

Лекція № 3

Публіцистичний текст

1. Структура публіцистичного тексту.
2. Композиція публіцистичного тексту. Змістові компоненти.
3. Інтертекст в публіцистиці.
4. Особливості сприйняття реципієнтом.

Література.

Серажим К. Текст як комунікаційне вираження дискурсу // Вісник ЗДУ. Серія філологічні науки. – 2001. - №1. – С.109-115.

Серажим К. Структура публіцистичного тексту: загальні підходи до текстологічного аналізу // Наукові записки Інституту журналістики. – Т.1. – С.103-114.

15. Галич О., Назарець В., Васильєв Э. Теорія літератури. – К.: Либідь, 2001. – 488 с.

2. Ильин И. Постмодернизм. Словарь терминов. – М., 2001. – 384 с.

17 Прозоров В. Художественный текст и читательское восприятие // Филологические науки. – 1978. - № 1. – С10-12.

Павлюк Людмила Структурно-семантична організація полемічно-дискусійного дискурсу. Автореферат... к.ф.н. – К., 1996. – 19 с.

Кащей И. Интертекст в публицистике // Вісник ХНУ. Серія Філологія Вип..33. – Х., 2001. – С.220-223.

Ковалевська Т. Психолінгвістичні особливості політичного дискурсу // Вісник ХНУ. Серія Філологія. Вип..33. – Х., 2001. – С.237-242.

1. Структура публіцистичного тексту.

Різун текст

екст має **ознаки**, що виражають загальні особливості його системно-структурної організації. До таких ознак варто віднести *архітекτονіку тексту, його структурованість і системність, цілісність, просторово-часову дискретність*.

Елементами тексту слід вважати *рубрики, основний текстовий блок (корпус тексту), автор тексту, абзац, виноску, рядок, графічне слово, графічне речення, літеру та пунктуаційний знак*.

До **одиниць тексту** відносяться такі фрагменти тексту, котрі мають особливу семантику й стандартизоване характерне оформлення: *переліки, цитати, посилання, дати, числа, скорочення, знаки, власні назви, умовні позначення*.

Текстовими засобами, або засобами актуалізації семантики тексту, є шрифтові (*гарнітура, стиль, кегель*) й не-шрифтові (*розрядка, втяжка, лінійки, колір*) виділення, спеціальні архітектонічні засоби тощо.

Є різні **види** текстів: *віршований, драматичний, прозовий, таблиці і виводи, нотний, формульний, бібліографічний; покажчики, реферати, епіграф, присвята, колонтитули, титульний текст* тощо. Останні шість видів тексту є також елементами апарату видання.

Коротко про деякі з названих понять, що характеризують текст.

Архітектоніка тексту. Це його будова, форма, виражена шрифтовими й нешрифтовими засобами, у вигляді певного співвідношення між елементами й одиницями тексту.

Структурованість і системність тексту. Структурованість - це ознака тексту, яка виражає наявність певних зв'язків між елементами та одиницями тексту. Системність - ознака, що вказує на існування певних елементів та одиниць тексту, між якими існують зв'язки.

Цілісність. Текст є викінченою графічно-знаковою формою, що сприймається як єдине ціле, яке характеризується межею сприймання: текст перетворюється в не-текст за умови, коли графічно-знакове оформлення виходить за межу допустимого сприймання певного предмета як тексту.

Просторово-часова дискретність. Текст, що розташований на двох і більше матеріальних носіях, є просторово розірваним (дискретним). Наприклад, дві сторінки, на яких видрукований текст, роблять текст протяжним у просторі та часі під час його і написання, і читання.

Одиниці тексту - переліки, цитати, посилання, дати, числа, скорочення, знаки, власні назви, умовні позначення - добре описані у редакційно-видавничій літературі[3].

Основними ознаками структури є цілісність і зв'язність, як елементи, що окреслюють смислове поле тексту. Отже, структура тексту – це зв'язний тип організації смислового змісту тексту на рівні його повної цілісності.

Текст утворюється глобальною структурою, що включає в себе глибинну й поверхневу структуру.

Глибинну структуру містить ідейно-тематичний зміст тексту – текст постає тут як складне сплетіння суспільних відносин навколо певної глибинної проблеми, що є системоутворюючим началом. Глибинна структура тексту утворюється сукупністю намірів, що перебувають під домінуючим впливом певної прагматичної настанови. Під глибинною

структурою

Поверхнева структура тексту - це лінгвістична форма вираження глибинної структури. У публіцистиці вона є формально-змістовою. (приклад айсберга).

Форма тексту втілюється як матеріальне вираження думок, а зміст відображає перероблене у свідомості уявлення про об'єктивну дійсність.

Текст – це сукупність мовленнєвих дій, здійснюваних для досягнення певної комунікативної мети. Комунікативний намір автора виявляється у різних композиційно-мовленнєвих формах (повідомлення, опис, міркування), що є формами мислення й служать для оформлення тексту.

Композиційна структура публіцистичного тексту складається з таких елементів: заголовка, вступ, основна частина, висновки, абзац, які відіграють роль орієнтирів, на основі яких виконуються важливі для розуміння перцептивно-осмислюючі дії.

Заголовок у редукованій формі виражає основний зміст тексту. Він має двоїсту природу: з одного боку, заголовок змушує реципієнта залучати власний досвід для осмислення змісту тексту, є прогностичним чинником; з другого боку, заголовок змушує реципієнта знаходити інформацію, що стосується вказаної у ній теми. Заголовок дає змогу передбачити зміст тексту й сприяють його осмисленню.

Вступ містить мету повідомлення, подаються вихідні дані про предмет мовлення. Ця композиційна частина тексту будується максимально лаконічно й узагальнено, формальні ознаки – поширені означення, підрядні означальні речення тощо – вимагають від реципієнта напруженої уваги. Осмислення вступної частини повинне стати відправним пунктом для осмислення наступних частин тексту.

Найважливішу інформацію містить основна частина, якій притаманна динамічність, розгорнутість і зв'язність. Сміслова цінність тексту при цьому проявляється у повторенні певної термінологічної лексики. Зв'язність мовлення проявляється в семантиці речень, з якої складаються всі

композиційні частини тексту, у тому числі й висновки.

У висновках коротко підсумовуються основні положення викладеної інформації, у зв'язку з чим вона відрізняється від інших частин лаконічнішим змістово-насиченим викладом.

Наступним елементом поверхневої структури тексту є абзац. Він має особливу структурно-семантичну організацію, що проявляється в таких елементах, як зачин, розробка, завершення. Для публіцистичного тексту характернішим є двочастинний абзац, що складається з ключової або основної фрази, яка виражає головну думку абзацу, й коментуючої частини.

Розрізняють два напрямки у вивченні тексту: 1. Дослідження формування задуму і породження тексту, тобто – йде від автора; 2. Аналіз сприйняття тексту та його осмислення реципієнтом, тобто – йде від читача.

В публіцистиці текст провокується ситуацією, саме вона створює мотив для породження тексту, викликаючи певну інтенцію. Інтенція (лат. *intentio* «прагнення, намір») - спрямованість свідомості, мислення на який-небудь предмет; в основі такої спрямованості лежить бажання, задум. Саме інтенція, мотив і концепт лежать в основі будь-якого тексту.

Концепт служить, з одного боку, відправним моментом у породження тексту, а з іншого – кінцевою метою при його сприйнятті. Під концептом розуміється глибинне значення, згорнена смислова структура тексту, що є втіленням мотиву, інтенцій автора, які призводять до породження тексту. Процес породження концепту простежено у схемі:

Ситуація



Мотив → Інтенція як втілення мотиву



Концепт як втілення інтенції

Розглядаючи моделювання концепту Європа в сучасному науково-публіцистичному дискурсі Ярослава Прихода (Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства. Випуск 9. – Ужгород, 2005) виділяє

загальні напрями розвитку концепту за роки незалежності:

1. Європа в контексті України (пункти дотику і розбіжності, взаєморецепція, геополітичні концепції, проблеми контакту та ін..
2. Нова Європа. Майбутня Європа, сучасна Європа (характеристика, вартості)
3. Нова Європа в контексті нової України (концепція, моделі).
4. Європа в контексті європейської інтеграції / європейської стратегії України.

2. Композиція публіцистичного тексту. Змістові компоненти.

В.Качкан виділяє такі складові елементи змісту публіцистичного твору, як факт, думка, оцінка, проблема, конфлікт, ідея, аргумент та ін.

Композиція, а також зображувальні засоби є складовими елементами форми твору. Композиція – це своєрідна структура, побудова твору, що включає способи зображення (розповідь, опис, типи оповіді), реалізує взаємодію персонажів, подій, думок, аргументів та ін..

Євген Прохоров визначає три типи композиції публіцистичного тексту:

1) Сюжетний.

Всі компоненти оповіді підпорядковані розкриттю характеру.

Нарисова публіцистика як правило сюжетна.

Біографічний твір "Євген Коновалець", на думку дослідників творчості О.Ольжича, є й на сьогодні найкращим життєписом полковника Є.Коновальця. В ньому поєднуються риси портрету (як особливої жанрової форми) та біографічного дослідження (якщо взяти до уваги його функцію "формування смислової моделі, символіко-смислової парадигми життєвої творчос-ті" [32,50]).

Портрет передбачає подачу оцінки особистості на основі поєднання й зіставлення створеного образу з конкретною натурою. Мала за обсягом форма дозволяє відтворити портрет лаконічно та оречевлено [12,16]. Це насамперед оживлення мемуарного матеріалу прямою дією персонажа у певних ситуаціях -вчинки, діалоги: "хмари на обрії стягаються все більше. І

ті, кому страшна акція Євгена Коновальця, тратять спокій. Вже раніше переказували вони настирливо: "Хай ваш Хазяїн припинить роботу проти нас, відповідатиме за це головою". Полковник на такі вістки тільки сміявся примруженими очима: "А тож як має бути?" [182,271]. Відзначимо й наявність формальних рис портрета: представлено суспільно-політичне життя епохи, подано живу індивідуальність, що є основою творення ідеалу сучасника.

Твір, безперечно, належить до письменницької мемуаристики, біограф має на меті формувати акціологічні основи світовідношення. Біографія, таким чином, "як феномен культури, є автобіографією епохи" [32,53]. Матеріал поза хронологічною побудовою характеризує ланцюг асоціацій, емоційних образів, образних висловів, які створюють шлях пізнання навколишньої дійсності через призму життя окремої людини в певних умовах. Визначення жанру твору як життєпис (таке визначення пропонують окремі дослідники) нічого б не сказало, власне, про його форму, доцільніше визначити твір як біографічне есе.

2) Фабульний.

Фабула передбачає спостереження за подіями життя – таку організацію твору, коли на перший план виступає турбота публіциста про передачу сучасності в її найбільш яскравих прикметах. Відтворення життя в його подієвих проявах, щоб потім заглибитись в характери і проблеми. О.Забужко

3) Логічний.

В проблемно-аналітичній публіцистиці на перший план виходить не характер, не подія, а соціальна проблема, що передбачає домінування логічної композиції. Її особливість – пошук істини як композиційний принцип, коли читач бачить народження думки, а не отримує готові істини. Ю.Андрухович «Орган, яким люблять»

Методологія єдиного аргументаційного ряду «теза – доведення – висновок» є не завжди достатньою для аналізу публіцистичного тексту. Людмила Павлюк пропонує застосовувати при цьому поняття концепт-

вартості – наскрізного домінуючого компоненту смислової структури, який об'єднує тематичний та ідейний план, синкретизує моменти поняття й оцінки (С.12).

У публіцистичному дискурсі концепт-вартість завжди стоїть між об'єктом зображення і характеристикою. Наприклад, у визначеннях «Шевченко – поет козацького панства» (Д.Донцов) і «Шевченко – поет пригноблених мас» основою характеристик виступатимуть різні концепт-вартості – елітарні та егалітарні.

Концепт вартості здатні утворювати відповідні пари типу стандарт – творчість, традиційне – нове, загальне – індивідуальне, матеріальне – ідеальне і под. Наприклад, перший елемент пари «Матеріальне – ідеальне» в негативному зображенні у полеміці початку ХХ ст.. мав назву «жолудові інтереси», а публіцистичним варіантом «матеріальності» в дискусіях кінця 80-х рр.. стала «ковбасна психологія».

2. Інтертекст в публіцистиці

Здатність групи адсорбувати позасистемні впливи, реагувати на поняття і аргументи опонентських груп називають медіативністю, протилежну їй схильність до замкнуто-нерефлексивної поведінки та звужених трактувань цінностей називають екстремністю.

Прикладом медіативного дискурсу може бути публіцистика М.Грушевського, для текстів якого характерні числення «але»-уточнення тез, розвиток міркувань за принципом «з одного боку» - «з іншого боку», «диференційовані образи», декларації толерантності. Такими стратегіями М.Грушевський, на думку І.Грабовича, намагався вирішити проблему загальнонаціонального єднання, розширення аудиторії.

Прикладом екстремності може служити публіцистика Д.Донцова, що відзначається експресією мовних форм тексту, дискурс ревізії конвенцій, перегляду поняттєвих меж, руйнування пацифістичного міфу, аргументів «автолегітимної» волі.

Особливістю публіцистичного тексту є звернення до інших текстів,

оперування ними. Звернення до іншого тексту становить цікаву проблему «чужого слова» - інтертекста. Дослідник Ю.Караулов називає такі тексти прецедентними і визначає їх як готові, відомі тому хто говорить і тому хто слухає, бо вони включені у фонд обов'язкових знань певної національної культури, тому є значущими.

Прагматичний ефект прецедентних текстів полягає у тому, щоб адресат впізнав і осмислив чуже слово. Для цього у адресанта і адресата мають бути спільні інформаційно-культурні знання, спільний рівень культури. Тому можемо говорити про певне шкалювання типів прецедентних текстів і їх відборі різними ЗМІ:

1) імена нехрестоматійних особистостей; назви художніх та інших текстів, які не є широко відомими або такі, що мають високу інтелектуально філософську значимість. Аналогічно і імена героїв творів (Фауст, Фортінбрас); цитати парадоксальні або складні за своїм філософським значенням.

2) Соціально значущими в контексті національної культури є і ПТ більш низького рівня. Крім літературних можна розглядати різні актуальні для сучасного життя тексти, що використовуються розширено, трансформовано або просто цитовані. Це вислови відомих діячів (маленька хатинка – Кравчук, назви телепрограм («Намедні»), слова з популярних пісень («Нельзя быть красивой такой»), назви кінофільмів, серіалів, фрази естрадних виконавців (Довгоносики – Я не доллар щоб усім подобаться, Верка Сердючка), анекдотів, тексти реклам («зустрів старого друга»). Саме в таких текстах використовується ігрове, іронічне карнавальне начало, притаманне прецедентним текстам взагалі. Вони орієнтовані на масову аудиторію і йдуть до читача з лозунгом «я свій». Така часто анти етикетна гра в причетність або псевдо причетність до масової культури є однією з прикмет стьоба.

Термін інтертекстуальність в науковий обіг вводить французька дослідниця Ю.Крістева, визначаючи його як двоголосся, діалог між текстами, текстову інтеракцію в межах самого тексту [40,50; 29,44]. Авторка бере за

основу концепцію діалогізму М.Бахтіна і творчо переосмислює її. Французький структураліст Р.Барт визначає інтертекстуальність так: «Кожен текст є інтертекст; інші тексти присутні в ньому на різнних рівнях у більш або менш знайомих формах. (...) Кожен текст – це нова тканина, зіткана зі старих цитат...» [цит. за: 29,44]. Французькі вчені звернули увагу на аспект інтертекстуальності, який визначає творчу природу мовних ігор як креативна ненавмисність, коли інтертекстуальні зв'язки (алюзії, ремінісценції) можуть бути як передбачені, так і непередбачені автором і виявлені читачем. Зумисні цитати є характерними для еклектичних або епігонських творів, літератури, що, за свідченням Л.Біловус, «не розрізняє мовних кодів, стилів, жанрово-мовленнєвих манер» [5,6]. Отже, інтертекст постає як «стереофонія твору» (термін Р.Барта), множинністю дискурсів, чужим словом, що піддається прочитанню, декодуванню, де чуже слово бачиться як певна сума знань, що постає в контексті культури.

Найбільш повну типологію форм інтертекстуальності подає Ж.Женетт, що вирізняє:

- власне інтертекстуальність – використання цитат, алюзій, плагіат та ін.;
- паратекстуальність – текст-заголовок, епіграф, післяслово;
- метатекстуальність – коментар до тексту або посилання на нього;
- гіпертекстуальність – висміювання чи пародіювання претексту;
- архітекстуальність – жанровий зв'язок текстів [29,45].

3. Особливості сприйняття реципієнтом.

Сприймаючи текст, реципієнт через вербалізовану знакову форму усвідомлює комунікаційну цілеспрямованість а також внутрішню логіку й значення тексту, що, безумовно, призводить до розуміння його концепту.

При сприйнятті тексту реципієнт йде від тексту (в його вербально вираженій формі) до концепту.

Схема понятійної залежності при сприйнятті тексту:

Фізичне сприйняття тексту → Розуміння прямого, «поверхневого»

значення → Співвіднесення з контекстом → Розуміння «глибинного» значення → Співвіднесення з фондом знань (когнітивним простором) → Інтелектуально-емоційне сприйняття тексту, усвідомлення смислу тексту, його концепту.

На думку В.Назарця, так званий “образ читача” - це відображення у творі “особи читача, точніше читацької свідомості як прогнозованого типу оцінки зображеного у творі” [13, 156]. Саме в цьому і стає можливою розмова про “вписаність у текст “образу читача”, який може бути, подібно до образу автора, “вичитаний” із тексту і який виступає як свого роду “маска”, роль, що пропонується емпіричному читачеві” [14, 59].

Таким чином, “образ читача” - багатоаспектна проблема, пов’язана як з предметом теорії літератури і публіцистики, так і з питаннями психології творчості та сприйняття. Стосовно поетики проблема “образу читача”, зокрема, постає тоді, коли текст розглядається не як замкнуте в собі ціле, а як таке діалогічне висловлювання, яке з самого початку зорієнтоване на певний тип читацького сприйняття, вбирає його у свою художню структуру як значущий фактор, дійову передумову естетичного сприйняття. “Образ читача” найчастіше конкретизується як образ читацького сприйняття, який з’являється в письменника (публіциста) та утримується ним в процесі творчості й моделюється зсередини його твору у вигляді різних настанов на врахування, прогнозування та оцінку можливих типів читацьких реакцій на зображуване, а також його (читача) предметного зображення.

Тобто можливе подвійне тлумачення поняття “образ читача” (за В.Назарцем):

по-перше, читач може розглядатися як певне внутрішнє, естетично зорієнтоване читацьке “я”, тобто “концептований, співтворчий аспект особи емпіричного, реального читача, спрямований на твір і передбачуваний автором в його настанові на потенційно мислимий діалог” [13, 156];

по-друге, “образ читача” може бути співвіднесений з функцією читача як безпосереднього героя твору, у тому випадку, коли він введений у систему

його дійових осіб (найчастіше це відбувається у формі звертання оповідача твору до читача як до свого уявного співрозмовника, на зразок: “як вже здогадався читач...”, “нехай не ображається наш вельмишановний читач...” і т. п.).

Загальні принципи орієнтації автора на читача (реципієнта), впливу на нього, на думку В.Прозорова, можуть бути зведені до таких, заданих ізсередини твору, рівнів сприйняття, поступового входження читацької свідомості у художній світ твору:

Рівень уваги, при якому досягається цілеспрямоване і сконцентроване введення читача в художню розповідь, знайомство із зовнішніми реаліями світу, втіленого у творі; збудження, за висловом психологів, часового або ситуативного інтересу, що з’являється в процесі сприйняття і згасає по його закінченні.

Рівень співучасті, що сприяє утворенню довготривалого зацікавленого ставлення до тексту, розпізнаванню в тексті “свого”, “близького” шляхом як мимовільних, так і цілеспрямованих порівнянь, аналогій, асоціацій з власним життєвим досвідом.

Рівень відкриття, тобто урозуміння, авторського пафосу, свого роду власноручного знаходження істини, вистражданої митцем і втіленої у тексті [15, 12].

Виділення цих рівнів у тексті має на меті зрозуміти авторську позицію і позицію вірогідного читача в їхньому взаємопроникненні.

Отож, безпосереднє введення постаті читача в структуру зображуваного, додання йому статусу “учасника фабульних подій також є однією з форм прогнозування емоційних читацьких реакцій на зображуване. Крім того, модельований автором у свідомості його оповідача читацький обрис може являти собою і своєрідну форму гри з реальним, емпіричним читачем, в якій шляхом зіставлення потенційно можливих різних читацьких точок зору немовби поволі і “здалеку” формується потрібний, бажаний для автора тип читацького сприйняття.

Експліцитний же читач - це розповідна інстанція, що виникає на дискурсивному рівні разом з експліцитним персонажем, який виступає слухачем зверненої до нього розповіді. Ці інстанції з'являються й тоді, коли зафіксований експліцитний автор звертається до свого читача. За словами І.Ільїна, експліцитний читач - це "реципієнт, що виступає у вигляді персонажа" [2, 343].

Особливу увагу багатьох дослідників привертає поняття нарататор. Нарататор - це "різновид внутрішнього адресата, дійсного чи уявного співрозмовника, до якого звертається оповідач-наратор", тобто це слухач зверненої до нього оповіді, сприймач інформації, яка повідомляється оповідачем [2, 141]. Наратор є часткою текстуального світу і передає розповідь "іншому членові текстуального світу - так званому "нараті" (narratee) ", нарататору [15, 612]. Нарататор цілком обумовлений оповідачем, його способом ведення оповіді, риторичною побудовою оповіді і не уявляється поза відношеннями "оповідач - слухач", тому і ступінь індивідуальності нарататора передбачається силою індивідуальності оповідача. С.Четмен вважає, що будь-який уривок тексту, який не представляє собою діалога чи звичайного переказу подій, але який щось пояснює, опосередковано апелює до адресата і відтворює інстанцію нарататора, так як будь-який пояснюючий пасаж передбачає і пояснюючого, і того, кому пояснюють.

Мабуть, найціннішим внеском О.Білецького у вивченні цього питання є вичерпний аналіз самого збірного поняття "читач". Вірний своїй пристрасі розчленовувати, специфікувати, розшаровувати будь-яке явище і поняття до найдрібніших піддатних виявленню складових елементів, він, на прикладі ряду літературних епох, у "туманній читацькій масі" вирізняє і визначає довгу низку читацьких категорій: за соціальним значенням, культурним типом, психологічним складом.

Лариса Завгородня наводить такі типи класифікацій аудиторії:

- за соціальною структурою;

- за ступенем соціальної зрілості;
- за мотивами звернення до інформації;
- за ставленням до конкретних ЗМК;
- за національно-психологічними особливостями населення;
- за територіальною приналежністю;
- за психологічними особливостями й установками особистостей.

(С.10)

“Уявний читач”, “уявний співбесідник” (він може бути і множинний, багатоликий) - це “найінтимніший” адресат письменника, остання інстанція, до якої він апелює. Та це не просто авторська самопроекція назовні, не просто якась умовна зручність і компенсація за, мовляв, “малотямущість”, “нечутливість” і “неконгеніальність” реальної аудиторії [17, 259]. “Уявний співбесідник” - не обов'язково найбажаніший для автора, “співчутливець і симпатик не обов'язково ідеальний співбесідник” [17, 260]. О.Білецький вводить поняття “улюблений ворог” або “ненависний друг”. Це той, перед ким автор сповідується, або той, перед ким відчують почуття соціальної чи іншої вини (або навпаки кривди) і тому перебувають у прикрих стосунках з ним, що вимагають нескінченного з'ясування чи зведення рахунків.

Але, на думку дослідника, “в поважних і глибоких випадках” “умовний читач”, “умовний співбесідник” - це здебільшого певне мінливе співвідношення між тим, кого хотів би мати письменник своїм читачем-співбесідником, і тим, кого реально може йому запропонувати як читача-співбесідника те суспільство або той соціальний шар, на яких він орієнтується, до яких адресується, кидає виклик або заклик; у найзагальнішому це той читач чи співбесідник, якому письменник може і хоче сказати більше, ніж будь-якому іншому [17, 260].

Ідеальний текстовий конструкт має містити певні складники:

Передумовою адекватного декодування і відповідного скерування внутрішніх настанов реципієнта вважається конкретність, образність та евфемістичність ключових слів повідомлення. Це, до речі, є актуальним і для

рекламних текстів, які мають аналогічну до публіцистичних текстів мету – привернути увагу, зацікавити, зробити своїм прихильником. Через уміння розмовляти вкрай невизначено досягається зворотній ефект, а коли в мовленні присутні номіналізовані елементи типу слів зміцнення, поліпшення, погіршення, утвердження, змагання, виробництво, забезпечення, підписання, координування, розширення, відключення тощо - маємо прийом характерний для наведення гіпнотичного трансу.

Перешкоджає процесу адекватного декодування й вживання неспецифічної лексики, позначеної бажанням створити позитивний ефект за його практично повної відсутності (досягли певних результатів, збільшили досягнення у декілька разів, є такі сили, які не зацікавлені у стабільності, я знаю декілька людей, що підтримують мою думку). Таке нагромадження подібних одиниць при бажанні уникнути конфліктної ситуації нагадує відому пісеньку з міліцейського серіалу «Если кто-то кое-где у нас порой», яка асоціюється з повною відсутністю якоїсь визначеності («відсутність присутності»).

Наступним елементом у конструюванні сугестивно маркованих текстів вважається небажаність уживання слів із заперечними частками (ніхто, ніколи, неможливо, не обійшлось), оскільки наша підсвідомість не оперує запереченнями, не звертає на них уваги, що, в свою чергу, зумовлює несприйняття психічною організацією людини і провокує стан напруженості. Фахівці стверджують, що фрази типу «не нервуй», «не звертай на це уваги» обробляються підсвідомістю із зворотнім ефектом і спочатку сприймається команда «нервуй» і лише потім свідомість отримує заперечну команду.

Щодо фоносемантичних особливостей тексту слід відзначити, що велика кількість свистяче-шиплячих звуків є формальним показником негативної маркованості тексту. Тому важливо вивірити фонетичну бесіду, інтерв'ю в телестудії.

Надмір запозичень формує негативне сприйняття тексту (інтеграційні процеси, суверенітет суб'єктів, саміт, форум, коаліційність, лобіювання

енергосистем, приватизація структури та ін.). Справедливо звертався св. Павло до коринтян зі своїм Першим посланням: «І коли я не знатиму значення слів, то я буду чужинцем промовцеві і промовець чужинцем мені».