

УДК 81'272+81'33

**ЭВОЛЮЦИЯ ДИРЕКТИВНОГО ДИСКУРСА: СПОСОБЫ  
ФОРМИРОВАНИЯ АГРЕССИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ***Е.С. Палеха***Аннотация**

В статье рассматриваются модели построения конструкций апеллятивной модальности в современном агрессивно воздействующем публицистическом дискурсе. Автор утверждает, что классическая модель императива претерпевает изменения: побудительное наклонение и категория прямого призыва в современных прагмаэкспрессивных текстах ограничены в использовании из-за своей интенциональной прозрачности; на смену им закономерно приходят конструкции косвенного иллокутива. Последние, однако, превосходят первые по степени эффективности и неконтролируемости эмоционального воздействия на адресата.

**Ключевые слова:** призыв, лингвоэкспертная практика, косвенные речевые акты, непрямое воздействие, модальность.

---

В типовых лингвоэкспертных заключениях по делам об экстремизме, терроризме и делам по разжиганию межнациональной/межрелигиозной розни/вражды специалисты в области лингвистики отвечают на ряд вопросов по наличию призывных конструкций в текстах и их смысловой направленности.

Неоднозначность призыва как лингвоэкспертной категории не раз подвергалась критике. Так, К.И. Бринёв в своем диссертационном исследовании замечает: «Связь между иллокутивной целью данных речевых актов (в том числе и речевых актов призыва. – *Е.П.*) и перлокутивным эффектом, на который они направлены, не является строго детерминированной» [1, с. 11–12]. Строго говоря, сама по себе директивность конструкции вовсе не обеспечивает ее действенности. И психологи, и лингвисты при обращении к текстам, распространяемым в СМИ, могут говорить лишь об их потенциальной эффективности (привычный школьный вопрос «Что хотел сказать автор?» здесь становится полем экспертных оценок).

Однако начнем с рассуждений общего плана.

*Текст (высказывание)* представляет собой результат определенного акта коммуникации, который есть комплексное действие, включающее в себя компоненты различной природы. В экспертной практике он характеризуется с точки зрения заключенного в нем содержания с двух позиций:

- с позиции выявления особенностей *пропозиции* – текстовой информации о том или ином фрагменте реальной или предполагаемой действительности;
- с позиций выявления *цели коммуникативного акта (или коммуникативного намерения – интенции)*. Под коммуникативным намерением в лингвистической

литературе обычно понимается коммуникативная установка адресанта добиться посредством передачи пропозиционального компонента содержания определенной реакции адресата (получателя коммуникативного акта) (см. [2, с. 51]). Коммуникативное намерение непосредственно выражается в тексте при помощи лингвистических средств и может быть выявлено в результате применения различных методов лингвистического анализа.

*Вид коммуникативного воздействия* на адресата для получения определенной – запрограммированной автором – реакции получил в современной коммуникативистике название *иллокутивной функции*. Принято различать следующие иллокутивные функции: простое оповещение адресата о некотором положении дел (ассертив), побуждение адресата к некоторым действиям (директив) или аналогичное побуждение самого говорящего (комиссив), выражение определенного психологического состояния говорящего в качестве реакции на положение дел, определяемое в рамках пропозиции (экспрессив), провозглашение некоторой ситуации (декларатив) [3].

*Директив* включает такие типы речевых актов, как *призыв*, приказ, просьба, наставление, угроза, (директивное) предписание и высказывания побудительного характера.

*Апеллятив* – воззвание, обращение.

*Ассертив* – утверждение факта.

*Комиссив* – обещание, обязательство.

*Экспрессив* – оценочное суждение, мнение, похвала, осуждение, рекомендательное предписание и прочее.

*Декларатив* – объявление, провозглашение и т. д.

Наиболее распространенной и радикальной формой директива (словесного воздействия на поведение адресата) является *призыв*. С лингвистической точки зрения призывом является конструкция, содержащая глагол в форме повелительного наклонения (*бей, зови, не позволяй* и т. п.) или его эквивалент (*Давайте пойдем! Покажем! Прочь!*).

Анализ текстов лингвоэкспертной практики, содержащих призывы, предполагает, по концепции А.Н. Баранова, выявление иллокутивной составляющей призыва (коммуникативного намерения говорящего, что предусматривает включение призыва в общественно-политическую коммуникацию); анализ содержания предполагаемого действия; выявление адресата действия; выявление объекта действия [4, с. 412–474]. Экспертом также оцениваются условие искренности («говорящий хочет, чтобы цель была достигнута и слушающий выполнил действия, к которым призывает говорящий») и условие успешности («для говорящего и слушающего неочевидно, что то, к чему говорящий побуждает слушающего, произойдет само собой»). А.Н. Баранов выделяет три типа призывов в зависимости от способа репрезентации иллокутивной составляющей: *прямой, косвенный, оценочно-мотивированный* [4].

Иногда лингвисты-эксперты оперируют понятием *высказывание побудительного характера*, которое по отношению к традиционному термину «призыв» следует считать эвфемизмом. Высказывание, в котором выражается побуждение слушающего к выполнению определенных – заданных говорящим – действий, – это высказывание, содержащее формы повелительного наклонения глагола либо

другие средства, которые способны выступать в функции побуждения (инфинитив, модальные формы, интонационные конструкции и т. п. достаточно подробно описаны в литературе по лингвистической экспертизе [5, с. 140–143]). Налицо тенденция к размыванию границ классического призыва.

Так, ассертив может мимикрировать под декларатив: *Несколько мусульман способны собрать определенную сумму за месяц или за год так, как они собирают мирские блага для комфорта своих семей*. Отсутствие грамматического императива не лишает данный контекст иллюзии призыва к сбору денег. Эффективность утверждения усиливается за счет эмоционально-мотивированного противопоставления религиозного и мирского: в восприятии верующего все мирское – плохо, все религиозно-духовное – хорошо.

Постепенное, хотя и весьма медленное в экспертной практике, размывание границ традиционного термина функциональной грамматики («призыв») связано, на наш взгляд, во-первых, с интенциональной прозрачностью побудительного наклонения как языковой категории (что, как известно, отпугивает и настораживает адресата); во-вторых, с массовым переводом современного дискурса пропаганды в целом в непрямую форму (это касается всех форм и жанров пропаганды, PR, рекламы); в-третьих, с традициями лингвоэкспертной и судебной практики, которые позволяют с отработанной простотой вычленять и квалифицировать конструкции прямого типа. На смену последним потому закономерно приходят конструкции косвенного иллюкутива – *имплицитные перформативы*, которые значительно эффективнее воздействуют на эмоциональную сферу адресата и реже подвергаются критическому осмыслению.

*Мы предлагаем квалифицировать некий текст (высказывание) как текст побудительного характера при условии содержания в нем агрессивных лингвистических и психолингвистических средств и приемов.*

В данном предложении развивается грамматическая концепция В.В. Виноградова, который понимал модальность как категорию обширного плана выражения и отстаивал следующий способ ее вычленения в тексте: от семантического содержания к различным грамматическим и лексическим средствам его выражения.

Многие современные исследователи, например Э.Н. Алиева, также говорят о том, что категорию модальности нужно рассматривать широко: «...Находясь на стыке логики, лингвистики и философии языка, категория модальности требует самого широкого подхода от каждого, кто пытается понять ее сущность как одной из фундаментальных характеристик процесса отражения действительности в речи человека. Не случайно те авторы, которые пытаются определить модальность путем указания только на конкретные способы ее выражения в каком-либо языке, неизменно приходят к противоречивым выводам или обнаруживают, что их определение модальности является неполным, так как не охватывает всех возможных способов выражения этой семантической категории» [6, с. 16].

Необходимость расширенного толкования модальности применительно к текстам агрессивной направленности обусловлена еще и спецификой вербальной организации текстов подобного рода. На сегодняшний день наука о языке, в частности такой ее раздел, как психолингвистика, обладает уже достаточным

контентом экспериментально полученных данных об особенностях психического восприятия агрессивных текстов. Так, ученица известного психолингвиста В.П. Белянина Е.А. Репина провела эксперимент по методу семантического дифференциала, целью которого было выявление оценки психологического состояния испытуемых, воспринимающих агрессивный текст и поддающихся его воздействию [7]. Как отмечает исследователь, «тексты агрессивного типа лишь частично подавляют человека. В большинстве своем они заставляют чувствовать себя обиженными, униженными и оскорбленными, но не беспомощными и ущербными. Наоборот, они призывают активно действовать, мстить» [7]. Причем тексты, отобранные для эксперимента, вовсе не обязательно тексты, содержащие призывы в традиционном императивно-модальном оформлении. Главное их отличие от текстов «белой» публицистики заключается в специфике пропозициональной картинки конструируемой реальности: частотное употребление слов семантической категории «смерть» и смежной с ней семантической категории «разрушение» (насилие, нищета, разврат, убийство и т. п.); вербальное проявление всех типов репрезентативных систем, под которыми в работах по НЛП понимаются каналы восприятия и переработки информации мозгом человека; неконкретная лексика, соответствующая категории «чужой»; разговорная и вульгарная лексика; стилистический (негативно окрашенные эпитеты, гиперболы и метафоры «пограничного» существования, сарказм, ссылки на авторитеты) и синтаксический примитивизм (безличные конструкции, простые или сложносочиненные предложения); пунктуация «аффективного» типа (избыток восклицательных, вопросительных знаков, тире, двоеточий) и т. д. Как видно, императивные конструкции сами по себе вовсе не являются приметой агрессивного типа дискурсивности. А вот восклицательность как частотная компонента призыва входит в число дифференциальных текстовых признаков сама по себе.

*Агрессивный тип дискурсивности формируется закономерно на всех уровнях текстового пространства: начиная от фонетики и заканчивая стилистической организацией. Императивно-директивная модальность словно «разбавляется» и подается дозированно – дабы сознание, подвергаемое воздействию, не успело выстроить «линию обороны».*

Не так давно нами также был проведен эксперимент по описанию психологических свойств личности, склонной оценивать агрессивный текст положительно (то есть симпатизирующей ему). Частично результаты эксперимента были представлены в работе [8].

Полученные данные эмпирического исследования позволяют говорить о большей склонности людей, поддающихся воздействию опасного текста, к агрессивному и даже враждебному поведению – часто беспричинному, так как корни могут уходить в экстернальное восприятие собственной жизни и собственных неудач. Эмоциональная «тупость» и ригидность распространяются не только на сферу общественных отношений, но и на отношение к собственному здоровью и жизни. Средний уровень логического интеллекта, эмоциональная неуравновешенность делает таких людей не критичными к восприятию эмоционально нагруженных паттернов информации. Мир вокруг воспринимается в черных красках, людям доверять сложно. Эмоциональный спектр негатива разнообразен и частотен: гнев, ярость, презрение, отвращение, обида, желание мести и

торжества справедливости в собственном ее понимании и т. п. Такие люди не способны отказаться от собственных эгоистических интересов, при этом их мало волнует личность, интересы и, возможно, безопасность другого. Они потенциально готовы к действию агрессивного толка – будь то самозащита, нападение, физическая активность и прочее.

Таким образом, готовность к действию у адресата агрессивного дискурса возникает задолго до появления в тексте открытого призыва. Во-первых, сама готовность к действию уже заложена в психокогнитивных особенностях личности; во-вторых, скрытые интенции агрессивного текста не способны формировать понятие «действие» – они актуализируют лишь эмоциональное отношение к предлагаемому действию.

Агрессивный текст в целом может формулировать *программу действий*, а не только его отдельная часть (если она вообще присутствует) – собственно призывы. В качестве иллюстрации приведем текст одного экспертного дела.

На интернет-странице российской социальной сети был размещен следующий вербальный контент<sup>1</sup>:

*Коррозия Металла – Люцифер*

– *Религия – это огромная на\*\*\*ка всего человечества.* © Kerry Ray King-Slayer

– *давайте жечь храмы и церкви, очистим мир от лжи*

– *Ритуал сожжения трупов*

– *Смерть – образец верности, ждет тебя всю жизнь для одной единственной встречи*

– *Черный Обелиск – Не говори.*

Высказывание *давайте жечь храмы и церкви, очистим мир от лжи* совершенно однозначно лингвист-эксперт квалифицирует как прямой призыв, поскольку в нем использованы императивы.

Содержание предполагаемого действия в призывах подобного рода должно анализироваться с опорой на общую смысловую направленность текста. В данном случае содержание призыва – *уничтожение (путем поджога) объектов религиозного почитания христиан*. Адресат действия потенциален, так как не указан автором, но может быть реконструирован при анализе контекста коммуникации – это все пользователи сайта социальной сети. Объект действия – христианство, объекты христианства (храмы и церкви). Анализ иллокутивной силы призыва показывает, что по формальным показателям (используемым грамматическим формам глагола) данная фраза является прямым призывом. Под понятием «автор» подразумевается автор страницы, на которой размещены призывы и которая находится в открытом доступе в сети Интернет. Следовательно, фраза-призыв, приписываемая автору (тому, кто разместил ее на своей странице), является частью общественной коммуникации.

Следует пояснить следующие семантемы текстового уровня.

1. Храмы и церкви – объекты массового посещения, так как согласно словарным дефинициям это здания культа, обряда, используемые для общественного богослужения:

<sup>1</sup> Орфография и пунктуация первоисточника сохранены.

Богослужение – совокупность церемоний и культовых, обрядовых действий, обращенных к Богу, совершаемых в храме и сопровождаемых пением и проповедью; церковная служба (НСРЯ1).

Богослужение (лат. *cultus divinius, celebratio liturgica*) – внешнее выражение религиозности, проявляемое в общественных молитвах и обрядах (ЭСБЕ).

2. Сам по себе призыв *давайте жечь храмы и церкви* не содержит оскорбительной семантики и не может квалифицироваться как призыв к совершению действий, оскверняющих или оскорбляющих что-либо/кого-либо, однако оценочная заряженность исследуемого текста позволяет утверждать, что понятиям «религия (христианство)», «храмы и церкви» присваивается оскорбительная негативная оценка (выражена прямо и косвенно в лексемах: *на\*\*\*ка, ложь, трупы*). Значение же глагола *осквернить* следующее:

Осквернить – 1. Сделать нечистым (в 5 знач.; рел.). 2. Неподобающим, унижительным образом поступить с чем-нибудь, отнестись к чему-нибудь (высокому, достойному, чистому) (ТСРЯ2).

Компонент «сделать нечистым», «унизить» отсутствует в семантике призыва, поэтому его нельзя квалифицировать как призыв осквернять предметы религиозного культа.

3. Лексему *храмы* следует отнести к тематической группе «религия», лексему *церкви* – к более узкой тематической группе «христианство», согласно их толкованию в словарях современного русского языка:

Храм – здание, предназначенное для совершения богослужений и религиозных обрядов (БТСРЯ).

Церковь – 2. Здание, в котором происходит христианское богослужение (БТСРЯ).

Следует отметить, что в большинстве авторитетных словарей современного русского языка понятие *храм* сужается до понятия *церковь* и синонимизируется с ним:

Храм – (книжн.). 1. Здание для богослужения, церковь (церк.) (ТСРЯ3).

Храм – 1. Здание для богослужения, церковь (СРЯ).

Храм – 1. Специальное здание, предназначенное для отправления религиозного культа, богослужения; церковь (НСРЯ2).

Таким образом, представленный анализ и комментарии общего смыслового плана текста и его экстрадирективных единиц («вне призыва») позволили эксперту ответить на вопросы о наличии призывов к организации массовых беспорядков, сопровождающихся поджогом объектов христианского культа, и призывов к возбуждению религиозной розни (вражды) – а именно вражды по отношению к христианству. Получается, что исследователю-эксперту важно оценить такие текстовые характеристики, как целостность и законченность, эффективность и прагматичность.

В этом плане эксперту может быть полезна риторическая концепция убеждающего текста В.П. Шейнова [9]. Он выделил следующие стадии речевого убеждения (и соответствующие им макроструктуры текста):

**ВНИМАНИЕ – ИНТЕРЕС – ЖЕЛАНИЕ ДЕЙСТВОВАТЬ.**

В части «Внимание» автор дает пропозициональную установку (Что? Где? Зачем?). Для возбуждения интереса читателя/слушателя необходима субъект-

ориентированная постановка проблемы, то есть такая ее формулировка, которая увязывается с личностью адресата речи: сложившееся противоречие может напрямую повлиять на жизнь читателя/слушателя. Для этого необходима апелляция к негативным лингвоментальным конструктам (именно они и становятся той благодатной почвой, на которой произрастает семя акциональности): автор пытается создать негативную установку по отношению к объекту будущей де-струкции. Теперь не подозревающий о своей «адресности» адресат заинтересован в разрешении противоречия – и автор предлагает программу действий (как уже отмечалось, не обязательно в форме прямых перформативов, но даже используя прием умолчания). Будет или нет адресат действовать по указанной схеме и будет ли действовать вообще – на эти вопросы ни лингвистическая, ни, впрочем, психологическая наука с достоверностью ответить не могут. Обе научные теории могут дать либо прогноз, либо определить степень вероятности потенциального действия со стороны адресата.

Очевидно, при переходе от стадии к стадии увеличивается степень директивности (и агрессивности) текста.

Приведем пример: «Тот, кто оставил свою родину, здесь сталкивается с массой проблем. Ведь на своей родине они спокойно пили чай, делали свои дела. Сейчас они далеко от своей родины и для них нет обратной дороги домой (конец первой стадии. – *Е.П.*). Они сказали, что *приехали воевать*, и мы им здесь помогаем, чем можем (вторая стадия: формулировка проблемы. – *Е.П.*). Вы тоже помогите, деньгами, вещами, кто чем может (начало третьей стадии: руководство к действию. – *Е.П.*). Вы им помогайте, поддерживайте, они же из вашего народа. Только задумайтесь, ведь они покинули свою родину! Помогите им деньгами, чтобы усилить джихад. Ведь дело не пойдет, если просто сидеть дома и говорить: “Я буду когда-нибудь джихад делать!”. Ты помогай, не вреди делу, поддержи. *Вы не можете прислать им оружие с родины, мы им стараемся помочь с этим.* Помогайте им в том, в чем они нуждаются, мы им помогаем, вместе работаем. И последнее, что хотелось бы сказать. Они ведь ваши земляки, мы им помогаем, и вы помогите им в том, что они просят».

В этом фрагменте из средств речевого воздействия на фоне более свойственного для данного текста Вы-обращения используется Ты-обращение ко множественному адресату (широко применяемый прием воздействия), что делает текст обращения лично-ориентированным и повышает его эффективность. Кроме того, текст строится на постоянном сопоставлении: *мы здесь помогаем – и вы оттуда помогите*, что усиливает эмоциональный эффект воздействия (так называемая «апелляция к совести»). И, как и в начале текста, в конце, а именно в описываемом фрагменте, поднимается тема родины – эта тема эмоционально значима практически для каждого человека, а потому автором речи используется в качестве средства манипулятивного воздействия. Многократное повторение глагольной лексемы *помогать* в третьей части (именно этот глагол чаще других принимает на себя императивную модальность) может также квалифицироваться в терминах манипулятивной лингвистики – навязывание пресуппозиции. Истинная рема фрагмента – *присылать деньги на оружие*.

Агрессивность текста, однако, может иметь недирективный характер, а проблема может стать посылом к действию не только за счет наличия негативной

установки в сознании адресата. К подобного рода агрессивной информации может относиться пропаганда исключительности/превосходства или, наоборот, неполноценности (антипризыв) одной группы граждан на фоне принижения/возвеличивания другой по религиозным, расовым, национальным и социальным основаниям. Она строится на следующих лингвистических приемах:

– использование специальных языковых средств для целенаправленной передачи оскорбительных характеристик, отрицательных эмоциональных оценок, негативных установок по отношению к какой-либо нации, расе, религии или отдельных лиц как ее представителей (это может быть тактически реализовано через средства речевого воздействия: а) контекстуальное противопоставление с выраженной полярной оценочностью словарных единиц, участвующих в противопоставлении; б) введение ключевой лексемы или ее заместителей в отрицательно оцениваемый контекст / ассоциативный ряд; в) авторскую семантизацию понятий или ресемантизацию (создание семантических окказионализмов); г) синтаксическую и логическую связку по принципу «причина – следствие» понятий, не обязательно связанных между собой; д) эксплицитную оскорбительную оценку, выраженную в форме утверждения и др.);

– использование специальных языковых средств для целенаправленной передачи немотивированных положительных характеристик или характеристик превосходной степени (это может быть тактически реализовано через средства речевого воздействия: а) эксплицитную лексическую выраженность исключительности посредством слов с компонентом «единичность», «неповторимость», «уникальность», «лучший», «самый», «положительно оцениваемый»; б) включение нейтральных лексических единиц в положительно оцениваемый контекст; в) авторскую семантизацию понятий / ресемантизацию (создание семантических окказионализмов) и др.).

Например, высказывания типа *Эта религия – лучшая во вселенной, только следуя ей, человек может обрести истинное счастье* не являются директивами в чистом виде. Однако косвенная иллокуция данного речевого акта – *человеку следует принять эту религию, так как она является лучшей и поможет обрести истинное счастье*. Эти хорошо известные рекламному дискурсу механизмы воздействия (установление ложных причинно-следственных связей и эмоционально нагруженный ассертив), как известно, работают практически безотказно.

Резюмируя основные идеи, изложенные выше, добавим, что информация, побуждающая к определенному рода действиям, может быть представлена в форме следующих языковых и речевых приемов:

- 1) грамматических императивов,
- 2) конструкций утвердительного плана – ассертивов – с навязанной пресуппозицией (утвердительных конструкций с установкой на принятие какого-то объекта действительности, факта как само собой разумеющегося),
- 3) конструкций с семантической импликацией (намеком) или ресемантизацией понятий,
- 4) включение смысловых компонентов, нужных для совершения действия, в заведомо положительный контекст,
- 5) прием установления немотивированного сходства с отрицательно/положительно оцениваемой сущностью,



б) смещение акцентов в указании к действиям – важное (программируемое) действие дается как результат, следствие, а на первый план выдвигается действие малой степени важности (непрограммируемое), поэтому «нужное» автору действие переносится в категорию *навязанных пресуппозиций*.

Таким образом, нам кажется, что пришло время говорить не только о прямых и скрытых призывах как формах декларативной интенциональности, но о директивной модальности текста как категории, способной вскрыть необходимые в лингвоэкспертной практике смыслы. Возможно, в дальнейшем следует: 1) подробно осветить проблему призыва как языковой и как коммуникативной категории (в первом случае грамматика обуславливает семантику, во втором – семантика грамматику); 2) детальнее описать феномен уровневой директивности агрессивного текста; 3) выяснить, насколько механизмы языковой пропаганды обусловлены директивами и, наоборот, насколько свободны от них.

### Summary

*E.S. Palekha. Evolution of Directive Discourse: Means of Formation of Aggressive Modality.*

The article deals with the models of formation of appellative modality in modern aggressive publicistic discourse. We assert that the classical model of the imperative is changing. The imperative mood and the category of direct appeal in modern pragmatic-and-expressive texts are limited in use due to their intentional transparency. Instead of them, indirect illocutionary constructions are coming. The latter, however, surpass the former in terms of the efficiency and uncontrollability of emotional influence on an addressee.

**Key words:** appeal, linguistic examination practice, indirect speech acts, indirect influence, modality.

### Источники

- БТСРЯ – Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. – СПб.: Норинт, 2000. – 1535 с. – URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/kuznetsov>, свободный.
- НСРЯ1 – *Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2 т. – М.: Рус. яз., 2000. – Т. 1. – 1210 с. – URL: <http://efremova.info>, свободный.
- НСРЯ2 – *Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2 т. – М.: Рус. яз., 2000. – Т. 2. – 1084 с. – URL: <http://efremova.info>, свободный.
- СРЯ – *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. – М.: Оникс: Мир и Образование, 2007. – 973 с. – URL: [http://lib.ru/DIC/OZHEGOW/ozhegow\\_p\\_r.txt](http://lib.ru/DIC/OZHEGOW/ozhegow_p_r.txt), свободный.
- ТСРЯ3 – Толковый словарь русского языка: в 3 т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Вече: Мир книги, 2001. – Т. 3. – 672 с. – URL: <http://ushakovdictionary.ru>, свободный.
- ТСРЯ2 – Толковый словарь русского языка: в 3 т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Вече: Мир книги, 2001. – Т. 2. – 688 с. – URL: <http://ushakovdictionary.ru>, свободный.
- ЭСБЕ – Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 82 т. и 4 доп. т. – М.: Терра, 2001. – Т. 4 (7): Битбург – Босха. – 472 с. – URL: <http://www.vehi.net/brokgauz/index.html>, свободный.

**Литература**

1. *Бринев К.И.* Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Кемерово, 2010. – 42 с.
2. *Галяшина Е.И.* Основы судебного речеведения / Под ред. М.В. Горбаневского. – М.: СТЭНСИ, 2003. – 236 с.
3. *Серль Дж.Р.* Классификация иллокутивных актов. – URL: [http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/\\_4.htm](http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/_4.htm), свободный.
4. *Баранов А.Н.* Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 591 с.
5. *Бринев К.И.* Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза. – Барнаул: АлтГПА, 2009. – 251 с.
6. *Алиева Э.Н.* Функционально-семантическая категория модальности и ее реализация в разноструктурных языках (русском, английском и лезгинском): Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2010. – 62 с.
7. *Репина Е.А.* Агрессивный текст как тип текста. – URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=102>, свободный.
8. *Палеха Е.С.* Потенциально опасный текст (проблемы восприятия в психолингвистике и проблемы экспертной оценки) // Межэтническое и межконфессиональное взаимодействие в условиях глобализации: на пути к формированию гражданской идентичности: Материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (16–17 нояб. 2011 г., г. Казань). – Казань: Изд-во «ТАИ», 2012. – С. 294–304.
9. *Шейнов В.П.* Риторика. – Минск: Амалфея, 2000. – 592 с.

Поступила в редакцию  
23.04.12

---

**Палеха Екатерина Сергеевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры современного русского языка и методики преподавания Казанского (Приволжского) федерального университета.

E-mail: [katerina.paleha@gmail.com](mailto:katerina.paleha@gmail.com)