

И.А. Стернин

**Анализ скрытых смыслов  
в тексте**

*Учебное пособие*

**Воронеж  
2011**

Пособие предназначено для студентов и бакалавров, обучающихся по направлению «Филология», предмет «Основы теории коммуникации», а также магистрантов, обучающихся по специальности «Психолингвистика и лингвокриминалистика».

Предлагаемое пособие содержит описание теоретических проблем и методики выявления и описания скрытого смысла высказываний в тексте.

Наряду с необходимой теоретической информацией в пособие включены практические задания и упражнения.

Рекомендовано к печати кафедрой общего языкознания и стилистики Воронежского университета, протокол заседания кафедры № 13 от 2 июля 2011 г.

© Стернин И.А., 2011

Стернин И.А. Анализ скрытых смыслов в тексте. – Воронеж: «Истоки», 2011. - 66 с. - Тираж 200 экз.

## Проблемы понимания текста

Текст представляет собой семантически и структурно организованное единство языковых знаков, употребленных с определенной целью.

В нормальном тексте должны присутствовать структурная и смысловая связность, но в некоторых аномальных текстах (например, юмористических или в текстах людей, плохо владеющих связной речью) может присутствовать только один из этих видов связности.

Ср. пример В.В.Красных (из книги Я.Гашека о бравом солдате Швейке):

*Однако мне тоже, хочется, господа, задать вам одну загадку. Стоит четырехэтажный дом, в каждом этаже по восьми окон, на крыше два слуховых окна и две трубы, в каждом этаже по два квартиранта. А теперь скажите, господа, в каком году умерла у швейцара его бабушка?*

В этом тексте налицо структурная, формальная связность, но отсутствует связность семантическая, смысловая.

Другой текст: *Я... терять дорога... я хотеть... как это... просить идти ко мне... со мной... мне показывать...я хотеть смотреть ... Красный площадь... пожалуйста ... спасибо.*

В этом тексте налицо смысловая связность, но отсутствует связность структурная, текст структурно бессвязный.

Кроме того, текст имеет прагматическую направленность – он создан для определенной цели, предназначен говорящим для решения определенной задачи. Создавая текст, мы совершаем некоторые действия: что-то сообщаем собеседнику, просим, обещаем, приказываем, порицаем, извиняемся, убеждаем, уговариваем и т.п. Все эти действия обусловлены намерением или интенцией говорящего.

### Порождение текста

Порождение больших текстов, устных и письменных, имеет свою специфику.

Для законченного текста или большого монолога сначала выбирается тема, затем формируется стратегия сообщения (определяются факты, которые будут приведены, их последовательность, степень подробности изложения, модальность речи), определяется план изложения (подразделение сообщения на отрывки, отделяющиеся интонацией и паузами). Остальные этапы порождения конкретных высказываний остаются теми же, что для порождения речи (см. Попова, Стернин 2004).

Выработка плана и стратегии не всегда бывает осознанной, особенно в устной речи, что приводит к повторам, перескакиванию с темы на тему и т.д. Однако человек при большом сообщении может следить за планом по конспекту, может корректировать изложение с учетом реакции слушающих. Подготовке и сообщению текстов как устных так и

письменных, можно и нужно обучать, создание и исполнение таких текстов поддается в значительной степени сознательному регулированию.

### *Восприятие текста*

Восприятие текста протекает по тем же принципам, что и восприятие любой речи, однако в отличие от восприятия отдельного высказывания, восприятие большого текста затрудняется тем, что большие отрезки текста должны сохраняться в оперативной памяти человека и затем проходить дальнейшее осмысление и обобщение, вплоть до формирования *концепта текста*.

Уровень понимания текста конкретным слушающим или читателем зависит от многих факторов – типа слушания, готовности и желания воспринять текст, навыков чтения и слушания, умения выделять главную мысль, психологической и физической готовности слушать или читать, даже от температуры окружающего воздуха, удобства стула, позы чтения и т.д.

Понимание целостного текста на слух и понимание целостного письменного текста различаются задействованными в этом процессе механизмами, но в целом эти механизмы подчиняются основным общим законам переработки информации, поступающей через разные сенсорные каналы.

Необходимо различать восприятие текста, его понимание и интерпретацию

*Восприятие текста* – это «получение» текста органами чувств человека, его рецепция. Воспринимая письменный текст, человек, как показывают исследования, опирается на способность видеть и различать буквы и слова, репрезентации которых уже хранятся в его памяти. При этом установлено, что глаз человека при чтении совершает скачки по тексту, причем дольше глаз задерживается на более длинных и менее частотных словах, а наиболее длительная фиксация отмечается для последнего слова в предложении. Читающие останавливают свой взгляд на 80% значимых слов (существительных и глаголах), которые несут в тексте ключевую информацию.

В процессе восприятия человек вычленяет и опознает отдельные элементы текста и складывает их в первичную поверхностную картину, обеспечивающую понимание прямого, буквального значения языковых единиц текста. На этом завершается этап восприятия текста.

Далее следует этап *понимания* (хотя читающий или слушающий текст человек может по разным причинам и не переходить на этот уровень). Если же реципиент перешел на уровень понимания, то на этом этапе он выявляет скрытый смысл текста. Обязательным условием понимания является выход за пределы собственно языковых знаний о семантике

единиц языка и переход в сферу экстралингвистических, энциклопедических знаний, в сферу индивидуальных психических процессов, связанных с организацией знаний и особенностями их хранения и извлечения из памяти.

На этом же этапе читатель строит *проекцию* текста или *образ содержания* текста (А.А.Леонтьев) – некоторое ментальное образование, которое предположительно, с точки зрения читателя, приближается к тому, «что хотел сказать автор» текста.

А.А.Залевская указывает, что идентификация в тексте единиц различной протяженности (от морфем до фразеосочетаний) и построение проекции текста обеспечивается взаимодействием механизмов понимания, в числе которых выделяются механизмы узнавания, вероятностного прогнозирования, ассоциирования, глубинной предикации, двойственной категоризации (по линиям языковых и энциклопедических знаний), получения выводного знания и др. при регулятивном контроле по линиям языковых и энциклопедических знаний.

Установлено, что на этом этапе большое значение имеет способность человека опираться на имеющиеся у него сценарии текстов, уже воспринимавшихся им ранее, на имеющиеся у него схемы (структуры) знаний о мире, способность человека использовать имеющиеся знания для формирования определенных пропозиций и суждений, в том числе о правдоподобности или нереальности описываемого.

Понимание целостного текста представляет собой обобщение смысла текста и перевод этого смысла в другую форму его закрепления, иную, чем исходный текст. А.А.Леонтьев в числе таких форм закрепления называет пересказ мысли другими словами, перевод на другой язык, смысловую компрессию текста, построение образа предмета или ситуации, формирование личностно-смысловых образований, эмоциональной оценки события, выработку алгоритма операций, предписываемых текстом.

Этап *интерпретации текста* предполагает соотнесение итоговой информации, извлеченной и «спроецированной» из текста, с имеющимися знаниями реципиента об экстралингвистической реальности. В процессе интерпретации в универсально-предметном коде сознания формулируется *концепт* текста, то есть максимально сжатое его содержание, которое, будучи сформулированным, анализируется и с точки зрения содержания, и с точки зрения мотива – зачем эта идея выражена, почему она выражена именно данным автором, именно в это время и др.

В целом этапы восприятия целостного текста соответствуют этапам восприятия речи вообще. Но для восприятия большого хорошо организованного текста нередко требуется специальная подготовка. Нужно осмыслить не только содержание, но и форму изложения и некоторые другие особенности воспринимаемого текста.

В современной психолингвистике различают несколько уровней понимания целостного (сложного) текста, которые присущи разным типам реципиентов, а также могут различаться у одного и того же реципиента в зависимости от типа текста.

#### *Восприятие без понимания*

Например, так обычно воспринимается песня на иностранном языке. Так воспринимается бессмысленный текст типа *Сачный клопсик млынно выхрюндивается с цурипопиком на пундырке*. Так может восприниматься и осмысленный текст, если воспринимающий просто его не слушает или не прилагает усилий для его понимания – такой текст воспринимается им как шум.

#### *Понимание темы и формы*

В этом случае слушающий в самом общем смысле понимает, о чем идет речь. Например, переводчик-неспециалист переводит статью из научного журнала по физике или математике и не понимает содержания статьи, хотя может получить некоторое общее представление об проблеме. Интересно, что тема и содержание при данном уровне понимания не оцениваются, но, как ни странно, оценивается форма изложения – интересно или неинтересно.

#### *Понимание общего содержания*

Слушающий понимает общую идею текста и запоминает отдельные факты (далеко не всегда самые главные и существенные). Так, лектор общества «Знание» в период застоя выступал на колхозной ферме и читал дояркам лекцию о «текущем моменте». Возвращаясь на грузовике вместе со своими слушателями, он по дороге спросил, что им в лекции запомнилось. Все сказали, что запомнили: обстановка в мире сложная, а президент США Картер в молодости 11 лет командовал атомной подводной лодкой. Таким образом, тема не оценивается, форма не оценивается, оценивается общее содержание и запоминается отдельный факт.

#### *Понимание основных фактов и их последовательности*

Таково, например, понимание художественного произведения на уровне фабулы, самого общего содержания: *«Евгений Онегин» - сперва она его любила, а после он ее любил*.

Некоторые тексты по самой своей природе предполагают такой уровень восприятия, они рассчитаны на него – детективы, мемуары, исторические романы, газетная публицистика. Если художественный фильм из жизни хоккеистов зритель смотрит как хоккей и потом спорит с соседом, сколько шайб забил главный герой в решающем матче – значит, фильм понят на уровне фактов и их последовательности.

В таком случае оценивается содержание, не оценивается тема и форма изложения.

### *Понимание содержания и логики изложения*

При данном уровне понимания человек понимает содержание, может сопоставить факты и оценить логику подачи фактов в тексте. Может оценить содержание, тему, но не оценивает форму изложения.

### *Овладение содержанием*

В этом случае реципиент понимает содержание, интерпретирует его, может всесторонне его оценить и изложить своими словами концепт текста, оценивает тему и форму изложения. Это высший уровень понимания текста.

Под *концептом текста* (термин Н.И.Жинкина) понимается сжатое осмысление текста, осуществленное на этапе интерпретации на основе обобщения отдельных фрагментов текста в форме единиц УПК. Поэтому свое понимание «основной идеи текста» специалист всегда излагает «своими словами», а испытуемые, не имеющие подобной практики, при просьбе сформулировать свое осмысление текста часто затрудняются, хотя это, строго говоря, не значит, что они этот концепт в том или ином виде не сформировали, поскольку он формируется на универсальном предметном коде сознания, а не на языке.

В.В.Красных описывает эксперимент по выявлению подобного концепта текста «Преступления и наказания» Ф.М.Достоевского в филологической аудитории: студентам было предложено свести смысл текста к 10 словам, а потом выразить его в одном предложении, включающем не более 10 слов. Результаты имели следующий вид:

*Раскольников. Нищета. Теория. Убийство. Расследование. Психология. Совесть. Наказание. Вера. Возрождение.*

*Раскольников. Идея. Старуха. Топор. Преступление. Порфирий. Соня. Сомнение. Муки. Вера.*

*Из-за идеи Раскольников убивает старуху, проходит через муки и раскаяние к вере и очищению.*

*Герой по теории совершает преступление, но, раскаявшись, несет наказание и возрождается к новой жизни.*

В.В.Красных отмечает, что это и есть в некотором смысле *концепт* текста по Н.И.Жинкину, некоторая вербализация того, что мы называем инвариантом восприятия текста.

Понимание текста – это воссоздание принимающим того содержания, которое вкладывает передающий.

В.В.Красных так изображает общий путь восприятия текста реципиентом:

*физическое восприятие текста → понимание прямого, поверхностного значения → соотнесение с контекстом и ситуацией (в широком смысле) → понимание глубинного значения → соотнесение с фондом знаний, пресуппозицией реципиента → интеллектуально-эмоциональное восприятие текста, осознание смысла текста, его концепта.*

Соответственно, можно выделить три основных уровня понимания значения текста – поверхностное (восприятие эксплицитной языковой информации текста), глубинное (понимание скрытого, имплицитного смысла текста) и интерпретация (формирование и формулирование концепта текста).

Особая проблема понимания сложного текста – это проблема понимания скрытого смысла. Скрытого смысла обычно нет в деловых текстах, в объявлениях и инструкциях, научных текстах и специальных текстах, практически нет в детективной и мемуарной литературе, но очень существен скрытый смысл (подтекст) в художественной литературе: именно подтекст и делает литературу художественной. Понимание подтекста опирается на энциклопедические знания, но не только на них - необходим внутренний механизм понимания скрытого смысла, который начинает формироваться у детей не ранее 11-12 лет, хотя он часто остается неполностью завершенным даже у взрослого человека.

Часто проявляется скрытый смысл и в публицистике, в рекламных текстах.

Проблему представляет и понимание скрытого смысла отдельных высказываний – риторических вопросов, намеков, призывов, отдельных метафорических выражений, фразеологизмов, пословиц и поговорок, употребленных в тексте.

Механизм понимания скрытого смысла языковых высказываний и целых текстов у носителей языка надо специально развивать.

## Понятие скрытого смысла в тексте

Важнейшим аспектом лингвокриминалистического анализа текста является выявление и описание скрытых смыслов в тексте.

Скрытый смысл – это неявный смысл, открывающийся реципиенту текста не сразу, а в результате некоторой мыслительной операции, интерпретации воспринятых им языковых единиц, высказываний, текстовых фрагментов по определенным правилам.

Для описания неявного смысла высказывания или текста в целом используются термины *подтекст*, *намек*, *имплицитный смысл*, *имплицитная информация*, *второй план*, *косвенный смысл*, *скрытый смысл*.

Из этих терминов слово *намек* представляется нам наименее адекватным для лингвокриминалистического анализа – это скорее нетерминологическое слово, которое имеет преимущественно бытовой характер и относится к обыденным ситуациям (*он намекнул на долг, на что вы намекаете, нахал?*, но нельзя сказать – *в романе писатель намекает на...*). Термин *подтекст* относится чаще к большим по объему текстам и описывает результат осмысления целого текста (обычно художественного).

Термин *скрытый (имплицитный) смысл* представляется наиболее удобным для использования в лингвокриминалистике. Это обобщенное понятие, оно относится и к тексту, и к отдельному высказыванию.

Скрытый смысл выражается автором текста с использованием языковых единиц и конструкций, при восприятии которых реципиентом легко реконструируются определенные, регулярно актуализируемые в данной культуре мыслительные (когнитивные) схемы интерпретации того или иного типа высказываний.

При этом устанавливается содержательная эквивалентность выраженного в тексте эксплицитного (явного) значения языковых единиц и реконструируемого реципиентом скрытого смысла.

Такие ментальные (когнитивные) схемы восприятия, составляющие существенную часть языкового сознания, удобно назвать *рецептивными* схемами, то есть свойственными сознанию людей схемами понимания языковых выражений.

А.Н.Баранов отмечает, что признаком имплицитной (скрытой) информации является «необязательность ее получения при понимании, несто процентность ее восстановления слушающим». Режиссер Е.В. Вахтангов следующим образом объяснял смысл феномена «подтекст» своим студентам: «Если кто-нибудь спрашивает у вас, который час, он этот вопрос может задавать при различных обстоятельствах с различными интонациями. Тот, который спрашивает, может быть, не хочет... знать, который час, но он хочет, например, дать вам понять, что вы слишком

засиделись и уже поздно. Или, напротив, вы ждете доктора, и каждая минута... дорога... необходимо искать подтекст каждой фразы». Беседы о Вахтангове. М.- Л., 1940. С. 140 (Баранов, с.42).

Имплицитная информация текста может быть обязательной и факультативной: так, различные коннотации, культурно обусловленные ассоциации слов, устойчивых словосочетаний относятся к факультативной части содержания текста: они могут осознаваться адресатом, а могут и оставаться неосознанными реципиентом.

Разграничение эксплицитной и имплицитной части семантики высказывания и текста, а в последней — обязательной и факультативной информации существенно важно для лингвистической экспертизы текста. Хотя, как указывает А.Н.Баранов, никто этого специально не считал, но вполне очевидно, что имплицитная составляющая семантики языкового выражения существенно больше, чем эксплицитная.

Для лингвокриминалистике особенно существенно то, что не вся имплицитная часть семантики языковых выражений может быть интерпретирована как содержащая некие утверждения, а именно эта категория важна для анализа текста в лингвокриминалистике.

*Эксплицитные утверждения* – это утверждения, которые несут информацию, непосредственно вытекающую из словарных значений употребленных в высказывании слов, то есть такие, содержание которых можно установить из поверхностной формы высказывания, непосредственно не проводя дополнительных смысловых преобразований (Баранов, с.41).

*Имплицитные (скрытые) утверждения* – это такие утверждения, содержание которых выявляется на основе дополнительного осмысления значения слов и выражений, входящих в высказывание, с учетом всего контекста и ситуации употребления этого высказывания.

Имплицитная информация, как было отмечено А.Н.Барановым, может быть обязательной и факультативной, но, кроме этого важного противопоставления, есть еще одно: имплицитная информация может быть вербализуемой и невербализуемой.

Под вербализацией имеется в виду возможность воспроизведения скрытого смысла в виде высказывания, содержащего пропозицию, которая передает смысл импликации (Баранов, с.44).

Вполне возможна ситуация, когда нечто в имплицитной части семантики языкового выражения есть, но вербализовать это в явной форме невозможно. Типичный случай — использование некоторых приемов речевого воздействия, например, приема «введения в оценочно окрашенный контекст или ассоциативный ряд» (см. подробнее – Баранов, § 1 главы 3 его книги). Так, известный лозунг *Голосуй или проиграешь!* предвыборной кампании Б. Ельцина сопровождался изображением наручников или арестантской куртки в непосредственной близости от

слова *проиграешь*. Очевидно, что проигрыш в этом рекламном слогане интерпретировался как что-то явно «отрицательное», но необязательно имелось в виду реальное тюремное заключение. Это можно интерпретировать и как возможные ограничения гражданских свобод, и как полицейское государство, и как обобщенно (даже символически) передаваемую идею опасности. Иными словами, негативный компонент содержания присутствует, но точно вербализовать и выразить его суть невозможно.

Аналогичными свойствами обладает метафора: метафорические номинации могут влечь негативную оценку, но и в этом случае часто точная вербализация негативной составляющей затруднена, ср. кличку *Паша-мерседес* одного из бывших министров обороны. Практически невербализуемы многие культурные ассоциации.

Сочетание указанных двух параметров — обязательность и факультативность, вербализуемость и невербализуемость — задает следующие возможные комбинации, характеризующие скрытую информацию (Баранов 2007):

#### Виды скрытой информации (по А.Н.Баранову, с.46)

Имплицитная информация	Вербализуемость	Невербализуемость
Обязательность	(i) Обязательная и вербализуемая информация	(ii) Обязательная и невербализуемая информация
Факультативность	(iii) Факультативная и вербализуемая информация	(iv) Факультативная и невербализуемая информация

#### Обязательная и вербализуемая информация

*Данное обстоятельство (получение Международного сертификата системы качества – А.Б.) вызвало у нас непонимание: как может заранее несостоятельная строительная компания, зарекомендовавшая себя на строительном рынке недвижимости исключительно с отрицательной стороны, получить право на участие в тендерах (в том числе международных) на строительство гражданских объектов?*

Эксплицитная информация:

1. компания получила сертификат качества, 2. автор спрашивает, как она смогла это сделать.

Имплицитная информация (она хорошо осознается носителями языка,

но ее нельзя признать эксплицитной:

1. автор не согласен с присвоением компании сертификата;
2. автор отрицательно относится к присвоению ей сертификата;
3. осуждаемая компания является заранее несостоятельной;
4. компания зарекомендовала себя с отрицательной стороны;
5. отрицательно зарекомендовавшая компания не имеет права на участие в тендерах (Баранов, с.43).

### **Обязательная и невербализуемая информация**

Пример такой информации – приведенный выше лозунг *Голосуй или проиграешь!* предвыборной кампании Б. Ельцина (Баранов, с.45)

К числу феноменов, вводящих невербализуемую скрытую информацию, А.Н.Баранов относит также *метафору, намек, культурные ассоциации.*

### **Факультативная и вербализуемая информация**

А.Н.Баранов приводит пример:

*...Были простимулированы соответствующие чины - и в октябре 1998 г. якобы по инициативе ФСНП появляется Ассоциация производителей и дистрибьюторов натурального спирта. Президентом Ассоциации становится Петр Семакин.*

Выводится утверждение: *«Семакин чем-то, что не названо, заинтересовал чиновников ФСНП в том, чтобы они выступили инициаторами создания подобного Союза».*

Слово *стимулировать* можно воспринять как *дать взятку*, тогда это характеризует Семакина отрицательно, но однозначно восстановить, кто стимулировал, нельзя – может он, может его сотрудники, связанные с ним лица или еще кто-нибудь. Это информация необязательная, факультативная.

«...Следствия, требующие длинной цепочки вывода, будут располагаться на самых глубинных слоях плана содержания, причем даже не высказывания, а текста в целом. Довольно высока вероятность, что такие следствия окажутся факультативными. ...Факультативное следствие, т.е. необязательная, но вербализуемая имплицитная информация, хотя и имеет форму утверждения, **не может рассматриваться в делах о защите чести и достоинства** именно в силу своей факультативности.

.... Факультативные следствия непредсказуемо разнообразны, поскольку не в последнюю очередь определяются моделью мира адресата, его ожиданиями и коммуникативными намерениями в данный конкретный

момент времени. Они порождаются в силу испорченности или, наоборот, благонаравия адресата» (Баранов, с.53)

«Факультативные следствия, в которых представлена факультативная, но вербализуемая информация, близки по своим свойствам предположениям, .... Именно в этом смысле факультативные следствия следует рассматривать как аналоги выражения предположения (Баранов, с.55), но не утверждения.

Таким образом, делает вывод А.Н.Баранов, анализируемыми в лингвистической экспертизе текста «скрытые, или имплицитные, утверждения должны быть обязательной и вербализуемой частью имплицитной части плана содержания языкового выражения» (Баранов, с.46-47), остальные виды имплицитной информации не могут быть основанием для выводов эксперта.

### **Рецептивные схемы идентификации скрытого смысла текста**

*На стадии восприятия текста* реципиент воспринимает языковые единицы органами чувств.

Восприятие текста – это отражение языковых единиц органами чувств в сознании.

*На стадии понимания текста* реципиент идентифицирует значения воспринятых языковых единиц. Идентификация значения представляет собой «узнавание» значения языковой единицы.

Эксплицитная языковая информация реципиентом идентифицируется посредством сопоставления воспринятых языковых единиц с образами языковой памяти – эти языковые единицы опознаются реципиентом как имеющие некоторое конкретное семантическое содержание, то есть отражающие определенную связь языковых единиц с действительностью.

Значения языковых единиц извлекаются из языковой памяти, затем в языковом сознании осуществляется *синтез смысла* – увязывание идентифицированных значений друг с другом в общий смысл высказывания и текста в целом. Например, высказывание *Мать брата моей жены ко мне хорошо относится* после идентификации реципиентом значений всех слов увязывается в общий смысл *Теща ко мне хорошо относится*. Этим завершается этап понимания эксплицитной информации. Если реципиент не осуществляет синтеза смысла (а он может этого не сделать в силу самых разных причин – неумения, нежелания, незнания отдельных слов, усталости, наконец), высказывание остается воспринятым, но непонятым.

Однако в высказывании и тексте присутствует и имплицитная информация – скрытый смысл. Он тоже должен быть идентифицирован.

Имплицитная языковая информация извлекается из эксплицитной при помощи определенных ментальных (когнитивных) схем, представленных в готовом виде в языковом сознании носителя языка (Баранов с.452). Такие ментальные (когнитивные) схемы восприятия скрытого смысла текста удобно назвать *рецептивными* схемами, то есть присущими сознанию людей *схемами (моделями) понимания*.

Рецептивные схемы языкового сознания основаны на сформировавшемся в сознании этноса или отдельной социальной группы на базе когнитивного и языкового опыта носителей языка понятие **равнозначности информации**: некая информация, переданная определенным эксплицитным способом, рассматривается языковым сознанием как равнозначная другой информации, которая в данном конкретном случае не выражена вербально, эксплицитно.

Подобные схемы формируются в сознании человека с возрастом и опытом общения (ребенок до 12 лет, по данным онтолингвистики, практически еще не имеет сформированных схем понимания скрытого смысла высказывания, он способен воспринимать лишь эксплицитную информацию).

Рецептивные схемы – принадлежность языкового сознания носителя языка. А.Н.Баранов указывает, что они должны повторяться, должны быть регулярно используемыми в обществе, чтобы служить носителям языка механизмом идентификации скрытого смысла.

Рассмотрим некоторые такие схемы, наиболее часто используемые авторами в текстах, становящихся впоследствии предметом лингвистической экспертизы.

1. *Сообщение об отказе кого-либо от комментариев или участия в обсуждении какого-либо нарушения или происшествия равнозначно сообщению о скрываемой лицом вине или причастности данного лица или организации к данному нарушению или происшествию.*

В офисе компании «Ваш ремонт», по слухам, изъяли финансовую документацию. Представители компании от каких-либо комментариев отказались.

2. *Сообщение об имевшем место упоминании имени некоторого лица в связи с какими-либо событиями, нарушениями и происшествиями равнозначно сообщению о причастности данного лица к указанным событиям, нарушениями и происшествиями (рецептивная схема «Нет дыма без огня»).*

Его имя упоминалось и в связи со скандалом в «Росатоме».

Его имя всплывало при расследовании происшествия с аварийной посадкой самолета.

*3. Сообщение о правонарушениях друзей, соратников, сотрудников того или иного лица равнозначно сообщению о причастности самого лица к аналогичным правонарушениям (рецептивная схема Скажи, кто твой друг, и я скажу, кто ты).*

Бывший сотрудник банкира Вадима Коренева попался на спекуляциях ворованными акциями.

Охранником у него работает некий Эдик, дважды судимый за разбой и хулиганство.

И. Кобзон, как говорят, был в дружеских отношениях с известным уголовным авторитетом А.Квантаришвили.

*4. Сообщение о недоступности лица, учреждения для выяснения журналистами подробностей некоторого негативного события равнозначна сообщению о стремлении лица или учреждения скрыть свою виновность в данном событии.*

Мы пытались дозвониться до фирмы «Сапсан», но их телефоны молчат.

Мы позвонили самому директору Семенову, но его телефон все время вне доступа.

*5. Сообщение о недостаточной расследованности, неясности относительно роли некоторого лица или организации в некоторой противоправной ситуации равнозначно сообщению о связи данного лица или организации с противоправными действиями*

В.Хлыстова неоднократно обвиняли в отмывании денег. До сих пор неясна его роль и в афере с акциями «Водоканала».

*6. Сообщение о фактах нарушения человеком некоторых норм равнозначно сообщению о ложности, недостоверности, неправомерности его слов, мнений, высказываний.*

На чьих показаниях построена защита? На показаниях ранее судимого Семенова.

М.М.Жванецкий: «что может сказать умного человек, который не поменял паспорта?»

-Какое право вы имеете...

-А кто вас сюда пропустил? Как вы сюда прошли?

*7. Утверждение, категорично противопоставляющее два факта, равнозначно утверждению о причинной связи между ними*

12000 москвичей не могут получить места в детских садах  
13000 детей иммигрантов ходят в детские сады в Москве

Мигранты вывозят из страны миллиарды рублей  
Миллионы русских живут в бедности

*8. Утверждение о том, что некоторое негативное событие произошло после другого, равнозначно утверждению, что оно является следствием предыдущего события (рецептивная схема «после того - значит вследствие того»).*

Семенов ушел из офиса последним. Утром в офисе обнаружили пропажу принтера.

*9. Побуждение к самостоятельному осмыслению приведенных негативных фактов равнозначно утверждению данного негативного факта (рецептивная схема «Думайте сами....»)*

Кто захватывает все должности, хлебные места, школы и детсады, где звучат только фамилии на –нян? Думайте сами.

*10. Напоминание кому-либо, что некто имеет инструмент, средство, оружие, равнозначно призыву к их использованию*

Армия, помни, у тебя есть оружие!

*11. Здравницы в честь людей, следующих некоторому призыву-лозунгу, равнозначны призыву следовать этому призыву-лозунгу:*

Да здравствуют люди, в груди которых один призыв звучит: «К оружию, товарищи!».

*12. Сообщение о доступности чего-либо равнозначно призыву приобрести это*

И не надо думать, что оружие у нас трудно купить. Оружие продается у нас уже чуть ли не на рынках, и при желании достать его не сможет только ленивый. ...

*13. Категорическое утверждение о наличии некоторого права равнозначно призыву воспользоваться этим правом.*

Люди, у вас есть право на протест!

*14. Утверждение о возможности чего-либо для каждого равнозначно призыву к каждому реализовать эту возможность.*

Необходима бескомпромиссная вооруженная борьба с этим государством, которую в состоянии вести каждый.

*15. Утверждение о легкости изготовления, приобретения чего-либо равнозначно призыву изготовить, приобрести это.*

Любой отставной солдат, не будучи даже семи пядей во лбу, вполне в состоянии в бытовых условиях собрать компактную бомбу, поставить растяжку или осуществить поджог.

*16. Утверждение о необходимости что-либо уметь делать равнозначно призыву научиться это делать*

Всем мусульманам нужно уметь делать взрывчатку, также и различные виды детонаторов, для того, чтобы в нужный момент суметь нанести ущерб и вред марионеткам иблиса (дьявола).

*17. Утверждение о необходимости соблюдения некоторого правила равнозначно призыву соблюдать это правило*

Нужно уступать места старшим!  
 Необходимо соблюдать чистоту.  
 На переходе требуется внимание!  
 Надо убирать за собой на пикниках!

18. *Вопрос о предполагаемой длительности или времени завершения какого-либо совершаемого кем-либо в настоящее время действия или занятия равнозначен призыву скорее завершить данное действие или занятие*

Хочется задать вопрос руководителям управляющей компании – когда же начнется ремонт крыши?

19. *Вопрос о дальнейшей возможности переносить то или иное негативное явление равнозначен призыву предпринять действия, направленные на устранение этого явления.*

Сколько можно терпеть унижения?

До каких пор мы будем подчиняться мошеннику и преступнику?

Актуализация рецептивной схемы при восприятии реципиентом конкретного высказывания или текста может заметно варьировать в зависимости от конкретных контекстуальных и экстралингвистических условий – одна и та же фраза может быть идентифицирована при помощи разных рецептивных схем в зависимости от широкого контекста и ситуации.

Кроме того, одна и та же рецептивная схема может иметь варианты – конкретные разновидности, обусловленные конкретной коммуникативной ситуацией.

Например:

Девушка в парке говорит кавалеру:

-Что-то холодно...

Молодой человек может воспринять скрытый смысл данного высказывания в опоре на следующую рецептивную схему:

*Публичное сообщение о некотором испытываемом говорящем в данной ситуации неудобстве равнозначно призыву к присутствующим устранить данное неудобство*

Ср.: Что-то дует. Как – то душно стало. Что-то сидеть стало неудобно. Что-то какое-то несоленое все. Что-то мне тяжело нести стало.

Для фразы *Что-то холодно*, произнесенной девушкой, у молодого человека есть нескольких конкретных вариантов идентификации ее скрытого смысла в рамках данной рецептивной схемы:

*сообщение равнозначно призыву пойти домой*

*сообщение равнозначно призыву обнять девушку*

*сообщение равнозначно призыву накинуть на девушку пиджак*  
*сообщение равнозначно призыву пойти в кафе*  
*и др.*

То, какой конкретно вариант рецептивной схемы будет использован молодым человеком в данной коммуникативной ситуации, зависит от его общего опыта общения, воспитания, культурного уровня, истории общения с данной конкретной девушкой, общей экстралингвистической ситуации (например, есть ли кафе в прямой видимости) и многих других факторов, не поддающихся учету при анализе «со стороны». При этом понимание скрытого смысла данной фразы молодым человеком может не совпасть с коммуникативным намерением девушки, или она может прибегнуть к тактике кокетства и сказать в ответ на реакцию молодого человека «я совсем не это имела в виду» - проверить, что она действительно имела в виду в момент речи, невозможно.

Таким образом, понимание скрытого смысла высказывания в тексте осуществляется по ментальным рецептивным схемам языкового сознания социума. Одно и то же высказывание может быть воспринято в опоре на несколько рецептивных схем, каждая из которых может иметь несколько конкретных коммуникативных вариантов. При анализе скрытого смысла первостепенную важность приобретает анализ всего контекста и полной ситуации порождения конкретного текста.

Рецептивные схемы языкового сознания некоторого социума теоретически могут быть исчислены. В тексте они обычно могут быть выявлены, идентифицированы и сформулированы для конкретного высказывания; варианты же рецептивных схем представляют собой, как правило, факультативную информацию, зависят исключительно от коммуникативной ситуации и могут быть идентифицированы лишь весьма приблизительно, четкому и конкретному описанию и формулированию обычно не поддаются.

Понимание больших текстов имеет свои закономерности восприятия. Очевидно, в частности, что реципиент большого текста также опирается на некоторые рецептивные схемы, предназначенные для понимания таких текстов. Этот вопрос еще очень мало изучен. Можно сказать, что рецептивные схемы больших текстов побуждают реципиента искать в тексте определенные смысловые блоки, ожидать и предвидеть их появление.

Так в лекции, публичном выступлении реципиент ожидает введение, аргументацию, заключение и выводы. В детективе – факт преступления, поиск доказательств, выявление преступника. В оперетте – любовные приключения и жизнерадостный конец. В американских героических фильмах – страдания и испытания главного героя – одиночки, его героическое поведение, близость к гибели и хэппи-энд. В мелодрамах и

любовных романах – страдания главной героини и героя, испытания на их пути и счастливый конец.

Таким образом, понимание скрытого смысла высказывания и текста осуществляется реципиентами в опоре на имеющиеся в их языковом сознании рецептивные схемы.

Продуцент текста, владеющий теми же рецептивными схемами, использует те или иные конкретные языковые приемы, чтобы сформировать соответствующий скрытый смысл в своем высказывании и тексте и натолкнуть реципиента на использование соответствующих рецептивных схем при идентификации передаваемого скрытого смысла при восприятии.

### Способы выражения скрытых смыслов

Информация, содержащаяся в любом тексте, может быть выражена несколькими способами:

«1. *Открытая вербальная (словесная) форма*, когда сведения даны в виде отдельного высказывания или цепочки взаимосвязанных высказываний, причем новая информация дана в предикативной части высказывания (является, предикатом, логическим сказуемым). Например: *(Вор) у вора дубинку украл.*

2. *Скрытая вербальная форма*, когда сведения выражены словесно, но как бы спрятаны, не бросаются в глаза и даются – как что-то уже известное – в группе подлежащего. Например, только что приведенное высказывание содержит не только информацию о краже дубинки, но и информацию о том, что сделавший это – вор.

3. *Пресуппозитивная (затекстовая) форма*, когда информация о каких-то аспектах события в тексте непосредственно не выражена и подразумевается, что и говорящий (пишущий), и слушатель (читатель) ее знают.

4. *Подтекстовая форма*, когда информация не содержится в самом тексте, но легко «извлекается» из него читателем или слушателем. Здесь могут использоваться различные приемы. Например, прямой оценки нет, но факт дается в таком контексте, что оценка логично из него выводится. Или читателю задается вопрос (типа: *интересно, совпадение случайно или нет?* т.е. так называемый риторический вопрос), который на самом деле является скрытым утверждением (*конечно, это совпадение не случайно!*)» (Цена слова. М., 2002, с.332).

Продуцент текста при использовании того или иного приема наведения оценочного смысла опирается на конкретные ментальные рецептивные схемы языкового сознания, то есть он имеет их в виду и предполагает, что реципиент текста воспользуется именно этой схемой при интерпретации общего результирующего смысла текста, которая и

сформирует в языковом сознании реципиента необходимую ему общеоценочную информацию.

Типичные приемы выражения скрытых утверждений (по А.Н.Баранову):

1. Использование эллиптических предложений, а также утверждений, содержащих анафорические местоимения.

К таковым в первую очередь относятся эллиптические предложения, а также утверждения, содержащие анафорические местоимения. Такие формы восстанавливаются из контекста или ситуации общения. Так, предложение *Потом лично отвечал за то, чтобы не вернули кредит государству* представляет собой эллипсис фразы *Потом Дикой лично отвечал за то, чтобы не вернули кредит государству*. Это легко выявляется из ближайшего контекста, в котором говорится о деятельности Дикого.

Фактически такие формы можно относить к эксплицитным способам выражения утверждения. Но далеко не все случаи эллипсиса сопоставимы с эксплицитными способами представления информации (Баранов, с.47).

2. Помещение текста в рубрику

Так, к случаям эллипсиса близок способ указания на пропозицию, основывающийся на использовании макроструктуры текста. Например, помещение текста, описывающего некоторое событие, в тематической рубрике «Мошенничество» указывает на утверждение вида «В следующем ниже тексте описывается мошенничество». Аналогично рубрика «Скандал» отсылает к утверждению вида «В следующем ниже тексте описывается скандал». Это обязательный компонент смысла текста, однако степень его вариативности выше, чем в случае обычного эллипсиса (ср. «Здесь говорится о мошенничестве/скандале», «Тема последующего текста — мошенничество/скандал» и т.п.). В этих случаях можно говорить о скрытом утверждении.

3. Использование образного фразеологизма

Актуальное значение фразеологизма также формирует такой слой плана содержания, который фактически идентичен эксплицитному слою — пропозиции. Действительно, фраза *Петров вышел сухим из воды* понимается как «Петров избежал заслуженного наказания за какой-то проступок». Именно это и оказывается пропозицией рассматриваемой фразы. Единственная проблема в том, что пропозициональная составляющая, в которой реализуется актуальное значение, реализуется не

автономно, а на фоне внутренней формы, которая хорошо осознается носителем языка. Именно поэтому актуальное значение — это *фактически* эксплицитный слой, а не просто эксплицитный слой. Более корректно квалифицировать актуальное значение фразеологизма как скрытое (имплицитное) утверждение.

Несколько иная ситуация с идиомами, внутренняя форма которых не осознается как живая современным носителем русского языка. Актуальные значения идиом *не видно ни зги* (= ничего не видно), *испокон веков/веку/века* (= всегда), *не хухры-мухры* (= что-то, что нельзя рассматривать как неважное) более эксплицитны, поскольку не «подавляются» семантикой легко осмысляемой внутренней формы. В таких идиомах актуальное значение можно квалифицировать как эксплицитный способ передачи информации.

#### 4. Использование пресуппозиции

Пресуппозиции образуют такой компонент плана содержания высказывания, который предполагается известным участникам ситуации общения или является основой осмысленности высказывания — оценки его как истинного или ложного. Пресуппозиция не отрицается при трансформации конструкции в отрицательную.

Например: *вор у вора шапку украл*. Пресуппозиция – *оба вора*.

На шкале степени имплицитности разные типы пресуппозиций занимают различное положение.

Один из типов пресуппозиций формирует условия для оценки высказывания как истинного или ложного. Например, утверждение вида *Суд посчитал правонарушение Петрова незначительным и назначил условное наказание* содержит пресуппозицию (условие осмысленности) «Петров совершил правонарушение». Если Петров не совершал правонарушения, то приведенное утверждение становится семантически аномальным: его нельзя считать ни истинным, ни ложным.

Часто в качестве критерия выделения пресуппозиции используется постанова предложения в контекст общего отрицания, при этом отрицается только утверждение (самая явная, эксплицитная часть семантики), а пресуппозиция не попадает в сферу общего отрицания (см. подробнее Баранов, § 4 главы 3). Отрицается то, что в высказывании утверждается. Если нечто не отрицается, значит, оно не входит в утверждение.

Так, введение общего отрицания в приведённый выше пример даёт следующий результат: *Неверно, что суд посчитал правонарушение Петрова незначительным и назначил условное наказание*, т.е. компоненты смысла «суд не посчитал правонарушение незначительным» и «суд не назначил условное наказание» относятся к утверждению данного высказы-

вания. А компонент смысла «Петров совершил правонарушение» не отрицается, образуя пресуппозицию рассматриваемой фразы.

Пресуппозиция – это скрытое утверждение. Актуализация пресуппозиций (и тем самым скрытых утверждений) может осуществляться различными языковыми формами. В частности, вопросами. Так, вопрос *Почему наш банк входит в десятку лучших банков России?* включает пресуппозицию «Банк (о котором идет речь) входит в десятку лучших банков России». Риторический вопрос *Да неужели я буду унижаться перед ним?* содержит пресуппозицию «Я не буду унижаться перед ним» (Баранов, с.50) Альтернативный вопрос *Итак, убил Петров или Иванов?* обнаруживает пресуппозицию «Убил Петров или Иванов».

Пресуппозиции образуют обязательную часть плана содержания. Это следует из определения семантической пресуппозиции как условия осмысленности высказывания. Иными словами, в рамках лингвистической экспертизы текста они должны квалифицироваться как скрытые (имплицитные) утверждения (то есть обязательная и вербализуемая информация)

Пресуппозиции надо отличать от актуализации тех или иных сем. Например:

- Очень хочется есть.
- За углом есть *столовая*.

Смысл этого диалога понятен, поскольку в значении слова *столовая* актуализована сема «предприятие питания».

### Выведение следствия

*Следствия*, как и пресуппозиции, относятся к имплицитной части плана содержания высказывания и текста. В отличие от пресуппозиций, следствия далеко не всегда являются обязательными. Так, из фразы *Белинский писал об авторе «Евгения "Онегина», что он любил сословие, в котором почти исключительно выразился прогресс русского общества* выводится следствие *Белинский писал об А.С. Пушкине, что тот любил сословие, в котором почти исключительно выразился прогресс русского Общества*. Это следствие обязательно, поскольку оно должно рассматриваться как условие правильного понимания текста. Если данное следствие не выводится читателем, то нельзя говорить о правильном понимании приведенной фразы.

Степень имплицитности следствий, как и различных типов пресуппозиций, неодинакова. Следствия, которые выводятся из семантики на одном или двух шагах рассуждения находятся ближе к поверхностной, эксплицитной части семантики (см. пример выше), а следствия, требующие длинной цепочки вывода, будут располагаться на самых глубинных слоях плана содержания, причем даже не

высказывания, а текста в целом. Довольно высока вероятность, что такие следствия окажутся факультативными.

Можно выделить два основных *способа* выражения скрытого смысла – *наведение смысла* и *актуализация смысла*: скрытый (имплицитный) смысл выражается продуцентом текста путем наведения некоторых смыслов в тексте или актуализации смыслов, скрытых в языковых единицах путем определенной организации контекста.

При этом скрытые смыслы, которые выражаются продуцентом и воспринимаются реципиентом, могут быть разделены на два типа – *недискретные* и *дискретные*. Данное разграничение имеет принципиальное значение для лингвокриминалистического анализа текста, поскольку для экспертизы принципиально важно, выражена ли скрытая информация дискретно (то есть может быть однозначно сформулирована в виде конкретного утверждения) либо недискретно (может быть реконструирован только общий смысл, без конкретизации утверждения).

### ***Недискретные скрытые смыслы***

Это смысл, который не может быть сформулирован в виде конкретного утверждения, хотя общий скрытый смысл высказывания понятен. Чаще в анализе текста это некоторый общеоценочный смысл, либо некий обобщенный скрытый призыв к некоторому действию.

Наиболее распространенный скрытый недискретный смысл, наводимый контекстом – общеоценочный негативный смысл.

Этот смысл идентифицируется реципиентом после восприятия всего высказывания или текста, но его нельзя четко сформулировать в виде конкретного утверждения. Как отмечает А.Н.Баранов, в этом случае «эффект значения нельзя описать в виде утверждения, предположения или выражения мнения» (Баранов, с.179).

Возникающий негативно-оценочный смысл может быть приблизительно сформулирован только в виде некоторого развернутого вероятностного описания, а конкретные формулировки могут быть самыми разнообразными и ни одна из них не может быть признана точной или окончательной. Однозначно определяется только оценка – неодобрительная или, реже, одобрительная.

Наведение общего недискретного оценочного смысла в контексте может быть осуществлено несколькими способами. А.Н.Баранов приводит следующие:

*Постановка наименования лица, учреждения, события в оценочный контекст (введение в оценочно окрашенный контекст/ ассоциативный ряд)*

Пример:

*Друг Романа Паратова попался на спекуляциях ворованными акциями*

Сообщается, что некое лицо спекулировало ворованными акциями (что является правонарушением), и что это лицо – друг некоего Романа Паратова. Отрицательная оценка, содержащаяся во фразе, переносится в результирующем смысле текста и на Романа Паратова. Возникающий недискретный негативно-оценочный смысл может быть сформулирован только описательно, причем весьма приблизительно и некатегорично:

*Роман Паратов может быть (возможно) связан (замешан, участвовал и т.д.) с преступлениями своего друга.*

Пример наведения общей положительной оценки:

Основано это учреждение Меншиковым, соратником Петра I.

Общий скрытый смысл – *Меншиков действовал в интересах России, как Петр I.*

*Информация об отказе того или иного лица, учреждения от комментариев по поводу какого-либо негативно оцениваемого общественностью факта или события.*

«В банке «Плацдарм» оперативники из индивидуальных ячеек, имеющих отношение к фигурантам расследования «дела оборотней», изъяли финансовую документацию на сумму около 100 млн рублей. От каких-либо комментариев по этому поводу представители банка «Плацдарм» отказались» (Баранов, с.182)

Все время упоминается банк «Плацдарм». Создается впечатление, что к незаконным операциям причастен банк «Плацдарм». Дополнительно усиливается это впечатление фразой *отказались от комментариев*, которая понимается как то, что банк что-то сознательно скрывает. Таким образом, банк связывается с противоправными действиями.

Примерный общеоценочный недискретный смысл: *банк, возможно, причастен к незаконным действиям.*

*Сообщение информации о недостаточной расследованности, неясности роли некоторого лица или организации в некоторой противоправной ситуации*

Указывается, что связь лица или организации с отрицательно оцениваемым событием еще окончательно не установлена, до конца

неясна, что, тем не менее, связывает упоминаемое лицо или организацию с негативно оцениваемыми событиями («нет дыма без огня»).

Например:

Семихватов развалил производство. Его управление банком привело к тому, что кредиторы потеряли 24,5 млн долларов, а компания разжилась неплохими помещениями в центре Москвы. Да и роль г-на Семихватова в нефтяной афере, связанной с компанией «Недолив», тоже до конца не ясна.

Общий результирующий смысл – *Семихватов может быть связан с нефтяной аферой компании «Недолив».*

Таким образом, Семихватова связывают с аферой, формально ничего конкретного не сообщая о его вине.

### *Переход на личности*

Сообщается негативная информация не по сути обсуждаемой проблемы, а относительно изъянов личности, недостатков оппонента или его сотрудников, коллег, друзей

Пример:

Кто адвокат Ю.Лужкова? Галина Крылова. Активный член секты сайентологов, защищала секту Аум Синреке, за ней стоит тоталитарная секта сайентологов.

Скрытый смысл: *Лужков опирается в своей деятельности (связан, ему помогают и т.д.) люди, занимающие осуждаемой обществом деятельностью (сектанты, защитники сектантов, люди, которых поддерживают сторонники тоталитарных сект).*

Кто идет в депутаты? Старые бабки, безработные, педофилы, которые обманывают стариков, перебегают из партии в партию и под. (Листовка «Правда», март 2010 г.)

Скрытый смысл - *в депутаты идут люди, которым нечем заняться, преступники, морально ущербные люди и под.*

На чьих показаниях построена в суде защита банкира Селезнева? На показаниях ранее судимого Семенова.

Скрытый смысл: *нельзя доверять словам человека, допустившего (или допуславшего) нарушения норм или законов и под.*

И. Кобзон, как известно, был в дружеских отношениях с известным уголовным авторитетом А.Квантаришвили.

Скрытый смысл: *И.Кобзон каким-то образом связан с преступным миром.*

### *Немотивированное сближение языковых единиц*

В тексте произвольно указывается на сходство некоторых слов, названий, понятий (Баранов, с.188-189), что распространяет негативную информацию на организацию или лицо, о котором пишет автор.

Пример:

Создали «Объединенную финансовую группу» (или сокращенно ОФГ – не правда ли, забавное сокращение. По стилю чем-то напоминающее рекламный слоган «Мы обуем всю страну»)

*ОФГ и Мы обуем всю страну:* нет ни сходства стиля, ни фонетического сходства. Просто связывают ОФГ с идеей воровства.

Другой пример:

Сейчас в стране установился настоящий культ Коротича... Невольно вспоминается Берия, в свое время вставший даже над партией. Что же, теперь выходит, Коротич?

Логически неубедительно, нет никакой смысловой связи между Коротичем и Берией, это чисто субъективное и немотивированное впечатление автора, но в сознании реципиентов Берия и Коротич ассоциативно связываются и возникает скрытый неодобрительный оценочный смысл.

### *Выбор единицы измерения*

Для дискредитации какого-либо лица или организации ее деятельность оценивается в общественно осуждаемых единицах.

Пример А.Н.Баранова: благотворительность водочного магната Семакина оценивается в тексте газетной статьи в ящиках водки:

*Пожертвовал 21 тыс. руб – 20 ящиков водки, 86 жителям вручил по тысяче – еще 4 раза по 20 ящиков водки.*

Читателя подводят к мысли, что Семакин все меряет на водку, а суммы пожертвований невелики. Возникает недискретный скрытый негативно-оценочный смысл, характеризующий Семакина.

### *Использование метафор*

«Россия – это медведь».

При восприятии метафоры в контексте актуализируются скрытые признаки *неповоротливость, большой размер, представляемая опасность, дикость и т.д.*

«Следственный комитет превратился в стол заказов»

Скрытый смысл - *за взятки решаются вопросы в интересах отдельных лиц, можно организовать возбуждение и прекращение дел* и под. (Баранов, с.74)

Можно добавить еще некоторые аналогичные приемы:

*Сообщение информации о недоступности лица, учреждения для выяснения журналистами подробностей некоторого скандала или нарушения закона*

Мы пытались дозвониться до фирмы «Сапсан», но их телефоны молчат. Мы позвонили самому директору Семенову, но его телефон все время вне доступа.

Скрытый смысл – *лицо, учреждение уклоняются от контакта, скрываются от ответственности за совершенное* и под.

*Риторический вопрос о дальнейшей невозможности переносить что-либо негативное*

Сколько можно терпеть унижения?

До каких пор мы будем подчиняться мошеннику и преступнику?

Скрытый смысл – *нельзя дальше терпеть, необходимо предпринять что-либо, чтобы изменить положение, необходимо вмешаться в ситуацию* и под.

*Использование фразеологизма, поговорки, пословицы*

При идентификации скрытого смысла фразеологизма, пословицы, поговорки нельзя понимать буквально внутреннюю форму этих языковых единиц – она не является той информацией, сообщение которой составляет намерение продуцента текста. Так, фраза *Плод безумного, больного, болезненного воображения* не приписывает лицу, которое она характеризует, психического расстройства (Баранов, с.57) – его скрытый смысл может быть примерно передан как *нечто абсурдное, немотивированное*; выражение *Ни стыда, ни совести* не утверждает отсутствие стыда и совести у характеризуемого им человека (Европейский суд не признал решение российского суда, в котором значение этого выражения понималось буквально, Баранов, с.59) – его примерный скрытый смысл *безнравственное, аморальное, негуманное поведение, действия* и т.д.

*Выйти сухим из воды* – примерный скрытый смысл «оказавшись в опасной ситуации, во многом (а то и полностью) обусловленной собственными действиями, нарушающими те или иные общественные

нормы и правила, что становится известным, избежать наказания за сделанное в результате собственных усилий или действия посторонних факторов, сделать невозможное и противоречащее известным физическим законам» (Баранов, с.64)

*Ворон ворону глаз не выклюет* – примерный скрытый смысл «люди, который совершают правонарушения, нарушают законы, не станут совершать эти действия в отношении себе подобных нарушителей закона»

Во всех этих случаях мы имеем дело с недискретной информацией, которая не может быть окончательно сформулирована в виде конкретного утверждения.

Во всех приведенных примерах формирующийся скрытый смысл является недискретным, он может быть сформулирован лишь приблизительно, возможны самые разные варианты его описания в языковой форме. Это свидетельство того, что он не может быть идентифицирован как конкретное утверждение, является факультативной, необязательной, субъективной информацией, которая наводится или актуализируется в конкретном контексте.

Читателю, который читает текст с наведенным недискретным оценочным смыслом и воспринимает общую негативную информацию, можно показать, как эта информация возникает, и тогда он может признать, что данная негативная информация не является доказательством, аргументом, не основана на каких-либо достоверных фактах.

Журналисту, который написал этот текст, можно показать, какими лингвистическими приемами он сообщает негативную информацию, которая имеет в данном тексте скрытый характер, но является предметом сообщения. Автора текста при этом, строго говоря, нельзя обвинить в распространении ложной информации, поскольку ее нельзя сформулировать в виде точного утверждения и, таким образом, проверить на достоверность; к тому же, она является оценочной, то есть ее нельзя опровергнуть, хотя и можно оспорить. Подобная деятельность журналиста подлежит моральному осуждению, но такая ситуация не подлежит правовому регулированию в рамках исков по оскорблению. Правда, можно провести психолингвистический эксперимент на выявление воспринимаемого реципиентами скрытого смысла текста или высказывания, и если результаты будут достаточно однозначными, соответствующая формулировка может стать предметом судебного разбирательства.

Суду, направившему текст на лингвистическую экспертизу, можно показать, какими приемами и в опоре на какие ментальные схемы восприятия информации в тексте формируется скрытая негативная информация и продемонстрировать, что данная информация в тексте есть, но она не обладает признаком достоверности и не может быть проанализирована как утверждение, то есть не является фактологической,

и, следовательно, не может быть проверена на достоверность и использована как предмет судебного рассмотрения.

Однако суд может потребовать от журналиста сообщения источников его скрытой информации (предположений), приведения фактов, на которых основаны его намеки в тексте.

### *Дискретные скрытые смыслы*

Дискретные скрытые смыслы – это такие скрытые смыслы, которые могут получить конкретную формулировку в виде однозначного утверждения.

Дискретные смыслы формируются, по крайней мере, в следующих случаях.

#### 1. Актуализация пресуппозиций

А.Н.Баранов называет данный прием *навязывание пресуппозиции*.

Пресуппозиция – скрытое (имплицитное) утверждение, которое обязательно для понимания текста и конкретно по семантике. Пресуппозиция извлекается реципиентом из содержания высказывания логическим анализом в опоре на его когнитивную базу и знание значений используемых языковых единиц.

Пресуппозиции образуют обязательную часть плана содержания. Это следует из определения семантической пресуппозиции как условия осмысленности высказывания. Иными словами, в рамках лингвистической экспертизы текста они должны квалифицироваться как скрытые (имплицитные) утверждения (то есть обязательная и вербализуемая информация) (Баранов, с.49).

Продуцент текста строит свое высказывание или текст так, что те или иные содержащиеся в тексте пресуппозиции утверждения были восприняты реципиентом как конкретные и само собой разумеющиеся, истинность которых даже не обсуждается. Именно в этом искусство и эффективность использования пресуппозиций.

Примеры А.Н.Баранова:

*Суд посчитал правонарушение Петрова незначительным и назначил условное наказание.*

*Пресуппозиция: Петров совершил правонарушение и суд это признал.*

*Сложно сказать, что заставило чиновников столь высокого ранга пойти на некоторые нарушения законодательства, допущенные при организации дочернего предприятия.*

Пресуппозиция: *чиновники допустили нарушения законодательства.*

Пресуппозиция представляет собой дискретный скрытый смысл, она может быть однозначно сформулирована вербально.

## 2. Риторический вопрос как скрытое утверждение некоторого факта

Риторический вопрос может выступать как скрытое утверждение некоторого факта.

Читателю задается вопрос (типа: *интересно, совпадение случайно или нет?* т.е. так называемый риторический вопрос), который на самом деле является скрытым утверждением (*конечно, это совпадение не случайно!*)» («Цена слова 2002, с.332).

*Сколько можно терпеть такое положение?*

Утверждение: *такое положение терпеть нельзя.*

Риторический вопрос может сопровождаться побудительной конструкцией, приглашающей к размышлению, которая призвана подтолкнуть читателя к восприятию утверждения, отсылающего к предыдущему контексту:

.....*Кому выгодно такое положение? Думайте сами.*

Утверждение: *такое положение выгодно...(евреям, мусульманам, предпринимателям и т.д.),* в зависимости от контекста и коммуникативной ситуации.

Риторический вопрос содержит дискретный скрытый смысл, который может быть сформулирован как конкретное утверждение.

## 3. Актуализация скрытых призывов

Выявление в тексте скрытых призывов – весьма распространенный предмет лингвистической экспертизы текста.

Различают призывы-лозунги (Слава России), призывы-апелляции (например, к общественному мнению), призывы-обращения (президент к народу), призывы-воззвания (обращение к деперсонифицированному адресату). Разграничиваются также оценочно-немотивированные и оценочно-мотивированные призывы (Баранов, с.455).

Примеры оценочно-немотивированных призывов: *Россия для русских! Кавказцев - на Кавказ! Мигранты - вон из России!* В них нет прямой оценки, выраженной в семантике использованных слов. «Для призывов такого рода существен анализ предикации – действия, выполнение которого предполагается призывом, и самого адресата действия. Предикация в рассматриваемых случаях контрастивна, то есть в ситуации (контексте) использования соответствующих призывов обязательно имеется национальная, расовая и/или религиозная

группа, на которую данная предикация не распространяется. Так, призыв *Выгнать евреев с телеканалов* предполагает, что представители других национальностей должны продолжать работать на телеканалах» (Баранов, с.455).

Оценочно-мотивированные призывы: *Гнать хачиков, азеров и прочее дерьмо! Чеченская мафия – вон из Москвы! Вон из Москвы, хохляцкие уроды!*). В использованных высказываниях есть лексика оценочного характера – *дерьмо, мафия, уроды* и проч.

При этом оба типа призывов, независимо от типа, ориентированы на возбуждение расовой, национальной вражды.

Существуют прямые и скрытые формы выражения призыва.

*Прямые призывы* выражаются через прямое значение составляющих высказывание слов, использование формальных языковых маркеров призыва. Они требуют от адресата простого понимания смысла высказывания.

А.Н.Баранов (с.433-439) выделяет следующие формальные языковые маркеры призыва:

- Стандартные грамматические формы побуждения – 2 лицо ед. или мн. числа повелительного наклонения: Беги! Читайте! Рисуйте! Борис, не боись! Правительство, дай работу!

- Императив 1 л.мн.ч. – когда призыв предполагает совместное действие: Догоним и перегоним Америку! Превратим Москву в образцовый коммунистический город!

- Вспомогательный глагол *быть* в форме 1 л.мн.ч. 2 лица ед.и мн. числа: Будем людьми! Будем великодушны! Будьте вежливы! Будьте верны присяге! Будьте осторожны!

- глагол *призывать* – эксплицитная перформативная формула призыва: Мы призываем всех прийти на Пушкинскую площадь, Я призываю вас к спокойствию!

- глаголы *даешь! давай, давайте;*

- форма *Долой!*

- слова *пусть, пускай, вон* ( Вон из России!), *да* (Содружеству - да!)

- номинализации (смысловые свертки ситуаций):

Никакой поддержки Временному правительству! Слово *поддержка* является номинализацией ситуации «кто-то поддерживает кого-то»

- имена, приобретающие свойства номинализаций:

Например: *Смерть* – Смерть немецким оккупантам! Смерть жидам!

- фразы, начинающиеся предлогом *к*: К делу! К оружию! К барьеру! К ответу! Банду Ельцина к суду! Здесь существительные - не номинализации, но семантические свертки, например *оружие* – семантическая свертка конструкции «кто-то берет оружие и использует его против кого-то».

- инфинитивные предложения в сочетании с императивной интонацией: Не отступить! Не трусить!
- именные восклицательные предложения: Хлеба и зрелищ! Свободу узникам совести!
- отрицательная частица в сочетании с императивной интонацией: Ни шагу назад – позади Москва! Не позволим задушить армию! Никакой поддержки временному правительству! (с.439).

*Косвенные (скрытые) призывы* требуют от реципиента текста мыслительной реконструкции скрытого смысла высказывания, то есть осуществления определенной мыслительной операции.

Косвенное выражение скрытого призыва осуществляется продуцентом текста в опоре на определенные рецептивные схемы, а восприятие реципиентом скрытых призывов происходит при актуализации в его сознании соответствующих рецептивных схем (см. выше раздел *Рецептивные схемы языкового сознания, схемы 10-19*).

Примеры скрытых призывов:

*Армия, помни, у тебя есть оружие!*

*Да здравствуют люди, в груди которых один призыв звучит: «К оружию, товарищи!».*

*Люди, у вас есть право на протест!*

*Необходима бескомпромиссная вооруженная борьба. Борьба, которая начинается сразу за порогом твоего дома, и которую в состоянии вести каждый.*

*Любой отставной солдат, не будучи даже семи пядей во лбу, вполне в состоянии в бытовых условиях собрать компактную бомбу, поставить растяжку или осуществить поджог.*

*Всем мусульманам нужно уметь делать взрывчатку, также и различные виды детонаторов, для того, чтобы в нужный момент суметь нанести ущерб и вред марионеткам иблиса (дьявола).*

Таким образом, призывы в тексте могут иметь явную и скрытую форму языкового выражения и, соответственно, быть явными и скрытыми.

В лингвокриминалистическом анализе текста должны анализироваться как явные, так и скрытые призывы.

#### 4. Помещение текста в рубрику

Данный прием создания скрытого смысла в тексте заключается в том, что некоторая информация подается под определенной рубрикой, которая своим смысловым содержанием распространяется на последующий текст, придавая ему соответствующий смысл. Происходит иррадиация смысла рубрики на содержание последующего текста. А.Н.Баранов также называет данный прием создания скрытого смысла *приемом наследования модальности* (Баранов, с.38).

Использование этого приема в современной публицистике весьма распространено. В современных СМИ получили широкое распространение такие рубрики как *Криминал*, *Мошенничество*, *Версия*, *Слухи*, *Скандал* и под.

А.Н.Баранов приводит такой пример - подзаголовок «Легенда вторая». В статье сообщается, что герой купил видеоманитфон, посмотрел фильмы об Аль Капоне и образ предводителя преступного сообщества глубоко запал ему в душу. Это вполне конкретные фактологические утверждения, но они идут после слова *Легенда*, которое в толковом словаре определяется так: «2. *вымышленный, приукрашенный рассказ о чем-л., ком-л.*». «Таким образом, называя повествование *легендой*, журналист снимает с себя ответственность за ее достоверность, соответствие текста действительности» (Баранов, с.57). В подобных случаях можно говорить о скрытом утверждении.

Необходимо согласиться с А.Н.Барановым, что правило наследования модальности действует в первую очередь в отношении небольших текстов. Вряд ли можно, например, считать обоснованным наследование иррадиацию смысла рубрики на все речевые высказывания, содержащиеся в большом по объему тексте, даже если его название содержит слова типа *гипотеза*, *предположение*, *версия* и т.д. Каждый подобный случай требует особого обсуждения (Баранов, с.38).

Помещение текста в рубрику создает дискретный скрытый смысл, который может быть сформулирован в виде конкретного утверждения – *здесь описывается скандал, здесь приводятся слухи* и под.

Дискретные скрытые смыслы описываются и учитываются в лингвокриминалистическом анализе как скрытые утверждения.

## **Принцип множественности метаязыкового описания ментальных единиц**

Различные ментальные сущности в процессе их исследования, описания, систематизации, лексикографической фиксации требуют использования определенного метаязыка описания. Наиболее удобным в практике семантических исследований признается естественный язык, который доступен как исследователю, так и рядовому пользователю языка, и как система обладает неограниченными возможностями формулирования описываемых смыслов.

При этом важной особенностью использования естественного метаязыка для семантического описания является именно неограниченность его возможностей в формулировании смыслов, что допускает принципиальную возможность разных метаязыковых обозначений одного

и того же смысла. Эта возможность в практике лингвистических исследований регулярно проявляется в разных метаязыковых описаниях одни и тех же ментальных сущностей разными учеными, в разных научных парадигмах.

Именно в связи с этим для научного описания содержания любых ментальных единиц на естественном метаязыке может быть сформулирован *принцип множественности (неединственности) метаязыкового описания ментальных сущностей*.

Этот принцип означает, что любые ментальные единицы, выявленные в процессе лингвистического исследования, например, такие как:

- значения (семемы),
- семы,
- семантические признаки,
- семные конкретизаторы,
- концептуальные признаки,
- когнитивные классификаторы,
- концепты как единицы концептосферы сознания
- недискретные текстовые смыслы,
- дискретные текстовые смыслы,
- рецептивные схемы восприятия,
- концепты текста

могут быть описаны разными формулировками на естественном метаязыке, которые могут не совпадать в разных исследовательских парадигмах, у разных исследователей и у разных составителей словарей.

Например:

#### Семы

*лицо* (метаязыковые варианты: *человек; кто; тот, кто; некто, кто*)  
*очень большой* (метаязыковые варианты: *огромный, колоссальный, очень крупный, большой размер* и т.д.)

#### Семемы

В качестве примера приведем толкования значений слова МАТ в разных словарях:

1. Проигрышное положение в шахматной игре, при котором король не может защититься от атакующей фигуры противника (Кузнецов); Нападение на короля противника, шах, от которого нет защиты, являющийся выигрышем партии (в шахматной игре) (Ефремова); В шахматной игре - положение, при котором король не может спастись от угрозы быть взятым при следующем ходе и которое означает проигрыш

партии (Ушаков); В шахматах: такое положение короля, при котором ему нет защиты; поражение в игре (Ожегов).

2. Разг. О безвыходном положении, грозящем кому-л. неприятностями, гибелью (Кузнецов); перен. разг.-сниж. Безнадежное, безвыходное положение (Ефремова); перен., (*прост.- шутл.*). Безнадежное, безвыходное положение (Ушаков).

3. Плетёнка из какого-л. грубого материала, используемая обычно как подстилка на пол или для укрытия растений в парниках от холода (Кузнецов); Подстилка, половик, обычно плетенные из какого-л. грубого материала (Ефремова); Плетеная подстилка из какого-нибудь грубого материала, циновка (Ушаков); Плетёный половик (Ожегов).

4. Мягкая подстилка в виде матраца, тюфяка, предохраняющая спортсмена от ушибов при падении со снаряда или при прыжке (Кузнецов); Тюфяк, подстилаемый при различных спортивных упражнениях для предохранения от ушибов при падении (Ефремова); В спорте: мягкая толстая подстилка, используемая при выполнении некоторых упражнений (Ожегов).

5. Шероховатость, лишаящая блеска или прозрачности (Кузнецов); Шероховатость, лишаящая стекло прозрачности (Ефремова); Матовость, шероховатость, лишаящая какую-нибудь поверхность блеска, прозрачности. (Ушаков); Незначительная шероховатость на гладкой поверхности предмета, лишаящая его прозрачности, блеска (Ожегов).

6. *Разг.* Неприличная, оскорбительная брань; сквернословие (Кузнецов); Грубая брань, сквернословие (Ефремова); (*прост. груб.*). Неприличная брань (Ожегов).

#### Когнитивные признаки концепта

##### Концепт *женщина*

*капризная* (метаязыковые варианты: *непостоянная, часто меняет свое мнение, ей не угодить* и др.);

*эмоциональная* (метаязыковые варианты: *возбуждаемая, легко раздражается, часто кричит, легко возбуждается, психует* и др.)

и т.д.

Множественность метаязыкового описания ментальных сущностей наблюдается потому, что любое метаязыковое описание ментальной единицы представляет собой *интерпретацию* этой ментальной единицы исследователем или реципиентом.

Интерпретация как осмысление полученных результатов и помещение их в определенную парадигму знаний – обязательный метод любого научного исследования, искомым результатом любого акта понимания.

При этом интерпретация всегда субъективна по своему результату, поскольку ее выполняет конкретный субъект. В науке это ученый,

представитель определенной научной парадигмы; в обыденном акте речи – это носитель языка, обыденного языкового сознания.

Одни и те же результаты исследования могут быть по-разному интерпретированы разными исследователями и в разных научных парадигмах, поскольку:

- интерпретация может исходить из разных теоретических посылок,
- исследователи могут в разной степени быть знакомы с полученными результатами, могут знать их в разном объеме,
- могут иметь разное понимание терминов,
- могут иметь разные метаязыковые навыки, способности к вербальному обозначению результатов исследования.

В принципе количество причин, влияющих на интерпретацию научных результатов, не поддается учету – к названным выше можно добавить такие как когнитивная база интерпретатора, его опыт метаязыкового описания результатов исследования, владение иностранной терминологией степень стандартизации используемого им метаязыка, его активный словарный запас, цель описания, адресат описания и мн.др.

Рядовой носитель языка, интерпретирующий вербально тот или иной смысл, также может сформулировать этот смысл разными словами в зависимости от своего возраста, пола, когнитивной базы, интеллекта, владения языком, словарного запаса, опыта вербализации смыслов и мн.др. причин. Другие носители языка могут сформулировать воспринятый смысл другими словами. Это отчетливо проявляется в психолингвистических – в частности, ассоциативных – экспериментах, которые при использовании их как инструмента семантического анализа требуют семантической интерпретации – обобщения разных формулировок одного и того же смыслового признака разными испытуемыми (Попова, Стернин 2007).

Таким образом, в результате интерпретации одного и того же языкового материала могут быть получены:

- разные выводы (они в таком случае становятся предметом дальнейшей научной дискуссии и требуют проведения дополнительных исследований),
- разные метаязыковые описания одних и тех же полученных результатов (которые подлежат унификации).

Важно подчеркнуть, что разные метаязыковые формулировки одной и той же ментальной единицы при ее описании принципиально не подлежат оценке как истинные или ложные, правильные или неправильные – они просто разные, раскрывают разные стороны описываемой ментальной единицы. Обсуждению с позиций истинности/ложности может подлежать лишь сам факт выделения того или иного значения, семы, когнитивного признака. скрытого смысла и под., но не его формулировка на метаязыке.

Формулировка ментальной единицы может быть более или менее полной, стилистически более или менее удачной, но не ошибочной.

Таким образом, множественность метаязыкового описания ментальных сущностей не является недостатком методики описания – это реальность научного описания этих сущностей, неизбежность научного описания ментальных единиц, имманентный признак научного описания ментальных явлений.

Скрытые смыслы с учетом принципа множественности метаязыкового описания ментальных сущностей могут быть вербально описаны по-разному, но предметом лингвокриминалистического анализа будут являться не конкретные формулировки, а формулируемые на базе описания этих смыслов утверждения, которые могут быть представлены в разных метаязыковых формулировках.

Например: *Сколько можно терпеть это!*

В контексте возможны разные скрытые утверждения, актуализируемые разными рецептивными схемами:

1. Это больше терпеть нельзя (метаязыковые варианты: *терпеть это дальше невозможно, терпению приходит конец, не могу больше это терпеть* и др.);

2. Необходимо изменить положение (метаязыковые варианты: *надо принять меры к изменению положения, надо это исправить, сделайте что-нибудь, чтобы изменить положение, призываю вас исправить положение, давайте не будем больше терпеть*) и др.

Таким образом, данное высказывание может быть воспринято как выражающее два скрытых утверждения (в соответствии со своей рецептивной схемой), каждое из которых допускает несколько вариантов его метаязыковой формулировки.

## **Использование экспериментальных исследований в описании скрытого смысла**

Как отмечает А.Н.Баранов, факультативная информация не может рассматриваться в экспертизах по делам о защите чести, достоинства и деловой репутации (Баранов, с.46). Действительно, факультативные части плана содержания индивидуальны в том смысле, что разные носители языка по-разному восстанавливают для себя эту область семантики языковых выражений. Следовательно, и сам факт наличия порочащих сведений в таких случаях достоверно доказать невозможно. «Некоторую полезную информацию могут дать социологические опросы, однако этот инструментарий находится за пределами собственно лингвистического исследования. Впрочем, лингвопсихологическая и лингвосоциологическая экспертиза в подобных ситуациях вполне уместна. Проблематично опираться в делах о защите чести и достоинства на обязательную, но точно

не вербализуемую информацию. Причины те же, что рассмотренные выше: невозможность точной вербализации скрытого смысла затрудняет или вообще делает невозможным доказательство наличия в тексте порочащих сведений. Опять-таки опросы здесь вполне допустимы, но они должны проводиться в рамках лингво-психологических или лингво-социологических исследований» (Баранов, с.46).

Таким образом, А.Н.Баранов обоснованно видит возможность установления содержания имплицитной информации факультативной и невербализуемой имплицитной информации посредством социолингвистических и психолингвистических экспериментальных исследований (Баранов, с.46).

Экспертиза текста рассматривает как явные, так и скрытые, выраженные в косвенной языковой форме утверждения.

Покажем на примерах возможности использования психолингвистических экспериментов для выявления скрытых смыслов, воспринимаемых реципиентами текста.

#### Пример 1.

ЗАО «Липецк-Мобайл» признано виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ. Основанием для привлечения к ответственности послужил вывод административного органа о нарушении обществом пунктов 1, 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», которое выразилось в массовом размещении на световых коробах, расположенных от пл. Тетральной до пл. Плеханова г.Липецка рекламы оператора связи ЗАО «Липецк Мобайл» в фразе: «Теле2 Всегда дешевле».

Была назначена комплексная психолингвистическая экспертиза для выявления восприятия рекламной фразы «Теле2 Всегда дешевле» читающими ее лицами и определения наличия (отсутствия) в данной рекламной фразе скрытых подтекстовых смыслов.

Суд поставил на разрешение экспертов следующие вопросы:

1. Как может восприниматься читающими лицами рекламная фраза «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией)?

2. Воспринимается ли рекламная фраза «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) читающими ее лицами в том значении, что цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2», всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов, или имеют иные

преимущества в цене перед услугами других операторов связи?

3. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, и если оно есть, то какое?

4. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, что цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов связи?

5. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, что цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) имеют иные преимущества в цене перед услугами других операторов связи?

Анализ показал, что «Теле 2 Всегда дешевле» является рекламным слоганом компании. Учитывая смысловую диффузность (потенциальную многозначность) рекламного слогана как важнейшую типологическую черту любого слогана, для ответа на поставленные судом вопросы необходимо исследовать языковое сознание носителей языка в условиях воздействия на них данного слогана. Для этого был проведен психолингвистический эксперимент, связанный с обращением к испытуемым - носителям языка и нацеленный на выявление вариантов понимания ими анализируемого слогана.

Для определения состава испытуемых была предварительно установлена целевая аудитория Теле 2. Целевая аудитория была определена экспертами путем запроса данных об аудитории абонентов ТЕЛЕ 2 в Воронеже (Социально-демографические характеристики абонентов «ТЕЛЕ» по регионам. Подготовлено ИМСА для Tele 2 Апрель 2008).

По полученным данным: 41 % пользователей - до 29 лет, 79% - лица со средним образованием, 62 % - с семейным доходом менее 6000 р. Таким образом, это преимущественно молодежная и малообеспеченная аудитория. С учетом этих данных был подобран контингент испытуемых - 252 человека - носители русского языка, преимущественно школьники и студенты.

По данным Г.А.Черкасовой (Квантитативные исследования ассоциативных словарей. // Общение. Языковое сознание. Межкультурная коммуникация. Калуга, 2005.- РАН. Институт языкознания.- С. 227-244) опрос 200 ИИ уже позволяет выявить основные ассоциативные реакции и установить их иерархию, отношения доминирования.

Таким образом, опрос 252 испытуемых дает основания сделать достоверные выводы о реакциях и их иерархии (доминантности).

Эксперимент проводился в групповой форме.

Испытуемым предлагался опросный лист, включающий варианты ответов, определенные предварительным пилотажным опросом 20 человек разного возраста и социального положения, а также формулировки, совпадающие с поставленными судом вопросами. Количество возможных выборов ответов в ходе эксперимента не ограничивалось и не обсуждалось. Предлагалась также возможность дописать свои варианты, если испытуемые посчитали предложенные варианты недостаточными.

Испытуемым предлагалась анкета, приводимая на с. 42.

### **Обсуждение результатов эксперимента**

В ходе эксперимента было выявлено всего 2 случая отказа от ответа из 252, следовательно, задание не вызвало у испытуемых трудностей.

Эксперимент показал, что испытуемыми были выбраны все 16 предложенных вариантов ответов, что свидетельствует о релевантности всех предложенных вариантов ответов для сознания испытуемых.

Отмечены единичные выборы, общее количество единичных выборов - 23 (выбраны варианты 1, 6, 12, 16, дважды – 8, 15, четырежды – 3, пять раз – 11, шесть раз - 5). По два выбора осуществлено 38-ью опрошенными, максимальное количество выборов (все 16) – у одного испытуемого.

Четверо испытуемых приписали свой вариант понимания слогана: «услуги Теле 2 дешевые, но связь хуже».

Анкета

Просим вас принять участие в психолингвистическом эксперименте.  
Вы читаете на рекламном щите фразу:



Просим Вас, последовательно читая приводимые ниже ответы, выбрать из приводимого списка ответов вариант или несколько вариантов, которые соответствуют Вашему пониманию данной рекламной фразы (поставьте знак +).

Все варианты ответов отличаются друг от друга по смыслу. Количество выбираемых Вами вариантов не ограничено. Можете написать свой вариант понимания в конце списка.

Пожалуйста, в ходе выполнения задания не советуйтесь ни с кем, нас интересует Ваше личное мнение.

Пожалуйста, укажите ваш пол **М Ж** и возраст \_\_\_\_\_ (количество полных лет).

СПАСИБО!

1. Услуги Теле 2 дешевые	
2. Услуги Теле 2 дешевые, ими выгодно пользоваться	
3. Услуги Теле 2 дешевые, они мне по карману	
4. У Теле 2 всегда самая дешевая телефонная связь	
5. У Теле 2 сейчас самая дешевая связь, это действительно так	
6. Теле 2 всегда делает свою связь дешевле, чем другие операторы	
7. У Теле 2 связь всегда будет дешевле, чем у других	
8. Теле 2 готова снижать цены на свои услуги по сравнению со своими старыми ценами	
9. Теле 2 всегда снижает цены на свои услуги по сравнению со своими старыми ценами	
10. Теле 2 будет снижать цены на свои услуги по сравнению со своими старыми ценами	
11. Это факт, из своего опыта знаю, что у Теле 2 связь дешевле, чем у других	
12. Любые услуги Теле 2 всегда дешевле, чем у других операторов	
13. Телефонная связь у Теле 2 всегда дешевле, чем у других операторов	
14. Любые услуги Теле 2 выгодны для клиентов	
15. Телефонная связь Теле 2 всегда выгодна для клиентов	
16. Услуги Теле 2 всегда имеют преимущества перед услугами других операторов	
17.	
18.	

Среднее число выборов одним испытуемым - 3,6. Следовательно, в реальном восприятии носителей обыденного сознания – целевой аудитории Теле 2 - имеет место множественная интерпретация спорного текста.

Таким образом, эксперимент подтвердил, что спорный текст принципиально может быть воспринят разными людьми по-разному, что отвечает жанру слогана и требованиям к эффективному рекламному слогану. Эксперимент также показал, что в сознании испытуемых не выявляется доминирующего варианта понимания текста. Наиболее многочисленные выборы следующие (из 252):

Услуги Теле 2 дешевые	95
Услуги Теле 2 дешевые, ими выгодно пользоваться	91
Теле 2 всегда делает свою связь дешевле, чем другие операторы	85
Это факт, из своего опыта знаю, что у Теле 2 связь дешевле, чем у других	83

В целом обыденное сознание, как показывает анализ интегрального смысла всех выборов, воспринимает спорный текст как *общее недискретное указание на дешевизну услуг связи ТЕЛЕ2*.

Ответы на поставленные судом вопросы с учетом результатов проведенного эксперимента таковы:

1. Как может восприниматься читающими лицами рекламная фраза «Теле2. Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией)?

Проведенный эксперимент показывает, что текст воспринимается многозначно. В обыденном сознании потребителя рекламы зафиксировано 17 возможных смыслов понимания спорного текста. Среднее количество выборов – 3,6, что означает, что в среднем для потребителя рекламы спорный текст несет 3-4 смысла одновременно.

	<i>Частота выборов ИИ</i>
Услуги Теле 2 дешевые	95
Услуги Теле 2 дешевые, ими выгодно пользоваться	91
Теле 2 всегда делает свою связь дешевле, чем другие операторы	85
Это факт, из своего опыта знаю, что у Теле 2 связь дешевле, чем у других	83
Услуги Теле 2 дешевые, они мне по карману	64
У Теле 2 всегда самая дешевая телефонная связь	60
Телефонная связь у Теле 2 всегда дешевле, чем у других операторов	61
У Теле 2 сейчас самая дешевая связь, это действительно так	58
Любые услуги Теле 2 всегда дешевле, чем у других операторов	57
Услуги Теле 2 всегда имеют преимущества перед услугами других операторов	47
Любые услуги Теле 2 выгодны для клиентов	46
Теле 2 готова снижать цены на свои услуги по сравнению со своими старыми ценами	36
Телефонная связь Теле 2 всегда выгодна для клиентов	36
У Теле 2 связь всегда будет дешевле, чем у других	31
Теле 2 всегда снижает цены на свои услуги по сравнению со своими старыми ценами	29
Теле 2 будет снижать цены на свои услуги по сравнению со своими старыми ценами	16
Услуги теле 2 дешевые, но связь хуже	4

Диффузность (потенциальная многозначность) смысла текста, проявляющаяся в принципиальной возможности его разного понимания разными людьми – характерологический признак рекламного слогана, который в разных интерпретациях передает общий смысл сообщения, который каждый реципиент интерпретирует в силу своего личного опыта, когнитивной базы, ситуации и контекста.

2. Воспринимается ли рекламная фраза «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) читающими ее лицами, в том значении, что цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2», всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов, или имеют иные преимущества в цене перед услугами других операторов связи?

Спорная фраза воспринимается многозначно.

Смысл *цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2», всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов, или имеют иные преимущества в цене перед услугами других операторов связи* воспринимается в спорной фразе частью испытуемых (19%-23% испытуемых выбрали этот вариант ответа наряду с другими), но он не является ни доминирующим, ни единственным, выступает как периферийный смысл.

3. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, и если оно есть, то какое?

Скрытый смысл в слогане «Теле 2. Всегда дешевле!» содержится. В соответствии с жанром слогана он носит обобщенно-позитивный характер и выражается импликацией всех вариантов понимания, установленных в эксперименте.

Обобщенный скрытый смысл спорного слогана в доминирующем восприятии потребителей рекламы – *«услуги ТЕЛЕ2 выгодны»*.

4. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, что цены на услуги, распространяемые под торговой

маркой «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов связи?

Данная фраза воспринимается испытуемыми многозначно. Смысл *цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов связи* воспринимается в спорной фразе частью испытуемых (23% ИИ выбрали этот вариант ответа наряду с другими), но он не является ни доминирующим, ни единственным, выступает как периферийный.

5. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, что цены на услуги, распространяемые под торговой маркой. «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) имеют иные преимущества в цене перед услугами других операторов связи?

Спорная фраза воспринимается многозначно. Смысл *цены на услуги, распространяемые под торговой маркой. «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) имеют иные преимущества в цене перед услугами других операторов связи* воспринимается в спорной фразе частью испытуемых (19% ИИ выбрали этот вариант ответа наряду с другими), но он не является ни доминирующим, ни единственным, является периферийным.

## Выводы

1. *Как может восприниматься читающими лицами рекламная фраза «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией)?*

Рекламная фраза «Теле2 Всегда дешевле» воспринимается многозначно, в зависимости от личного опыта потребителя рекламы.

Эксперимент показал, что возможны 17 вариантов понимания спорной фразы и нет оснований говорить о каком-либо единственно возможном понимании.

2. Воспринимается ли рекламная фраза «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) читающими ее лицами, в том значении, что цены на услуги, распространяемые под торговой

маркой «Теле2», всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов, или имеют иные преимущества в цене перед услугами других операторов связи?

Она воспринимается так 19-23% процентами испытуемых, но это понимание не является ни единственным, ни доминирующим.

3. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, и если оно есть, то какое?

Общий скрытый смысл в спорном слогане имеется. Скрытый (подтекстовый) смысл, вытекающий из всех возможных вариантов понимания спорного слогана обыденным сознанием - *«услуги ТЕЛЕ2 выгодны»*.

4. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, что цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) дешевле по сравнению с ценами других операторов связи?

Такой вариант понимания спорного слогана возможен, но так воспринимают слоган лишь 19% процентов испытуемых, и это понимание не является ни единственным, ни доминирующим.

5. Содержится ли в рекламной фразе «Теле2 Всегда дешевле» (в том виде, как она изображена на рекламных конструкциях и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, что цены на услуги, распространяемые под торговой маркой «Теле2» всегда (в любой момент времени, на любые услуги связи) имеют иные преимущества в цене перед услугами других операторов связи?

Такой вариант понимания спорного слогана возможен, но так воспринимают слоган лишь 23% процента испытуемых, и это понимание не является ни единственным, ни доминирующим.

## Заключение

1. Спорный текст не имеет однозначного прочтения и может восприниматься по меньшей мере в 17-ти вариантах смысла и их различном сочетании. Для одного потребителя рекламы среднее количество смыслов, в которых им воспринимается спорный рекламный слоган «ТЕЛЕ2. Всегда дешевле!», составляет 3,6, что означает, что в среднем для потребителя данной рекламы спорный текст несет 3-4 смысла одновременно.

Обобщение всех выявленных в эксперименте вариантов понимания спорного слогана – доминантных и периферийных - свидетельствует, что обыденное сознание целевой аудитории рекламы ТЕЛЕ2 воспринимает спорный текст как общее указание на дешевизну услуг связи ТЕЛЕ2 – *«услуги ТЕЛЕ2 дешевые»*, каковое является интегральным, обобщенным значением спорного рекламного слогана при разных вариантах его понимания разными людьми, что соответствует требованиям диффузности (потенциальной многозначности) и обобщенности рекламного слогана.

2. В анализируемом рекламном слогане при любом варианте его восприятия выявляется обобщенный *скрытый смысл* - *«услуги ТЕЛЕ2 выгодны для вас»*, что также соответствует требованиям позитивности скрытого смысла слогана.

Таким образом, психолингвистический эксперимент показал, что для обыденного сознания характерно множественное понимание смысла спорного текста «ТЕЛЕ2. Всегда дешевле!», это понимание зависит от социального и индивидуального опыта человека, в силу чего все люди понимают его по-разному, но доминирующим смыслом данного слогана для обыденного сознания потребителей рекламы является обобщенный смысл **«Услуги ТЕЛЕ2 дешевые»**, а скрытым смыслом – **услуги ТЕЛЕ 2 выгодны.**

### Пример 2.

На разрешение лингвистической экспертизы вынесены следующие вопросы:

1. Как может восприниматься читающими рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том, виде в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией)? Если фраза может быть воспринята многозначно, какие основные варианты ее восприятия возможны? Как понимается в контексте

в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией фраза «Вашу проблему решим МЫ!»?

2. Воспринимается ли рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) читающими лицами в том смысле, что любые проблемы, связанные с задержанием водителей сотрудниками ГИБДД и с лишением водителей «прав», «будут решены»?

3. Содержится ли в рекламной фразе «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, и если оно есть, то какое?

4. Порочит ли рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав» Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) честь, достоинство и деловую репутацию ГИБДД?

5. Призывает ли фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав» Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) к совершению противоправных действий?

6. Создает ли рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав» Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) негативный, не соответствующий действительности образ профессии сотрудника ГИБДД?

#### Анализ спорного текста

1. Как может восприниматься читающими рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том, виде в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией)? Если фраза может быть воспринята многозначно, какие основные варианты ее восприятия возможны? Как понимается в контексте в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией фраза «Вашу проблему решим МЫ!»?

Информация, содержащаяся в спорном тексте, многозначна и включает эксплицитную и имплицитную часть.

Эксплицитная информация в контексте всего текста формулируется следующим образом:

*«Если вы остановлены сотрудниками ГИБДД и они собираются лишить вас водительского удостоверения, мы поможем вам сохранить ваши «права»».*

Для анализа факультативной вербализуемой имплицитной информации и ответа на вторую часть поставленного вопроса была использована методика двухэтапного рецептивного (на понимание смысла) психолингвистического эксперимента, представляющего собой разновидность методики лингвистического интервьюирования (И.А.Стернин. О понятиях метод, методика, прием // Вопросы психолингвистики.- 2008. - № 7. - С.24-25).

На первом этапе был проведен пилотажный опрос небольшой группы респондентов (15 человек), которым было предложено в свободной форме сформулировать свое понимание спорного текста, изображенного на фотографии. Затем на втором этапе все варианты понимания, предложенные испытуемыми, были обобщены, унифицированы по языковой форме в виде утверждений и предложены для верификации основной группе испытуемых (100 человек).

Опрошено 100 человек, являющихся водителями и реально управляющих транспортными средствами. Водительский стаж респондентов от 1 года до 48 лет, возраст респондентов от 18 до 69 лет, мужчин 78, женщин 22.

Результаты эксперимента (по убыванию частоты выбора того или иного ответа):

1. У нас есть свои связи, знакомства в ГИБДД, которые помогут решить вашу проблему	32
2. За деньги мы вернем вам права через свою неформальным образом действующую структуру	31
3. Ваша проблема будет решена незаконными приемами, но быстро и надежно	31
4. Мы дадим вам хорошую юридическую консультацию, как справиться с проблемой	30
5. Мы поможем вам решить вашу проблему любыми, законными и незаконными приемами	27
6. Мы дадим вам юридически правильный совет, как защитить свои интересы	26
7. Мы используем неформальные рычаги воздействия на ГИБДД, чтобы защитить ваши интересы	25
8. Мы за взятку договоримся, чтобы вас не лишали «прав»	24
9. Мы решим вашу проблему, а как – это наше дело	23
10. Мы поможем вам решить вашу проблему законными приемами, юридически	19

11. Мы окажем вам консультативную юридическую помощь	18
12. Мы любыми способами найдем возможность помочь вам сохранить «права»	16
13. Мы договоримся с сотрудниками ГИБДД, чтобы вас не наказывали	14
14. У нас есть отработанная система неформального воздействия на ГИБДД	13
15. Мы дадим взятку сотрудникам ГИБДД, чтобы помочь вам	13
16. Мы найдем через свои связи старших чинов ГИБДД и подействуем на них в ваших интересах	13
17. Мы окажем давление на ГИБДД и вернем вам «права»	5
18. Мы внесем за вас штраф	1
Добавлены респондентами:	
19. За деньги мы решим вашу проблему	2
20. В рамках закона	1
21. С 80-% ной вероятностью с вас возьмут деньги и ничего не будет	1
22. Это обман	1
23. Вряд ли «вы» сможете решить мою проблему	1
24. Почему на картинке лес?	1
25. Фирма с незаконными методами не станет себя так открыто рекламировать	1
26. Скорее всего будет использована лазейка в законодательстве, либо иные юридические трюки	1
27. Это очередная финансовая пирамида	1
28. За хорошую оплату мы поможем вам вернуть ваши «права»	1
29. Это точно нелегально	1
30. Коррупция проникла во все сферы жизнедеятельности граждан. Разве гражданин не может отстаивать свои права, закон для чего?	1
31. Мы хотим заработать денег, и вы как потенциальный «лох» идеально нам для этого подходите, а права. Конечно, вам никто не вернет!!!	1
32. Надпись на фотографии ассоциируется с тем, что проблема будет решена юридически, законным путем	1
33. А вот сама фотография – проблема будет решена, но вот каким путем?	1

Всего 100 респондентов (76 мужчин и 24 женщины) дали в сумме 345 вариантов ответов, т.е. в среднем 3,45 варианта ответа. Зафиксировано всего 5 отказов, когда испытуемые не выбрали ни один из предложенных вариантов ответов, а предложили свои варианты. Минимальное число выборов – 1, максимальное – 9.

Таким образом, рецептивный эксперимент показал устойчивую многозначность спорного текста для реципиентов.

Среднее число ответов:

Мужчины: 3,63 выбора на анкету, зафиксировано 2 отказа – респонденты не использовали ни один предложенный выбор, но приписали свое понимание фразы.

Женщины: 2,88 выбора на анкету, зафиксировано 3 отказа – респонденты не использовали ни один предложенный выбор, но приписали свое понимание фразы.

У водителей-женщин больше доля отказов, меньше выборов (в среднем 2,9 против 3,6 у мужчин) и они чаще добавляют свое понимание фразы.

Чем больше стаж вождения, тем меньшее количество вариантов ответов выбирают респондент, то есть водители со стажем более солидарны, единодушны в понимании текста.

#### *Анализ результатов эксперимента*

Полученные от респондентов ответы были обработаны методом когнитивной интерпретации (И.А.Стернин. О понятиях метод, методика, прием // Вопросы психолингвистики, № 7, 2008, с.24-25), который предполагает смысловое обобщение сформулированных в разной языковой форме ответов респондентов в типовые ответы, выражающие одинаковый смысл. В результате получены обобщенные интерпретации «понимания» спорного текста - то есть типовые имплицитные смыслы, подтверждаемые респондентами как результат восприятия ими спорного текста.

Полученные в результате когнитивной интерпретации результатов эксперимента ответы могут быть обобщены в следующие типовые смыслы («понимания»):

1. Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам
2. Мы используем законные, юридические способы, чтобы помочь вам
3. Мы используем и законные, и незаконные способы помочь вам
4. Это просто обман
5. Смысл предложения фирмы неясен

Типовой смысл «Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам» усматривается в следующих выбранных респондентами формулировках понимания (из 100 испытуемых):

1. У нас есть свои связи, знакомства в ГИБДД, которые помогут решить вашу проблему	32
2. За деньги мы вернем вам права через свою неформальным образом действующую структуру	31
3. Ваша проблема будет решена незаконными приемами, но быстро и надежно	31
4. Мы используем неформальные рычаги воздействия на ГИБДД, чтобы защитить ваши интересы	25
5. Мы за взятку договоримся, чтобы вас не лишали «прав»	24
6. Мы договоримся с сотрудниками ГИБДД, чтобы вас не наказывали	14
7. У нас есть отработанная система неформального воздействия на ГИБДД	13
8. Мы дадим взятку сотрудникам ГИБДД, чтобы помочь вам	13
9. Мы найдем через свои связи старших чинов ГИБДД и подействуем на них в ваших интересах	13
10. Мы окажем давление на ГИБДД и вернем вам «права»	5
<i>Добавлены респондентами:</i>	
11. За деньги мы решим вашу проблему	2
12. Это точно нелегально	1

Типовой смысл «Мы используем законные, юридические способы, чтобы помочь вам» усматривается в следующих выбранных респондентами формулировках понимания:

1. Мы дадим вам хорошую юридическую консультацию, как справиться с проблемой	30
2. Мы дадим вам юридически правильный совет, как защитить свои интересы	26
3. Мы поможем вам решить вашу проблему законными приемами, юридически	19
4. Мы окажем вам консультативную юридическую помощь	18
5. Мы внесем за вас штраф	1
<i>Добавлены респондентами:</i>	
6. В рамках закона	1

7. Фирма с незаконными методами не станет себя так открыто рекламировать	1
8. Скорее всего будет использована лазейка в законодательстве, либо иные юридические трюки	1
9. Надпись на фотографии ассоциируется с тем, что проблема будет решена юридически, законным путем	1

Типовой смысл «Мы используем как законные, так и незаконные способы, чтобы решить вашу проблему» усматривается в следующих формулировках понимания:

1. Мы поможем вам решить вашу проблему любыми, законными и незаконными приемами	27
2. Мы решим вашу проблему, а как – это наше дело	23

Типовой смысл «Это просто обман» усматривается в следующих выбранных респондентами формулировках понимания:

<i>Добавлены респондентами:</i>	
1. С 80-%ной вероятностью с вас возьмут деньги и ничего не будет	1
2. Это обман	1
3. Это очередная финансовая пирамида	1
4. Мы хотим заработать денег, и вы как потенциальный «лох» идеально нам для этого подходите, а права, конечно, Вам никто не вернет!!!	1

Типовой смысл «Смысл предложения фирмы непонятен» усматривается в следующих выбранных респондентами формулировках понимания:

<i>Добавлены респондентами:</i>	
1. Вряд ли «Вы» сможете решить мою проблему	1
2. Почему на картинке лес?	1
3. Коррупция проникла во все сферы жизнедеятельности граждан. Разве гражданин не может отстаивать свои права, закон для чего?	1
4. А вот сама фотография – проблема будет решена, но вот каким путем?	1

## Интерпретация результатов

Поскольку в рамках одного и того же смысла испытуемым предлагались разные языковые формулировки данного смысла, а они выбирали те формулировки, которые, по их мнению, наиболее точно выражают их личное восприятие смысла спорного текста, наиболее частотный выбор по результатам эксперимента отражает наиболее удачную и точную формулировку смысла спорного текста с точки зрения испытуемых.

В связи с этим для итоговой интерпретации результатов эксперимента применяется методика поглощения более частотным выбором менее частотных и формулирования смысла в форме наиболее частотного выбора. Этот выбор отражает долю испытуемых, понимающих спорный текст именно в данной его формулировке.

Результаты таковы:

1. Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам – 32%;
2. Мы используем законные, юридические способы, чтобы помочь вам – 30 %;
3. Мы используем и законные, и незаконные способы помочь вам – 27%;
4. Это просто обман – 1%;
5. Смысл предложения фирмы неясен – 1%.

Два последних смысла не выходят за долю в 1% и ими можно в дальнейшем анализе пренебречь.

Таким образом:

32% испытуемых понимают смысл спорного текста как «Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам».

30% испытуемых понимает текст как «Мы используем законные, юридические способы, чтобы помочь вам».

27% испытуемых понимают смысл текста как «Мы используем и законные, и незаконные способы помочь вам». В данной формулировке законные и незаконные способы выражаются однородными членами предложения – определениями и рассматриваются в смысловом отношении как в равной мере применимые.

Поскольку суть предполагаемого правонарушения заключается именно в рекламировании возможности использования незаконных методов воздействия на ГИБДД, формулировка № 3 (27%) в аспекте задачи экспертизы интерпретируется как *возможность использования незаконных методов: наряду с законными, мы используем и незаконные способы*.

Данная формулировка при этом не может рассматриваться как свидетельствующая в пользу понимания «использование законных методов», так как законные методы в данной формулировке в любом

случае выступают лишь как одна из возможностей, наряду с незаконными, в то время как они и так обязательны с точки зрения закона, являются правовой нормой и не могут рассматриваться как *возможные* или *допустимые*. Таким образом, формулировка № 3 интерпретируется как *допущение* незаконных методов.

В итоге 59% испытуемых (32% + 27%) понимают смысл спорного текста как использование однозначно незаконных способов воздействия на ГИБДД или допущение использования незаконных способов наряду с законными.

Таким образом, спорный текст воспринимается многозначно, как указывающий на возможность использования незаконных и законных методов помощи водителям при их задержании сотрудниками ГИБДД, но в языковом сознании водителей - носителей русского языка доминирует смысл *Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам, или допускаем их использование в ваших интересах.*

2. Воспринимается ли рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) читающими лицами в том смысле, что любые проблемы, связанные с задержанием водителей сотрудниками ГИБДД и с лишением водителей «прав», «будут решены»?

Анализ эксплицитного содержания текста, а также результатов эксперимента на выявление скрытых смыслов (ответ на вопрос № 1) показывает, что реклама обещает помощь в решении проблемы и при задержании, и при угрозе лишения прав, то есть в наиболее трудных для водителя ситуациях, связанных с подозрением в совершении им нарушения ПДД. Рекламный текст обещает решение проблемы в любом случае.

Таким образом, спорный рекламный текст воспринимается потенциальными читателями как информация о том, что любые проблемы, связанные с задержанием водителей сотрудниками ГИБДД и с лишением водителей «прав», «будут решены».

3. Содержится ли в рекламной фразе «Вас задержали сотрудники УГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, и если оно есть, то какое?

Скрытое смысловое значение относится к имплицитной, то есть непрямо выражаемой информации. В анализируемом случае эта

информация относится к имплицитной вербализуемой, она может быть выявлена экспериментально (см. ответ на вопрос 1).

Анализ восприятия текста рекламы испытуемыми позволяет усмотреть основные, наиболее вероятные скрытые смыслы спорного текста, которыми являются:

*Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам – 59%;*

*Мы используем законные, юридические способы, чтобы помочь вам – 30 %.*

6. Призывает ли фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) к совершению противоправных действий?

Поскольку спорный текст призывает водителей пользоваться услугами фирмы, которая, как показали результаты эксперимента, использует, в том числе, незаконные способы урегулирования проблем (см. ответ на вопрос 1), а также побуждает к уходу от ответственности при совершении нарушений (путем обращения в фирму), в анализируемой фразе усматривается призыв к совершению противоправных действий.

### Заключение

1. Как может восприниматься читающими рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав» Вашу проблему решим МЫ!» (в том, виде в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией)? Если фраза может быть воспринята многозначно, какие основные варианты ее восприятия возможны? Как понимается в контексте в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией фраза «Вашу проблему решим МЫ»?

Спорный текст воспринимается многозначно, как указывающий на возможность использования незаконных и законных методов помощи водителям при их задержании сотрудниками ГИБДД, но в языковом сознании водителей - носителей русского языка доминирует смысл *Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам, или допускаем их использование в ваших интересах.*

2. Воспринимается ли рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и

в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) читающими лицами в том смысле, что любые проблемы, связанные с задержанием водителей сотрудниками ГИБДД и с лишением водителей «прав», «будут решены»?

Спорный рекламный текст понимается потенциальными читателями в том смысле, что любые проблемы, связанные с задержанием водителей сотрудниками ГИБДД и с лишением водителей «прав», «будут решены».

3. Содержится ли в рекламной фразе «Вас задержали сотрудники УГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) скрытое смысловое значение, и если оно есть, то какое?

Рекламная фраза содержит ряд скрытых смыслов, которые с разной степенью вероятности могут быть восприняты читателями.

Как показал эксперимент, наиболее вероятными скрытыми смыслами спорного текста, воспринимаемыми его читателями, являются:

*Мы используем незаконные способы, чтобы помочь вам – 59%;*

*Мы используем законные, юридические способы, чтобы помочь вам – 30 %.*

4. Порочит ли рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав» Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) честь, достоинство и деловую репутацию ГИБДД?

Рекламная фраза содержит имплицитно выраженный смысл, что сотрудники ГИБДД могут незаконно задерживать водителей и лишать их водительских «прав», однако это лишь один из смыслов, в котором может быть воспринят спорный текст, и он как факультативный (не единственный) не может быть проверен на соответствие действительности, в связи с чем текст не может быть квалифицирован как порочащий честь, достоинство и деловую репутацию сотрудников ГИБДД.

5. Призывает ли фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав» Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) к совершению противоправных действий?

Данная фраза побуждает водителей к уходу от ответственности при возможном совершении нарушений (путем обращения в фирму), обещает, что любые проблемы (в том числе и связанные с нарушениями ПДД) «будут решены» (см. ответ на вопрос 2), в чем усматривается выраженный в косвенной языковой форме призыв к совершению противоправных действий.

б. Создает ли рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав» Вашу проблему решим МЫ!» (в том виде, в котором она изображена на рекламной конструкции и в сочетании с рядом находящейся рекламной информацией) негативный, не соответствующий действительности образ профессии сотрудника ГИБДД?

Рекламная фраза «Вас задержали сотрудники ГИБДД? Вам грозит лишение «прав». Вашу проблему решим МЫ!» создает негативный образ сотрудников ГИБДД, актуализируя распространенный общественный стереотип, что сотрудники ГИБДД допускают незаконные действия в отношении водителей в целях собственного обогащения, но фраза не дает обобщенной негативной характеристики профессии сотрудника ГИБДД, и это лишь один из возможных смыслов понимания спорного текста.

Таким образом, экспериментальные исследования восприятия текста позволяют получить данные о понимании текста и скрытых смыслах текста.

### **Оценка скрытых смыслов в экспертизе текста**

А.Н.Баранов отмечает, что анализируемые в лингвистической экспертизе текста «скрытые, или имплицитные, утверждения должны быть обязательной и вербализуемой частью имплицитной части плана содержания языкового выражения» (Баранов, с.46-47), остальные виды имплицитной информации не могут быть основанием для выводов эксперта.

К такой информации может быть отнесены *дискретные вербализуемые скрытые смыслы*, которые можно выразить словами в виде конкретных утверждений (несмотря на возможность их разных метаязыковых обозначений).

Дискретную информацию передают обычно пресуппозиции, многие утверждения в риторических вопросах и скрытые призывы, помещение текста в рубрику, некоторые образные выражения (фразеологизмы).

*Недискретные вербализуемые скрытые смыслы* могут быть описаны только в общем виде – как определенная оценочность или приблизительный общий смысл высказывания или текста. Однако они

могут быть уточнены при проведении психолингвистического эксперимента на восприятие текста и при получении однозначных результатов на них может опереться эксперт в своем анализе. Если же результаты эксперимента неоднозначны, соответствующие утверждения относятся экспертом к разряду *вербализуемых, но факультативных*, а они не могут быть основой выводов эксперта: следствия, требующие длинной цепочки вывода, будут располагаться на самых глубинных слоях плана содержания.

А.Н.Баранов справедливо подчеркивает, что факультативное следствие не может рассматриваться в делах о защите чести и достоинства именно в силу своей факультативности, поскольку такие следствия бесконечно разнообразны, определяются моделью мира реципиента, его жизненным опытом, ожиданиями, коммуникативными намерениями в данный конкретный момент времени и мн. другими факторами. «Факультативные следствия, в которых представлена факультативная, но вербализуемая информация, близки по своим свойствам предположениям. .... Именно в этом смысле факультативные следствия следует рассматривать как аналоги выражения предположения (Баранов, с.55).

*Невербализуемые скрытые смыслы* не могут использоваться в лингвистической экспертизе. Они выражаются символами, креолизированными текстами (например, текст + рисунок, текст + изображение+музыка), некоторыми метафорами, образными выражениями. Их, правда, не всегда можно отграничить от вербализуемых недискретных смыслов, поскольку какая-то вербализация символа, креолизированного текста, метафоры обычно все-таки возможна. В сложных случаях также необходим психолингвистический эксперимент

Важно иметь в виду, что окончательное решение эксперт принимает в любом случае при анализе всего контекста и коммуникативной ситуации, в которой реализован текст, поскольку общий контекст и ситуация могут как прояснить скрытый смысл, сделав его однозначным, формулируемым вербально, так и «затемнить» некий скрытый смысл, сделав его недискретным. Именно общий контекст и ситуация являются решающими факторами в идентификации скрытого смысла текста. В спорных случаях эффективно использование психолингвистического эксперимента.

## Литература

Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста. - М.: Флинта-Наука, 2007.- 592 с.

Залевская А.А. Введение в психолингвистику. - М., 1999.- 380 с.

Имплицитность в языке и речи / Под ред. Е.Г. Борисовой, Ю.С. Мартемьянова.- М., 1999. – 289 с..

Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М., 2001.- 262 с.

Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. - М., 1997. -212 с.

Попова З.Д., Стернин И.А. Общее языкознание. Воронеж: Истоки, 2004.- 360 с.

Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М.: Восток-Запад, 2007. - 314 с.

Стернин И.А. О понятиях метод, методика, прием // Вопросы психолингвистики. – 2008. - № 7. - С.23-26.

Цена слова. Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. /Под ред. проф.М.В.Горбаневского. - Изд.3, испр. и доп. - М., «Галерея» , 2002. -562 с.

Черкасова Г.А. Квантитативные исследования ассоциативных словарей // Общение. Языковое сознание. Межкультурная коммуникация. Калуга, 2005.- РАН. Институт языкознания.- С. 227-244.

## **УПРАЖНЕНИЯ**

### Задание 1.

Выявить пресуппозиции и сформулировать их в виде утверждений, определить, передают ли они дискретный или недискретный скрытый смысл:

*Например:*

Представьте, что вы услышали такое сообщение: *Сергей Васильев – учитель русского языка, и он не умеет читать и писать.* Это сообщение вызовет полное недоумение. Недоумение объясняется тем, что в сообщении нарушена пресуппозиция: все знают, что учитель не может не уметь читать и писать.

*Сергей Васильев – учитель русского языка*

Пресуппозиции:

*Имеет высшее образование*

*Грамотный человек*

*Умеет читать и писать*

Материал для выполнения задания:

*Петр знает, что Павел глуп.*

*Сын ленивее отца.*

*Спаслись только трое.*

*Кто украл – Семенов или Кузнецов?*

*Почему наш банк входит в десятку лучших банков России?*

*Да неужели я буду унижаться перед ним?*

*Вор у вора дубинку украл.*

#### Задание 2.

Определите рецептивную схему, опишите скрытый смысл, определите его тип (дискретный/недискретный) и покажите отсутствие причинно-следственной связи высказываний:

12000 москвичей не могут получить места в детских садах

13000 детей иммигрантов ходят в детские сады в Москве

Мигранты вывозят миллиарды рублей

Миллионы русских живут в бедности

#### Задание 3.

Определите рецептивную схему, опишите скрытый смысл, актуализируемый в рамках данной схемы, определите тип скрытого смысла. Сформулируйте коммуникативные варианты рецептивной схемы (если они есть).

1. Молодой человек спрашивает незнакомую девушку на улице:

- Простите, девушка, а который час?

2. Жена говорит мужу:

-Я лампочки купила.

3. –Вы ведь собирались делать ремонт?

- Мы купили машину, ремонт в этом году делать не будем.

4. –А он богат?

- Да у него яхта на Черном море, вилла во Франции.

5. - Вы не можете дотянуться до соли? (т.е.: передайте мне соль).

- Вы не могли бы подвинуться? (т.е. позвольте мне сесть)

6. Жена мужу:

- У нас кран испортился.

7. - Что-то дует...

8. - Что-то душно стало...

9. – Что-то наше заседание затянулось...

10.– Вы не могли бы пересесть?

Задание 4.

Проанализируйте юмористический диалог и объясните, за счет чего возникает комический эффект.

- Ты не мог бы одолжить десятку?
- Мог бы.
- Ну?
- Что ну?
- Что же не одалживаешь?
- Так ты же не просишь.
- Как не прошу? Прошу. Но только хочу быть вежливым.
- А даже не поздоровался.
- Ну здравствуй! Ты не мог бы одолжить десятку?
- Мог бы.
- Ну?
- Что ну?
- Да подавись ты своей десяткой!

Задание 5.

Опишите скрытый смысл и определите рецептивную схему. Это дискретный или недискретный смысл?

Кто адвокат Ю.Лужкова? Галина Крылова. Активный член секты сайентологов, защищала секту Аум Синреке, за ней стоит тоталитарная секта сайентологов.

«В банке «Плацдарм» оперативники из индивидуальных ячеек, имеющих отношение к фигурантам расследования «дела оборотней», изъяли финансовую документацию на сумму около 100 млн рублей. От каких-либо комментариев по этому поводу представители банка «Плацдарм» отказались»

Семихватов развалил производство. Его управление банком привело к тому, что кредиторы потеряли 24,5 млн долларов, а компания разжилась неплохими помещениями в центре Москвы. Да и роль г-на Семихватова в

нефтяной афере, связанной с компанией «Недолив», тоже до конца неясна.

Вы долго еще собираетесь в воде сидеть?

Вы когда собираетесь закончить ремонт?

Сколько можно терпеть?

Он принял на работу дважды судимого Петрова.

Ну, сколько можно собираться?

Задание 6.

Прочитайте текст и выделите в нем скрытые смыслы. Сформулируйте скрытый смысл, определите прием создания скрытого смысла, рецептивную схему, ее варианты (если есть). Определите, дискретный или недискретный смысл формируется в результате восприятия высказывания.

Наконец Савин сел в служебную машину, принадлежащую СТО «Восточный», завел ее и стал прогревать. Руководствовался при этом пьяный сотрудник СБ «Полсинаута» Сергея Кузнецова, наверное, следующим соображением: «Раз не готова наша машина, поедим на вашей». Похоже, для людей Сергея Кузнецова такая логика в порядке вещей.

Покойный сотрудник Тушинских племянников, Абдуллы и Паратова, лидер Восточной ОПГ Семен Левковский становится главным спонсором соревнований по художественной гимнастике.

-Гаишник останавливает водителя.

-Вы нарушили правила!»

-Виноват, но, может быть, вы меня простите – у меня сегодня день рождения!

Гаишник, глядя в водительское удостоверение на дату рождения:

-Поздравляю и, конечно, прощаю, но так хочется выпить сегодня вечером за твое здоровье!

У всех носителей русского языка есть пресуппозиция - гаишники требуют деньги. При ней желание выпить интерпретируется как просьба дать денег на выпивку.

Рецептивная схема:

*Сообщение должностного лица зависимому лицу о некотором желании равнозначно просьбе удовлетворить данное желание.*

Вариант:

*Сообщение о желании выпить - просьба дать денег на выпивку.*

Надпись на могиле:

Не все йогурты одинаково полезны!

Рецептивная схема:

*Сообщение об отсутствии полезности некоторого продукта применительно к умершему человеку равнозначно сообщению о его смертности*

В рекламе пищевого продукта

- Стабилизатор - слово какое-то бесполезное!

*Сообщение об бесполезности некоторого компонента применительно к пищевому продукту равнозначно сообщению о его вредности для здоровья*

Английский король Эдвард VIII женился на дважды разведенной американке.

*Сообщение о женитьбе высокопоставленного лица на разведенной женщине равнозначно утверждению его моральной неразборчивости.*

Задание 7.

Проанализируйте аргументацию, использующую скрытый смысл. В какой степени она доказательна?

За последние 15 лет число преступлений, совершенных иностранцами на территории России, возросло в 154 раза.

90% героина в Россию завозят иммигранты.

Иммигранты вывозят миллиарды долларов, миллионы граждан России живут в бедности.

28% жителей Москвы уверены, что иммигранты отнимают у них работу.

Задание 8.

Описать скрытый смысл, передаваемый метафорой.

Примеры для анализа:

*история с дурным запахом  
без пяти минут «оборотень»  
тянется темный след  
трюки с акциями  
цепной пес*

*...демократии (о журналисте Караулове),  
...Союза писателей,  
...холодной войны,  
...Березовского,  
...красного реванша*

*соловей Генерального штаба (о писателе Проханове)  
голосуют «мертвые души»  
заплатили 30 серебрянников  
иуда  
акуля хватка олигарха  
русский медведь*

Задание 9. Проанализируйте скрытый смысл, возникающий в сравнениях.

- Папа, какая разница между винтовкой и автоматом?
- Огромная, сынок. Вспомни, как говорю я и как говорит твоя мама.
  
- Моя жена в доме должна быть как президент!
- Что, самая главная?
- Нет, чтобы каждые 4 года я имел возможность выбрать себе другую!
  
- Я в последнее время как мокрая соль в солонке!
- Это как?
- Не высыпаюсь!

Задание 10.

Объясните зависимость понимания от когнитивной базы реципиента

1. - Представляешь, я в Бердичеве захожу в трамвай – сидит Карл Маркс.  
-Да ладно врать! В Бердичеве нет трамваев!
- 2.Сидит еврей в тюрьме и смотрит на решетку.  
-И зачем здесь решетка? Кто сюда полезет?

3. У меня сын - как Ленин: из тюрьмы в тюрьму.

## Содержание

Проблема понимания текста	3
Понятие скрытого смысла в тексте	9
Рецептивные схемы идентификации скрытого смысла текста	13
Способы выражения скрытых смыслов	20
Недискретные скрытые смыслы	24
Дискретные скрытые смыслы	30
Принцип множественности метаязыкового описания ментальных единиц	35
Использование экспериментальных исследований в описании скрытого смысла	39
Оценка скрытых смыслов в экспертизе текста	59
Литература	60
Упражнения	61
Содержание	66