

ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ

МАТЕРІАЛИ

**ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНИХ
ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА
ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ВИКЛАДАННЯ МОВ У ВИЩІЙ ШКОЛІ
НЕФІЛОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ»**

26 травня 2017 року

Дніпро 2017

*Ухвалено до друку Науково-методичною радою Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
(протокол № 10 від 19.06.2017 р.*

Матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні проблеми сучасних лінгвістичних досліджень та застосування інноваційних технологій викладання мов у вищій школі нефілологічного профілю» (26 травня 2017 року, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ): збірник наукових праць. – Д.: Адверта, 2017. – 155 с.

(в авторській редакції)

Вміщено матеріали Всеукраїнської наукової конференції, в якій взяли участь вчителі загальноосвітніх шкіл Дніпропетровської області та професорсько-викладацький склад мовних кафедр міста Дніпро й Запоріжжя. Тематика статей охоплює актуальні питання з професійної лінгвістичної підготовки, методики викладання мовних дисциплін у вищій школі, специфіки професійного перекладу, корпусної лінгвістики, комунікативної лінгвістики, юридичної лінгвістики.

Матеріали наукової конференції можуть бути використані викладачами для підготовки до занять з рідної та іноземної мов, а також для написання підручників та посібників, які б передбачали достатню мовну підготовку здобувачів вищої освіти, магістрів та ад'юнктів.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

д-р філол. наук, проф. професор кафедри українознавства та
А. М. Поповський іноземних мов

канд. пед. наук, доц. завідувач кафедри українознавства та
Н. О. Побережна іноземних мов

канд. філол. наук, доц. доцент кафедри українознавства та
І. Д. Гречухіна іноземних мов

канд. філол. наук, доц. доцент кафедри українознавства та
Т. В. Крашеніннікова іноземних мов

(Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ)

© Автори, 2017 З

ЗМІСТ

ПРОБЛЕМАТИКА ОЧИМА НАУКОВЦІВ

Біднова Н.І. Індивідуально-авторські фразеологізми з твору «Вечори на хуторі біля Диканьки» М.Гоголя у перекладі Л.Українки	4
Козаченко В.В. Проблеми вивчення та використання іноземної мови сучасними юристами в Україні	9
Крашеніннікова Т.В. Маніпулятивні властивості мови	17
Мороз В.Я. Риторична і переконуюча комунікації в професійній діяльності юриста	28
Nahorna Y.A. Main difficulties of legal translation	39
Rakulova T.V. Teaching a second language academic writing	44
Побережна Н.О. Педагогічна діагностика як умова впровадження інформаційних технологій у навчальний процес	48
Поповський А.М. Українські прізвища з компонентом <i>-біл-</i>	56
Руколянська Н.В. Прикметникова деривація в сучасній українській юридичній термінології	64
Тимофіїва К.М. Проектний метод як засіб розвитку творчих здібностей курсантів	70
Фурман О.Ф. Наступність у формуванні комунікативної компетентності студентів вищої школи нефілологічного профілю	76
Чопенко Л.А. Порівняльно-зіставний аналіз перекладу складних синтаксичних побудов з російської мови українською (на матеріалі повісті М. Гоголя «Тарас Бульба»)	83

СТУДЕНТСЬКІ СТУДІЇ

Аксьонова Д.В., Віннік Д.С. Особливості професійної лінгвістики	95
Джафаров Ш.З. Способи мовного впливу на підсвідомість особи	99
Євпак М.О. Мовний портфель офіцера поліції	105
Козлова Т.С. Дія загальних законів спілкування в діяльності юриста	110
Крашенінніков А.О. Дослідження будівельної лексики в україномовному науковому середовищі	115
Настич Т.М. Використання інформаційних технологій під час вивчення англійської мови курсантами та студентами у вищих навчальних закладах.....	120
Пархоменко А.О. Інноваційні освітні методи у викладанні англійської мови серед курсантів	124
Пісоцька К.О. Щодо питання мотивації працівників поліції при вивченні англійської мови	129
Приступа Д.В. Розвиток професійних лінгвістичних навичок правоохоронців у ВНЗ	135
Струцька І.Р. Чорнобиль і Фукусіма – спільна трагедія двох країн	142
Шумкіна А.В. Комунікативна лінгвістика як основа формування комунікативної компетенції правоохоронців	148
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	153

МАНІПУЛЯТИВНІ ВЛАСТИВОСТІ МОВИ

Крашеніннікова Т.В.

(Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ)

У статті розглянуто маніпулятивні властивості української мови, методи, прийоми, стратегії та тактики. Подано визначення основних понять, а також узагальнено досвід науковців з цієї проблеми.

Ключові слова: мова, функції мови, маніпуляція, метод, прийом, стратегія, тактика.

The article deals with the manipulative peculiarities of the Ukrainian language, methods, ways, strategies and techniques. The author gives the definitions of the basic notions and summarises the scholars' experience in researching this problem.

Key words: language, language functions, manipulation, method, way, strategy, techniques.

Постановка проблеми. У науковому просторі української мови виділяють такі функції: *номінативну* (функція називання, яка бере активну участь у лінгвалізації (омовленні) світу; усе повинно мати назву, бо інакше не може існувати у свідомості людини), *комунікативну* (мова використовується для комунікації; мова, якою не спілкуються, стає мертвою), *гносеологічну* (досвід суспільства закодовано в мові), *мислетворчу* (функція формування і формулювання думки), *естетичну* (через мову людина може сприймати красу і передавати її іншим людям), *культурноносну* (людина через мову пізнає свій народ і долучається до джерел нації, іноді стає її творцем), *фактичну* (функція встановлення контактів, звертання уваги на себе, підготовка потенційного співрозмовника до сприйняття інформації), *вольонітативну* (вираження волі щодо співрозмовника: порада, спонування, заборона, запрошення тощо), *магічно-містичну* (слова здатні викликати уявлення, образи, предмети, істот, які не існують у реальному житті), *демонстративну* (підкреслення самовираження за допомогою своєї етнічної, національної приналежності), *ідентифікаційну* (відображення у просторі і часі національно-естетичних, соціальних, культурних, духовних, вікових та інших параметрів), *експресивну* (мова є універсальним засобом вираження внутрішнього світу людини), *етичну* (мова як засіб дотримання норм поведінки, моральних правил), *виховну* (слово прищеплює моральні приписи, виховує національно-свідомого громадянина), *філософсько-світоглядну* (мова прив'язує етнос до його природного оточення, ландшафту, предметного обжитого космосу, з рослинністю та звіриною включно, який становить неорганічне тіло народу), *державотворчу* (мова є виявом саморозвитку держави, головним чинником, який консолідує сучасне суспільство в націю).

Проте варто пам'ятати, що мова також є найважливішим засобом маніпулювання людьми, способом зміни їхньої свідомості. За допомогою мови людина утверджується як особистість, може відтворювати і стверджувати своє власне «я», свою позицію та життєві принципи.

Маніпуляція – це вид психологічного та психолінгвістичного впливу, вміле виконання якого призводить до прихованого породження в іншій людини намірів, які не співпадають з її актуально існуючими бажаннями [2, с. 185].

Більшість практиків сходяться на тому, що маніпуляція в повсякденному житті явище не тільки невідворотне, але й необхідне. Враховуючи цю позицію, **метою** статті є спроба простежити вивчення проблеми на українському ґрунті та зосередити увагу на основних поняттях такого явища, як маніпуляція.

Виклад основного матеріалу. О. Руда у монографічній праці «Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному політичному просторі» проаналізувала послідовність вивчення маніпулятивних дій в Україні та за кордоном, а також визначила, що першість у вивченні механізмів і наслідків маніпулятивного впливу належить філософам, політологам, соціологам і психологам. Учені досліджували як маніпулювання масовою свідомістю, так і питання міжособистісного маніпулятивного впливу. Лінгвістичний аспект маніпулятивного впливу ґрунтовно почали вивчати пізніше. Аналізу вербального впливу та механізмів його здійснення на пострадянському просторі присвячені праці А. Баранова, В. Дем'янова, О. Іссерс, Т. Ковалевської, С. Мегентесова, І. Мохамата, Ю. Нестеренка, А. Пароятникової, П. Паршина, Й. Стерніна, А. Стриженко, С. Сухих та багатьох інших. Серед останніх вітчизняних досліджень мовного впливу – монографії В. Різуна, Н. Непійводи, В. Корнєєва «Лінгвістика впливу» та «Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект» І. Шкіцької. На українському матеріалі вже вивчені маніпулятивно марковані мовні ресурси, а також комунікативно-прагматичні аспекти маніпуляції в сучасному дискурсі (В. Бріцин, В. Германов, О. Дмитрук, В. Зірка, Н. Кондратенко, О. Пінчук) та в історичній ретроспективі (О. Зарецький). Значну частину досліджень у вітчизняному та російському мовознавстві присвячено аналізу реалізації маніпулятивних стратегій у рекламному й політичному дискурсах, у засобах масової інформації (В. Байков, О. Бикова, О. Епштейн, М. Кочкін, Г. Крейдлін, М. Кронгауз, В. Немцева, О. Михальова, О. Паршина, Г. Почепцов, О. Шейгал) [3, с. 50-51].

Маніпуляція не є власне мовним феноменом. Це явище універсальне, а тому має безліч визначень у різних галузях знань. Але беззаперечним є той факт, що маніпулювання базується на лінгвальних структурах і реалізується в мовленнєвій діяльності.

Оскільки об'єкт маніпуляції – мовна особистість, лінгвістика оперує поняттями лінгвокогнітивістики: мовна картина світу, поняття, концепти, ідеї; прагматики: комунікативні потреби і готовність до комунікації, мотиви й цілі комунікації, ціннісні орієнтації; лінгвокультурології, лінгвогендерології, соціолінгвістики тощо. Когнітивно-прагматичний і соціолінгвістичний підходи дозволяють проаналізувати явище маніпуляції із залученням таких лінгвістичних категорій: мовні одиниці, їхнє використання у мовленнєвих актах; комунікативні стратегії і тактики, прийоми і сценарії

комунікативної поведінки; статусні характеристики учасників акту маніпуляції.

Маніпулятивна мовленнєва тактика – це така мовленнєва дія, яка відповідає певному етапу в реалізації тієї чи тієї стратегії і є сукупністю в певний спосіб організованих прийомів здійснення прихованого впливу, націленого на досягнення бажаного ефекту чи попередження небажаного результату, визначений стереотип (модель) мовленнєвої поведінки, вироблений суспільством і національною культурою.

Проблема маніпулювання є дискусійною у науці. У світовому просторі розглядають **маніпуляцію** як спосіб панування, духовного впливу на людей через програмування їхньої поведінки та визначають такі ознаки маніпуляції: *різновид духовного, психологічного впливу* (метою дій маніпулятора є психічні структури людської особистості): Г. Франке у праці «Маніпульована людина» (1964) вважає, що під маніпуляцією переважно треба розуміти психічний вплив, який здійснюється таємно, відтак, на шкоду тим особам, на котрих він спрямований: наприклад, реклама; *прихований вплив, факт якого має залишитися непоміченим* (створення фальшивої дійсності): Г. Шіллер зазначає, що успіх маніпуляції гарантований, коли маніпульований вірить: усе, що відбувається, природне і неминуче; *вплив, який вимагає значної майстерності й знань* (до людей, свідомістю яких маніпулюють, ставляться не як до особистостей, а як до об'єктів, різновиду речей): іноді зустрічаються особистості здатні на маніпуляції, але у межах невеликої кількості людей; політики використовують спеціальні відпрацьовані технології влади.

Щоб задіяти зазначені ознаки, необхідно використати навички та вміння **сугестивної лінгвістики** (впливати, управляти, маніпулювати) – науки міждисциплінарної, що знаходиться на стику філології і психології. Форма втілення сугестивності мовлення – текст, який можна розглядати як вербально, так і невербально. Спробу вибудувати структуру вербальної сугестії здійснив Б. Поршнев, котрий стверджував, що існують наступні рівні вербальної сугестії: *фонологічний, номінативний, семантичний, синтаксично-логічний, контекстуально-смісловий, формально-символічний*. Б. Грушин вибудовує іншу рівневу структуру: *функціональний, феноменологічний, змістовний, логіко-структурний, морфологічний*. Структура сугестивної лінгвістики повинна визначатися структурою мови в цілому, розглянутою через призму феномену сугестії.

Мовне маніпулювання – це відбір і використання засобів мови з метою прихованої дії на адресата, тобто певний мовленнєвий вплив (вплив на людину за допомогою мовлення і супутніх мовленню невербальних засобів для досягнення мети, поставленої мовцем).

Термін «**мовленнєве маніпулювання**» переважно розглядають у системі засобів масової маніпуляції. До понятійного апарату аналізу і систематизації способів впливу слова на свідомість людей входять такі поняття: *риторика, маніпулювання свідомістю, пропаганда, мовна демагогія, нейролінгвістичне програмування, сугестія, піар*.

При маніпулятивному мовленнєвому акті ключовим моментом для адресата є приховування своїх фактичних намірів, мотивів, цілей, намагання зробити так, щоб реципієнт навіть не здогадувався про них. У лінгвістиці та філософії мови розрізняють дві форми мовленнєвого впливу: *пряму* і *непряму*, відмінність між якими полягає у виборі прямих чи непрямих мовленнєвих актів. Інтерес становить саме непряма форма, адже йдеться про декодування інформації, мовних символів. Існує велика кількість прийомів, пов'язаних зі значеннями мовних виразів, які застосовують для того, щоб подати певну інформацію про реальні події у вигідному світлі відповідно до інтересів певної людини, соціальної або політичної групи [4].

Особливо звертають увагу на те, як лексичні засоби впливають на громадську свідомість (синонімія, евфемізми, дисфемізми; зміна асоціативного поля, кодифікованого у словниках стандартних асоціацій та психолінгвістичних дослідженнях; спрощення подання інформації через прийом мовного впливу на свідомість, що становить вербальну примітивізацію описуваного історичного факту; прийому замовчування; введення історичних паралелей тощо). Важливо знати, що лексико-семантичні прийоми маніпулювання ґрунтуються на мовних виразах, що не позначають явища дійсності та інтерпретують їх, співвідносячи з мовним стандартом. Прочитання будь-якого тексту залежить від реципієнта, а саме: які за довжиною відрізки висловів зберігаються у його пам'яті та як відбувається інтерпретація прочитаного чи почутого. У такому разі важливу роль відіграють риторичні тактики (прямі і непрямі). Адже кожна складова мовленнєвого спілкування здатна впливати на сприйняття змісту.

До маніпулятивних стратегій належать: *неперевірена інформація*, *натяки* та *евфемізми*. Можна побудувати речення таким чином, щоб аудиторія зробила висновки про негативні якості будь-якої людини, хоча в самому тексті таких слів може не бути. Такі речі непідсудні, хоча впливають на репутацію особи.

У сучасних ЗМІ часто вживаним є *прийом плавної зміни смислового значення виразу*, який реалізується за допомогою застосування евфемізмів та пейоративних виразів (дисфемізмів). Внутрішньомовною причиною появи й існування *евфемізмів* («знешкодити» – «вбити», «обман» – «спотворення істини», «АТО (антитерористична операція)» – «війна») та *дисфемізмів* (на сьогодні переважно існує у російських ЗМІ: Майдан – «державний переворот», військова підтримка Росії терористів – «громадянська війна в Україні») є надання переваги використанню експресивно-виразних одиниць замість нейтральних, які можуть повно і точно виразити ставлення мовця до висловлюваного. Як зазначає Ю. Баскова, евфемізми мають високий маніпулятивний потенціал за рахунок непомітності для реципієнта, оскільки в сучасному інформаційному потоці їх важко вичленити з контексту та ідентифікувати табуйований денотат, що ховається за евфемізмом [1, с. 150]. Евфемізми відволікають увагу реципієнта від забороненого поняття, приховують справжню сутність явища за рахунок створення нейтральної або позитивної конотації. Також реципієнт не встигає виділити евфемізми з

контексту та осмислити їх, адже велика кількість інформації в сучасному соціумі ускладнює орієнтування в мовному матеріалі та його критичну оцінку. Серед інших мовних прийомів вживається **прийом розмивання смислового значення виразу** для створення переконливості ідеологічного тексту. Він реалізується за допомогою застосування «лозунгових слів», що є ідеологічно, соціально чи політично значимими текстами, оформленими як короткі оціночні вирази, метою яких є зміна поведінки чи цінностей адресата. Гра зі словами, розширення сполучуваності слів також можуть впливати на суспільну свідомість, утворюючи **неологізми** («укр» (скорочення українець), «укроп» у російських та проросійських ЗМІ мали на меті принизити, образити українського воїна-захисника держави та її кордонів. Однак відбулася ще одна мовна метаморфоза: термін під варіантом розшифрування «український опір» набув широкої популярності та позитивного змісту в українському сегменті Інтернет, тобто в українському мовному просторі ефемінізувався). Політична **метафора** завдяки засобам виразності і творенню певного художнього образу здатна впливати на асоціативне мислення адресата, та є потужним **прийомом переконання**. Серед інших лексичних засобів, що активно застосовуються задля маніпулятивного впливу, вживаються багатозначні слова, омоніми, оказіоналізми (за рахунок своєї нестандартності створюють експресивність матеріалу, розставляють акценти).

Переконання (спосіб словесного впливу, який включає систему доводів, побудованих за законами логіки і обґрунтовують якесь висунуте становище) і **маніпуляція** (експлуатація співрозмовника в інтересах мовця: останній отримує односторонню вигоду від дій співрозмовника, не розуміючи, що його використовують) можуть бути схожі, проте вони розрізняються по суті. На переконанні будуються навчання і виховання, дружба і професійна взаємодія. Під час маніпуляції відбувається своєрідне інтелектуальне насильство за допомогою психолінгвістичних прийомів.

Людина, що застосовує прийом переконання, має чітко представляти мету мовних дій, область інтересів і рівень знань аудиторії, а також її ставлення до предмета мовлення. Композиція виступу повинна відповідати меті і характеру аудиторії. Процес переконання припускає, що мовець зуміє мотивувати слухачів. При цьому ключовими моментами є його рівень володіння мовою, здатність розбудити емоції слухачів. Завоювати довіру слухачів оратору вдається, якщо він говорить щиро і відповідально, а також якщо слухачі відчують, що він сам вірить у сказане.

Переконання і маніпуляцію можна назвати специфічними стратегіями мовної дії. **Стратегія** – це комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення якої-небудь комунікативної мети. Стратегія втілюється в конкретних тактиках. **Комунікативна тактика** – це мовна дія, спрямована на реалізацію стратегії, яка реалізується через такі прийоми:

1. **Прийом досягнення від співрозмовника двох «так»**. Важливо із самого початку діалогу направити співрозмовника на згоду і надати спілкуванню загальну спрямованість на затвердження. Неприпустимий

агресивний примус співрозмовника до згоди, бо це може тільки відштовхнути його. Ефективним буває поєднання цього прийому з компліментом.

2. *Прийом зберігання прямого контакту.* Не можна принижувати і заганяти співрозмовника в кут.

3. *Прийом «Ви-підходу».* Вживання у висловлюванні займенника «Ви» підкреслює, що в центрі уваги знаходиться не той, хто говорить, а його співрозмовник, що саме його інтереси і бажання найбільш важливі. «Ви-підхід» сприяє створенню в спілкуванні особливого стану психологічного комфорту і довіри, розташовує співрозмовника до більш плідної співпраці.

4. *Прийом «Ми-висловлювання».* Спрямований на привернення уваги до спільних інтересів партнерів і породжує ситуацію співпраці через займенник «ми», а не протиборства.

Лінгвістичне (мовне) маніпулювання – це використання особливостей мови і правил її вживання з метою прихованого впливу на адресата в потрібному для виконавця напрямі. Маніпулятивні можливості мови надзвичайно багаті. Коли людина чує про маніпуляцію свідомістю, вона думає, що це її не стосується і вона не піддається такому впливу. Маніпуляція проникає у кожен будинок і від неї людина не може сховатися, але вона може вивчити її інструменти та прийоми.

На думку С. Кара-Мурзи, підготовка до маніпуляції складається не тільки з того, щоб зруйнувати якісь уявлення та ідеї, а й з того, щоб створити, побудувати нові ідеї, бажання, цілі. Розглянемо основні прийоми маніпуляції, що виділяються С. Кара-Мурзою в книзі «Маніпуляція свідомістю»:

1. *Мова – найголовніший засіб підпорядкування.* А. Гітлер писав в «Mein Kampf»: «Силою, яка привела в рух великі історичні потоки у політичній чи релігійній області, була з незапам'ятних часів тільки чарівна могутність вимовленого слова. Велика маса людей завжди підкоряється могутності слова».

2. *Мова образів.* Дуже часто слова, що мають самий невизначений сенс, надають найбільший вплив на юрбу.

3. *Знакові системи.* Якщо людина сприйняла абсурдне кількісне твердження, його вже майже неможливо витиснути не тільки логікою, але й кількісними аргументами. Маніпулює сила числа, яка багаторазово зростає, коли числа пов'язані в математичні формули та рівняння - здоровий глузд проти них безсилий.

4. *Тиша.* Щоб запобігти можливості зародження власних груп інтелігенції у масі керованих, її потрібно повністю позбавити тиші. Складається таке звукове та шумове оформлення навколишнього простору, що середня людина не має достатніх проміжків тиші, щоб зосередитися і додумати до кінця зв'язну думку.

5. *Соціальні стереотипи.* Жодна людина не може прожити без «автоматизмів» у сприйнятті і мисленні – обдумувати заново кожен ситуацію у нього не вистачить ні психічних сил, ні часу. Стереотипи можуть бути використані як мішені для маніпуляції. Якщо вдається підштовхнути великі

маси людей бачити якесь громадське явище через потрібний маніпулятору стереотип, то незгодним стає дуже важко закликати людей до здорового глузду, переконати їх зупинитися, подумати, не приймати поспішних небезпечних рішень.

6. *Почуття*. Можна сказати, що у великій маніпуляції свідомістю керує гра на почуттях – обов'язковий етап. Засновник вчення про маніпуляції свідомістю маси Г. Ле Бон писав: «Маси ніколи не вражаються логікою мовлення, але їх вражають почуттєві образи, які народжують певні слова та асоціації слів». Натовпу притаманні відомі явища, яких немає в індивідуальній психіці – наслідування, стихійне поширення масового почуття.

7. *Уява*. Ле Бон писав у книзі «Душа натовпу»: «Могутність переможців і сила держав ґрунтуються на народній уяві. Не факти самі по собі вражають народну уяву, а те, яким чином вони розподіляються і подаються юрбі. Хто володіє мистецтвом справляти враження на уяву юрби, той і володіє мистецтвом нею управляти». Завдання маніпулятора – переконати. Для цього треба насамперед привернути увагу до повідомлення.

Потім треба, щоб людина запам'ятала це повідомлення, бо багато разів перевірений закон говорить: переконливо те, що залишається у пам'яті. Якщо придушити у населення функцію уявного моделювання (інтелектуальну), то у переважної більшості людей не буде можливості адекватно пов'язувати причини з наслідками, прораховувати результати власних дій, а тим більше дій (чи бездіяльності) влади. Керованість соціумом серйозно полегшується.

8. *Пам'ять*. З одного боку, треба, щоб людина запам'ятала або завчила до автоматизму якусь думку, метафору, формулу. З іншого боку, буває необхідно «відключити» її короткострокову чи історичну пам'ять – вони створюють психологічний бар'єр проти навіювання. Людина, яка не пам'ятає нічого з історії свого колективу (народу, країни, родини), випадає з цього колективу і стає абсолютно беззахисною проти маніпуляції. Це – важлива умова для можливості підробок і підмін предмета тверджень. Якщо люди швидко забувають реальність, то будь-яку проблему можна уявити помилково, поза реального контексту.

9. *Впізнавання*. У маніпуляції свідомістю впізнавання відіграє ключову роль, бо породжує хибне відчуття знайомства. Діючи через ЗМІ, маніпулятори головну ставку роблять на мимовільне запам'ятовування.

10. *Засоби масової інформації*. А. Моль пише про ЗМІ: Вони фактично контролюють всю нашу культуру, пропускаючи її через свої фільтри, виділяють окремі елементи із загальної маси культурних явищ і надають їм особливої ваги, підвищують цінність однієї ідеї, знецінюють іншу, поляризують, таким чином, все поле культури. Те, що не потрапило в канали масової комунікації, у наш час майже не впливає на розвиток суспільства. ЗМІ сьогодні є інструмент ідеології, а не інформації.

Сьогодні досить часто в політиці можна спостерігати використання **методів нейролінгвістичного програмування** (методи, в основі яких використано психологічні та словесні прийоми з метою надання інструкцій

будь-якій людині) за допомогою: *прийому «віддзеркалення»*, що побудоване на пред'явленні об'єкту зорових, мовних і лінгвістичних характеристик, властивих самому об'єкту. У відповідь утворюється позитивне емоційне тло спілкування, знімаються захисні фільтри; *прийому «накладання субмодальностей»* – введення у рідну мову «чужих» мовних характеристик, що створюють сприятливе тло спілкування (А. Жмириков). Це складний метод, який важко поширювати на великі аудиторії. Він так само вимагає досить інтенсивної роботи, що не під силу лідеру, який навіть діє в ситуації підказок з боку фахівця; *прийом метафоризації* – оскільки кандидат намагається ввести виборця в ситуації нового для нього досвіду, описуючи його під умовною «я президент; як добре буде усім у цьому випадку», то для опису нового досвіду дуже важливим засобом може стати метафора. Метафори (у формі чарівних казок, віршів, анекдотів) свідомо і підсвідомо використовуються терапевтами з метою допомоги пацієнтам у здійсненні бажаних змін. Цим методом користаються політики, коли розповідають нам про чийсь досвід реформування якоїсь сфери діяльності людини.

Застосування **чорного піару** на теренах України відбувається у чотирьох напрямках: *розповсюдження слухів; неправдива інформація; сублімінальні прийоми впливу* (комунікативні впливи, які відбуваються незалежно від свідомості того, на кого впливають); *чорна пропаганда* (повідомлення з неправдиво зазначеним джерелом). Наприклад, український політикум не слідкує за якістю своєї партійної реклами: 1) рекламний ролик О. Мороза – «ВиМОРОЗимо паразитів!»: багато хто сприйняв це як вдалу знахідку, забуваючи, що слова сприймаються не просто так. Якщо врахувати, що ролик Мороза почали крутити по ТБ у холодний період, а в багатьох оселях вимкнули опалення, то можна уявити скільки виборців втратив за власні гроші депутат; 2) більшість передвиборних гасел депутатів містять слова катастрофа, драма, геноцид, трагедія, зубожіння, розкрадання, вимирання тощо, а це викликає негативні емоції, які чітко пов'язуються з особою промовця.

Висновки. Таким чином, у політичній діяльності активно застосовується маніпуляція у формі вербального впливу. Цей вплив може здійснюватись як на свідомому рівні (у вигляді метафор, підміни понять, появи нового контексту слів тощо), так і на рівні несвідомого (сублімінальний вплив). Але необхідно пам'ятати «Коли в нас забирають хліб, то позбавляють життя, коли ж забирають мову – відбирають безсмертя», як результат: «Україна продовжує залишатися найгарячішим мовним бастіоном Європи» (Р. Харчук).

Література

1. Баскова Ю.С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ: на материале русского и английского языков: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Ю.С. Баскова. – Краснодар, 2006. – 162 с.
2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита / Е.Л. Доценко. – М.: ЧеРо, 1997. – 264 с. – С.185.

3. Руда О.Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному політичному просторі: монографія / Олена Руда; НАН України, Інститут української мови. – К., 2012. – 232 с.

4. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ // file://Litpro_2015_5_33.pdf.