

ПРАГМАТИЧНО МАРКОВАНИЙ ТЕКСТ ЯК СКЛАДНИК СУГЕСТИВНОГО ВПЛИВУ

Мовна сугестія має надзвичайно давню історію. Священні книги, міфи народів світу, літературні пам'ятки зберегли багато відомостей про магію слова і трансформуючу силу вольових устремлінь. Можливості художнього слова, літературний твір як засоби створення прекрасного вивчалися і продовжують вивчатися. Письменники завжди прагнули бути почутими, щоб їхні слова впливали на розум, почуття, поведінку людей. Уміння досягти цього справедливо пов'язувалось із талантом, розумом, спостережливістю, знанням мови. Адже ще давньогрецький філософ Платон вказував на те, що слова не виникають випадково, вони пов'язані з властивостями речей, які називаються ними. Однак між літературним словом і дією, вчинком завжди зберігалася дистанція. У свою чергу, етнографи, фольклористи, філологи записували, класифікували та аналізували скарби народної творчості й серед них – замовляння, нашіптування, голосіння, заклинання та ін. (де згадувана дистанція нібито зникла або принаймні суттєво скорочувалась), намагаючись зберегти для нащадків ці сакральні формули, проте вербальний вплив з його багаторівневою специфікою як предмет окремого дослідження (ширше – сугестивні технології) ними не розглядалися. Лише після появи програмних праць з НЛП з їхнім потужним потенціалом трансформувати будь-яку комунікацію сугестивні тексти в межах психолінгвістики, лінгвістики змінених станів свідомості, етнолінгвістики, інших напрямків мовознавчої науки і, нарешті, сугестивної лінгвістики почали активно вивчатись як підсистема сугестії. Виділення текстів впливу в самостійний предмет наукового дослідження дозволяє виокремити власне лінгвістичні технології їх створення й екстралінгвістичні чинники, з'ясувати можливості їх адаптації відповідно до потреб різних галузей діяльності людини, виробити критерії їх екологічності й у разі необхідності запропонувати вербальні формули зворотного зв'язку, що мають захисний характер для даного виду сугестії. При цьому якщо у вивченні вербальної сугестії вже можна говорити про певні результати, то явище контрсугестії абсолютно недосліджене. Досвід показує, що досягнення сугестивної лінгвістики можуть успішно застосовуватися практично в усіх сферах як теоретичної, так і практичної діяльності людини. Тривалий час

думка науковців у вивченні вербальної сугестії як одного з чинників технологій впливу рухалася саме через дослідження текстів гіпнозу. Найбільший внесок було зроблено медиками. Завдяки аналізу колективного досвіду численних практиків, насамперед гіпнотичних технологій М. Ериксона, було вироблено чіткі рекомендації щодо оволодіння гіпнозом на рівні пересічного користувача навіть без спеціальної медичної освіти. Створенню спеціальних текстів М.Ериксон приділяв велику увагу, експериментував з їх смисловим наповненням, інтонаціями, повторами, композицією і врешті-решт досяг рівня майстерної імпровізації на тему..., де темою ставало саме життя пацієнта. Талантом лікаря воно закодовувалося в опорні слова, які становили своєрідні ключі від підсвідомості хворого[1]. Пізніше близькі підходи до текстів кодування від алкоголізму використовував видатний український нарколог Довженко А.Р. [2]. Проте тексти М.Ериксона та прихильників його підходів є радше нетрадиційними, аніж типовими і легкими для наслідування. До традиційних гіпнотичних текстів належать формули самонавіювання І.Шульца або універсальна формула Е.Кюе. Сугестивний ефект ґрунтується на тому, що, описуючи певний стан, можна викликати цей стан у пацієнта. Значну увагу явищам навіювання та самонавіювання приділили в дослідженнях різного спрямування Бехтерев В.М., Буль П.І., Лінецький М.Л., Слободяник А.П. та ін. У фокус їхньої уваги потрапляли й технології складання гіпнотичних текстів. Через чужомовність і неминучі відмінності при перекладі вітчизняні психотерапевти пристосовували тексти ауто- та гетерогіпнозу до специфіки своєї роботи і створювали нові вербальні різновиди. Власне сугестивні тексти, що споконвіку знаходили своє втілення в замовляннях, молитвах, заклинаннях, піснях, загадках, мантрах і були сприйняті народними цілителями наступних поколінь й збережені служителями культів, а також психотерапевтичні вербальні версії були досліджені І.Черепановою [3]. В окрему групу нею виокремлено тексти ауто- та гетерогіпнозу, а також досліджено метод вербальної міфологізації. Відштовхуючись від раніше запропонованих Поршневим Б.Ф. і Грушиным Б.А. рівнів вербального структурування, нею було виокремлено п'ять рівнів сугестивно-лінгвістичного аналізу: фонологічний, просодичний, лексико-стилістичний, лексико-граматичний і морфо-синтаксичний з урахуванням таких параметрів: відхилення від норми частотності використання окремих звуків; фонетичне значення текстів; звуко-колірні відповідності сприйняття; звукові повтори; відсоткове співвідношення кількості високих і низьких звуків; довжину слова у складах; відповідність “золотого перетину” кульмінації тексту; лексико-стилістичні показники; граматичний склад текстів. Результати дослідження дозволили автору

описати основні типи сугестивних текстів і провести соціолінгвістичний експеримент на матеріалі терапевтичної комунікації із застосуванням штучно створених текстів як синтезу виявлених засобів сугестії. Проте комплексний характер сугестії, численність факторів, що гарантують результат, особливо за межами психотерапевтичної діяльності, не дозволяють визначити вербальний аспект дослідженого феномена як вивчений і можливий для системного повторення. У свою чергу, Г.А.Гончаров здійснив спробу узагальнити все, що було відомо про теорію і практику сугестії у розумінні гетеро- та аутогіпнотичних технік на кінець 20 ст. у монографії, де, окрім того, розглянув і основні відмінності між типами гіпнотичних текстів [4]. Варто зауважити, що в літературі цього періоду суттєво змінюються акценти в оцінці перспектив використання вербальної сугестії, актуалізується думка про те, що в сучасному суспільстві психічний вплив як на окрему людину, так і на великі групи людей набув загрозливих масштабів. Існуючі рекламні, політичні, бізнестехнології активно використовують можливості впливу на підсвідомість, хоча йдеться радше про маніпуляцію, що тлумачиться як складова частина технології влади, як спосіб панування, духовного впливу через програмування поведінки. При цьому вплив на психічні структури людей здійснюється приховано. Важливо, що до людей, свідомістю яких маніпулюють, ставляться не як до особистостей, а як до об'єктів, різновиду речей. Стосовно засобів масової інформації і політичних заходів маніпуляція – це вплив, спрямований на програмування думок або прагнень мас, психічного стану населення тощо, кінцева мета якого – контроль над населенням, його керованість і слухняність [5]. На сьогодні в різних сферах діяльності суспільства існують потужні арсенали маніпулятивних технологій, що не залишилися поза дослідницькою увагою науковців: вплив на масову свідомість через інформаційний простір (Л.П.Грибак, О.Л.Доценко, Л.І.Рюмшина), телебачення (Н.Лігачова, С.Черненко, В.Іванов, С.Дацюк), політичну пропагандистську рекламу (В.Черняхівський, О.Феофанов, В.Лученко), аналіз окремих прийомів (Н.О.Остроушко, Ю.Б.Пікулева, Слухай Н.В.). Досліджено чинники, що впливають на зростання рівня навіюваності: економічна криза, що породжує емоційну нестабільність, тривожність; послаблене здоров'я, нерозвинутий світогляд, низький рівень свідомості, слабка критичність мислення тощо. Цей показник не є константою. Якщо в суспільстві створюються умови для зростання соціально-психологічної компетентності або, скажімо, у певної людини активізується лівопівкульна інтелектуальна діяльність, рівень навіюваності буде суттєво відрізнятися від періодів особистісної чи соціальної кризи. На думку Л.П.Грибака, практично будь-які способи впливу, які здійснюються у вигляді навіювання, переконання або

емоційного зараження, що змінюють ціннісні орієнтації людини і спрямовані на зміну базових соціально-психологічних установок, призводять до змін у стані Его-системи і спричиняють при цьому важкі психічні стани. Вони доволі небезпечні для здоров'я людей та їх життєвого благополуччя [6]. Проте є й більш помірковані точки зору. Через наявність сугестії у будь-якому комунікативному акті деякими авторами пропонується визначити межі припустимості маніпулятивних впливів із пріоритетом цінностей вищого порядку (Н.Лігачова, С.Черненко, В.Іванов, С.Дацюк). Власне, саме такий підхід (не відкидаючи вимог моральності й етики) сповідували винахідники НЛП, актуалізуючи безумовну користь запропонованих стратегій і патернів у психотерапії, педагогіці, бізнесі, управлінні тощо. Проте інформаційні війни призвели до неконтрольованого використання пси-технологій. Зокрема, ефективний маніпулятивний вплив вербальними засобами здійснюється через прийоми спрощення мислення, підміну системи поняттєвих значень і шкали оцінок, смислові світоглядні зміни, впливи на емоційну сферу, збільшення кількості інформації, частотність її представлення, особливі форми повідомлень, швидкість подачі сюжетів, кольоровий супровід, варіації сили і частоти звуків тощо. З огляду на різноманіття цих засобів і їх постійне збільшення пропонується, наприклад, для рекламної продукції поділити їх на текстові (зміст та форма подачі тексту, графіка, шрифти) та мовленнєві, що, у свою чергу, діляться на вербальні (фрази, слова, наголоси, інтонації), паралінгвістичні (висота, тон, тембр голосу) і невербальні (міміка, жести, проксемика, особливості поведінки учасників ситуації). Для інших сфер використання пропонуються свої класифікації. Через те, що сучасні маніпулятивні впливи нерідко здійснюються на високому рівні креативності, високовартісними технологіями, добре замаскованими методами реалізації, захиститись від них майже утопічно. Висновок Л.П.Гримака цілком невтішний : "...генетично обумовлені механізми навіюваності і гіпнабельності не зможуть забезпечити людині можливість вижити за тих умов, які формуються засобами інформаційного впливу" [6]. Попри те, що остаточно з'ясувати природу сугестивної дії на психіку на даний момент ще не вдалося, попит на сугестивні технології у багатьох сферах життя людини постійно зростає. У більшості з них фігурують спеціальні тексти, що можуть презентуватися різними способами – як усвідомлюваними, так і неусвідомлюваними. Серед комерційних сугестивних технологій найбільш дослідженими є рекламні. Зокрема, було докладно проаналізовано стилістику рекламних текстів (Д.Е.Розенталь, М.М.Кохтев), мовні моделі (Х.Кафтанджиев, Ю.К.Пирогова), міфопроєктивні методики (А.Н.Притчин, Н.В.Слухай, Б.С.Теременко), сугестивні аспекти (В.Зазикін, Д.Райгородський,

І.Черепанова), вироблено методичні рекомендації (А.М.Назайкін, А.Кромптон), описано семантико-синтаксичні особливості технічної реклами (О.М.Долуденко), виявлено лінгвопрагматичні аспекти (Т.М.Лівшиць), структурно-семантичні особливості слогана (К.В.Шидо, А.В.Литвинова, А.Д.Солошенко, О.А.Дмитрієв). Проте специфіка інших типів маніпулятивних текстів продовжує перебувати в межах закритої інформації. З того, що потрапило у фокус аналізу (наприклад, тексти, що використовуються в комп'ютерних іграх, супроводжують зараження комп'ютерними вірусами та ін.) [7], можна зробити висновок про те, що вербальні формули жорсткого маніпулювання, розраховані на швидкий, майже спонтанний ефект (увести оператора в гіпнотичний стан, змінити силу і ритм серцевих скорочень, створити різкі перепади артеріального тиску, зменшити продуктивність праці до 60%, вивести з ладу імунну систему тощо) в цілому мають вигляд гіпнотичних моделей, але за мету мають не релаксацію чи сон, а, наприклад, страх чи крайнє збудження: “Be happy with acid and rot!” (Біснуйся! Радій і не сумуй!). Варто зауважити, що переклад дещо знижує руйнівну експресію оригіналу. На цьому ж принципі будується і так звана сублімінальна реклама, яка порівняно з попереднім прикладом є більш привабливою, хоч і має не менший маніпулятивний потенціал. Прибутки, отримані автором цієї інновації, переконливо доводять підсвідомий вплив слів на мотиваційний рівень поведінки людини. У разі такої сугестії використовуються стислі імперативи (“Купуй поп-корм!”) або номіналізації (напр., “Кока-кола”). До маніпулятивних технологій із застосуванням вербальної сугестії належить і так звана акустична сугестія, що нерідко використовується у виборчих перегонах. При її застосуванні інформація, що пропонується для прослуховування, насправді маскує іншу інформацію, про яку реципієнт може навіть і не здогадуватися, бо вона презентується звуками в такому діапазоні частот, який людське вухо не сприймає, але неконтрольований ефективний вплив на підсвідомість при цьому відбувається. Сугестивний вербальний вплив може маскуватись уповільненням. Наприклад, при записі музичної мелодії на неї накладається та чи інша вербальна фраза, проте з уповільненням у 10-15 разів, при цьому текст буде ледь прослуховуватись у вигляді глухого шуму, виття, проте у реципієнта з'являться відповідні нав'язливі “власні” думки, оформлені у звичайний для людини вербальний спосіб. Застосовується також спектральне маскування на тлі музичного твору. Механізм впливу ґрунтується на тому, що в усіх біологічних об'єктів існує власний акустичний діапазон частот. Кожна клітина, орган, тканина тощо має такий діапазон. Під час сугестії можна його змінювати з метою найрізноманітніших ефектів: лікування, залякування, створення перехідних станів тощо. Окрім аудіоканалів,

використовуються й візуальні, наприклад, з використанням Інтернету, коли неусвідомлюваною є зорова інформація, що маскується під вторгнення вірусів, оформлене відповідними картинками з текстом або без нього. Важливу роль відіграє вербальний компонент і при застосуванні ментальної сугестії. Як з'ясувалося, на підсвідомість людини можна впливати через телефон, радіо, телебачення, Інтернет, навіть через шпальти газет. І при цьому завжди має місце вербальний вплив. Роль тексту в досягненні сугестивного ефекту може бути різною, але саме він є своєрідним кодом, який запускає мозкові психофізіологічні механізми, що забезпечують виконання прищепленої програми поведінки. На наступному етапі реалізується вихід психонервового процесу на виконавчі системи організму. Як наслідок, поведінка, сприйняття, тілесні функції стають адекватними нав'язаній програмі, що врешті-решт стає реальністю. Зважаючи на широкий діапазон ефектів від подібних маніпулятивних впливів, гіпотетично тексти можуть бути якими завгодно, що власне і має місце в постгіпнотичному навіюванні. Регламентуються хіба що розмір та інтонація. З іншого боку, логічним видається розгляд таких текстів, що їх умовно можна назвати «текстами супроводження», як рівноправного чинника резонансного ефекту. Цікаво, що в тих випадках, коли саме через текст здійснюється сугестивний вплив, у його структуру завжди закладається цілий комплекс виражальних засобів: повтори звуків, складів, слів, синонімічні ряди, рекурсивні конструкції тощо, що легко сприймаються візуально й на слух. Інша справа, що ефекти цих вербальних маніпуляцій позначаються на підсвідомому рівні і майже не контролюються. З метою оцінки насамперед фонетичної ефективності сугестивних текстів на основі раніше здійснених досліджень (Журавлев А.П., Черепанова І.Ю. та ін.) російською мовою було розроблено комп'ютерну програму "Diatone", яка здійснює експертизу за такими параметрами: фонетичне значення текстів, тип кодування, фонетичне значення окремих слів, співвідношення високих і низьких звуків, звуко-колірні асоціації на текст, ритмічні характеристики, місце "золотого перетину" щодо кульмінації тексту [8]. Української версії, наскільки нам відомо, поки що не існує, хоча певні напрацювання авторів програми, вочевидь, могли б бути застосовані й для аналізу сугестивної спроможності україномовних текстів. Автоматичне перенесення є неможливим, через те що фоносемантичний аналіз тексту спирається на властиву кожній мові норму частотності вживання звуків. Вухо носія цієї мови запрограмоване на певний показник, будь-яке відхилення від норми одразу фіксується на підсвідомому рівні і впливає на сприйняття тексту в цілому. На зв'язок деяких видів сугестивних текстів (наприклад, замовлянь) із певною територією та національністю вказують й інші

дослідники (Ветухов А.В., Топоров В.Н. та ін.). На рідномовній природі сугестивних лікувальних текстів наполягає автор оригінальної методики “Фундаментальне живе слово. Універсальні форми” О.Філатович [9]. Застосування цієї технології передбачає читання двічі на день ритмічних текстів, розроблених автором, що представлені універсальними формами, звуконами та цифронами. Наприклад, звукоцифри становлять набори слів, що містять часто повторювані звукобукви. Слова можуть бути об’єднані за принципом синонімічних рядів, антонімічних пар чи навіть груп іншомовності, метафоричності та ін., розташовуються в певній ритмічній композиції, що має візуальну виразність та інтонаційну рекурсивність. Вони читаються вголос, чітко, розбірливо, у середньому темпі. Цифрони так само демонструють значне перевищення норми частотності вживання певних звукобукв, сполук, частин мови в наказових реченнях, що мають лексичну і композиційну мотивованість. Лікувальний ефект текстів ґрунтується на твердженні про те, що мова будь-якого народу формує певні особливості генофонду, завдяки яким організм людини позитивно відгукується на рідну мову, активізується і зцілюється. Користування рідною мовою з покоління в покоління веде до структурування роботи фізіології представників даної спільноти, сприяє появі сталої еталонної вібрації, що, у свою чергу, може потужно підживлювати носіїв цієї мови в межах певної території – батьківщини. Отже, українська земля, українська мова, український народ, здоров’я українців – це єдина система, цілісність якої підтримується акустичним когерентним полем. Саме через рідну українцеві вібрацію, створювану вербальними засобами, їх звучанням, смислами, логічним акцентуванням, включенням у певні синтаксичні структури, що ієрархічно презентуються і творять певний контекст, здійснюється дана сугестивна лікувальна технологія.

Варто звернути увагу на те, що різновиди сугестивних текстів досліджувалися дуже нерівномірно. Власне, піддаються репродукції, завдяки вивченості технології створення, лише гіпнотичні тексти. А, наприклад, вербальна сугестія сакральних писемних текстів українського православ’я є майже недослідженою. З іншого боку, є сугестія в релігійній комунікації, наприклад, унікальний досвід кодування молитвою від паління, наркотичної, алкогольної, ігрової залежності отцем Олександром (с. Катюжанка, Київської обл.), що не підпадає під жодні стандарти гіпнотичного впливу. Вище зазначалося, що недослідженими залишаються і формули контрсугестії. То ж можна лише констатувати, що універсальні механізми вербальної сугестії значною мірою продовжують залишатися на стадії інтуїтивних здогадок та постановки питань. Варто зауважити й те, що у маніпулятивних сугестіях прямого втручання у підсвідомість основне

навантаження припадає, наприклад, на підпороговий акустичний чи візуальний вплив, що має хвилеву природу. Якщо хвилі кодуючої фрази або слова й основне тло маніпулятивного навантаження резонують, має місце сугестивний ефект. З огляду на це вербальне включення має бути відповідним чином оформленим, тобто адаптованим до певних частот. Та навіть не в таких високотехнологічних сугестіях, як спектральна, акустична чи ментальна, вербальне включення зазвичай не виступає як основний чинник впливу, а взаємодіє з комплексом сугестивних факторів. Наприклад, колективна молитва у приміщенні церкви з її акустичними можливостями, прочитана в день релігійного свята з дотриманням традиційних ритуалів у певний момент часу, вочевидь, буде мати зовсім інший сугестивний ефект, аніж та сама молитва, прочитана за інших обставин іншою людиною в інший момент часу. Слово, що звучить у храмі, вплітається в ритуальне звернення віруючих до Бога і взаємодіє з усіма іншими складовими елементами богослужіння – звуковими (голоси, музичні інструменти, шуми), візуальними (інтер'єр, його образотворче вирішення, архітектурна композиція, освітлення, ритуальні пози, жести, міміка, рухи, траєкторії пересування, одяг), кінестетичними (запах, ритуальні торкання святинь, цілування ікон) тощо. Цей сигнал як поширюється, так і поглинається. Проаналізувати його в динаміці важко. Можливості програми “Diatone” не дозволяють виявити навіть точки резонансу, який може мати місце в сугестіях за участю спеціально створених текстів як основного чинника впливу, тому на часі залучити до оцінки ефективності сугестивного впливу, окрім специфічно лінгвістичних методів аналізу, ще й можливості фрактального аналізу. Результативність такого дослідження може бути значно підвищена завдяки врахуванню фрактальності хвилевих явищ, що розвивається на всіх етапах випромінювання, розсіювання й поширення інформаційної хвилі в будь-яких середовищах. Цей метод дозволяє проаналізувати сигнал (одномірний чи багатомірний) при дуже низьких коефіцієнтах сигнал/перешкода. На разі сигналом може виступати мовлення людини, озвучений текст тощо, а перешкодою – зовнішні чинники: характеристики приміщення, кількість людей, час, місце та ін. Переваги такого дослідження цілком очевидні. Його розробники переконані: “Становлення теорії фракталів – яскравий приклад розвитку нового напрямку науки, що однаковою мірою ґрунтується як на досягненнях у доволі абстрактних галузях математики, так і на нових поглядах на давно відомий емпіричний матеріал, який до створення адекватних моделей не піддається навіть науковому опису та інтерпретації” [10]. На їхню думку, для повного і коректного опису процесів сучасної обробки сигналів, зображень і полів сьогодні вже недостатньо формул класичної математики,

отриманих на основі презентації сигналів у середовищі цілочислені міри та гладких функцій. Цей тип аналізу демонструє принципово новий підхід до основних компонентів сигналу і поля, тому дозволяє отримати доволі несподівані для практики, але науково обґрунтовані результати. Сугестивна лінгвістика має розвиватися з урахуванням її міждисциплінарного характеру, а її експертизи мають базуватися на новітніх технологіях і досягненнях різних галузей науки.

Література

1. Эриксон М. Гипнотические реальности. Наведение клинического гипноза и формы косвенного внушения / Эриксон М., Росси Э., Росси Ш.; пер. с англ. М.Я. Якушина – М.:Независимая фирма “Класс”, 1999.-352с.
2. Довженко А.Р. Мое исцеляющее слово / Лит. запись А.Н.Григоренко / Александр Романович Довженко.–К.: Молодь, 1989.-192с.
3. Черепанова И.Ю. “Дом колдуньи.” Язык творческого бессознательного / Ирина Юриевна Черепанова. - М.:Изд-во “КСП”, 1996.-384с.
4. Гончаров Г.А. Суггестия: теория и практика / Геннадий Аркадьевич Гончаров.-М.:КСП, 1995.-320с.
5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Елена Леонидовна Доценко .-М.: ЧеРо, издательство МГУ, 1997.-344с.
6. Гримак Л.П. Информациология гипноза /Леонид Павлович Гримак // Прикладная психология. - 2002. - №2. - С.66 - 73.
7. Див. напр.Суггестия[Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ru.wikibook /org](http://ru.wikibook/org;).; Чиж И.М., Жилиев Е.Г. Актуальные проблемы психофизиологического обеспечения военно-профессиональной деятельности / Чиж И.М., Жилиев Е.Г. // Военно-медицинский журнал. - Т.СССХ1Х. - 1998.-№3. - С.28-32;
8. Гриняев С.Н., Кудрявцев В.Н. Информационная безопасность избирательных компаний / Гриняев С.Н., Кудрявцев В.Н. - М.:Московская академия комплексной безопасности предпринимательства, 1999. – 104, [1] с. ;
9. Diatone [Электронный ресурс]. – Режим доступа до авт. сайту:Е-mail: vedium@perm.raid.ru;
10. Потапов А.А. Фракталы, скейлинг и дробные операторы как основа новых методов обработки информации и конструирования фрактальных радиосистем / А.А.Потапов // Технология и конструирование в электронной аппаратуре.- 2008. - №5.- С.3-19.

Досліджуються лінгвістичні аспекти прагматично маркованих текстів. Здійснено ретроспективний огляд основних етапів виділення сугестивних текстів у предмет окремого дослідження в межах сугестивної лінгвістики. Проаналізовано останні досягнення та публікації, пов'язані з темою статті. Виявлено не розроблені раніше аспекти дослідження текстів впливу. Сформульовано робочі гіпотези щодо перспектив розвитку даної проблематики.

Ключові слова: *прагматично марковані тексти, сугестивна лінгвістика, маніпуляція, кодування, хвилева природа, фрактал, резонанс.*

Исследуются лингвистические аспекты прагматически маркированных текстов. Осуществлен ретроспективный обзор основных этапов выделения текстов влияния в предмет отдельного исследования в рамках суггестивной лингвистики. Проанализированы последние достижения и публикации, связанные с темой статьи. Обнаружены ранее не изучавшиеся аспекты исследования текстов влияния. Сформулированы рабочие гипотезы относительно перспектив развития данной проблематики.

Ключевые слова: *прагматически маркированные тексты, суггестивная лингвистика, манипуляция, кодировка, волновая природа, фрактал, резонанс.*

The linguistic aspects of pragmatic marking texts are explored. The retrospective review of the basic stages of selection of suggestive texts is carried out in the article of separate research within the limits of suggestive linguistics. The last achievements and publications, related to the theme of the article are analysed. It is discovered not analysed before aspects of research of texts of influencing. Workings hypotheses are formulated in relation to the prospects of development of this problem.

Key words: *pragmatically-loaded texts, suggestive linguistics, manipulation, coding, wave nature, resonance*