatskoj dissertatsii) [English suggestive discourse (Philology PhD thesis synopsis)]*. Ky'yivs'kyj nacional'nyj un-t imeni Tarasa Shevchenka, Ky'yiv. (in Ukrainian)
13. Jung, K. G. (2008). *Struktura i dinamika psichicheskogo [The structure and dynamics of the psyche]*. Moskva: «Kogito-Centr». (in Russian)
14. Kajsina, D. M. (2018). *Anglomovnyj dyskurs ideaciyi: strategiyi komunikatyvnoho vplyvu (na materialy internet-platfomy TED) (Avtorefat kandidatskoj dissertatsii) [English ideation discourse: strategies of communicative influence (based on TED Internet platform (Philology PhD thesis synopsis)]*. Xarkivs'kyj nacional'nyj universytet imeni V. N. Karazina, Xarkiv. (in Ukrainian)
15. Maksymenko, O. V. *Aktualizaciya zhestovo-verbal'nyx vy'sloven' v amerykans'komu rozvazhal'nomu teleteinterv'yu*

(Avtorefat kandidatskoj dissertatsii) [Instantiation of gesture-verbal utterances in the American entertaining television interview (Philology PhD thesis synopsis)]. Xarkivsk`y`j nacional`ny`j univerty`tet imeni V. N. Karazina, Xarkiv; Chernivecz`ky`j nacional`ny`j univerty`tet imeni Yuriya Fed`kovy`cha, Chernivci. (in Ukrainian)

16. Marty`nyuk, A. P. (2009). Dy`skursy`vny`j instrumentarij analizu anglomovnoyi reklamy`. [Discursive instruments of analysis of English advertising]. *Lingvisty`ka XXI stolittya: novi doslidzhennya i perspekty`vy`* [Linguistics of the XXI century: New research and perspectives], 3, 159–167. (in Ukrainian)

17. Marty`nyuk, A. P. (2015). Argumentaciya ta sugestiya yak instrumental`ni strategiyi dy`skursu [Argumentation and suggestion as instrumental discursive strategies]. *Movni i konceptual`ni karty`ny` svitu* [Linguistic and conceptual pictures of the world], 55, 238–246. (in Ukrainian)

18. Martynjuk, A. P. (2015). Kognitivno-kommunikativnyj instrumentarij analiza rechevogo vozdejstvija. [Cognitive-communicative tools of analysis of verbal influence]. *Science and Education a New Dimension. Philology, III(15)*, 68, 67–70. (in Russian)

19. Martynjuk, A. P., & Ponikareva, A. Ju. (2013). Kognitivno-diskursivnyj instrumentarij analiza slozhnopodchinennogo sintaksisa anglojazynchnogo politicheskogo diskursa. [Cognitive-discursive tools of analysis of complex syntax of the English political discourse]. *Cognition, communication, discourse*, 7, 68–80. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2013-07-05> (in Russian)

20. Martynyuk A., & Ponikaryova, A. (2018). Syntactic rhythm of political speeches as a psycholinguistic tool of suggestive influence. *Psycholinguistics*, 24(2), 181–197. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2018-24-2-181-197>

21. Martynyuk, A. (2017). “Now that the magic is gone” or toward cognitive analysis of verbal/co-verbal communication. *Cognition, communication, discourse*, 15, 51–72. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2017-15-04>

22. Martynyuk, A. P. (2020) Problema smyslotvorennya v komunikatsiyi. [The problem of sense-making in communication]. Visnyk KhNU imeni V. N. Karazina. Seriya: Inozemna filolohiya. Metodyka vykladannya inozemnykh mov [V. N. Karazin Kharkiv National Univ. Messenger. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching], 91, 27–42. <https://doi.org/10.26565/2227-8877-2020-91-04> (in Ukrainian)

23. Potebnja, A. A. (1982). Mysl' i jazyk. [Thought and language]. Har'kov: Tipografija Adol'fa Darre. (in Russian)

24. Shelestjuk, E. V. (2008). Rechevoe vozdeistvie: ontologija i metodologija issledovanija [Verbal influence: ontology and methodology of analysis]. Cheljabinsk: OOO «Jenciklopedija». (in Russian)

25. Strack, F., & Deutsch, R. (2004). Reflective and impulsive determinants of social behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 8(3), 220–247. <https://doi.org/10.1207/s15327957pspr080310.1207/s15327957pspr0803>

26. Talmy, L. (1975). Figure and ground in complex sentences. (1975). Proceedings of the first annual meeting of the Berkeley Linguistics Society, 419–430. <https://doi.org/10.3765/bls.v1i0.2322>

27. Vygotskij, L. S. (1934). Myshlenie i rech'. [Thinking and speech]. Moskva; Leningrad: Gosudarstvennoe social'no-jeconomicheskoe izdatel'stvo. (in Russian)

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Alla Martynyuk – Doctor of Philology, Professor, Professor at Mykola Lukash Translation Studies Department of V. N. Karazin Kharkiv National University; e-mail: allamartynyuk@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2804-3152>; GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com.ua/citations?hl=ru&user=sWGUJgcAAAAJ>; RESEARCH GATE: https://www.researchgate.net/profile/Alla_Martynyuk

Alina Ponikaryova – PhD, Associate Professor at Business Foreign Languages and Translation Department of V. N. Karazin Kharkiv National University; e-mail: alinaponikaryova@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-000184507092>; GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com/citation?userOXXKcsqkAAAAJ&hl=ru>