

УДК 81.42

## КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ОПИСАНИЯ МЕТАФОРИЧЕСКИХ АССОЦИАТИВНЫХ КАРТ

**В.Ю. Андреева**

*Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков  
e-mail: [lyneque@mail.ru](mailto:lyneque@mail.ru)*

*Юго-Западный государственный университет (г. Курск)*

*Статья посвящена описанию коммуникативных стратегий и тактик, используемых при описании метафорических ассоциативных карт (МАК). В качестве речевого материала были взяты словесные реакции испытуемых на приеме у психолога, использующего в работе МАК. Сопоставительный анализ позволил выделить основные стратегии вербализации увиденного образа и способы преодоления внутреннего замешательства при отсутствии метафор и ассоциаций. Основные коммуникативные стратегии, используемые испытуемыми, были определены как кооперативная стратегия сообщения информации и некооперативные стратегии уклонения с тактикой смены темы и стратегия открытого негативного реагирования с тактиками отказа, возмущения и отрицания.*

***Ключевые слова:** коммуникативные стратегии и тактики, метафорические ассоциативные карты, речевое поведение.*

### **Введение.**

В последнее время в работе психологов, психотерапевтов, коучей и персонала по подбору кадров особенную популярность набирают метафорические ассоциативные карты. Метафорические ассоциативные карты, или МАК, представляют собой специально подобранные карточки с абстрактным изображением ситуаций, людей, различных образов, которые можно трактовать разнообразными способами. Глядя на такую картинку, испытуемый выдает свои ассоциации, характерные только для него и имеющие отношение к тем образам и метафорам, которые хранятся в его подсознании. Работа с метафорическими картами мягко и экологично выявляет имеющиеся проблемы и способы их решения, позволяет специалисту делать это быстрее и продуктивнее, чем при использовании традиционных методов. В психологической литературе достаточно подробно описаны способы работы с метафорическими картами, однако совершенно не разработана проблема восприятия данных карт клиентами, способы их реагирования при описании увиденного на картинке, проблемы клиентов при вербализации своего состояния. Данные сведения позволяют профильным специалистам ориентироваться в том, как снимать блок с «закрытых» клиентов и вести более качественную работу с ними.

Наше исследование посвящено выявлению коммуникативных стратегий, используемых человеком при описании метафорических карт в процессе работы с психологом. Были выделены основные стратегии вербализации увиденного образа и способы преодоления внутреннего замешательства при отсутствии метафор и ассоциаций.

#### **Материалы и методы.**

При исследовании данного вопроса нами были использованы описательный метод, теоретический анализ комплексного типа, обобщение фактов, полученных через наблюдение, методика лингвистического сравнения, построение классификаций.

В качестве речевого материала были взяты словесные реакции испытуемых на приеме у психолога, использующего в работе метафорические ассоциативные карты.

#### **Результаты и обсуждение.**

##### **Метафорические ассоциативные карты (МАК)**

Метафорические ассоциативные карты используются в мировом сообществе уже более 20 лет, однако для России этот метод работы еще нов и только сейчас набирает свою популярность.

В методологическом смысле метафорические карты относятся к проективным методикам и методически связаны с тестом Роршаха, в котором испытуемому необходимо рассмотреть изображение в представляемых абстрактных чернильных пятнах. Каждый человек начинает выявлять то, что волнует лично его, тем самым происходит вербализация проблемы и преодолевается закрытость и внутреннее сопротивление клиента.

Механизм работы метафорических карт основан на нескольких психологических феноменах, которые проиллюстрированы практическим психологом Н.А. Ведмеш:

1. Закон проекции. Карты вызывают поток ассоциаций, содержащих информацию о внутреннем мире человека и таким образом являются объектом, на который накладывается проецируемый материал.

2. Закон диссоциации. При описании изображенного на карте человек абстрагируется от собственного образа и описывает происходящее как не с ним, а с кем-то посторонним.

3. Метафорическое восприятие. Использование противоречивого изображения позволяет метафорически воспринять и описать картинку, увидев в ней новые смыслы [Ведмеш <http>].

При работе с МАК клиент описывает картинку, которую он вытаскил по своему запросу и выдает ассоциации и метафорические образы, актуализирующиеся в сознании из подсознательного. Метафорические карты позволяют снять излишнее напряжение и закрытость человека, высвободить болезненные переживания, которые обычным способом

испытуемый не может вербализовать. Таким образом, метод метафорических карт незаменим при диагностике и коррекции, когда человека что-то беспокоит, но ему сложно об этом говорить, либо он не в состоянии описать появившуюся проблему.

Проективность методики заключается в том, что через карты раскрываются индивидуальные психические содержания сознания и подсознания клиента. На одинаковых картах люди видят абсолютно разное. Настроенный оптимистично человек при описании изображения клетки, которую придерживает мужчина, а внутри сидит женщина, увидит освобождение из оков, помощь, радость, в то время как другой, мыслящий более пессимистично, разглядит заключение девушки в клетку, ограничение ее свободы. «Человек проецирует свое подсознательное на картинку, не осознавая это – именно эта неосознанность и в реальности не позволяет решить его проблему» [Ведмеш [http](#)].

Метафорические ассоциативные карты являются «переводчиком бессознательного на уровень сознания. Бессознательное оперирует образами и картинками, сознание же мыслит единицами речи – словами, фразами» [Ведмеш [http](#)].

Значимые аспекты работы с метафорическими ассоциативными картами представлены в работе [Кац, Мухаматулина 2013].

#### **Происхождение и классификация метафорических карт.**

Создателем первых МАК считается канадский художник и искусствовед Эли Раман. Колода под названием «О» (Oh) была создана в 1975 году и по задумке художника должна была нести искусство в массы и приближать его к зрителю. Позже, в 1983 году, Раман познакомился с немецким психотерапевтом Моритцом Эгетмейером, увидевшим в картах «О» удобный инструмент, с помощью которого можно было подтолкнуть клиента к откровенному разговору о себе и своих проблемах. Он обратил внимание на то, что, описывая изображения, люди рассказывали о себе и своей ситуации самое главное. Образы карт попадали в область бессознательного, снимая психологические защиты и сопротивление. Эгетмейер стал издателем и популяризатором метафорических карт «Oh», и вскоре психологи стали их активно использовать. Морис Эгетмейер предложил сделать к картам «рамки» со словами. И теперь у картинки появлялось слово, которым можно было дополнить ситуацию или решение.

В дальнейшем, совместно с психотерапевтом Джо Шлихтером были разработаны правила и принципы использования карт как психологического инструмента. Эли Раман впоследствии создал ещё несколько колод, среди которых «Персона», «Сага», «Мифы» и другие. Сейчас существует множество разнообразных колод и других художников.

Все они делятся по типам изображения на:

- универсальные, которые работают с широким кругом вопросов (например, О, Эмоции судьбы, Аллегии, Диксит, Как, Одиночество, Эмоции, Про тебя).
- портретные, или архетипичные (Характер и Личность, Персона, Персонита, Лица, Тотем, Тотемные животные, Люди и звери, Архетипы, Мой внутренний ребенок, Субличности и др.)
- ресурсные (Точка опоры, Мурчастье, Большая Маленькая Я, Моя женская миссия, Жизнь как чудо, Маленькие радости, Источник, Она, Морена, Хабитат, Ресурсы и Силы и др.)
- специальные.

В настоящее время метафорические ассоциативные карты издаются во многих странах и переведены на более чем 20 языков. Насчитывается более 300 авторских колод.

### **Способы работы с МАК.**

Метафорические карты помогают специалистам установить контакт с клиентом на начальном этапе, создать доверительную атмосферу; обойти внутренние барьеры и психологические защиты человека; обратиться к бессознательному клиенту, выявить актуальную для него проблему и найти новые возможности и ресурсы для ее преодоления.

При работе с картами можно использовать два основных способа:

1. Открытый. При открытом методе колода расположена изображением вверх, психолог задает наводящие вопросы, а клиент выбирает ту карту, которая наиболее емко по его ощущению отвечает на поставленный вопрос. Техника не только способствует познанию внутренних проявлений, но и успокаивает, снимает тревогу, притупляет страхи [НЦРДО <http>].

2. Закрытый. При нем карта берется вслепую, и задача испытуемого расшифровать ее значение, приспособив к озвученному вопросу или описанию сложившуюся ситуацию. Таким образом, происходит работа с глубоким подсознанием.

При описании метафорической карты клиент оказывается в ситуации выбора стратегии вербализации увиденного. Если испытуемый расположен к доверительному общению и сама карта попадает в понимаемое им на уровне сознания, он активно интерпретирует карточку. При внутренних барьерах и нежелании осознать или озвучивать сложившиеся сложности у клиента блокируется эта возможность и наступает состояние ступора либо возникает нежелание описывать выбранную карту и клиент хочет поменять ее на другую. В таком случае происходит коммуникативный саботаж, мешающий и клиенту, и психологу достичь цели в решении возникшей проблемы. Наше исследование как раз и посвящено выбору коммуникативных стратегий

при интерпретации метафорических карт и их использованию в работе с психологом.

### **Коммуникативные стратегии и тактики.**

Проблема коммуникативных стратегий и тактик исследована достаточно широко и с различных позиций, однако считаем необходимым вкратце рассмотреть эти подходы и уточнить, какой классификации будем придерживаться при анализе речевого материала.

В широком смысле «стратегия» – это «искусство планирования какой-либо деятельности на длительную перспективу, искусство достижения чего-либо» [Гуськова 2006: 689].

Если говорить о коммуникативной стратегии, то это «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, формируемой в процессе речевой деятельности под воздействием мотива, который, в свою очередь, обусловлен соответствующей потребностью» [Андреева 2009: 46].

В рамках когнитивных исследований стратегия рассматривается как определенные когнитивные операции, связанные с восприятием дискурса, иначе мы говорим о стратегиях понимания и интерпретации смысла [Дейк, Кинч 1998: 153–211]. В работе М. Вильямса и Р. Бердена речь идет о когнитивных стратегиях, под которыми понимают ментальные процессы, направленные на переработку информации и обеспечивающие усвоение, хранение и извлечение информации из памяти [Williams, Burden 1997].

С точки зрения текстового подхода стратегия интерпретируется как «содержательный элемент текста», «своеобразный текст в тексте», «сложный языковой знак» [Методология исследований политического дискурса 2001: 199-200], как «план (инициация) и реализация текста» [Методология исследований политического дискурса 2001: 468]. Основной акцент при этом идет на наличие определенного плана, реализующегося в процессе построения текста и на композиционной структуре текста. Для Г.А. Золотовой, Н.К. Онипенко и М.Ю. Сидоровой коммуникативные стратегия и тактика – это ступени многослойной композиционной основы текста, а сама тактика – это «комплекс языковых и речевых приёмов построения текста, анализом текста и выявляемых» [Золотова 1998: 446].

В рамках психологического подхода к понятию коммуникативной стратегии последняя понимается как «осознание ситуации в целом, определение направления развития и организация воздействия», «развернутая во времени установка субъекта на общение» [Веретенкина 2001: 178], «обмен собеседниками своими «интенциональными состояниями», способствующий возникновению «психологической основы для речевого воздействия» [Степанов 2001: 297], как стратегия поведения в целом [Копылова 2014].

В конфликтологии коммуникативная стратегия является «средством управления конфликтом» [Андреева 2015: 22]. Н.В. Муравьева включает в понятие стратегии план, цели и коммуникативную компетентность [Муравьева 2002], соответственно, под коммуникативной стратегией понимается набор коммуникативных постулатов, показывающих, что должно быть обеспечено в системе общения для успешности коммуникации. Постулаты, имеющие общий характер, уточняются в правилах, которые описывают определенные действия.

С позиций психолингвистики в рамках исследований ментального лексикона под стратегией рассматривают «стратегии овладения и пользования языком (т.е. средства автоматизированного использования существующих ресурсов)», а коммуникативные стратегии рассматриваются как «средства компенсации неадекватных ресурсов для овладения языком» [Залевская 1999: 71], т.е. способы действий для преодоления коммуникативных затруднений. Т.Ю. Сазонова рассматривает стратегии, используемые человеком для идентификации новых слов, и выделяет стратегии опоры на формальные мотивирующие элементы и стратегии опоры на ситуацию [Сазонова 2000].

В рамках прагмалингвистики стратегия определяется как «совокупность речевых действий» [Труфанова 2001: 58], как «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [Клюев 2002: 18], или как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели», который «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [Иссерс 2006: 54].

Рассмотрение коммуникативных стратегий с точки зрения теории коммуникации осуществляется Е.Г. Борисовой и Л.Ю. Веретенкиной, которые определяют исследуемый феномен как «способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, интенцией коммуниканта» [Борисова 1996: 85], или «осознание ситуации в целом, определение направления развития и организации взаимодействия», «развернутое во времени установка субъекта на общение» [Веретенкина 2001: 178].

Коммуникативная тактика представляет собой иерархически более мелкий уровень планирования речевого поведения и выступает как способ реализации стратегии. Е.В. Клюев говорит о том, что «коммуникативная тактика, в отличие от коммуникативной стратегии, прежде всего, соотносена не с коммуникативной целью, а с набором коммуникативных намерений» [Клюев 2002: 19]. Таким образом, коммуникативная стратегия определяется говорящим в процессе развития диалога в соответствии с речевой ситуацией, жизненным опытом, целями и мотивами говорящего.

Более мелким уровнем речевой реализации коммуникативной стратегии является коммуникативная или речевая тактика, соотносимая не с общей целью говорящего, а с отдельными коммуникативными намерениями.

Коммуникативные стратегии и тактики рассматривались исследователями в различных типах дискурса. Изучению политического дискурса посвящены работы О.С. Иссерс [Иссерс 2006], Е.И. Шейгал [Шейгал 2000], А.А. Филинского [Филинский 2002], Ю.М. Ивановой [Иванова 2003], О.Н. Паршиной [Паршина 2007]. Исследования коммуникативных стратегий в рамках конфликтного аспекта дискурса представлены работами И.И. Гулаковой, Н.В. Муравьевой, К.Ф. Седова [Гулакова 2004; Муравьева 2002; Седов 1996]. Коммуникативные стратегии в демагогическом дискурсе изучала Е.А. Комарова [Комарова 2005], в бытовом дискурсе – Е.М. Лазуткина [Культура русской речи 1999].

Анализ классификаций стратегической структуры разных видов дискурса [Андреева 2009] показывает, что исследователи выделяют те виды стратегий и тактик, которые актуальны для определенных исследований и отвечают узко поставленным целям. Само построение речи, стратегическое планирование может принимать разные формы в зависимости от типа дискурса, имеющихся у коммуниканта целей и установок, типов его темперамента и других личностных характеристик, условий самой ситуации. В связи с этим сложно говорить о существовании какой-либо фиксированной, стабильной классификации, охватывающей все типы дискурса и все возможные ситуации. Каждый исследователь выделяет свои стратегии и тактики в соответствии с собранным и проанализированным им эмпирическим материалом и поставленными перед исследованием целями и задачами. Это связано с тем, что количество коммуникативных стратегий и тактик так же, как и количество речевых жанров (с которыми данные понятия во многом сходны), необозримо.

При работе с речевым материалом мы взяли за основу классификацию Е.М. Лазуткиной. В своей работе исследователь говорит о том, что, если рассматривать поведение участников диалога с точки зрения принципа кооперации, или солидарности, речевые стратегии делятся на **кооперативные** и **некооперативные**. К **кооперативным** стратегиям ученый относит разные типы информативных и интерпретативных диалогов; *сообщение информации; выяснение истинного положения вещей; диалоги с ожиданием ответной реплики инициатором диалога* (просьба, совет, убеждение, увещевание) и «диалоги», *исключающие ответные реплики* (требование, приказ, рекомендация).

В качестве **некооперативных** описываются диалоги, в основе которых лежит нарушение правил речевого общения – доброжелательного

сотрудничества, искренности, соблюдения «кодекса» доверия: *конфликты, ссоры, перебранки, претензии, угрозы, проявление агрессии, злобы, ирония, лукавство, ложь, уклонение от ответа* [Культура русской речи 1999].

Для установления контакта между говорящими выделяются определенные речевые тактики. Они основаны на кооперативных стратегиях и используют большой диапазон тактик для поддержания коммуникативной заинтересованности собеседников, активизации внимания и поддержания интереса к теме диалога.

Такое глобальное деление на две противоположные разновидности ложится в основу описания изучаемого нами речевого материала, так как при интерпретации метафорических ассоциативных карт человек или подробно описывает карту, или она вызывает у него определенное замешательство, затруднение и нежелание вербализовывать увиденное. Таким образом, мы можем говорить о том, что при описании МАК испытуемый пользуется двумя глобальными стратегиями: кооперативными и некооперативными.

Кроме того, следует отметить, что в ситуации, когда метафорическая карточка не близка испытуемому, он часто прибегает к использованию коммуникативного саботажа. Коммуникативный саботаж изучался нами ранее на примере бытового, политического и академического дискурсов [Андреева 2008, 2013, 2015], [Скобликова 2009] и представляет собой некооперативный диалогический прием оказания речевого воздействия, который предполагает «эксплицитно выраженное игнорирование партнера по коммуникации вследствие имеющегося внутреннего несогласия, противодействия, выраженного в речевой коммуникации имплицитно» [Андреева 2013: 65]. При изучении коммуникативного саботажа в разных типах дискурса нами были выделены следующие коммуникативные стратегии тактики:

- 1) стратегия уклонения:
  - тактика ухода от ответа,
  - тактика уклонения от темы,
  - тактика смены темы,
  - тактика контроля над темой,
  - тактика переадресации,
- 2) стратегия игнорирования:
  - тактика игнорирования,
  - тактика молчания,
- 3) стратегия открытого негативного реагирования:
  - тактика отказа,
  - тактика возражения,
  - тактика возмущения,
  - тактика оскорбления,



– тактика отрицания [Андреева 2009].

При работе с речевым материалом мы взяли за основу классификацию Е.М. Лазуткиной, а именно выделенную исследователем кооперативную стратегию сообщения информации при подробном, «успешном» описании метафорических карт, и разработанную нами классификацию коммуникативных стратегий и тактик при описании некооперативного, саботирующего речевого поведения.

### **Коммуникативные стратегии и тактики описания МАК.**

Проведенный анализ речевого материала позволяет сделать вывод, что при интерпретации клиентами метафорических ассоциативных карт используются два противоположных блока речевых стратегий: кооперативные и некооперативные. К кооперативным относится стратегия сообщения информации (когда клиент с удовольствием, подробно описывает карточку, приводит свои метафорические ассоциации, говорит о том, как она соотносится с его жизненной ситуацией). Среди некооперативных мы можем выделить стратегию уклонения с тактикой смены темы и стратегию открытого негативного реагирования с тактиками отказа, возражения, возмущения и отрицания. Данные стратегии можем представить в виде таблицы 1.

Таблица 1. Коммуникативные стратегии и тактики, используемые при описании метафорических ассоциативных карт.

Кооперативные стратегии	Стратегия сообщения информации	Тактика сообщения информации
Некооперативные стратегии	Стратегия уклонения	Тактика смены темы
		Тактика отказа
	Стратегия открытого негативного реагирования	Тактика возражения
		Тактика возмущения
		Тактика отрицания

В качестве примеров можно привести следующие речевые реакции испытуемых.

#### **Кооперативные стратегии:**

##### **I. Стратегия сообщения информации**

(Клиент на вопрос «Что следует поменять в своем отношении к себе?» закрытым способом вытащил карточку, на которой изображена

девушка, стоящая в ночи на краю обрыва и рассеивающая из подола платья по небу светящиеся звезды).

– *Эта карточка о том, что мне нужно наконец начать осуществлять свои мечты и желания, разрешить себе хотеть и реализовывать желанное. Я много чего запрещаю себе или откладываю на потом. Эта карта о том, что нужно начинать реализовывать свои мечты и украшать небо, т.е. свою жизнь этими осуществленными желаниями.*

При использовании клиентом кооперативной стратегии сообщения информации психолог получает необходимые ему сведения, позволяющие осознать проблемы, мотивы и желания испытуемого, и тем самым помочь ему в осознании и решении этих проблем.

Такая стратегия максимально приемлема и информативна как для специалиста, так и для испытуемого, так как идет эффективная работа с обеих сторон. Примерами некооперативных стратегий, затрудняющих ход работы, можем считать следующие.

### **Некооперативные стратегии:**

#### **I. Стратегия уклонения**

##### **тактика смены темы**

(Клиент на вопрос «Как я отношусь к себе?» вытаскивает карточку с изображенными двумя женщинами, обсуждающими на ушко третью женскую фигуру, уходящую вдаль)

– *Я не знаю, как со мной соотносится эта карточка. Здесь изображены три женщины. Две на переднем плане что-то обсуждают. Одна, вдалеке, уходит куда-то вдаль. Повернута к нам спиной. Ой, а вы знаете, я давно не была у парикмахера. Нужно сходить, сделать какую-нибудь стрижку покороче, покраситься.*

Испытуемый меняет тему разговора, не понимая, как соотносится картинка с заданным вопросом, пытается обсудить какие-то важные для себя вещи.

Чаще всего карточки, провоцирующие внутреннее сопротивление и психологическое неприятие, вызывают более бурные реакции. Они выражаются или в тактиках отказа, или в тактиках возмущения, или в тактиках отрицания.

#### **II. Стратегия открытого негативного реагирования**

##### **1) тактика отказа**

– *Я не буду описывать эту карточку. Можно ее поменять?*

– *Чушь какая-то! Даже не хочу описывать! Вечно мне какая-то фигня попадается.*

Клиент отказывается описывать вытянутую карточку, просит ее заменить на другую или просто противится дальнейшему диалогу.

Аналогичное поведение может сопровождаться эмоциональными реакциями, и тогда мы говорим об использовании тактики возмущения.

## **2) тактика возмущения**

– *Непонятно что. Как это ко мне относится? Это какая-то ерунда!*

Внутреннее сопротивление испытуемого выражается в возмущении на тему попавшейся карточки и нежелании видеть связи со своей ситуацией, давать какие-то ассоциативные реакции.

Чаще всего в речевых реакциях испытуемых встречается тактика отрицания, когда человек не в состоянии связать изображение с заданным вопросом и найти аналогии и метафорическое объяснение своей ситуации.

## **3) тактика отрицания**

– *Я не знаю, как описать эту карту. Она мне абсолютно не близка.*

– *У меня нет никаких ассоциаций на нее.*

– *Я понятия не имею, что это значит. Никаких ассоциаций. Ничего не вижу.*

При использовании этой тактики частотно использование отрицательных местоимений и частиц «не», «нет», «никаких», «ничего».

Некооперативные стратегии затрудняют работу с испытуемым и приводят к необходимости обхода внутреннего противодействия и психологической блокировки человека. В таких случаях психолог может попросить клиента просто описать, что он видит без привязки к своей ситуации, спросить, какие чувства вызывает данная метафорическая карта, узнать, видит ли он себя на этой картинке, если нет, то, что можно сказать о главном персонаже, изображенном на карте, что этот персонаж чувствует, что может рассказать или посоветовать испытуемому. Таким образом, изображение толкуется как бы со стороны, человек расслабляется и раскрывает свои действительные чувства.

Саботирующее поведение клиента несколько осложняет работу специалиста, но при грамотном подходе, напротив, позволяет вербализовать информацию, находящуюся в подсознании, особенно если речь идет о каких-то травмирующих или болезненных событиях и проблемах, которые психика человека отказывается осознавать и выводить из подсознания. Знание стратегий реагирования испытуемых позволит психологам и всем, работающим с метафорическими ассоциативными картами, эффективно использовать их в своем арсенале и получать необходимую информацию от клиентов, помогать в разрешении имеющихся проблем.

## **Заключение.**

Поводя итог вышесказанному, нам видится возможным отметить, что при описании испытуемыми метафорических ассоциативных карт могут быть использованы следующие коммуникативные стратегии:

кооперативные стратегии сообщения информации и некооперативные стратегии уклонения и открытого негативного реагирования. Первые позволяют специалистам проводить плодотворную работу с клиентом, в то время как вторые тормозят процесс и требуют сознательного изменения ведения диалога с точки зрения снятия психологического зажима и выведения клиента из саботирующего состояния.

### **Библиографический список**

*Андреева В.Ю.* Коммуникативный саботаж в сопоставлении с языковым насилием, языковым сопротивлением, коммуникативной неудачей, манипуляцией и речевой демагогией // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2013. № 4. С. 65-71.

*Андреева В.Ю.* Краткий обзор теоретических работ, освещающих явление коммуникативного саботажа // Актуальные проблемы теории и методологии науки о языке: материалы международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург: Изд-во ЛГУ, 2008. – С.128–132.

*Андреева В.Ю.* Проблема коммуникативной стратегии и тактики: подходы к пониманию и история изучения вопроса // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2015. № 2. С. 21-29.

*Андреева В.Ю.* Стратегии и тактики коммуникативного саботажа: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Курск, 2009. 211 с.

*Борисова Е.Г.* Имплицитная информация в рекламе и пропаганде [Текст] / Е.Г. Борисова, Ю.К. Пирогова, В.Э. Левит // Имплицитность в языке и речи / отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю.С. Мартемьянов. – М. : Языки русской культуры, 1999. – С. 145–151.

*Ведмеш Н.А.* Метафорические карты [Электронный ресурс]. URL: <https://psihomed.com/metaforicheskie-kartyi/> (дата обращения: 27.01.2023).

*Веретенкина Л.Ю.* Стратегия, тактика и приемы манипулирования // Лингвокультурологические проблемы толерантности: тез. докл. междунар. науч. конф. Екатеринбург, 24–26 октября 2001. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. С. 177–179.

*Гулакова И.И.* Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения: дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2004. 152 с.

*Гуськова А.П.* Популярный словарь русского языка: толково-энциклопедический. М.: Русский язык – Медиа: Издание 2-е, стер., 2006. 869 с.

*Дейк ван Т.А., Кинч В.* Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике: Когнитивные аспекты языка. М., 1988. Вып. XXIII. С. 153–211.

*Залевская А.А.* Введение в психолингвистику. М.: РГГУ, 1999. 382 с.

*Золотова Г.А.* Коммуникативная грамматика русского языка. М.: РАН, Ин-т русского языка: МГУ, филолог. ф-т, 1998. 528 с.

*Иванова Ю.М.* Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2003. 137 с.

*Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: КомКнига / URSS, 2006. 288 с.

*Кац Г., Мухаматулина Е.* Метафорические карты. Руководство для психолога. М.: Генезис, 2013. 160 с.

*Клюев Е.В.* Речевая коммуникация. М.: Рипол классик, 2002. 320 с.

*Комарова Е.А.* Стратегия и тактика демагогического речевого воздействия в художественной прозе Ф.М. Достоевского («Село Степанчиково и его обитатели», «Бесы», «Братья Карамазовы»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. СПб., 2005. 226 с.

*Копылова Т.Ю.* «Стратегия» как психологическая категория и характеристика психического самоуправления // Известия Юго-Западного университета. Серия Лингвистика и педагогика. 2014. № 1. С. 107-110.

*Культура русской речи:* учеб. для вузов / Под ред. проф. Л.К. Граудиной и проф. Е.Н. Ширяева. М.: Издательская группа НОРМА–ИНФРА. М., 1999. 560 с.

*Методология исследований политического дискурса:* Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов / Сост. и общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск: БГУ, 2001. Вып. 2. 479 с.

*Муравьева Н.В.* Язык конфликта. М.: Изд-во МЭИ, 2002. 264 с.

*НЦРДО* – Национальный центральный институт развития дополнительного образования [Электронный ресурс]. URL: <https://ncrdo.ru/center/blog/chto-takoe-metaforicheskie-assotsiativnye-karty/> (дата обращения: 27.01.2023).

*Паришина О.Н.* Российская политическая речь: теория и практика. М.: Изд во ЛКИ, 2007. 232 с.

*Сазонова Т.Ю.* Моделирование процессов идентификации слова человеком: психолингвистический подход: монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. 134 с.

*Седов К.Ф.* Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения: (о риторике бытового конфликта) // Вопросы стилистики. Саратов, 1996. Вып. 26: Язык и человек. С. 8–14.

*Скобликова В.Ю.* Стратегии и тактики коммуникативного саботажа // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2009. № 1(5). С. 68-73 [Электронный ресурс]. URL: [https://api-mag.kursksu.ru/media/pdf/005-14\\_CVZQWIM.pdf](https://api-mag.kursksu.ru/media/pdf/005-14_CVZQWIM.pdf) (дата обращения: 27.01.2023).

*Степанов В.Н.* Провокационная стратегия с интенциональным состоянием «радость» // Лингвокультурологические проблемы толерантности: тез. докл. междунар. науч. конф. Екатеринбург, 24–26 октября 2001. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. С. 296–299.

Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика // Филологические науки. 2001. № 3. С. 56-65.

Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2002. 22 с.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография / Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ун-т. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.

Williams M. & Burden R.L. Psychology for language teachers: A social constructivist approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 240 p.

### References

Andreeva V.Yu. Kommunikativny`j sabotazh v sopostavlenii s yazy`kovy`m nasiliem, yazy`kovy`m soprotivleniem, kommunikativnoj neudachej, manipulyaciej i rechevoj demagogiej // Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika. 2013. № 4. S. 65-71.

Andreeva V.Yu. Kratkij obzor teoreticheskix rabot, osveshhayushhix yavlenie kommunikativnogo sabotazha // Aktual`ny`e problemy` teorii i metodologii nauki o yazy`ke: materialy` mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – Sankt-Peterburg: Izd-vo LGU, 2008. – S.128–132.

Andreeva V.Yu. Problema kommunikativnoj strategii i taktiki: podxody` k ponimaniyu i istoriya izucheniya voprosa // Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika. 2015. № 2. S. 21-29.

Andreeva V.Yu. Strategii i taktiki kommunikativnogo sabotazha: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. – Kursk, 2009. – 211 s.

Veretenkina L.Yu. Strategiya, taktika i priemy` manipulirovaniya // Lingvokul`turologicheskie problemy` tolerantnosti: tez. dokl. mezhdunarodn. nauch. konf. Ekaterinburg, 24–26 oktyabrya 2001. – Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2001. – S. 177–179.

Gulakova I.I. Kommunikativny`e strategii i taktiki rechevogo povedeniya v konfliktnoj situacii obshheniya: dis. ... kand. filol. nauk. – Orel, 2004. – 152 s.

Gus`kova A. P. Populyarny`j slovar` russkogo yazy`ka: tolkovo-e`nciklopedicheskij. — M.: Russkij yazy`k —Media: Izdanie 2-e, ster., 2006. — 869 s.

Dejk T.A. van, Kinch V. Strategii ponimaniya svyaznogo teksta // Novoe v zarubezhnoj lingvistike: Kognitivny`e aspekty` yazy`ka. – M., 1988. – Vy`p. XXIII.– S. 153–211.

Zalevskaya A.A. Vvedenie v psixolingvistiku. – M.: RGGU, 1999. – 382 s.

Zolotova G.A. Kommunikativnaya grammatika russkogo yazy`ka. – M.: RAN, In-t russkogo yazy`ka: MGU, filolog, f-t, 1998. – 528 s.

Ivanova Yu.M. Strategii rechevogo vozdejstviya v zhanre predvy`borny`x teledbatov: dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.19. – Volgograd, 2003. – 137 s.

Issers O.S. Kommunikativny`j strategii i taktiki russkoj rechi. – M.: KomKniga / URSS, 2006. – 288 s.

Kacz G., Muxamatulina E. Metaforicheskie karty`. Rukovodstvo dlya psixologa. – M.: Genesis, 2013. – 160 s.

Klyuev E.V. Rehevaya kommunikaciya. – M. : Ripol klassik, 2002. – 320 s.

Komarova E.A. Strategiya i taktika demagogicheskogo rechevogo vozdejstviya v xudozhestvennoj proze F.M. Dostoevskogo («Selo Stepanchikovo i ego obitateli», «Besy», «Brat`ya Karamazovy`»): dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01. – SPb., 2005. – 226 s.

Kopylova T.Yu. «Strategiya» kak psixologicheskaya kategoriya i xarakteristika psixicheskogo samoupravleniya // Izvestiya Yugo-Zapadnogo universiteta. Seriya Lingvistika i pedagogika. 2014. № 1. – S. 107-110.

Kul`tura ruskoj rechi: ucheb. dlya vuzov / pod red. prof. L.K. Graudinoj i prof. E.N. Shiryaeva. — M.: Izdatel'skaya gruppa NORMA—INFRA M, 1999. – 560 s.

Metodologiya issledovanij politicheskie diskursa: Aktual'ny`e problemy` soderzhatel'nogo analiza obshhestvenno-politicheskix tekstov. Vy`p. 2 / sost. i obshh. red. Uxvanovoj – Shmy`govej – Minsk: BGU, 2001. – 479 s.

Murav`eva N.V. Yazyk konflikta. – M.: Izd-vo ME`I, 2002. – 264 s.

NCzRDO - Nacional'nyj central'nyj institut razvitiya dopolnitel'nogo obrazovaniya [E`lektronnyj resurs]. URL: <https://ncrdo.ru/center/blog/chto-takoe-metaforicheskie-assotsiativnye-karty/> (data obrashheniya: 27.01.2023).

Parshina O.N. Rossijskaya politicheskaya rech`: teoriya i praktika. – M.: Izd vo LKI, 2007. – 232 s.

Vedmesh - Prakticheskij psixolog Vedmesh N.A. [E`lektronnyj resurs]. URL: <https://psihomed.com/metaforicheskie-karty/> (data obrashheniya: 27.01.2023).

Sazonova T.Yu. Modelirovanie processov identifikacii slova chelovekom: psixolingvisticheskij podxod: monografiya. – Tver`: Tver. gos. un-t, 2000. – 134 s.

Sedov K.F. Tipy` yazykovyx lichnostej i strategii rechevogo povedeniya: (o ritorike bytovogo konflikta) // Voprosy` stilistiki. – Saratov, 1996. – Vy`p. 26 : Yazyk i chelovek. – S. 8–14.

Skoblikova V.Yu. Strategii i taktiki kommunikativnogo sabotazha // Teoriya yazyka i mezhkul`turnaya kommunikaciya, 2009. - S. 68-73.

Stepanov V.N. Provokacionnaya strategiya s intencional'ny`m sostoyaniem «radost`» // Lingvokul`turologicheskie problemy` tolerantnosti: tez. dokl. mezhdunarodn. nauch. konf. Ekaterinburg, 24–26 oktyabrya 2001. – Izd-vo Ural. un-ta. Ekaterinburg, 2001. – S. 296–299.

Trufanova I.V. O razgranichenii ponyatij: rechevoj akt, rechevoj zhanr, rechevaya strategiya, rechevaya taktika // Filologicheskie nauki. – 2001. – № 3. – S. 56-65.

Fedosina S.S. Metaforicheskie asociativny`e karty` v prakticheskoj psixologii: sovremennoe sostoyanie, problemy`, perspektivy` // Budushhee klinicheskoy psixologii - 2016 / Materialy` X Mezhdunar.nauchno-prakt. konferencii. – Perm.gos.nacz.issled.un-t. - Perm`, 2016. - S. 48-54.

Filinskij A.A. Kriticheskij analiz politicheskogo diskursa predvy`bornyx kampanij 1999-2000 gg.: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk / A.A. Filinskij. – Tver`, 2002. – 22 s.

Shejgal E.I. Semiotika politicheskogo diskursa: monografiya / In-t yazykoznanija RAN ; Volgogr. gos. ped. un-t. – Volgograd : Peremena, 2000. – 368 s.

Williams M. & Burden R.L. Psychology for language teachers: A social constructivist approach. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 240 p.