

Юдицкая Анастасия Владимировна<sup>1</sup>, Серова Ирина Георгиевна<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

<sup>1</sup>Государственный университет управления, г. Москва, Российская Федерация

iuditskaya.nastya2012@yandex.ru

## Средства косвенного императивного воздействия в жанре «вопрос к эксперту» в дискурсе популярной психологии

### Аннотация

Настоящая статья нацелена на выявление средств косвенного императивного воздействия в текстах, представляющих дискурс популярной психологии. Императивное воздействие предполагает побуждение адресата совершить определённое действие. Данный тип воздействия распространён в жанре «вопрос-к-эксперту». В связи с этим, источниками материала послужили оригинальное англоязычное и русскоязычное издания журнала «Psychologies» и рубрика «Ask Philippa» в англоязычном издании «The Guardian», поскольку в них предполагается наличие предписывающей информации о необходимых действиях для решения проблемы. Методом сплошной выборки было отобрано 200 предложений на английском и русском языках из текстов в указанных источниках, затем с помощью функционального, контекстного и сравнительно-сопоставительного методов были идентифицированы и описаны способы выражения побуждения. С помощью количественного анализа было определено числовое соотношение использованных структур в русских и английских текстах. Выявлено, что в русском материале 1) незначительно преобладали модальные глаголы с семантикой долженствования, 2) важным было соответствие действия условиям коммуникации и отношениям между коммуникантами, 3) авторы придерживались нейтральной тональности и звучали более объективно. В то же время в англоязычном материале 1) преобладали модальные глаголы с семантикой возможности, 2) ключевым выступал возможный положительный результат применения действия, 3) создавалась более положительная тональность, и использовалась стратегия солидаризации с реципиентом. Полученные результаты позволяют сделать вывод о выполнении психологом роли «распорядителя» в русских текстах и роли «наставника» – в английских текстах.

**Ключевые слова:** дискурс, популярная психология, речевое воздействие, императивность, коммуникативная роль

© Юдицкая А. В., Серова И. Г. 2024

**Для цитирования:** Юдицкая А. В., Серова И. Г. Средства косвенного императивного воздействия в жанре «вопрос к эксперту» в дискурсе популярной психологии // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10, № 4. С. 183–194. <https://doi.org/10.22250/24107190-2024-10-4-183>

Anastasiia V. Iuditskaia<sup>1</sup>, Irina G. Serova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Pushkin Leningrad State University, St Petersburg, Russian Federation

<sup>1</sup>The State University of Management, Moscow, Russian Federation

iuditskaya.nastya2012@yandex.ru

## Means of indirect imperative influence in the genre “question to an expert” in the discourse of popular psychology

### Abstract

This article aims to identify the means of imperative influence in the texts representing the discourse of popular psychology. Imperative influence implies encouraging the recipient to perform a certain action. This type of

influence is common in the “question-to-expert” genre. Therefore, the material was obtained from the original English magazine “Psychologies”, its Russian edition and the rubric “Ask Philippa” in “The Guardian”, as they are assumed to contain prescriptive information about the necessary actions to solve a problem. Continuous sampling was used to select 200 English and Russian sentences from the texts published in the editions, then functional, contextual and comparative methods were used to identify and describe the ways to express imperativeness. The number of tokens representing each pattern was calculated for Russian and English texts. We found that in the Russian material, (i) modal verbs with the semantics of obligation prevailed to a certain extent, (ii) correspondence of actions to the communication conditions and relations between the communicants was important, (iii) the authors sounded more neutral and objective. Meanwhile, in the English material, (i) modal verbs with the semantics of possibility prevailed, (ii) the possible positive result of the action was crucial, (iii) the authors sounded more positive trying to create the atmosphere of solidarity with the recipient. The obtained results enable to conclude that the psychologist performed the role of a boss in the Russian texts while in the English texts it was more of a mentor.

**Keywords:** discourse, popular psychology, speech influence, imperativeness, communicative role

© Iuditskaia A. V., Serova I. G. 2024

**For citation:** Iuditskaia, A. V., & Serova, I. G. (2024). Sredstva kosvennogo imperativnogo vozdeystviya v zhanre «vopros k ekspertu» v diskurse populyarnoy psikhologii [Means of indirect imperative influence in the genre “question to an expert” in the discourse of popular psychology]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 10 (4), 183–194. <https://doi.org/10.22250/24107190-2024-10-4-183>

## 1. Введение [Introduction]

Теория речевого воздействия сохраняет свою непреходящую актуальность в результате возникновения всё новых типов отношений между людьми, ведущих к формированию новых видов дискурса. Одним из них выступает дискурс популярной психологии, интерес к которому вырос в 2022 году из-за растущей обеспокоенности ментальным и психологическим здоровьем [ВЦИОМ, 2022]. Прагматика популярной психологии уже рассматривалась на примере текстов американской и русской литературы по самопомощи в [Гиляев, 2017; Шелестюк, 2014], в исследованиях речевых ходов практического психолога [Гринева, Васильев, 2018], а также интернет-дискурса психологии ЗОЖ [Шевякина, 2020, 2021 а, б]. Однако внимание почти не уделялось массмедиа текстам, в то время как в них воздействие особенно ярко выражается и проявляется главным образом через побуждение адресата к совершению некоего действия. Этим можно объяснить интерес, который представляет сравнение способов выражения императивности в русских и английских текстах.

Среди учёных, занимающихся теорией речевого воздействия, принято говорить о превалировании в определённых сферах общения воздействующей функции над информационной, то есть целью коммуникации выступает не обмен информацией, а установление отношений между людьми, организация совместной деятельности, изменение когнитивных установок собеседника, принуждение или убеждение совершить действие в интересах адресанта [Блакар, 1987, с. 91; Иссерс 2009, с. 20; Дубских, 2019, с. 107].

Стремление воздействовать на адресата является ключевым и для дискурса популярной психологии. Он включает в себя компоненты психотерапевтического дискурса, так как представляет собой упрощённую модель общения между психологом и клиентом, а также некоторые элементы научно-популярного дискурса. Его специфика заключается в нарушении принципа объективности научного текста, когда на смену безэмоциональному, нацеленному на фактическую информацию языку науки приходят языковые единицы с эксплицитной эмоциональной оценкой, выступающей способом

формирования мировоззренческих и познавательных ориентиров целевой аудитории [Багиян, 2017, с. 19]. Выражение оценочности связывает дискурс популярной психологии с массмедийным дискурсом [Солганик, Клушина, 2014, с. 499]. Можно говорить о том, что задача текстов популярной психологии – не только дать читателям представление о некоторых базовых понятиях психологии и распространить информацию о достижениях в этой науке до широких масс, но и сформировать у них новый взгляд на мир и взаимоотношения между людьми.

Теперь рассмотрим общие черты с психотерапевтическим дискурсом. Как отмечает М. С. Гринева, для него характерны такие признаки, как институциональность (достижение целей социального института здравоохранения), ритуализованность (наличие стандартизированных жанров общения), асимметричность (психолог и клиент не равны по статусам), персональность (сокращённая коммуникативная дистанция между клиентом и психологом). Однако самой важной в контексте исследования выступает эксплицитная стратегичность, подразумевающая использование определённых стратегий общения с целью воздействовать на клиента, а именно перестроить его индивидуальное сознание и внести изменения в картину мира [Гринева, 2018, с. 22].

Принято выделять такие виды воздействия, как персуазивное, ассоциирующееся с убеждением и аргументацией, а также суггестивное, проявляющееся через воздействие на эмоции читателя [Гилясев, 2017, с. 74]. Однако Е. В. Шелестюк выделяет ещё один вид – императивное воздействие, манифестирующееся в тексте с помощью языковых средств со значением побуждения. Императивность может быть как прямой, так и косвенной. Первая выражается с помощью повелительного наклонения, а вторая – с помощью инфинитива, сослагательного наклонения, модальных глаголов [Шелестюк, 2014, с. 132]. В данном исследовании рассматривается косвенное воздействие, поскольку оно имеет разные способы выражения в тексте, тем самым представляя больший интерес для анализа.

Из жанров популярной психологии, представленных в журнале «Psychologies», императивное воздействие наиболее ярко выражено в «вопросе к эксперту» или «agony aunt». Данный жанр является гибридным, так как сочетает в себе черты аналитического жанра «рекомендация (совет)» (предписание с аргументацией, оценочными и прогностическими суждениями) и информативного жанра «вопрос-ответ» (неразрывная связь вопроса читателя и ответа журналиста, ограниченность темой обращения) [Тертычный, 2017, с. 85, 236]. Тексты данного жанра состоят из письма читателя с описанием психологической проблемы, далее в тексте содержится анализ ситуации с точки зрения практикующего психолога и набор рекомендаций, которые могут решить проблему. Проблемы чаще всего затрагивают сферу отношений между людьми в семейных, романтических, дружеских, реже профессиональных вопросах. Также в зависимости от издания степень насыщенности текста терминологией и психологической теорией может колебаться, поскольку побуждение к действию или рефлексии стоит в этом жанре на первом месте. Жанр «вопрос к эксперту» или «agony aunt» ранее почти не исследовался российскими учёными. Удалось найти только одну работу, посвящённую дискурсивным стратегиям запроса совета в женских глянцевах журналах [Яблокова, 2023], поэтому изучение особенностей жанра «вопрос к эксперту» представляет широкое поле для дальнейшего изучения.

Ц е л ь статьи состоит в выявлении средств косвенного императивного воздействия на читателя в русских и английских текстах жанра «вопрос к эксперту» научно-популярного журнала по психологии.

## 2. Императивное воздействие в дискурсе популярной психологии [Imperative influence in the discourse of popular psychology]

### 2.1. Материал и методика исследования [Material and methods]

Источниками материала послужили оригинальное англоязычное и русскоязычное издания (рубрика «Личный опыт») журнала «Psychologies» и рубрика «Ask Philippa» в англоязычном издании «The Guardian», поскольку в них предполагается наличие предписывающей информации о необходимых действиях для решения проблемы. М а т е р и а л о м для исследования выступили 100 предложений на русском языке и 100 предложений на английском языке из текстов жанра «вопрос к эксперту», опубликованных в указанных изданиях за период 2019–2024 гг. Отбор производился методом сплошной выборки. Критерием для отбора послужило наличие в репликах психолога языкового средства косвенного убеждения: модальных глаголов, инфинитивных конструкций, местоимения 1-го лица ед. ч., риторических вопросов. Отобранные предложения затем были классифицированы согласно используемым в них средствам выражения императивного воздействия.

В ходе исследования были использованы следующие методы: общенаучные, такие как наблюдение и описание (описание структур со средствами выражения императивности в английском и русском языках); специально-лингвистические, в частности, функциональный (раскрытие семантики языковых единиц), контекстуальный (выявление функционального значения слова в контексте предложения), сравнительно-сопоставительный (сравнение императивных структур в двух языках). Применялись инструменты описательной статистики (простой количественный подсчёт, вычисление процентов).

### 2.2. Обсуждение результатов [Results and discussion]

В таблице 1 представлено процентное соотношение средств косвенного императивного воздействия в русской и английской выборках.

Т а б л и ц а 1. Средства косвенного императивного воздействия  
в русских и английских текстах

[T a b l e 1. Means of indirect imperative influence in Russian and English texts]

Средство императивного воздействия	Русский (%)	Английский (%)
Слова с модальным значением	46	66
Инфинитивные конструкции	46	18
Использование местоимения 1-го лица ед.ч.	6	12
Риторические вопросы	2	4

#### 2.2.1. Слова с модальным значением [Words with modal meaning]

Слова с модальным значением (модальные глаголы, слова категории состояния, краткие прилагательные и причастия) оказались одним из самых распространённых средств императивного воздействия и в русском (46%), и английском (66%) материале. Однако в английской выборке их на 20% процентов больше по сравнению с русской выборкой. В английской выборке это были модальные глаголы, русские эквиваленты которых представлены более широким спектром частей речи.

Английские модальные глаголы принято подразделять на глаголы возможности и долженствования [Biber, 2003, p. 176]. Аналогично можно поступить по отношению к

русским словам с модальными значениями. В зависимости от этого были сформированы две группы предложений: первая – с модальными словами, выражающими возможность, вторая – с модальными словами, выражающими долженствование.

**Г р у п п а 1.** «Мочь» соотносится с глаголами *can, could, may, might* и обозначает возможность, способность совершить какое-то действие для разрешения проблемы [Biber, 2003, p. 179]. Например, сравним:

*Если она просто хочет общаться с вами, а вам это общение неприятно, то вы можете тактично уходить, завершить разговор* (Psychologies, Личный опыт, 17.02.2023).

*If it is, you can be curious about the other person's approach rather than fearing it or trying to shut it down* (Guardian, Ask Philippa, November 26, 2023) – 'Если это так, вы **можете проявить любопытство** к точке зрения другого человека вместо того, чтобы бояться её или пытаться заткнуть'.

В обоих случаях психолог предлагает только вариант действия, побуждение выражено в достаточно мягкой форме, оставляя за обратившимся возможность окончательного решения. Такой же по степени мягкости совет можно увидеть и в предложениях с *might*:

*You might try saying: 'Given what our competitors are doing, the facts suggest three reasons for moving ahead with this project'* (Psychologies, June 12, 2022) – 'Вы **можете попробовать сказать**: 'Учитывая действия наших конкурентов, фактическое положение дел предполагает три причины приступить к этому проекту'.

*You might say: 'My suggestion is we do X, Y and Z. What would you suggest?'* (Psychologies, June 12, 2022) – 'Вы **могли бы сказать**: 'Я предлагаю нам сделать X, Y и Z. А что бы Вы предложили?'.

Здесь интересно то, что автор не просто даёт совет поговорить о своих чувствах, но и приводит конкретные фразы, которые могут быть полезны для разрешения ситуации. Тем самым, повышается воздействующий потенциал рекомендации.

**Г р у п п а 2.** Данная группа модальных слов – английских глаголов *need, (don't/doesn't) have to, should* и русских соответствий *нужно, (не) надо, (не) должен, нельзя* – обозначает определённые обязанности адресата сообщения, продиктованные социальными установками, этическими нормами или правилами поведения [Ермакова 2023, с. 34]. Приведём примеры русских и английских предложений.

**Не надо направлять это всё на друзей, переживите эти чувства сами** (Psychologies, Личный опыт, 03.04.2023).

**Нужно учиться выстраивать отношения и конструктивно решать возникающие противоречия** (Psychologies, Личный опыт, 07.09.2023).

*You are approaching an age when it would be appropriate for caring to come your way – and even if she is too self-absorbed to see this, you need to prioritise your own wellbeing* (Guardian, Ask Philippa, January 14, 2024) – 'Вы входите в такой возраст, когда было бы уместно заботиться уже о Вас – и даже если она (дочь) слишком заиклена на себе, чтобы это увидеть, вам **необходимо поставить** своё благополучие **на первое место**'.

**We need to process the pain we are feeling** (Psychologies, April 7, 2022) – 'Нам **нужно перерабатывать** боль, которую мы чувствуем'.

**It doesn't have to be an accusation that this person has let you down** (Psychologies, July 6, 2021) – 'Это **не должно быть** обвинение, что человек Вас подвёл'.

Глагол *should* является ещё одним способом выразить мягкий совет в предложении:

*None of this is to suggest you should fight your feelings. = you shouldn't fight your feelings* (Psychologies, September 13, 2021) – 'Никто не говорит, что Вам **следует подавлять** свои чувства'.

Здесь автор рекомендует читателю принять свои чувства и перестать подавлять их. Модальный глагол *should* позволяет рекомендации звучать менее категорично, но

при этом более доброжелательно по отношению к обратившемуся, создать впечатление сокращения дистанции [Лебедева, Романова, 2018, с. 34].

**Т а б л и ц а 2. Соотношение слов с модальными значениями возможности и долженствования в русских и английских текстах**  
**[Table 2. Ratio of words with modal meanings of possibility and obligation in Russian and English popular-psychology texts]**

	Русский (%)	Английский (%)
Долженствования	30	27
Возможности	16	39

Преобладание слов с модальным значением долженствования в русской выборке по сравнению с долей модальных глаголов долженствования в английской выборке позволяет утверждать, что для русскоязычного дискурса популярной психологии более характерна оценка предлагаемых действий с позиции нормы, общественных ожиданий и устоявшихся принципов, которая определяет необходимость совершения рекомендуемого действия как единственно правильного решения [Тимергазина, 2019, с. 49]. Психолог в данном случае играет распорядительную роль в отношениях и даёт реципиенту инструкцию с действиями, которые позволят ему выйти из непростой ситуации, не нарушив при этом социальные нормы и принятый в обществе стереотип мышления и поведения. В то же время в англоязычном дискурсе за счёт использования большего количества модальных глаголов возможности достигается создание иллюзии выбора, в которой читателю дают совет, оставляя за адресатом право самому принять решение [Шутова, 2019, с. 130]. Из этого можно сделать вывод, что в русскоязычном дискурсе дистанция между психологом и реципиентом выражена сильнее, чем в англоязычном. В русскоязычном дискурсе коммуникативную роль психолога можно сравнить с ролью родителя, который констатирует нормы и оказывает покровительство (подкреплённое социальным статусом профессионала), а в англоязычном дискурсе популярной психологии *agony aunt* выступает с позиции взрослого, для которого более характерно стремление быть на равных, поэтому покровительство демонстрируется менее отчётливо [Стернин, 2001, с. 75].

### 2.2.2. Инфинитивные конструкции [Infinitive patterns]

Ещё одним способом направить адресата на определённое действие выступает использование инфинитивных конструкций. Частотность данного косвенного средства императивного воздействия не уступает частотности слов с модальным значением (46%). В английской выборке это второе по частотности средство, но употребляется оно более чем в два раза реже по сравнению с русской выборкой (18%). Главным компонентом таких конструкций выступают аффективы. В русских текстах распространены такие оценочные прилагательные, как *важно*, *уместно*, *лучше*:

*Важно обсудить всё как можно детальнее, чтобы минимизировать конфликтные ситуации в будущем, связанные с расплывчатыми границами* (Psychologies, Личный опыт, 29.10.2023).

*Если же поведение коллеги влияет на рабочие задачи, то уместно обратить её внимание на это* (Psychologies, Личный опыт, 17.02.2023).

Прилагательное *важный* определяется как «оценка какой-либо ситуации, чьих-либо действий как имеющих большое значение, заслуживающих особого внимания», а прилагательное *уместный* – как «оценка какой-л. ситуации, чьих-л. действий как вполне

соответствующих обстановке, сделанных кстати, вовремя» [ТСРЯ]. Таким образом, дефиниция и примеры употребления показывают, что потенциальная эффективность действия для разрешения ситуации и его соответствие социальным нормам и правилам поведения выступают основными аргументами в пользу его совершения.

Для текстов на английском языке характерны инфинитивные конструкции с прилагательными *good, helpful*.

*Simon Mundie's podcast with psychotherapist Russ Harris is a good place to start* (Psychologies, September 13, 2021) – 'Подкаст Саймона Манди с психотерапевтом Рассом Харрисом – *хорошая отправная точка*'.

*The phrase you've used is a useful one – rather than big questions, such as 'What do I want to do with my life?', it's helpful to ask 'Where do I want to start?'* (Psychologies, July 12, 2022) – 'Фраза, которую Вы использовали, *полезная* – вместо глобальных вопросов, таких как "Что я хочу сделать со своей жизнью", *полезно спрашивать*: "С чего мне начать?"'.

В словаре аффективу *good* дается следующее определение: Having a positive or useful effect, especially on the health, a *helpful* обозначает useful, giving help, то есть основной акцент ставится только на позитивном эффекте от действия для решения проблемы [Cambridge Dictionary].

Сравнение дефиниций и примеров показывает, что использование оценочных прилагательных в предикативах показывает различные критерии оценки потенциального действия, в английских текстах – польза, а в русских – так же польза, но ещё и соответствие ситуации и нормам поведения в среде общения.

### 2.2.3. Конструкции с местоимением первого лица единственного числа [Patterns with the 1st person singular pronoun]

Использование конструкций с местоимением *I/я* преобладает в английской выборке (12%) по сравнению с русской (6%), учитывая случаи, где местоимение опущено. Низкий процент можно объяснить подражанием научному стилю, для которого характерна объективность и размытие образа автора [Щемелева, 2013, с.144]. Однако в английской письменной научной речи личностное начало и указание на единоличное получение результата сильнее, чем в русской.

Императивное воздействие в предложениях на русском языке усиливается использованием перформативных глаголов *рекомендовать, призывать*:

*Поэтому я призываю вас в первую очередь более подробно описать свой опыт, а уже с «дневником сна» обратиться к неврологу* (Psychologies, Личный опыт, 3.04.2023).

*В любом случае рекомендую вам обратиться к семейному психологу* (Psychologies, Личный опыт, 29.10.2023).

Сочетание личного местоимения 1-го лица ед. ч. и глагола привлекают к себе внимание в тексте и эксплицитно выражают рекомендацию обратиться к профильному специалисту.

Для предложений на английском языке так же характерно использование перформативных глаголов:

*Before you take any action, I would encourage you to think about your next job interview, whether at this company or elsewhere* (Psychologies, April 26, 2022) – 'Перед тем как Вы совершите какое-то действие, *я призываю* Вас подумать о следующем собеседовании в этой компании или любой другой'.

*If you work in a niche area, I suggest contacting the Independent Workers' Union, which has a general member's branch for people who don't fit another category yet* (Psychologies, July 14, 2021) – 'Если Вы работаете в нишевой области, *я предлагаю* свя-

заться с Профсоюзом независимых трудящихся, у которого есть общее отделение для не попадающих в какую-либо категорию людей'.

В первом случае, у глагола *encourage* есть следующее значение: *to help someone to feel confident and able to do something* [Cambridge Dictionary], которое показывает намерение автора поддержать и вдохновить адресата совершить сложный карьерный шаг. Это создаёт положительную тональность общения, тогда как в русских предложениях она ближе к нейтральной. Отдельно стоит отметить следующее предложение:

*For example, I'm a member of a Facebook group specifically for freelance women journalists, and I might ask: 'How are other people dealing with this? (Psychologies, July 14, 2021) – 'Я могла бы спросить: "Как другие люди с этим справляются?"'*

Здесь можно увидеть тактику скрытого диалога, с помощью которой практикующий психолог ставит себя на место адресата и предполагает вопрос, который он мог бы задать другим людям [Кузьмина, 2016, с. 127]. Тем самым автор показывает эмоциональную вовлечённость, что создаёт позитивную тональность общения.

Таким образом, и в русском, и в английском языке местоимение 1-го лица ед. ч. сопровождается использованием перформативных глаголов. Однако семантика глаголов и использование приёма скрытого диалога в предложениях на английском языке позволяет сделать коммуникацию более личной и тёплой, в то время как русские предложения больше стремятся имитировать научный стиль общения, что служит повышению эффекта достоверности, поэтому в них использование местоимения я встречается реже и поддерживается нейтральная тональность общения.

#### 2.2.4. Риторические вопросы [Rhetorical questions]

Риторические вопросы – это редко встречающийся приём в английских текстах жанра «вопрос к эксперту»: 2% в русском языке и 4% в английском. Они позволяют вовлечь читателя в размышление с помощью глаголов мысли, стимулируют его принять собственное решение [Biber, 2003, p. 256] (глаголы выделены в примерах). Рассмотрим примеры риторических вопросов:

*I'm wondering whether you are a naturally assertive, dominant person with a low tolerance for just going along with others. Is this an area you could work on?* (Guardian, Ask Philippa, November 26, 2023) – 'Мне **интересно**, являетесь ли вы по своей натуре решительный и властным человеком, едва выносящим просто плыть по течению. Может эта область, над которой вы могли бы поработать?'

*Could you focus on your godson, with non-materialistic gifts, such as your willingness to help him turn a cardboard box into a den, bake a cake or roll down a grassy hill?* (Psychologies, September 21, 2021) – 'Можете ли Вы **сосредоточиться** на своем племяннике и нематериальных подарках, например, вашем желании помочь ему построить пещеру из картонной коробки, испечь торт или скатиться с травянистого холма?'

*Подумайте, делали ли вы что-то в жизни, придерживаясь этих принципов?* (Psychologies, Личный опыт, 17.02.2023).

Можно увидеть, что и в русских, и в английских текстах риторический вопрос предлагает способ действия, но не побуждает его совершить. Этим объясняется редкость данного приёма в текстах жанра «вопрос к эксперту». Однако риторический вопрос хорошо подходит для стимуляции рефлексии, что тоже немаловажно для данного жанра.

### 3. Заключение [Conclusion]

Анализ экспериментального материала, взятого из текстов, представляющих жанр «вопрос к эксперту» в рамках дискурса популярной психологии, позволил выявить следующие закономерности выражения императивного воздействия в предложениях на

русском и английском языке. Во-первых, было отмечено незначительное преобладание модальных глаголов с семантикой долженствования в русских текстах, в то время как в англоязычных текстах преобладали модальные глаголы с семантикой возможности. Во-вторых, была выявлена семантика оценочных прилагательных в предикативах, которая показывает критерии правильности возможного решения. Если в английских предложениях ключевым выступает возможный положительный результат применения действия, то в предложениях на русском языке важным становится ещё и соответствие действия условиям коммуникации и отношениям между коммуникантами. В-третьих, в русских текстах авторы придерживались нейтральной тональности общения и старались звучать более объективно, что также выступает как приём повышения доверия читателя к тексту. В англоязычных текстах более положительная тональность общения создавалась за счёт семантики используемых глаголов, стратегии солидаризации с реципиентом.

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы о статусе практикующего психолога и автора вопроса в русском и английском дискурсах. Из русских текстов видно, что психолог играет в основном распорядительную роль. Он стремится звучать объективно, эмоционально отстранённо, оценивать возможные действия с точки зрения «правильности / неправильности», чаще использует слова со значением долженствования. В англоязычных текстах дистанция между коммуникантами несколько меньше. Они всё ещё не являются равноправными партнёрами, но практикующий психолог выступает в роли «наставника», который выражает эмоциональную поддержку, рассказывает о возможных вариантах действий в ситуации, оставляя право принять окончательное решение за обратившимся.

Перспективу исследования составит анализ других способов речевого воздействия (персуазивного и суггестивного) в жанре «вопрос к эксперту». Жанровый состав дискурса популярной психологии и способы императивного воздействия в каждом из них также требуют внимания исследователей.

#### Библиографический список

- Багиян, 2017 – Багиян А. Ю. Дискурсивные механизмы популяризации элементов научного знания: когниолингвистический аспект (на материале английского языка) // Научный диалог. 2017. № 6. С. 9–28. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2017-6-9-28>
- Блакар, 1987 – Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М. : Прогресс, 1987. С. 88–126.
- ВЦИОМ, 2022 – ВЦИОМ. 2022. URL : <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/v-poiskakh-psikhologicheskoi-pomoshchi> (дата обращения : 24.01.2024).
- Гилясев, 2017 – Гилясев Ю. В. Прагматика англоязычного мотивационного дискурса // Ученые записки Петрозаводского гос. ун-та. 2017. № 5. С. 70–76.
- Гринева, Васильев, 2018 – Гринева М. С., Васильев Л. Г. Терапевтический дискурс: определение и конститутивные признаки // Экология языка и коммуникативная практика. 2018. № 4. С. 22–33. <https://doi.org/10.17516/2311-3499-035>
- Дубских и др., 2019 – Дубских А. И., Бутова А. В., Кисель О. В. Механизмы речевого воздействия в массмедиаальном дискурсе // Известия ВГПУ. 2019. № 6 (139). С. 107–112.
- Ермакова, 2023 – Ермакова Л. В. Модальность возможности и необходимости в новостном и информационно-аналитическом типах дискурса СМИ // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. № 3. С. 27–42.
- Иссерс, 2009 – Иссерс О. С. Речевое воздействие. М. : Флинта : Наука, 2009. 224 с.
- Кузьмина, 2016 – Кузьмина В. М. Диалогизация публицистического текста в глянцево-журнальном дискурсе для женщин (на материале статей русскоязычного журнала «Cosmopolitan») // Научный диалог. 2016. № 12 (60). С. 120–133.

- Лебедева, Романова, 2018 – Лебедева И. С., Романова И. Д. Модальные глаголы как средство воздействия в персональном и институциональном дискурсе // Вестник Московского гос. лингв. ун-та. Гуманитарные науки. 2018. № 15 (810). С. 77–87.
- Солганик, Клушина, 2014 – Солганик Г. Я., Клушина Н. И. Публицистический стиль, или газетно-публицистический стиль, или стиль массовой коммуникации // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) / под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск : Изд-во Сибирского фед. ун-та, 2014. С. 499–501.
- Стернин, 2001 – Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001. 252 с.
- Темиргазина, 2019 – Темиргазина З. К. Модальные значения как эффективное средство языкового воздействия в речи политиков // Политическая лингвистика. 2019. № 6. С. 44–50. <https://doi.org/10.26170/pl19-06-05>
- Тертычный, 2017 – Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М. : Аспект Пресс, 2017. 315 с.
- ТСРЯ – Толковый словарь русского языка Ефремовой. URL : <https://www.efremova.info/> (дата обращения : 19.11. 2023).
- Шевякина, 2020 – Шевякина С. В. Лингвостилистические параметры интернет-дискурса психологии ЗОЖ // Гуманитарный научный вестник. 2020. № 3. С. 191–196. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3770803>
- Шевякина, 2021 а – Шевякина С. В. Языковые средства репрезентации мотивационного уровня языковой личности (на материале интернет-дискурса психологии ЗОЖ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14, Вып. 7. С. 2231–2235 <https://doi.org/10.30853/phil210337>
- Шевякина, 2021 б – Шевякина С. В. Аксиологические основания аргументации в интернет-дискурсе психологии ЗОЖ // Гуманитарные и юридические исследования. 2021. № 2. С. 169–176. <https://doi.org/10.37493/2409-1030.2021.2.23>
- Шелестюк, 2014 – Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М. : ФЛИНТА : Наука, 2014. 344 с.
- Шутова, 2019 – Шутова О. А. Совет как суггестивный речевой жанр поучающего дискурса // Известия ВГПУ. 2019. № 5. С. 129–134.
- Щемелева, 2013 – Щемелева И. Ю. Местоимения как средство передачи авторской позиции в английском и русском научных текстах // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2013. № 4. С. 143–153.
- Яблокова, 2023 – Яблокова А. С. Дискурсивные стратегии запроса совета в рамках формата рубрики «Agony Aunt» в американских глянцевах СМИ // Вестник Воронежского гос. ун-та. Сер. : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 3. С. 86–95.
- Biber, 2003 – Biber D. Student grammar of spoken and written English. Essex : Pearson Education Limited, 2003. 497 p.
- Cambridge Dictionary – Cambridge Dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения : 19.11. 2023).
- Guardian – The Guardian. Ask Philippa. URL : <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/series/ask-philippa> (дата обращения : 19.11. 2023).
- Psychologies – Psychologies. URL : <https://www.psychologies.ru/story/> (дата обращения : 19.11.2023).
- Psychologies – Psychologies. URL : <https://www.psychologies.co.uk/> (дата обращения : 19.11.2023).

### References

- Bagiyan, A. Yu. (2017). Diskursivnye mekhanizmy populyarizatsii elementov nauchnogo znaniya: kogniolingvisticheskiy aspekt (na materiale angliyskogo yazyka) [Discursive mechanisms for popularization of elements of scientific knowledge: cognitive linguistic aspect (On material of English language)]. *Nauchnyy dialog [Scientific Dialogue]*, 6, 9–28. (In Russ.). <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2017-6-9-28>
- Blakar, R. M (1987). Yazyk kak instrument sotsial'noy vlasti [Language as a means of social power]. In *Yazyk i modelirovanie social'nogo vzaimodeystviya [Language and modelling of social interaction]* (pp. 88–126.) Moscow : Progress Press. (In Russ.).

- VTSIOM. (2024). Retrieved January 24, 2024 from <<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/v-poiskakh-psikhologicheskoi-pomoshchi>>.
- Gilyasev, Yu. V. (2017). Pragmatika angloyazychnogo motivatsionnogo diskursa [Pragmatism of the English motivational discourse]. *Uchenye zapiski Petrozavodskogo gos. un-ta [Proc. of Petrozavodsk State University]*, 5, 70–76. (In Russ.).
- Grineva, M. S., & Vasilyev, L. G. (2018). Terapevticheskiy diskurs: opredelenie i konstitutivnye priznaki [Therapeutic discourse: Definition and constituent features]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika [Ecology of Language and Communicative Practice]*, 4, 22–33. (In Russ.). <https://doi.org/10.17516/2311-3499-035>
- Dubskikh, A. I., Butova, A. V., & Kisel, O. V. (2019). Mekhanizmy rechevogo vozdeystviya v massmedial'nom diskurse [Mechanisms of the affecting function of speech in the mass media discourse]. *Izvestiya VGPU [Izvestiya of the Volgograd State Pedagogical University]*, 6 (139), 107–112. (In Russ.).
- Ermakova, L. V. (2023). Modal'nost' vozmozhnosti i neobkhodimosti v novostnom i informatsionno-analiticheskom tipakh diskursa SMI [Modality of possibility and necessity in news and informational-analytic discourse]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 3, 27–42. (In Russ.).
- Issers, O. S. (2009). *Rechevoe vozdeystvie [Speech influence]*. Moscow : Flinta Press : Nauka Press. (In Russ.).
- Kuzmina, V. M. (2016). Dialogizatsiya publitsisticheskogo teksta v glyantsevom zhurnale dlya zhenshchin (na materiale stately russkoyazychnogo zhurnala «Cosmopolitan») [Dialogization of publicistic text in glossy magazine for women (On material of articles of Russian-language magazine “Cosmopolitan”)]. *Nauchnyy dialog [Scientific Dialogue]*, 12 (60), 120–133. (In Russ.).
- Lebedeva, I. S., & Romanova, I. D. (2018). Modal'nye glagoly kak sredstvo vozdeystviya v personal'nom i institutsional'nom diskurse [Modal verbs as means of persuasion in personal and institutional discourses]. *Vestnik Moskovskogo gos. lingv. un-ta. Gumanitarnye nauki [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities]*, 15 (810), 77–87. (In Russ.).
- Solganik, G. Ya., & Klushina, N. I. (2014). Publitsisticheskiy stil', ili gazetno-publitsisticheskiy stil', ili stil' massovoy kommunikatsii [Journalistic style, or newspaper-journalistic style, or mass communication style]. In A. P. Skovorodnikov (Ed.), *Effektivnoe rechevoe obshchenie (bazovye kompetentsii) [Effective speech communication (Basic competencies)]* (pp. 499–501). Krasnoyarsk : Siberian Federal University Press. (In Russ.).
- Sternin, I. A. (2001). *Vvedenie v rechevoe vozdeystvie [Introduction to speech influence]*. Voronezh. (In Russ.).
- Temirgazina, Z. K. (2019). Modal'nye znacheniya kak effektivnoe sredstvo yazykovogo vozdeystviya v rechi politikov [Modal meanings as effective means of verbal manipulation in the speech of politicians]. *Politicheskaya lingvistika [Political Linguistics]*, 6, 44–50. (In Russ.). <https://doi.org/10.26170/pl19-06-05>
- Tertychnyy, A. A. (2017). *Zhanry periodicheskoy pechati [Genres of periodicals]*. Moscow : Aspekt Press. (In Russ.).
- Efremova Explanatory dictionary of Russian language (n. d.). Retrieved November 19, 2023 from <<https://www.efremova.info>>.
- Shevyakina, S. V. (2020). Lingvostilisticheskie parametry internet-diskursa psikhologii ZOZh [Linguistic and stylistic parameters of internet discourse of health psychology]. *Gumanitarnyy nauchnyy vestnik [Humanitarian Scientific Bulletin]*, 3, 191–196. (In Russ.). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3770803>
- Shevyakina, S. V. (2021 a). Yazykovye sredstva reprezentatsii motivatsionnogo urovnya yazykovoy lichnosti (na materiale internet-diskursa psikhologii ZOZh) [Language means of representing linguistic personality's motivational level (By the material of the internet discourse of healthy living psychology)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philology. Theory & Practice]*, 14 (7), 2231–2235. (In Russ.). <https://doi.org/10.30853/phil210337>
- Shevyakina S. V. (2021 b). Aksiologicheskie osnovaniya argumentatsii v internet-diskurse psikhologii ZOZh [Axiological grounds of argumentation in the internet discourse of health psychology]. *Gumanitarnye i yuridicheskie issledovaniya [Humanities and Law Research]*, 2, 169–176. <https://doi.org/10.37493/2409-1030.2021.2.23>

- Shelestyuk, E. V. (2014). *Rechevoe vozdeystvie: ontologiya i metodologiya issledovaniya [Speech influence: Ontology and methodology of studies]*. Moscow : FLINTA Press : Nauka Press. (In Russ.).
- Shutova, O. A. (2019). Sovet kak suggestivnyy rechevoy zhanr pouchayushego diskursa [Advice as a suggestive genre of the instructive discourse]. *Izvestiya VGPU [Izvestiya the Volgograd State Pedagogical University]*, 5 (138), 129–134. (In Russ.).
- Shchemeleva, I. Yu. (2013). Mestoimeniya kak sredstvo peredachi avtorskoy pozitsii v angliyskom i russkom nauchnykh tekstakh [The role of pronouns in defining authorial stance in English and Russian academic texts]. *Vestnik SPbGU. Yazyk i literatura [Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature]*, 4, 143–153. (In Russ.).
- Yablokova, A. S. (2023). Diskursivnye strategii zaprosa soveta v ramkakh formata rubriki «Agony Aunt» v amerikanskikh glyantsevykh SMI [Discourse strategies for eliciting advice in the agony aunt column of an American glossy magazine]. *Vestnik Voronezhskogo gos. un-ta. Ser. : Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya [Proc. of Voronezh State University. Series: Linguistics and intercultural communication]*, 3, 86–95. (In Russ.).
- Biber, D. (2003). *Student Grammar of Spoken and Written English*. Essex : Pearson Education Limited.
- Cambridge Dictionary (n. d.). Retrieved November 19, 2023 from <<https://dictionary.cambridge.org/>>.
- The Guardian. (n. d.). Retrieved November 19, 2023 from <<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/series/ask-philippa>>.
- Psychologies. (n. d.). Retrieved November 19, 2023 from <<https://www.psychologies.ru/story/>>.
- Psychologies. (n. d.). Retrieved November 19, 2023 from <<https://www.psychologies.co.uk/>>.

Статья поступила в редакцию 06.02.2024; одобрена после рецензирования 23.05.2024; принята к публикации 04.06.2024.  
The article was submitted 06.02.2024; approved after reviewing 23.05.2024; accepted for publication 04.06.2024.