

Мацнева Марина Александровна

аспирант кафедры речеведения
и теории коммуникации
Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Marina Matsneva

PhD Student of the Department
of Speech Studies and Communication Theory
Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
ms.mayskaya@gmail.com

СРЕДСТВА МЕТАКОММУНИКАЦИИ В ДИСКУРСЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ВИДЕОБЛОГОВ

MEANS OF METACOMMUNICATION IN THE DISCOURSE OF PROFESSIONAL VIDEOBLOGS

Статья посвящена обоснованию подхода, разработанного автором данного исследования, к классификации средств метакоммуникации на основе материала видеоблогов, посвященных тематике здоровья и здорового образа жизни. Метакоммуникативная функция в исследовании рассматривается как неотъемлемая часть прагматической функции речи. На конкретных примерах автор показывает, как средствами метакоммуникации усиливается манипулятивное воздействие в дискурсе блогов. Приведены примеры реализации средств метакоммуникации на основе транскрибированного речевого материала.

К л ю ч е в ы е с л о в а: метакоммуникация; средства метакоммуникации; металингвистические средства; речевые средства; речевые ситуации.

This article is devoted to the development of an original approach to the classification of metacommunication strategies, based on the analysis of professional videoblogs about physical health and healthy lifestyle. In this study, the metacommunicative function is regarded as an integral aspect of the pragmatic function of language. Through detailed examples, the author illustrates how metacommunicative elements are employed to intensify manipulative influence within the discourse of videoblogs. The classification and specification of metacommunication strategies are substantiated through a detailed analysis of transcribed speech material.

Key words: metacommunication; means of metacommunication; metalinguistic strategies; speech means; speech situations

Исследовательский интерес к реализации средств метакоммуникации в дискурсе авторских видеоблогов обусловлен, с одной стороны, новизной данной области исследования и ее сравнительно малой изученностью. С другой стороны – возможностями лексико-семантических и синтаксических средств метакоммуникации. На наш взгляд, также требует уточнения и более подробной детализации подход к классификации

средств метакommunikации в достаточно узко специализированном дискурсе авторских видеоблогов, посвященных тематике здоровья и здорового образа жизни.

Материалом для анализа средств метакommunikации послужили 200 транскриптов (расшифрованных текстов) из популярных источников русскоязычного блогинга, посвященных тематике здоровья и здорового образа жизни. Выборка видеороликов для лингвистического анализа формировалась случайным образом, путем сплошного отбора контента видеоматериала блогов Doctorpetric (автор – врач общей медицины и функциональной диагностики М. В. Петрик), Dr. Elena (автор – врач-терапевт, ревматолог Е. Ф. Ковченко), Ivan Krasavin (фитнес-тренер, спортивный консультант И. А. Красавин), Антон Алексеев (врач-мануальный терапевт, невролог и кинезиолог А. А. Алексеев), Антон Епифанов (доктор-невролог, спортивный врач А. В. Епифанов), Бубновский (врач-кинезитерапевт С. М. Бубновский), Геннадий Лянго (биотехнолог фармацевтической промышленности, тренер Г. Лянго), Гимнастика Makeeva. Йога бытовых движений (врач, мануальный терапевт С. А. Makeev), доктор Демченко (спортивный врач, мануальный терапевт В. С. Демченко), доктор Евдокименко (врач-ревматолог, невролог П. В. Евдокименко), доктор Лисенкова (врач-невролог О. А. Лисенкова), доктор Мамонтов (врач-травматолог-ортопед В. Д. Мамонтов), Исцеляйся сам! (военный врач, невролог Е. Н. Божьев), Ксения Чёрная (Глинкина) PRO Здоровье (нутрициолог, диетолог К. Г. Чёрная), Максим Бондарь (врач-физиотерапевт М. Бондарь), Огулов TV (профессор народной медицины А. Т. Огулов), Ольга Павлова (эндокринолог, спортивный диетолог О. М. Павлова), Тимофей Кармацкий (врач-невролог Т. Ю. Кармацкий), Videоблог доктора Шишонина (врач ЛФК, мануальный терапевт А. Ю. Шишонин), школа векторного массажа и соматики (кинезиолог, мастер массажа С. В. Черноног). Всего из 20 каналов отобрано 200 единиц видеоматериала, подлежащего последующему транскрибированию. Таким образом, профессиональные блоги объединены тематической направленностью и единством профессиональной принадлежности.

Всю совокупность единиц выборки из видеоблогов можно разделить на группы: рассказ (монолог) на заданную тему – 86 единиц (43 %), описание несюжетного изображения – 26 единиц (13 %), описание с сюжетной демонстрацией – 88 единиц (44 %). Исходный аудиовизуальный материал и соответствующие ему транскрибированные единицы рассматривались с помощью традиционных методов слухового и дескриптивного анализа. Далее был сформирован пользовательский корпус материалов исследования, образованный метакommunikативными единицами, подлежащими дальнейшему анализу и интерпретации полученных данных.

Особенностью монологической речи в видеоблогах является их обращенность к другому. В работе Д. Шиффрин (D. Schiffrin) употребляется термин *метаразговор*: в нем коммуникаторы не только передают информацию, но и реализуют экспрессивный подтекст дискурса [1]. Одной из наиболее распространенных классификаций метакоммуникативных единиц в диалогической речи, используемых в отечественных научных исследованиях, является их деление на контактоустанавливающие, контактоподдерживающие и контактозавершающие (в диссертационном исследовании А. Н. Синицыной упоминаются еще контакторазмыкающие метакоммуникативные единицы [2]). К. Д. Зайдес также склонна классифицировать метакоммуникативные единицы старта, финала и направляющие метакоммуникативные единицы, в которых говорящий осуществляет планирование и продвижение монолога. Внутри этих единиц автор определяет метакоммуникативные маркеры – вставки, помогающие говорящему в структурировании высказывания [3].

Более сложную структурированную типологию средств метакоммуникации обосновывает Е. Л. Макарова, ее основой являются два уровня: 1-й уровень – речеорганизующие и управляющие средства: к ним относятся средства смены роли, средства привлечения внимания, средства контроля за пониманием; 2-й уровень – тематизирующие средства: средства оформления тезисного звена, средства оформления эксплицитного звена и средства оформления резюмирующего звена [4].

Наконец, М. А. Бабушкина обосновывает в качестве основания для классификации средств метакоммуникации прагматические признаки, выделяя таким образом категоричные, нейтральные и смягченные директивы метакоммуникации [5].

В целом, вся совокупность метакоммуникативных единиц в речи блогеров образует добавочные интенции, конструкции, обращенные либо к самому себе, либо к обобщенному собирательному образу собеседника – слушателя / зрителя, из состава целевой аудитории данного блогера. В основу разработанной и представленной нами ниже классификации средств метакоммуникации положены виды и формы смыслотехнических воздействий в психологии, обеспечивающие саморегуляторное влияние на смыслообразование в поведенческом акте и фасилитирующее воздействие в нем [6]. В частности, опираясь на авторитетное мнение Ю. Джендлин, обратим внимание на то, как функционируют непосредственно ощущаемые невербализованные смыслы в речи, где решающим является отношение между вербально символизированным смыслом (коммуникативным уровнем) и ощущением, из которого рождается смысл (метакоммуникативным

уровнем). Джендлин выделяет функциональные отношения, не сопровождающиеся смысловой перестройкой, и отношения, порождающие новые смыслы [7]. К первым мы отнесем средства добавления, продвижения и обоснования последовательности действий, иллюстрирования и причинно-следственных связей. Ко вторым – уточняющие, контрастирующие, подчеркивающие и средства сравнения.

Средства добавления (Adding). Метакоммуникация является сама по себе особым видом общения, имеющим по отношению к коммуникации добавочный характер. Металингвистические средства добавления помещаются говорящим внутрь основного текста монолога, не нарушая его лексико-семантических связей. Средства добавления, реализуемые в монологах авторов профессиональных видеоблогов, позволяют создавать дополнительный контекст, считываемый адресатом коммуникации:

Нутрициолог не только МОЖЕТ, он ОБЯЗАН смотреть ваши анализы <...> Работа нутрициолога не заключается в том, чтобы посчитать вам калораж, количество макронутриентов, и на этом все (Ксения Чёрная. Как выбрать нутрициолога?)

В приведенном примере автор видео нутрициолог Ксения Чёрная, во-первых, подчеркивает в своих словах маркеры долженствования и обязанностей врача-нутрициолога (*подсчитать калораж, обозначить норму макронутриентов, изучить анализы*), усиливая их голосовой модуляцией на словах *может* и *обязан*. Во-вторых, дополнением к информативной составляющей речи о профессиональных компетенциях нутрициолога служит добавочный смысловой контекст того, что автор является априори высококвалифицированным нутрициологом, который выполняет значительно больший объем профессиональных задач. Из этого же видео приведем еще один достаточно красочный пример средств добавления:

*Базовое образование, дипломы, скрины – все это должно быть **выложено в открытом доступе**, и у меня всю жизнь, всегда мои дипломы, сертификаты **были выложены на моих сайтах**. Сейчас все это есть **на сайте академии** (Ксения Чёрная. Как выбрать нутрициолога?).*

Таким образом, автор усиливает категоричность высказывания. Метакоммуникативный комментарий-вставка *...и у меня всю жизнь, всегда...* усиливает безапелляционность и априорность точки зрения коммуникатора.

Средства продвижения и обоснования последовательности действий (Sequencing) обеспечивают логичность и последовательность высказывания, позволяют блогеру-автору монолога повышать связность фразы. Приведем пример:

Сегодня мы с главным врачом клиники на Киевской <...> Антоном Сергеевичем обсуждаем тему синдрома хронической тазовой боли. **Постараемся говорить для вас понятным языком, поднимать ваши проблемы как пациентов, то есть не столько для коллег. Не будем страдать канцеляритом, «птичьим языком». Попробуем донести вот эту проблему – откуда берется синдром хронической боли: как его обследовать, как поставить себе диагноз»** (Антон Епифанов. Боль в области таза: болит во время сидения, от нагрузок. Причины, лечение).

В приведенном фрагменте речи автора используются лексемы и специфические синтаксические конструкции, которые формируют разговорную структуру, передавая намерение информантов в дальнейшем развитии разговора. Сам говорящий осмысливает речь, подчеркивая потенциально проблемные области изложения (*будем говорить понятным языком, не пользуясь птичьим языком, поднимать проблемы как пациентов и др.*).

Рассмотрим еще один пример:

*... и вот для того, чтобы разобраться, а где все-таки правда, как влияет витамин D на вот все эти заболевания, делаются сейчас рандомизированные клинические исследования. То есть это уже **золотой стандарт** доказательной медицины, где отбираются в случайном порядке группы людей. **Некоторым дается плацебо, некоторым дается действительно витамин D**, и уже там следят в течение определенного времени* (Доктор Петрик. Витамин D и старение. Когда есть польза, а когда он бесполезен).

Использование метакоммуникатива *и вот для того, чтобы... разобраться, где правда...* связано с речевыми привычками, и в целом характерно для видеоконтента блогосферы. Для медицины как области научного знания основным средством эмпирических исследований служит проведение эксперимента с контрольной и экспериментальной группами, одной из которых дается лекарственный препарат, а второй – плацебо. В связи с этим использование фразеологической единицы *золотой стандарт* усиливает обоснование последовательности развития темы блогером.

Иллюстрирующие средства (Illustrating), используемые профессиональными блогерами в создании аудиовизуального контента, в анализируемой выборке характеризуются сравнительно низкой встречаемостью. Это обусловлено собственно прагматикой дискурса профессиональных видеоблогов, поскольку современные средства информационно-коммуникационных технологий позволяют иллюстрировать и создавать

аудиовизуальные образы с использованием множества параграфемных элементов, инфографики и метадизайна (например, частичная замена вербальных символов графическими, варьирование звукописи, вставка схем, графиков, диаграмм и пр.). Поэтому иллюстрирующие средства выглядят сравнительно более обедненными на фоне богатства и разнообразия аудиовизуального контента. Тем не менее приведем примеры:

*Все жидкости проходят в организме через почки. Это **фильтр нашего организма**, который необходим для очищения нашей внутренней структуры вредных инструментов, и поэтому почки необходимо беречь, за ними ухаживать. Здесь главное – это то, что почки находятся **в мышечном ложе брюшного пресса**, то есть наши почки **спрятаны внутри живота, внутри брюшного пресса** (Бубновский. Мифы о недержании мочи. Упражнения для лечения и профилактики заболеваний мочевыделительной системы).*

В приведенном примере иллюстративный эффект достигается посредством риторической фигуры параллелизма в сочетании с синтаксическим повторением *внутри (мышечного ложа) / внутри живота / внутри брюшного пресса*. При этом формулировки, выбранные автором монолога, как бы акцептируют к реципиентам с разным уровнем восприятия научного материала: для кого-то достаточным объяснением будет на уровне *внутри живота*, а для подчеркивания собственной компетенции и значимости автор употребляет более наукоемкий оборот *мышечное ложе брюшного пресса*. Метафорический перенос *фильтр* является достаточно общеупотребительным иллюстративным средством для облегчения восприятия и понимания функции внутреннего органа массовой целевой аудиторией.

Средства причинно-следственных связей (Cause and Effect). Причинно-следственные связи в метакоммуникации соответствуют законам логики и риторики: в них одни события, факты или явления выступают причинами, посылками других, проистекающих из них событий, фактов и явлений [8]. Метакоммуникативные акты, поддерживающие причинно-следственные связи, весьма тяготеют к средствам продвижения и обоснования, поскольку они также развивают мысль говорящего, поддерживая тему разговора и вовлекая в нее реципиента:

*Так вот ощущение жажды и ощущение голода воспринимается нашим организмом практически одинаково, и чаще всего вы не хотите есть, а организм просит воды. Мне очень нравится ещё итальянское такое правило **захотел поесть – два стакана воды. Если захотел через полчаса опять поесть – выпей ещё два стакана воды. Ну если уже только после***

этой воды ты уже захотел есть, то это точно настоящий голод и ты можешь садиться (Ivan Krasavin. Правило 2-х стаканов! Или КАК ПОХУДЕТЬ быстро и НАВСЕГДА).

В профессиональных видеоблогах, авторы которых в совершенстве, на высоком уровне мастерства владеют искусством манипулятивного воздействия на свою аудиторию, организация причинно-следственных связей может быть оформлена весьма банально – это показано на примере ниже, путем постоянного рефрена *из-за того / из-за этого*:

*Дряблость на ногах возникает **не только из-за того**, что мышцы ног не работают как следует, **но из-за того**, что у нас на ногах большое количество вен не работают должным образом. То есть у женщин особенно пожилого возраста очень часто появляется варикоз, **из-за чего? из-за того**, что в венах клапаны не состоятельные; **из-за того**, что здесь на ногах появляется отечность, застойные явления. **Из-за этого** тоже появляется дряблость. Но, **как вы знаете**, у нас есть второе сердце. **Я не сошел с ума**. Второе сердце – это именно наши мышцы голени (Геннадий Лянго Как убрать дряблость бедер на пенсии даже не вставая со стула).*

Обратим внимание, как в примере, приведенном выше, автор [Геннадий Лянго] создает эффект когнитивного диссонанса, когда после убеждающей априорной установки *...как вы знаете...*, после парадоксального утверждения *...у нас есть второе сердце...* говорит: *Я не сошел с ума*. Таким образом, его логическая причинно-следственная связь приводит к тавтологии, создавая таким образом эффект когнитивного искажения.

Средства сравнения (Comparing). Включения сравнения как оценочных маркеров метакоммуникации позволяют коммуникатору подготовить реципиента к более глубокому пониманию смыслов, выявлению проблем, то есть фокусируют информанта на том, на чем необходимо сосредоточить внимание, а также позволяют расставить логические акценты в тексте и создать «ловушки». На примере продемонстрируем реализацию данного средства и очевидную стратегию манипулятивного воздействия:

*Вот сейчас наша модель находится в такой... самом разгаре роста этой структуры. Пройдёт каких-то пару лет, **и вот здесь формируется вторая складочка <...> здесь такая вот складочка <...> и это выглядит очень плохо, как вторая попа под первой попой снизу. И женщинам она катастрофически не нравится, они прямо платят за это хорошие очень деньги...** (Школа векторного массажа и соматики. Бананообразная складка не нужна НИКОМУ! Убираем валик ЖИРА под ягодичей).*

Столь же очевидно, что метакоммуникативное сравнение уподобляется сравнению в коммуникативном аспекте: в нем используются

такие же лексико-синтаксические конструкции, чтобы сопоставить один объект с другим. Переключение блогера (С. В. Черноног) с предложения со сравнительным компонентом на отличающуюся по смысловому содержанию информацию, что женщины *платят за это хорошие очень деньги* усиливает манипулятивное воздействие и создает маркетинговую «ловушку», повышающую ценность компетенций автора. Средства сравнения, формирующие оценочные маркеры, сигнализируют реципиенту об отношении автора по излагаемой им информации, то есть можно утверждать, что данные средства поддерживают аргументативную функцию метакоммуникации.

Средства уточнения (Qualifying) используются с целью формирования эмотивного эффекта. Реплики, обнаруженные в примерах речевых единиц контента видеоблогов, демонстрируют, как речевое воздействие адресанта характеризуется как непонятное, его можно расценивать как косвенное побуждение к углублению или повторному изложению темы:

*Надеюсь, никто со мной не будет спорить, что ходить не полезно, вредно и даже опасно. Конечно же, нет. Эволюционный человек, **грубо скажу**, заточен на ходьбу. **И я сейчас вовсе не о том**, что нужно ходить десятки километров в день...* (Dr. Elena. Ходьба для здоровья человека. 10 000 шагов в день: вред или польза).

Приведенные примеры вводных конструкций *грубо скажу, и я сейчас вовсе не о том...* демонстрируют примеры точечного метакоммуникативного воздействия, не развиваемого далее, а эксплицитно подразумеваемого из контекста (автор ролика Е. Ф. Ковченко не поясняет смысл, почему же человек *заточен на ходьбу*, но *угрожающий смысл* ее фразы *грубо скажу* заставляет зрителя не задавать лишних вопросов, а воспринять эту мысль как априори точную и верную).

Контрастирующие средства (Contrasting) метакоммуникации в отобранном речевом материале контента профессиональных видеоблогов весьма разнообразны по своим функциям и формам реализации. В некоторых случаях они обеспечивают имплицитное «запугивание» или убеждение реципиента:

*Татуировка, к сожалению, наносится на всю жизнь. **Послушайте**, вы ее не сможете изменить и не сможете убрать: она с вами будет всю жизнь. Так вот, даже если сейчас, в данный момент эта татуировка попадает с вами в **резонанс** и делает вам хорошо, когда-то рано или поздно **обязательно наступит ситуация**, когда татуировка будет попадать с вами в **диссонанс**, и будет гасить вашу энергетику. А на энергии*

построено все, и, **если у вас не будет энергии, вы помрете** (Исцеляйся сам! НИКОГДА НЕ ДЕЛАЙ ТАТУ! ШОКИРУЮЩИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ, или ПОЧЕМУ НАБИВАТЬ ТАТУИРОВКИ ВРЕДНО).

В приведенном выше примере контрастность реализуется через коммуникативный сценарий обвинения, в который включены контактные глаголы (*гасить, послушайте* и прочие с ослабленной или измененной семантикой) и казуативные глаголы и лексические сочетания (*не будет энергии, вы помрете* и другие, подразумевающие воздействие на волю другого лица).

Примеры контрастирующих метасредств реализуются и через имплицитное противопоставление:

*10 % браков примерно остаются бесплодными. И много лет я занимаюсь **другой медициной восстановления**, натуральной. Полностью организм нужно почистить, дать противопаразитарную программу, питание нужным тканям и органам, и он заработает. Очень часто это заканчивается беременностью и рождением здорового ребёнка, поэтому **вы можете обследоваться в официальной медицине, но, я вас заклинаю, сделайте доброе дело** для своего организма. Обратитесь к тому человеку, который дал вам это видео, либо ко мне. Мы вместе распишем программу, и я уверен – уже через несколько месяцев у вас будет шанс получить здорового ребёнка (Гимнастика Макеева. Йога бытовых движений. Бесплодный брак. Четыре шага помогут справиться с бесплодием).*

Допущение *вы можете обследоваться в официальной медицине* имплицитно противопоставляется автором (С. А. Макеевым) с идиомой *доброе дело*, и усиливается побудительным вводным метасредством *я вас заклинаю*, усиливающим контрастность официальной и альтернативной медицины, приверженцем последней из которых и является автор.

Подчеркивающие средства (Emphasising) обнаружены в авторских видеоблогах в примерах превентивного убеждающего воздействия, усиливающих эффект воздействия на речевую аудиторию:

***Ну вы видите**, последнее время у нас **пошла мода**, все направо и налево начали наносить какие-то рисунки, какие-то узоры на свои тела. К великому моему сожалению, не только **безголовая молодёжь**, но и люди пожилого возраста видимо тоже ээ-э-э-э..., которые **не включает свою бестолковку**, видимо тоже не соображая ничего, начинают наносить на свое тело всевозможные рисунки (Исцеляйся сам! НИКОГДА НЕ ДЕЛАЙ ТАТУ! ШОКИРУЮЩИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ, или ПОЧЕМУ НАБИВАТЬ ТАТУИРОВКИ ВРЕДНО).*

Авторы путем использования подчеркивающих средств усиливают возможности управления в метакоммуникации – организацию, регулирование и корректирование процесса протекания коммуникативного акта:

Мне начали люди писать: как же так, Тимофей! Вы же все время пропагандируете натуральный подход. Вы же не рекомендуете употреблять какие-то медикаменты, таблетки. Сами прописываете Лизин, типа там пофиг на ваши конфликты, на стрессы, на разрешение, на уход от треков. <...> Мы состоим из Лизина. Лизин есть везде. Лизин придумала природа. Лизин создал создатель. Прошу прощения за тавтологию. Да. Лизин – это часть природы. Лизин есть везде (Тимофей Кармацкий. Секретный компонент, и КОЖА как новая).

В последнем из примеров подчеркивающее средство метакоммуникации обеспечивается риторическими повторами, побудительными предложениями, тавтологией. Подчеркивание усиливается сокращением речевых актов до простых предложений с параллелизмом – расположением тематически схожих элементов в рядом идущих частях текста.

Таким образом, анализ речевого материала средств метакоммуникации в профессиональных авторских русскоязычных видеоблогах позволяет заключить, что средства метакоммуникации являются специфическими для разговорного жанра дискурса видеоблогов, представленного преимущественно монологами, обращенными к другому (к зрителю). Их включение в живую разговорную речь обеспечивает выражение авторской позиции на метауровне, вовлечение зрителя / слушателя в текст, оказание манипулятивного воздействия, обращение внимания на ту или иную проблему, повышение собственной профессиональной компетенции в глазах зрителя / слушателя. Включение средств добавления, продвижения, иллюстрирования, причинно-следственных связей, сравнения, уточнения, контрастирования и подчеркивающих средств служит средством продвижения, развития бренда и маркетинга авторов, нежели обучают, просвещают и повышают уровень грамотности целевой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Schiffrin, D.* Metatalk: organisational and evaluative brackets in discourse / *D. Schiffrin // Sociological Inquiry: Language and Social Interaction.* – 1980. – Vol. 50. – P. 199–236.
2. *Синицына, А. Н.* Метакоммуникативные единицы и их роль в организации и регуляции англоязычного диалогического общения : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / А. Н. Синицына ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2005. – 19 с.

3. *Зайдес, К. Д.* Типология метакоммуникативных единиц русской спонтанной монологической речи / К. Д. Зайдес // Компьютерная лингвистика и вычислительные онтологии. – 2017. – № 1. – URL: <https://ojs.itmo.ru/index.php/CLCO/article/view/841> (дата обращения: 25.08.2024).
4. *Макарова, Е. Л.* Обучение средства метакоммуникации в аргументирующем дискурсе (немецкий язык) : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Е. Л. Макарова ; Моск. гос. лингвист. ун-т. – М., 1994. – 25 с.
5. *Бабушкина, М. А.* Метакоммуникативная функция как разновидность прагматической функции языка / М. А. Бабушкина // Филол. науки. Вопр. теории и практики. – 2016. – №12-3 (66). – С. 83–87.
6. *Леонтьев, Д. А.* Психология смысла: Природа, строение и динамика смысловой реальности / Д. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 2003. – 486 с.
7. *Gendlin, E. T.* Experiencing and the creation of meaning: a philosophical and psychological approach to the subjective. – New York : The Free Press of Glencoe, 1962. – XVIII. – 302 p.
8. *Начерная, С. В.* Лингво-риторическая специфика топик причины и следствия в культурно значимых текстах : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / С. В. Начерная. – Тамбов, 2003. – 187 л.

Поступила в редакцию 11.09.2024