

УДК 811.161.1

ББК 81.006

**ГИПНОМЕТАФОРА КАК ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЙ ПРИЕМ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ**

Никита Олегович Рачеев

Вятская государственная сельскохозяйственная академия

Киров, Россия

nikita@seemsemena.ru

Елена Анатольевна Козлова

кандидат филологических наук

Вятская государственная сельскохозяйственная академия

Киров, Россия

ASK2712@mail.ru

Статья посвящается вопросам речевого воздействия и взаимодействия, а именно вопросу метафорической концептуализации действительности и гипнотическому потенциалу метафоры в профессиональном деловом дискурсе. Приводятся дефиниции метафоры в психологии, лингвистике и психолингвистике. Описывается эксперимент применения метафоры в сфере управления малым бизнесом. Авторы приходят к выводу об эффективности гипнометафоры в управленческой деятельности.

Ключевые слова: речевое воздействие, гипнометафора, управление персоналом, эффективность коммуникации, персуазивный дискурс, гипноз, транс.

HYPNOTIC METAPHOR AS AN EFFECTIVE LEXICAL TOOL IN PROFESSIONAL BUSINESS DISCOURSE

Nikita Olegovich Racheev

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education

Vyatka state agricultural academy

Kirov, Russia

nikita@seemsemena.ru

Elena Anatolyevna Kozlova

Candidate of Philological Sciences

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education

Vyatka state agricultural academy

Kirov, Russia

ASK2712@mail.ru

The article is devoted to the issues of speech influence and interaction, namely the metaphorical conceptualization of reality and the hypnotic potential of a metaphor in professional business discourse. The review of the literature is devoted to metaphors in psychology and linguistics. The experiment of metaphor application in the sphere of small business management is described. The authors come to the conclusion about the effectiveness of hypnotic metaphor usage in management.

Keywords: linguistic manipulation, hypnotic metaphor, human resources management, communication efficiency, persuasive discourse, hypnosis, trance.

Речевое воздействие в когнитивной лингвистике понимается как влияние на реципиента с целью перестройки его категориальных конструкторов, перестройки концептосферы. Концепты – это кванты знания, которые составляют ментальные конструкторы, выстраиваются в определенные схемы. Тот или иной концепт может возникать или активизироваться как реакция на слово. Слово имеет лексическое значение, концепт же является более широким

понятием, так как этот квант знания вбирает в себя все реакции мозга. Базовый слой концептосферы состоит из чувственных образов, которые уместно называть универсальным предметным кодом [Седов, 2007]. Согласно мнению Е. Н. Зарецкой, при осуществлении речевого воздействия коммуникант устанавливает связь с адресатом, находя зону пересечения когнитивных пластов и пользуясь актом провокации [Зарецкая, 1998]. По нашему мнению, именно образное слово наиболее легко входит в базовый слой концептосферы. Кроме того, оно также является наиболее интригующим «актом провокации», так как воспринимается правополушарными механизмами обработки информации, оно «намеренно нелогично». Среди образных средств речевого выражения наиболее частым и продуктивным является метафора.

В зарубежной и отечественной научной литературе вопрос использования метафор в сфере речевого воздействия и взаимодействия занимает особое место [Goldberg, 1998; Гинзбург, Яковлева, 2008; Козлов, 2015; Абросимова, 2015; Козлова, 2018 и др.], однако исследователи незаслуженно мало внимания уделяют, во-первых, современной терминологии гипноза и смежных с ним понятий и, во-вторых, использованию элементов персуазивных техник управленцами.

В психотерапии под гипнометафорами могут пониматься:

- 1) сказки [Абросимова, 2015];
- 2) тропы [Бушев и др., 2013];
- 3) истории [Гинзбург, Яковлева, 2008].

В лингвистике же термин метафора означает «троп или механизм речи, состоящий в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и т. п., для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичных данному в каком-либо отношении» [Бушев и др., 2013, с. 54].

У рационального логического обоснования тех или иных суждений есть существенный недостаток: оно не всегда приводит к глубокому восприятию и усвоению этих суждений. Метафора же – особенно рассказанная в трансе –

способствует реальным изменениям в сознании человека [Гинзбург, Яковлева, 2008, с. 139]. Гипнотическая метафора предназначена для введения слушателя в измененное состояние сознания, привлечения внимания к сюжету повествования. При этом можно наблюдать такие реакции, как снижение мышечного тонуса испытуемого, расширение зрачков, изменения дыхательного цикла – все это относится к внешним презентационным признакам гипнометафоры [Абросимова, 2015]. В результате правильного применения метафоры в психотерапии снижается уровень нейротизма сотрудников, ускоряется их адаптация к новому коллективу, повышается качество выполняемых работ и пр.

Нами предложено определение понятия «гипнометафора» с точки зрения психолингвистики. Гипнотические метафоры – это вербальные конструкции косвенного внушения (сказки, скрытые сравнения и пр.), использующиеся в процессе коммуникации с целью речевого воздействия при условии пребывания реципиента в состоянии транса, то есть ослабленного контроля левого полушария.

Существуют разные виды гипнотических метафор. Так, например, существуют метафоры *перемен*, которые берутся из многих сфер жизни: природа, человек, техника и др. Они описывают закономерные процессы трансформаций в природе, организме, социуме и активизируют собственный поиск у клиента способов изменений существующего положения. Метафоры *цели* предполагают сбор информации о клиенте, а именно о его позитивных воспоминаниях, сенсорных предпочтениях, эмоциональных переживаниях, которые должны стать «каркасом» для терапевтической метафоры. Виды метафор, ориентированных на цель, – это метафоры изменений эмоций, поведения, метафора образа Я, изменения убеждений и ценностей. Особенно интересны из перечисленных категорий метафоры убеждений, ведь все, что происходит с человеком, интерпретируется через призму его убеждений. Например, человек коллекционирует неудачи, забывая успехи, чтобы прийти к заключению о своей неуспешности в жизни [Абросимова, 2015]. В настоящее

время известно как минимум около 450 видов психотерапии, более половины из которых успешно используются в работе с детьми и подростками [Козлов, 2016, с. 1]. Меньшая часть техник задействована в работе с трудящимися, в их числе – эриксоновская гипнотерапия (терапия с помощью метафорического погружения). Она предполагает повышение эффективности управления персоналом. Однако не каждое предприятие может обеспечить работу с психологическим климатом внутри трудового коллектива при помощи профессионала-психолога, и полезные рекомендации, разрабатываемые в научных работах, актуальны зачастую только для крупных корпораций, холдингов [Рачеев, 2018]. В связи с этим возникает необходимость использования средств речевого воздействия в видоизменённой и малозатратной форме для повышения эффективности. Такой малозатратной формой является совместное метафорическое моделирование, которое руководитель осуществляет вместе с подчиненными.

Многолетнее исследование прагмаэстетических средств убеждающей речи публичного делового дискурса позволяет нам заявлять, что метафоры в речи управленцев, применяемые в целях речевого воздействия, занимают далеко не последнее место среди прочих лингвокреативных единиц. Базовыми концептами в публичном деловом дискурсе признаются следующие метафорические модели: бизнес – человеческий организм, бизнес – корабль, бизнес – мир животных, бизнес – игра, бизнес – война [Козлова, 2017, с. 719]. Первый концепт чрезвычайно многогранен в проявлениях и, по нашему мнению, позволяет эффективно вести коммуникацию между подчинённым и управленцем, особенно в случае нахождения сотрудника в состоянии транса. В данном контексте имеется в виду повседневно-углублённый транс, вызванный кратковременным воздействием стресс-фактора – диалога с руководителем, человеком более высокого статуса.

В рамках эксперимента, проведённого нами на базе малого предприятия ООО «БУХГАЛТЕР И Я» в г. Кирове, была исследована реакция сотрудников на метафоры, сконструированные руководителем для использования в

деловой беседе в качестве гипнотических. Данная организация оказывает услуги по удалённому бухгалтерскому сопровождению и подбору кадров для юридических лиц. Ожидаемый результат коммуникации управленца с сотрудниками – снижение частоты несоблюдения внутрифирменных стандартов работы. Субъектная оценка эффективности коммуникации проводилась путём опроса сотрудников непосредственно после диалога с руководителем, а также проводился повторный опрос спустя 1 день. Объектная оценка эффективности коммуникации осуществлялась при помощи сравнения результатов проведения аудиторских проверок (в разрезе зон ответственности каждого из сотрудников) до и после поставленного эксперимента. В эксперименте приняло участие 5 человек: руководитель (управленец), бухгалтер-аналитик, помощник бухгалтера, помощник руководителя и стажёр отдела бухгалтерского сопровождения. Все диалоги в рамках эксперимента записывались портативным диктофоном и отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Модель проведённого диалога управленца с сотрудниками с использованием гипнотических метафор

Участ- ники	Основные реплики			
У	– <i>Наша компания движется, думает и развивается как единый организм. Мы взаимосвязаны, взаимозависимы и дополняем друг друга. Вы считаете себя частью этого целого?</i>			
С _{1,2,3,4}	Да	Да	Да	Да
У	– <i>Какой частью тела или каким органом Вы себя ощущаете?</i>			
С _{1,2,3,4}	Мышцы	Пальцы	Правая рука	Волосы
У	– <i>Давайте рассуждать. *Приводит пример (метафору) неполноценности организма с <u>периодической</u> неисправностью названного органа/части тела*</i>			

	<i>Говорить об идеале приходится чаще в искусстве, чем в повседневной жизни, с этим нельзя не согласиться. Компании необходима помощь ваших мыслей и предложений – что предпринять для улучшения ситуации в организме?</i>			
C _{1,2,3,4}	Дело в периодичности, можно заниматься профилактикой, закаляться, чтобы мышцы не сводило и слаженно работали.	Ничего идеального нет ни в организме, ни в работе. Но к идеалу нужно стремиться.	Это как с болезнями, всё равно приходят периодически, поэтому профилактика очень хороший вариант.	Я бы посоветовала дополнительный уход за ними, «тренировку» их, чтобы были органичны.
У	<i>Эти мысли/предложения обязательно нужно вводить в компанию. Начнём работать над этой закалкой / стремлением к идеалу / профилактикой / тренировкой с завтрашнего же дня! Вы согласны?</i>			
C _{1,2,3,4}	Да	Да	Да	Разумеется

У – управленец/руководитель организации;

С – сотрудники организации (С₁ – бухгалтер-аналитик, С₂ – помощник бухгалтера, С₃ – помощник руководителя, С₄ – стажёр).

Было исследовано 200 типовых документов, подготовленных каждым из сотрудников (100 документов до эксперимента и 100 документов после эксперимента). Результаты аудиторских проверок в зонах ответственности каждого из сотрудников, а также субъективные оценки отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Доля безошибочно подготовленных документов [%] и субъектная оценка коммуникации [балл]

Сотрудники	До эксперимента	После эксперимента	Первичное/Корректировочное значения
Бухгалтер-аналитик	93,5	98,0	10/10
Помощник бухгалтера	94,0	97,5	8/9
Помощник руководителя	72,5	87,5	6/9
Стажёр	82,5	94,0	7/8
среднее	85,6	94,3	7,75/9

Таким образом, можно признать эффективность данного метода (назовем его «метафорическое конструирование») для решения вопросов в небольшом бизнес-коллективе. Применение его в жанре деловой беседы даёт неоспоримые преимущества: создаётся бесконфликтное образно-игровое дискурсивное пространство. Руководителю при использовании такого вида речевого воздействия не нужно прибегать к давлению, к побудительно-воспитательным речевым конструкциям – гипнометафора «работает» сама, так как одна хорошо известная область человеческого опыта (организм человека) подсказывает сотруднику путь к относительно неизвестному (профессиональная деятельность в коллективе).

Библиографический список

1. *Абросимова Ю. А.* Виды и функции гипнотических метафор в психологическом консультировании // Вестник психиатрии и психологии Чувашии. 2015. № 2. Т. 11. С. 121–145.
2. *Бушев А. Б.* Психотерапевтическая риторика: монография / А. Б. Бушев, А. К. Зиньковский, М. Г. Агкацева. Тверь: ООО «Издательство «Триада», 2013. 256 с.

3. *Гинзбург М. Р.* Эриксоновский гипноз: систематический курс / М. Р. Гинзбург, М. Е. Яковлева. М.: Московский психолого-социальный институт, 2008. 312 с.
4. *Зарецкая Е. Н.* Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М.: Дело, 1998. 470 с.
5. *Козлова Е. А.* Акт провокации как продукт речетворчества в аспекте речевого воздействия // Когнитивные исследования языка, 2017. № 30. С. 717–720.
6. *Козлова Е. А.* Пресуппозиции в аспекте речевого воздействия // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. № 2. С. 103–111.
7. *Козлов Н. И.* Эриксоновский гипноз: Энциклопедия практической психологии «Психологос» / Н. И. Козлов. 2015. [Электронный ресурс]. URL: www.psychologos.ru/articles/view/eriksonovskiy-gipnoz (дата обращения: 17.08.2018)
8. *Козлов Н. И.* Психотерапия: Энциклопедия практической психологии «Психологос». / Н. И. Козлов. 2016. [Электронный ресурс]. URL: www.psychologos.ru/articles/view/psihoterapiya (дата обращения: 17.09.2018)
9. *Рачев Н. О.* Эриксоновская гипнотерапия в управлении персоналом (HRM) / Знания молодых – будущее России. Материалы XVI Международной студенческой научной конференции: Сборник научных трудов. В 4 ч. Ч. 3. Экономические науки. Микроэкономика. Общественные науки. Киров, 2018. С. 414–415.
10. *Седов К. Ф.* Нейропсихоллингвистика. М.: Лабиринт, 2007. 224 с.
11. *Goldberg B.* (1998) *New age: Hypnosis*. «Llewellyn Publications». 240 с.

References

1. *Abrosimova Ju. A.* (2015) Kinds and functions of hypnotic metaphors in psychological consulting // Chuvashia's Bulletin of psychiatry and psychology. 2015. № 2. V. 11. P. 121–145. (in Russian)
2. *Bushev A. B.* (2013) Psychotherapeutic oratory: monograph / A. B. Bushev, A. K. Zin'kovskij, M. G. Agkaceva. Tver: «Izdatel'stvo «Triada», 2013. 256 p. (in Russian)
3. *Ginzburg M. R.* (2008) Ericksonian Hypnosis: systematic course / M. R. Ginzburg, M. E. Jakovleva. M.: Moscow Psychological and Social Institute, 2008. 312 p. (in Russian)
4. *Zareckaja E. N.* (1998) Oratory: Theory and Practice of speech communication. M.: Delo, 1998. 470 p. (in Russian)
5. *Kozlova E. A.* (2017) Act of provocation as a product of speech creation in the aspect of linguistic manipulation // Cognitive studies of language, 2017. № 30. P. 717–720. (in Russian)
6. *Kozlova E. A.* (2018) Presuppositions in the aspect of linguistic manipulation // Issues of cognitive linguistics. 2018. № 2. P. 103–111. (in Russian)

7. *Kozlov N. I.* (2015) Ericksonian Hypnosis: Encyclopedia of practical psychology «Psychologos» / N.I. Kozlov. 2015. [Electronic source]. URL: www.psychologos.ru/articles/view/eriksonovskiy-gipnoz (accessed date: 17.08.2018) (in Russian)
8. *Kozlov N. I.* (2016) Psychotherapy: Encyclopedia of practical psychology «Psychologos» / N.I. Kozlov 2016. [Electronic source]. URL: www.psychologos.ru/articles/view/psihoterapiya (accessed date: 17.09.2018) (in Russian)
9. *Racheev N. O.* (2018) Ericksonian hypnotherapy in human resources management / Youth's knowledge is Russia's future. Materials of XVI international students' scientific conference: Collection of works. In 4 v. V. 3. Economical sciences. Microeconomics. Social sciences. Kirov, 2018. P. 414–415. (in Russian)
10. *Sedov K. F.* (2007) Neuropsycholinguistics. M.: Labirint, 2007. 224 p. (in Russian)
11. *Goldberg B.* (1998) New age: Hypnosis. «Llewellyn Publications». 240 p. (in English)