

**А. Черногаева**

**ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОБРАЗНЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ  
В ТЕКСТАХ ПОПУЛЯРНОЙ ПСИХОЛОГИИ  
(на материале английского и русского языков)**

Актуальность данной работы обусловлена возрастающим спросом со стороны людей к осознанию себя, активным спросом на тренинги по психологии, прочтением книг, которые дают ключ к пониманию поведения,

поступков людей в области межличностных отношений. Исходя из этого, у лингвистов возникает интерес к книгам, статьям по психологии и средствам воздействия, которыми авторы пользуются, чтобы оказывать влияние на людей.

*Цель* исследования заключается в выявлении эмоционально-образных средств воздействия в текстах популярной психологии (на материале английского и русского языков).

*Объектом* исследования послужили тексты популярной психологии (на английского и русского языков). *Предметом* исследования стали эмоционально-образные средства воздействия, используемые в этих текстах.

Материалом исследования послужили тексты популярной психологии, а именно по межличностному взаимодействию. Для анализа было отобрано шесть книг современных авторов, три на английском языке и три на русском (Берри К. Уайнхолд “Бегство от близости”, Амир Левин “Подходим друг другу:...”, Андрей Курпатов “Красная таблетка”, Open Stax (Heather Griffiths; Nathan Keirns; Eric Strayer; Tommy Sadler; Susan Cody-Rydzewski; Gail Scaramuzzo; Sally Vyain; Jeff Bry; and Faye Jones) “Introduction to Sociology”, Daniel Gilbert “Stumbling on Happiness”, Paul Dolan “Happy Ever After: Escaping The Myth Of The Perfect Life”).

В текстах популярной психологии используются разнообразные эмоционально-выразительные средства. В ходе исследования, было выявлено, что наиболее употребительными являются сравнения (24,4 %), риторические вопросы (22 %), эпитеты (28 %) и метафоры (14,6 %). А также для понимания и общедоступности используются такие эмоциональные-средства, как гипербола (1,7 %), перифраз (1,2 %), эллипсис (1,9 %), синекдоха (1,4 %), идиомы и устойчивые выражения (4,8 %), градация (0,2 %), метонимия (0,7 %) и инверсия (1 %).

Использование эмоционально-образных средств в текстах по популярной психологии придает экспрессивность, создает образность, убедительность речи, аргументирует теоретические знания и выводы примерами с использованием общедоступной лексики, заинтересовывает читателя. Примеры выразительных средств. Сравнение: *как к себе, так и к другим; as minor as an unsolicited verbal altercation*. Риторические вопросы: *Довольны ли вы своей жизнью? So why shouldn't I swear?* Эпитеты: *сомнительную истину; mind-numbing repetitions*. Метафора: *сосуд, который нужно наполнить любовью; at the bottom of the ladder*.