

## Editorial Board:

**Olga Valigura**, Doctor of Philology, Professor, Head of Eastern Philology Department, Kyiv National Linguistic University (Kyiv, Ukraine);**Viktor Britsyn**, Doctor of Philology, Professor, O. O. Potebnia Institute of Linguistics of the National Academy of Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine);**Mariya Veresh**, Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Translation Theory and Practice, Uzhhorod National University (Uzhhorod, Ukraine);**Volodymyr Glushchenko**, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of the General, Germanic and Slavic Linguistics, Slovyansk State Pedagogical University (Slovyansk, Ukraine);**Andrea Grominová**, Doctor of Philosophy, Professor at the Department of Russian Studies of Ss. Cyril and Methodius University (Trnava, Republic of Slovenia);**Mykola Gumennyi**, Academician of the National Academy of Sciences of Higher School of Ukraine, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of the Ukrainian and Foreign Literature, State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky" (Odesa, Ukraine);**Jan Grzesiak**, Doctor of Humanities, Professor, Adam Mickiewicz University in Poznan (Poland);**Tetiana Yerenenko**, Candidate of Philology, Professor, Head of the Department of Germanic Philology and Methods of Foreign Languages Teaching, State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky" (Odesa, Ukraine);**Ivan Zymomyra**, Doctor of Philology, Professor at the Department of Translation, Theory and Practice, Uzhhorod National University (Uzhhorod, Ukraine);**Mykola Zymomyria**, Academician of the National Academy of Sciences of Higher School of Ukraine, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of the Germanic Languages and Translation Studies, Drohobych State Pedagogical University of Ivan Franko (Drohobych, Ukraine);**Olexander Iliadi**, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Methods of Preschool and Primary Education, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University (Kropyvnytskyi, Ukraine);**Serhii Mykhyda**, Doctor of Philology, Professor at the Department of Ukrainian and Foreign Literature, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University (Kropyvnytskyi, Ukraine);**Ryszard Stefaniak**, Doctor of Philology, Professor, Vice-President at the Jan Dlugosz University in Czestochowa (Czestochowa, Poland);**Inna Stupak**, Doctor of Philology, Professor at the Department of Western and Eastern Languages and Teaching Methods, State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky" (Odesa, Ukraine);**Volodymyr Sulim**, Candidate of Philology, Professor at the Department of Intercultural Communication and Translation, Lviv National University named after Ivan Franco (Lviv, Ukraine);**Oleh Tyshchenko**, Doctor of Philology, Professor at the Department of Technical Translation, Lviv State University of Life Safety (Lviv, Ukraine);**Myroslava Fabian**, Doctor of Philology, Professor at the Department of English Philology, Uzhhorod National University (Uzhhorod, Ukraine);**Ladislav Franek**, Doctor of Philology, Professor at the University named after Matej Bela (Banska Bystritsa, Slovenia);**Ahmeshka Chaikovska**, Doctor of Philology, Professor, Dean at the Faculty of Philology at Jan Dlugosz University in Czestochowa (Czestochowa, Poland);**Natalia Chendey**, Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of English Philology, Uzhhorod National University (Uzhhorod, Ukraine);**Anastasiia Yumrukuz**, Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Head of the Department of the Western and Oriental languages and Methods of their Teaching, State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky" (Odesa, Ukraine);Deputy editor-in-chief: **Svitlana Yukhymets**, Candidate of Pedagogy, Associate Professor at the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky" (Odesa, Ukraine)

## МЕТОДИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ У ЛІНГВІСТИЦІ

**Владислава Аккурт**кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»  
Одеса, Україна

e-mail: ladyboss2105@gmail.com

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-3542-3428>**АНОТАЦІЯ**

Слова вживаються, як правило, в їх прямому значенні, але часто інформація, що надається, має прихований характер. Маніпулювання застосовується практично в усіх сферах діяльності людини — в політиці, рекламі, судовій практиці, літературі, психотерапії, навчанні, неформальному спілкуванні й т. д., що й зумовлює актуальність серед дослідників.

В статті розглядаються основні точки зору на мовне маніпулювання як складний психолінгвістичний процес та різновид мовного впливу методом аналізу, синтезу та узагальнення наукових досліджень вітчизняних та закордонних фахівців в області лінгвістики, психології, риторики, НЛП та теорії дискурса.

Попри те, що маніпулятивні можливості мови все частіше стають об'єктом різних лінгвістичних досліджень, основні складності вивчення феномену мовленнєвого впливу зберігаються досі. Вони обумовлені міждисциплінарним характером предмета дослідження, змішанням різних способів впливу в мовних практиках і відсутністю в лінгвістиці загально-визнаної класифікації засобів і способів маніпуляції.

Основними ознаками маніпуляції є: прихований характер впливу; прагнення підпорядкувати адресата своїй волі, змінити його погляди, уявлення і т. ін.; майстерне володіння мовними й психологічними навичками; особлива мовна організація тексту, що сприяє виникненню помилок у свідомості співрозмовника; відсутність захисної реакції в адресата і створення у нього ілюзії самостійності прийняття рішень. У сукупності всі ці ознаки відрізняють мовну маніпуляцію від інших форм впливу (риторично

організованої мови, мовної демагогії, пропаганди та нейролінгвістичного програмування).

**Ключові слова:** мовленнєвий вплив, нейролінгвістичне програмування, сугестія, маніпуляція, переконання, спонукання, пропаганда.

**Вступ.** Прагнення нав'язати адресату свою точку зору, певний погляд на проблему спостерігається сьогодні практично в усіх сферах комунікації.

**Актуальність дослідження.** Маніпулятивними можливостями мови цікавляться фахівці в області психології, політології, соціології, піару, культурології, і, звичайно ж, лінгвістики. Однак, незважаючи на велику кількість літератури, присвяченої різним аспектам маніпулювання, вивчення механізмів мовного впливу залишається потрібним у лінгвістиці. У більшості робіт аналізуються окремі маніпулятивні технології, стратегії й тактики, пропонуються способи психологічного захисту від такого роду впливу. На периферії досліджень виявляється роль мовних засобів, які є базою для реалізації маніпуляції у сфері судової комунікації.

**Метою** дослідження є теоретичний аналіз мовних засобів і мовних способів, використовуваних з метою маніпулювання інформацією. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: 1) вивчити основні теоретичні положення, пов'язані з поняттями «мовний вплив», «маніпуляція», «мовне маніпулювання»; 2) виділити основні характеристики маніпуляції як різновиду мовного впливу і встановити відмінні риси мовної маніпуляції від суміжних з нею феноменів (риторично організованої мови, мовної демагогії, пропаганди, нейролінгвістичного програмування).

**Матеріалом дослідження** слугували теоретичні аспекти мовних засобів та способів маніпуляції інформацією. Теоретичною базою дослідження були праці вітчизняних та закордонних дослідників в області лінгвістики, психології, риторики, НЛП та теорії дискурсу.

**Методи дослідження.** В роботі використовувались загальнонаукові методи опису, аналізу, синтезу та узагальнення з елементами дискурсивного та контекстуального аналізу наукової літератури.

**Результати та дискусія.** В процесі комунікації мова використовується не тільки для передачі інформації, але і для впливу на адресата. Мова регулює міжособистісні та соціальні відносини, емоції й поведінку людей. Цю «регуляцію діяльності однієї людини іншою

за допомогою мови» (Тарасов, 1990: 3) називають мовним впливом. Впливова сила мови є предметом вивчення сучасної лінгвістики та її різновидів: прагмалінгвістики, психолінгвістики, соціолінгвістики (Аккурт, 2019; Корольова, Попова, 2019; Тарасов, 1990).

Мовний вплив — це складний психолінгвістичний процес, між-дисциплінарна проблема. Але, незважаючи на накопичені теоретичні та практичні дані, це явище ще не до кінця вивчене.

У вітчизняній лінгвістиці мовленнєвий вплив розглядається як одна зі сторін мовного спілкування. Дане явище настільки активно вивчається, що, на думку дослідників, в сучасному науковому просторі формується нова інтегральна наука, яку можна назвати теорією мовного впливу (Стернин, 2001; Федорова, 1991). І. А. Стернин вважає, що це наука «про вибір відповідного, адекватного способу мовного впливу на особистість в конкретній комунікативній ситуації, про вміння правильно поєднувати різні способи мовного впливу в залежності від співрозмовника і ситуації спілкування для досягнення найбільшого ефекту» (Стернин 2001: 61).

З розвитком суспільства виникла потреба в управлінні іншими людьми, і з часом сформувалися різні способи впливу на адресата, які зараз активно застосовуються, а отже і вивчаються фахівцями (філологами, психологами, соціологами й т. ін.).

Вивчення способів і засобів ефективного мовного впливу і поширення цих знань — одне з важливих завдань лінгвістичної науки.

За кордоном мовленнєвий вплив розглядається в рамках теорії дискурсу, теорії політичної та масової комунікації, риторики, а також нейролінгвістичного програмування (Bolinger, 1980; Ван Дейк, 2013; Lakoff, 1990; Дюбуа, 1986; Бэндлер, Гриндер, 1995; Dilts, 1999). Важливий внесок у розвиток науки про мовленнєвий вплив зробив американський вчений Дейл Карнегі. Його роботи є практичним керівництвом зі спілкування. Випадки з життя різних людей, історичні приклади, ділові взаємини між партнерами, керівниками й підлеглими були розглянуті ним з точки зору толерантності та інтересу до співрозмовника як запоруки успішного спілкування. При цьому Д. Карнегі зміг описати деякі правила і прийоми мовного впливу і розробив концепцію безконфліктного спілкування, що дозволяє підвищити ефективність ділової та повсякденної комунікації (Карнегі, 1992).

У лінгвістиці запропоновано чимало підходів до вивчення мовної дії: прагматичний, когнітивний, комунікативний, дискурсивний, семіотичний (Іванова, 2012). Термін «мовний вплив» використовується у двох значеннях. У широкому сенсі — це вплив на аудиторію, «що здійснюється різноманітними мовними засобами, іншими словами — за допомогою повідомлень природною мовою» (Паршин). Однак зазначимо, що в деяких випадках мовним впливом вважається і передача інформації невербальними засобами (жести, міміка, пози, графічне оформлення тексту і т. д.), оскільки вони несуть смислове навантаження, доповнюють мову. Ключовим моментом є прагнення досягти певних немовних цілей, що впливають на діяльність адресата. Таким чином, в широкому сенсі мовленнєвий вплив — це різний мовний акт, при якому повідомлення передається вербальними (рідше невербальними) засобами та впливає на адресата.

Найчастіше термін «мовний вплив» вживається у вузькому сенсі як «використання особливостей пристрою і функціонування перерахованих знакових систем і перш за все природної мови, з метою побудови повідомлень, що володіють підвищеною здатністю впливу на свідомість і поведінку адресата або одержувачів повідомлення» (Паршин).

Необхідно врахувати, що в процесі комунікації кожен учасник має свої інтереси й цілі, тому адресат не готовий відразу слідувати вказівкам оратора, і, щоб протистояти впливу з його боку, ця людина оточує себе захисним бар'єром. Класифікація бар'єрів і їх вплив на продуктивність спілкування розглянуті в роботах багатьох авторів. Подолання цього психологічного захисту — ключовий момент у процесі впливу. Так, за визначенням Г. Г. Матвеевої, мовленнєвий вплив — це «вплив на свідомість і поведінку одержувача автором тексту і подолання автором захисного бар'єру одержувача» (Матвеева, 1999: 54). На думку П. Б. Паршина, успішне «подолання захисного бар'єра» реципієнта — це і є те, що розуміється під мовним впливом у вузькому сенсі й вивчається спеціальною дисципліною — теорією мовного впливу (Паршин, Пирогова, Баранов, 2000). Другий ключовий момент — досягнення комунікативної мети: «Ефективний мовленнєвий вплив — це дозвіл мовця досягти поставленої мети (або цілей) і зберегти баланс відносин зі співрозмовником (комунікативну рівновагу), тобто залишитися з ним в нормальних відносинах, не посва-

ритися» (Стернин, 2012: 51). Таким чином, мовний вплив у вузькому сенсі — це більш конкретний, цілеспрямований процес.

Мовний вплив як комунікативний акт передбачає наявність суб'єкта, об'єкта і цілей. Суб'єктом впливу або адресантом виступає той, хто прагне вплинути на співрозмовника за допомогою мови. Об'єкт впливу або адресат — той, хто відчуває на собі цей вплив (слухач, співрозмовник, аудиторія і т. д.). Основними цілями у спілкуванні є: 1) інформаційна — донести повідомлення до адресата, переконатися, що його отримано; 2) предметна — отримати, дізнатися що-небудь або змінити поведінку співрозмовника; 3) комунікативна — встановлення, підтримання контакту зі співрозмовником (Стернин, 2012). Ефективний мовленнєвий вплив передбачає досягнення всіх трьох цілей.

Існує безліч різновидів мовного впливу. В основу роботи покладена гіпотеза про те, що існують мовні засоби маніпуляції інформацією, використання яких дозволяє ефективно впливати на адресата.

В залежності від інтенцій мовця (прагмалінгвістичний підхід) виділяються такі види мовної дії, які співвідносяться з типами мовних актів і жанрів:

- 1) соціальний вплив (вітання, прощання, подяка і т. ін.);
- 2) волевиявлення (наказ, прохання, пропозиція, порада і т. ін.);
- 3) роз'яснення та інформування (попереджати, пояснювати та ін.);
- 4) оцінний (осуд, схвалення, звинувачення, виправдання) і емоційний (образа, погроза, насмішка, ласка, розрада) мовний вплив (Федорова, 1991).

До основних способів мовного впливу відносять переконання, спонування і навіювання (Стернин, 2001; Седов, 2011; Панкратов, 2001).

Переконання — це вплив на свідомість особистості через звернення до її власного мислення, «тобто людині, до якої доведена якась інформація, прямо або побічно пропонується: осмислити її; критично підійшовши до неї, відібрати істотне, істинне, відкинути хибне; певним чином систематизувати сприйняте; виробити судження, висловити або залишити при собі оцінку; в залежності від результатів проходження перерахованих етапів прийняти рішення і т. д.» (Сергеева, 2002). Переконання зачіпає раціональну та емоційну сферу

людини. Воно здійснюється за допомогою логічних операцій (аргументації, обґрунтування та ін.), які можуть поєднуватися з емоційним впливом. Процес переконання являє собою дискусію, мета якої — переконати людину або групу прийняти точку зору суб'єкта впливу, погодитися з ним.

Спонування (волевиявлення) — це вплив на волю адресата, а не на його почуття чи розум. Співрозмовника спонукають діяти відповідно до бажань мовця. Спонування може бути прямим або непрямим і виявлятися в таких формах, як прохання, заклик, наказ, примус, умовляння і т. ін. І. А. Стернин виключає з цього списку примус, оскільки «мовний вплив як наука про ефективне у цивілізованому спілкуванні вчить нас обходитися без примусу» (Стернин, 2001: 61).

Навіювання (сугестія), на відміну від переконання і спонування, являє собою вплив на підсвідомість людини — на її емоції та почуття, а вже потім — на її думку, волю і поведінку. В основі навіювання лежить беззастережна віра у щось, а не усвідомлене розуміння сенсу сказаного (Панкратов, 2001; Сергеечева, 2002).

Як зазначає К. Ф. Седов, сугестія існувала ще в первісному суспільстві, де виявлялася у формі магії й допомагала зберегти цілісність колективу (Седов, 2011). Сьогодні ж способи навіювання використовуються в різних цілях у психотерапії, рекламі, журналістиці та міжособистісному спілкуванні.

У процесі навіювання відбувається вплив на психіку адресата, знижується свідомість і критичність при сприйнятті інформації, що може привести до виникнення уявлень, які не відповідають дійсності. Сугестор прагне ввести адресата в певний психофізичний стан і прищепити йому ідеї, почуття, емоції проти волі й в обхід свідомості (Бехтерев, 2001). Сугестія може бути прямою і непрямую, навмисною і ненавмисною, оперативною та неоперативною, індивідуальною і колективною (Гончаров, 1995). Різноманітність форм навіювання пов'язана з пошуком ефективних методів впливу.

В рамках нашої роботи в першу чергу важливо зрозуміти, яке місце в теорії мовного впливу займає саме маніпуляція (маніпулювання).

Сам термін «маніпуляція» походить від латинського слова *manipulus*, що означає «жменя», «пучок», яке у свою чергу походить від слів *manus* — «рука», *pleo* — «наповнювати» (Этимологический словарь, 2007).

Можна сказати, що такі особливості, як ручний характер цього процесу, наявність спритності, вправності при виконанні дій-маніпуляцій, впливають з самої етимології слова. Спочатку маніпуляцією називалося майстерне володіння руками під час демонстрації фокусів і карткових ігор. Згодом ця майстерність перетворилася на засіб впливу на психіку людини.

Маніпуляція — це психолінгвістичний процес. Тому для її вивчення потрібна інтеграція результатів психологічних і власне лінгвістичних досліджень.

У лінгвістиці маніпуляція (або маніпулювання) розглядається як різновид мовного впливу (І. А. Стернин, А. А. Данилова, Г. А. Копніна, К. Ф. Седов і ін.). На думку І. А. Стерніна, головним критерієм розмежування цих понять виступає свідомість або несвідомість дій адресата: «Мовний вплив — це вплив на людину за допомогою мови з метою переконати її свідомо прийняти нашу точку зору, свідомо прийняти рішення про будь-які дії, передачу інформації й т. ін. А маніпулювання — це вплив на людину з метою спонукати її повідомити інформацію, зробити вчинок, змінити свою поведінку і т. ін. неусвідомлено або всупереч його власній думці, наміру» (Стернин, 2001: 67).

У процесі комунікації маніпулювання здійснюється за допомогою мовних засобів і мовних способів. Тому в лінгвістиці цей процес називається «мовним (мовним) маніпулюванням». Незважаючи на існування дихотомії «мова — мова», дослідники не розмежовують ці терміни: «Мовна (мовна) маніпуляція (маніпулювання) — різновид маніпулятивного впливу, здійснюваного шляхом майстерного використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на когнітивну і поведінкову діяльність адресата» (Копніна, 2012: 24). Особливий інтерес представляє точка зору К. Ф. Седова, який відносить мовну маніпуляцію до предмета сугестивної психології й розуміє її як «вплив на людину, управління її почуттями, думками, вчинками, який здійснюється поза її волею» (Седов, 2016: 101), але одночасно на її користь.

На наш погляд, прихований характер впливу є основною ознакою маніпуляції. Саме в цьому полягає складність цього феномена: маніпулятор впливає не явно, а приховано, і у зв'язку з цим адресату часто не вдається розпізнати його справжні наміри і захиститися від

такого роду дій. Очевидно, що цей критерій є вирішальним фактором успішного маніпулювання: адресат не повинен здогадуватися про наміри мовця.

«Специфіка маніпуляції полягає в тому, що цей засіб впливу належить до засобів принципово непрямого спілкування: якщо мовець скаже, що його повідомлення має маніпулятивну мету, то станеться «іллокутивне самогубство», комунікація набуде несерйозного характеру» (Карасик, 2002).

Маніпулятор приховує свої справжні наміри, застосовує засоби, що відволікають, щоб донести до адресата необхідну інформацію, а в об'єкта маніпуляції виникає ілюзія самостійності прийняття рішень. На цю важливу ознаку вказує і Г. А. Копніна: «Сутність маніпулятивного впливу полягає в тому, щоб перекласти відповідальність за вчинені дії на адресата, причому так, щоб в останнього створилася ілюзія свободи в ухваленні рішення» (Копніна, 2012: 21). Не можна забувати й про те, що цілі, бажання або наміри маніпулятора не збігаються з тими, які є в адресата в даний момент, що власне і є причиною звернення до маніпуляції. Якщо ж розпізнати наміри автора повідомлення, то можна запобігти процесу маніпуляції.

Вигоду тут слід розглядати в найширшому сенсі, оскільки мета може бути благородною і, навпаки, корисливою. Тому погодимося з К. Ф. Седовим в тому, що мистецтво маніпуляції — «двосічна зброя: в руках людини досвідченої, моральної (наприклад, педагог, психотерапевт) вона може принести багато користі; проте вона може стати знаряддям досягнення корисливих цілей, важелем самоствердження, приниження і джерелом зла» (Седов, 2011: 212).

Питання про моральний бік такого впливу залишається відкритим. П. Б. Паршин зазначає, що терміни «маніпуляція», «маніпулювання» мають неприємну властивість: «вони оцінювальні, і в силу цього самі по собі мають маніпулятивний потенціал» (Паршин, 2000: 57). На думку Г. А. Копніної, використання маніпуляції «в ситуаціях, коли можливий відкритий вплив на співрозмовника, є порушенням риторичної етики» (Копніна, 2012: 16). Однак не погодимося з тим, що маніпуляція — це погано, як прийнято думати. Вона є способом досягнення особистих цілей і виникає на етапі, коли не вдається відкрито вплинути на суперника або тиснути на нього, але при цьому не завжди завдає шкоди. Ми розглядаємо маніпуляцію як нейтральний

термін, а не як лайливе слово або морально обвинувачувальний вид мовного впливу. При аналізі мовного маніпулювання слід враховувати всі фактори, що впливають на процес комунікації.

Необхідно також розмежовувати такі форми впливу на адресата:

1) маніпулятивний і некоректний мовленнєвий вплив.

Маніпуляція відрізняється від впливу, здійснюваного за допомогою некоректних засобів. Наприклад, коли використовуються софізми при переконанні або вдаються до підкупу, зваблювання, провокації при спонуканні й т. ін.

2) маніпулятивний і актуалізаційний вплив.

Особливості цих двох форм розглянуті Е. Шостромом в роботі «Людина-маніпулятор. Внутрішня подорож від маніпуляції до актуалізації» (2008). Основними рисами актуалізатора є повага до особистості співрозмовника, чесність, свобода у вираженні своїх думок, віра в себе та інших й т. ін. (Шостром, 2008). Маніпулятор же найчастіше не враховує інтереси адресата.

3) продуктивна і непродуктивна маніпуляція.

К. Ф. Седов розмежовує продуктивну і непродуктивну (конфліктну) маніпуляцію. «Непродуктивною (конфліктною) формою маніпуляторного впливу слід вважати висловлювання, мета якого — негативний емоційний стан (фрустрація) комунікативного партнера» (Седов, 2011: 217). Така форма передбачає досягнення результату шляхом демонстрації переваги над співрозмовником, самоствердження за його рахунок.

«Продуктивна маніпуляція — це маніпуляція «на благо», коли прихований вплив не тільки не фруструє об'єкт впливу, але навіть покращує його емоційно-психологічний стан» (Седов, 2003). На тлі цього позитивного емоційного стану адресат приймає рішення і здійснює вчинки, які можуть бути вигідні як маніпулятору, так і йому самому. Центральним мовним жанром, що втілює в собі продуктивну маніпуляцію, є комплімент.

Така диференціація форм впливу на адресата відображає різні рівні володіння мовою і може бути представлена у вигляді ієрархії, на нижній сходинці якої буде розташовуватися непродуктивна маніпуляція, а на верхній — мовна актуалізація.

Вплив може набувати різних форм й здійснюватися не тільки в рамках мовної маніпуляції. Відсутність термінологічної точності, за-

гально визнаної класифікації засобів і засобів, а також міждисциплінарний характер предмета дослідження зближують маніпуляцію з такими поняттями, як риторично організована мова, мовна демагогія, пропаганда, нейролінгвістичне програмування (НЛП). Розмежування цих понять є дискусійним питанням, оскільки на практиці спостерігається використання різних засобів впливу. Наприклад, риторичні засоби зустрічаються при маніпуляції, і навпаки, маніпулятивні мовні способи — в риторично організованому дискурсі й т. ін. Але все ж мовне маніпулювання відрізняється від цих форм впливу.

У процесі комунікації риторично організована мова теж впливає на адресата, тому І. А. Стернин включає риторіку, як науку про ефективну публічну промову, до складу теорії мовного впливу (Стернин, 2001, 2011). Риторика вивчає мовну поведінку того, хто говорить і пише (ритора), його комунікативні вміння і навички. Але водночас вона пов'язана також з теорією аргументації. Тим самим риторика вчить не маніпулюванню, а такому способу мовного впливу як переконання. Щоб довести правильність своєї точки зору, зміцнити думку аудиторії, ритор звертається до аргументів і включає у свою промову докази (факти, приклади, думки, висновки й т. ін.). Переконання, на відміну від маніпуляції, проходить у відкритій формі та засноване на свідомому прийнятті пропонованої точки зору.

Найважливіші принципи, що регулюють мовну комунікацію, були сформульовані американським лінгвістом, філософом Г. П. Грайсом у вигляді так званих максим. Одним з них є принцип кооперації, згідно з яким комунікативна мета і її реалізація повинні бути однаково зрозумілі співрозмовникам, і кожен повинен будувати свої висловлювання так, щоб діалог просувався в потрібному напрямку: «Твій комунікативний внесок на даному етапі діалогу має бути таким, якого вимагає спільно прийнята мета (напрямок) цього діалогу» (Грайс, 1985: 222). На наш погляд, цього принципу не дотримуються при маніпуляції, оскільки цей процес не передбачає наявності «спільно прийнятої мети». Адже маніпулятор керується особистими цілями, не враховує інтереси співрозмовника і є нещирим стосовно нього. «В процесі мовного маніпулювання порушуються такі основні правила поведінки ритора, як чесність (заборона на введення аудиторії в оману щодо змісту, цілей мови й т. ін.), скромність (заборона на публічні образи й бездоказові прямі оцінки), передбачливість (забо-

рона на інформування про химерну небезпеку, заборона на введення паніки)» (Данилова, 2011: 19). Однак в риторичному тексті зустрічається використання способів мовного маніпулювання, попри те, що вводити адресата в оману вважається неприйнятним. І, навпаки, багато риторичних засобів (паралельні конструкції, повтори, стежки й т. ін.) використовуються в процесі прихованого впливу. Вони застосовуються для того, щоб зробити вплив більш ефективним, через те, що надають тексту виразність і образність. Тому маніпуляцію часто пов'язують з «чорною риторикою» (Бредемайер, 2014), в основі якої лежить використання нечесних способів ведення дискусій, порушення правил спілкування і спору.

Отже, головна відмінність риторично організованої мови від маніпуляції в тому, що це відкритий вплив, при якому погляди адресата змінюються усвідомлено, а не поза його волею.

Особлива організація тексту, що сприяє виникненню помилок у свідомості адресата, є ознакою не тільки маніпуляції, але і мовної демагогії. Демагогія визначається як «заснований на навмисному перекрученні фактів вплив на почуття, інстинкти малосвідомої частини мас; міркування або вимоги, засновані на грубо односторонньому тлумаченні чогось» (2007).

Способи й засоби лінгводемагогії розглянуті в роботах багатьох науковців. Демагогами називають тих, хто дають порожні, нездійсненні обіцянки, гіперболізують свої досягнення, прагнуть домогтися власних цілей обманом і лестощами. Мовна демагогія переважає в політичному дискурсі. Ю. Л. Нестеренко розділив демагогічні засоби на три класи: спростування аргументації, ігнорування аргументації й дискредитація аргументації (Нестеренко, 2007). Дослідник підкреслює необґрунтованість і бездоказовість тверджень адресанта.

Мовна демагогія і маніпуляція припускають навмисне введення адресата в оману. Однак, попри спільність, між цими явищами спостерігаються відмінності. У процесі мовної демагогії відбувається впровадження у свідомість адресата помилкових уявлень про дійсність, в той час як маніпуляція ґрунтується на «недоступності для адресата мовлення незалежних джерел інформації та провокує помилкові висновки з формально справжніх передумов» (Хазагеров, 2012: 17). Створюються такі умови, які змушують адресата прийняти точку зору мовця.

Дуже складно розмежувати маніпуляцію і пропаганду. З одного боку, маніпуляція розглядається як складова частина пропаганди, з іншого боку, пропаганда вважається засобом політичної маніпуляції. Обидва типи впливу Б. Н. Бессонов назвав «інструментами духовного поневолення» (Бессонов). Складність полягає в тому, що неможливо чітко визначити межі між цими явищами: в пропаганді зустрічається використання прийомів прихованого впливу, а при маніпулюванні можливе застосування пропагандистських засобів (наприклад, відбір інформації, спотворення фактів, звернення до вузького кола експертів, демонізація ворога й ін).

Пропагандист, як і маніпулятор, прагне підпорядкувати адресата своїй волі. «Пропаганда включає майстерне використання образів, гасел і символів, що грає на наших забобонах і емоціях» (Аронсон, Пратканис 2003). Але на відміну від маніпуляції, в основі пропаганди лежить ідеологія (Данилин, 2009; Войтасик, 1981), оскільки це процес цілеспрямованого поширення, навіть нав'язування певної системи поглядів та ідей, що інформація, яка повідомляється, може бути правдою, напівправдою або навіть брехнею. Щоб вплив був ефективним, пропагандист добирає необхідні мовні засоби. Його мета — вплинути на громадську думку і поведінку, сформувати позитивне або негативне ставлення до об'єкта або події.

Таким чином, відмітними рисами пропаганди є відкритий, наступальний характер протікання, емоційна подача інформації й наявність будь-якої ідеї, яку необхідно поширити.

Нейролінгвістичне програмування (НЛП) — напрям в практичній психології та психотерапії, який займається створенням моделей поведінки та втіленням їх в життя. Основи НЛП були розроблені американськими вченими Річардом Бендлером і Джоном Гріндером в середині сімдесятих років ХХ століття. «НЛП займається проблемою впливу, який чинить мовне програмування психічних процесів й інших функцій нервової системи, а також вивчає, яким чином психічні процеси й нервова система формують нашу мову, мовні шаблони та знаходять в них віддзеркалення» (Дилтс, 2014: 16). Методи НЛП знаходяться на стику декількох дисциплін: психології, психотерапії, програмування і мовознавства. З їх допомогою встановлюється взаємозв'язок мови, мислення і поведінки людини.

Мова розглядається як засіб комунікації, репрезентації та програмування. На наш погляд, НЛП відрізняється від маніпуляції тим, що воно спрямоване на психіку, мозок людини, дозволяє оволодіти необхідними вміннями та навичками для того, щоб стати ефективним комунікатором або підпорядкувати людину своїй волі. Знання методів НЛП дає людям більше варіантів поведінки (О'Коннор, Сеймор, 1997). Маніпуляція сама по собі не передбачає свободи вибору і заглиблення в підсвідомість людини.

**Висновки.** Отже, проблема маніпулятивного впливу містить безліч окремих питань. Одним з таких є питання про співвідношення маніпуляції й суміжних з нею явищ — риторично організованої мови, мовної демагогії, пропаганди та НЛП. В основі всіх цих процесів лежить прагнення мовця вплинути на адресата, підпорядкувати його своїй волі, а також використання мови як інструменту впливу. Однак, всупереч подібності, ці форми впливу мають свої особливості та відрізняються від мовного маніпулювання. Риторика вчить переконувати, впливати у відкритій формі так, що адресат усвідомлено приймає запропоновану точку зору.

Мовна демагогія — це використання бездоказової, навмисно спотвореної інформації, мовних штампів, емоційно забарвлених слів і виразів з метою домогтися результату обманом і лестощами. Пропаганда — це поширення будь-якої ідеології з метою вплинути на громадську думку і поведінку. НЛП — тип впливу, що призводить до зміни мислення і поведінки адресата шляхом введення в певний психофізичний стан.

Розмежування маніпуляції й суміжних з нею явищ є дискусійним питанням, оскільки немає загально визнаної класифікації маніпулятивних засобів та способів. Основна складність полягає в тому, що на практиці спостерігається змішання типів і засобів впливу. Наприклад, риторичні або пропагандистські способи використовуються під час маніпуляції, і навпаки. Вибір засобів і способів залежить від цілей мовця, від адресата і самого процесу впливу.

Основні ознаки маніпуляції — прихований характер впливу, прагнення підпорядкувати адресата своїй волі; майстерне володіння словом і психологічними навичками; особлива мовна організація тексту, що сприяє виникненню помилок у свідомості співрозмовника; створення ілюзії самостійності прийняття рішень і відсутність захис-

ної реакції в адресата. У сукупності всі ці ознаки відрізняють маніпуляцію від способів мовного впливу (переконання, спонукання) і суміжних з нею явищ (риторично організованої мови, мовної демагогії, пропаганди, НЛП). Маніпулювання застосовується в політиці, рекламі, сфері PR, педагогіці, судовій практиці, психотерапії, літературі, неофіційному спілкуванні й т. ін.

Складнощі вивчення маніпуляції обумовлені відсутністю в лінгвістиці термінологічної точності, загально визнаної класифікації засобів і способів, міждисциплінарним характером предмета дослідження і змішаним різновидом впливу в мовних практиках.

### ЛІТЕРАТУРА

Аккурт В. Є. Теоретичні аспекти поняття сугестивності в лінгвістиці. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки*. Одеса, 2019. Вип. 28. С. 5–13.

Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. Санкт-Петербург : Прайм-Евроснак, 2003. 384 с.

Бессонов Б. Н. Пропаганда и манипуляция как инструменты духовного порабощения. Москва : Мысль, 1971. 295 с.

Бехтерев В. М. Внушение и его роль в общественной жизни. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 256 с.

Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2014. 183 с.

Бэндлер Р., Гриндер Дж. Большая энциклопедия НЛП. Структура магии. Москва : АСТ, 2015. 445 с.

Войтасик Л. Психология политической пропаганды. Москва : Прогресс, 1981. 280 с.

Гончаров Г. А. Суггестия: теория и практика. Москва : КСП, 1995. 320 с.

Грайс Г. П. Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистическая прагматика*. Москва : Прогресс, 1985. Вып. XVI. С. 217–237.

Данилин П. В. Пропаганда и идеология. Манипуляции. Типология. URL: [http://evartist.narod.ru/text28/0001.htm#з\\_лек\\_02](http://evartist.narod.ru/text28/0001.htm#з_лек_02) (дата звернення: 21.12.2019).

Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. Москва : Добросвет : Изд-во «КДУ», 2011. 232 с.

Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть : Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Москва : Книжный дом «Либроком», 2013. 344 с.

Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. Санкт-Петербург : Питер, 2014. 256 с.

Дьюба Ж. Общая риторика. Москва : Прогресс, 1986. 392 с.

Иванова К. В. Концепции лингвистического исследования речевого воздействия. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2012. № 5 (16). С. 88–91.

Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.

Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Москва : Прогресс, 1992. 712 с.

Королева Т., Попова О. Психолінгвістичні аспекти відтворення китайськомовного військово-політичного дискурсу українською мовою. *Psycholinguistics. Серія : Філологія*. Переяслав-Хмельницький, 2019. Вип. 25 (2). С. 92–116

Копнина Г. А. Речевое манипулирование : учеб. пособие. Москва : Флинта, 2012. 170 с.

Матвеева Г. Г. Диагностирование личностных свойств автора по его речевому поведению. Ростов-на-Дону : Изд-во Донского юридического института, 1999. 83 с.

Нестеренко Ю. Л. Демагогия. Классификация демагогических приемов с примерами и советами по противодействию. URL: [http://wikilivres.ru/Демагогия\\_\(Нестеренко\)](http://wikilivres.ru/Демагогия_(Нестеренко)) (дата звернення 11.12.2019).

О'Коннор Дж., Сеймор Дж. Введение в нейролингвистическое программирование : новейшая психология личного мастерства. Челябинск : Версия, 1997. 256 с.

Панкратов В. Н. Психотехнология управления людьми : практическое руководство. Москва : Изд-во Ин-та психотерапии, 2001. 324 с.

Паршин П. Б. Речевое воздействие. URL: <http://www.krugosvet.ru/node/38583> (дата звернення 12.01.2020).

Паршин П. Б., Пирогова Ю. К., Баранов А. Н. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. Москва : Издательский дом Гребенникова, 2000. 270 с.

Седов К. Ф. Дискурс как суггестия : Иррациональное воздействие в межличностном общении. Москва : Лабиринт, 2011. 336 с.

Седов К. Ф. Общая и антропоцентрическая лингвистика. Москва : Издательский Дом ЯСК, 2016. 440 с.

Сергеечева В. Приемы убеждения. Стратегия и тактика общения. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 192 с.

Стернин И. А. Основы речевого воздействия: учеб. издание. Воронеж : Истоки, 2012. 178 с.

Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : Истоки, 2001. 252 с.

Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения. Москва : Наука, 1990. С. 3–14.

Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения. *Вопросы языкознания*. Москва, 1991. № 6. С. 46–50.

Хазагеров Г. Г., Корнилова Е. Е. Риторика делового человека: учеб. пособие. Москва : Флинта, 2012. 136 с.

Шостром Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. Москва : Апрель-Пресс ; Психотерапия, 2008. 192 с.

Этимологический словарь русского языка / под общ. ред. А. Ф. Журавлева, Н. М. Шанского. Москва : Изд-во МГУ, 2007. Вып. 10. 400 с.

Bolinger D. Language — the Loaded Weapon: the Use and Abuse of Language. N. Y. : Longman, 1980. 224 p.

Dilts R. B. Sleight of mouth. The magic of conversational belief change. California : Meta Publications, 1999. 330 p.

Lakoff R. T. Talking Power: The Politics of Language. N. Y. : Basic Books, 1990. 324 p.

## МЕТОДЫ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ЛИНГВИСТИКЕ

**Владислава Аккурт**

кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры перевода и теоретической и прикладной лингвистики Государственного учреждения

«Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского»

Одесса, Украина

e-mail: ladyboss2105@gmail.com

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-3542-3428>

### АННОТАЦИЯ

Слова, как правило, употребляются в своем прямом значении, но часто предоставляемая информация имеет скрытый характер. Манипулирование применяется практически во всех сферах деятельности человека, что и обуславливает актуальность среди исследователей.

В статье рассматриваются основные точки зрения на языковое манипулирование как сложный психолингвистический процесс и разновидность речевого воздействия методом анализа, синтеза и обобщением научных исследований отечественных и зарубежных специалистов в области лингвистики, психологии, риторики, НЛП и теории дискурса.

Несмотря на то, что манипуляционные возможности языка все чаще становятся объектом различных лингвистических исследований, основные сложности изучения феномена речевого воздействия сохраняются до сих пор. Они обусловлены междисциплинарным характером предмета исследования, смешением различных способов воздействия языковой практики и отсутствием в лингвистике общепризнанной классификации средств и способов манипуляции.

Основными характеристиками манипуляции являются: имплицитный характер воздействия; стремление подчинить адресата своей воле, изменить его взгляды, представления; обладание языковыми и психологическими навыками на высоком уровне; особая языковая структура текста способствует возникновению ошибок в сознании собеседника; отсутствие защитной реакции у адресата и создание у него впечатления, будто он сам принял решение. В совокупности все эти признаки отличают языковую манипуляцию от других форм воздействия (риторически организованного языка, демагогии, пропаганды и нейролингвистического программирования).

**Ключевые слова:** речевое воздействие, нейролингвистическое программирование, суггестия, манипуляция, убеждение, побуждение, пропаганда.

## MANIPULATORY INFLUENCE METHODS IN LINGUISTICS

**Vladyslava Akkurt**

Candidate of Philology, Senior Lecturer at the Department of Translation and Theoretical and Applied Linguistics, State Institution “South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky”

Odesa, Ukraine

e-mail: ladyboss2105@gmail.com

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-3542-3428>

### SUMMARY

Words are usually used in their direct meaning, but often the information provided is hidden. Manipulation is used in almost all spheres of human activity — in politics, advertising, jurisprudence, literature, psychotherapy, training, informal communication, etc., that makes it relevant for researchers.

The article deals with the main points of view on linguistic manipulation as a complex psycholinguistic process and a kind of linguistic influence by the method of analysis, synthesis and generalization of scientific researches of native and foreign specialists in linguistics, psychology, rhetoric, neurolinguistic programming and discourse theory.

Although the manipulative capacity of language is increasingly becoming the object of various linguistic studies, the main complexities of studying the phenomenon of speech influence remain. They are due to the interdisciplinary nature of the subject matter, the confusion of different modes of influence in language practices, and the lack of a generally accepted classification of means and methods of manipulation in linguistics.

The main features of manipulation are: the hidden nature of the influence; the desire to subordinate the addressee of his will, change his views, perceptions, etc.; mastery of language and psychological skills; special linguistic organization of the text that contributes to errors in the interlocutor's mind; lack of a defensive response from the addressee and the creation of the illusion of decision-making independence. Taken together, all these features distinguish linguistic manipulation from other forms of influence (rhetorically organized language, linguistic demagoguery, propaganda, and neurolinguistic programming).

**Key words:** speech influence, neurolinguistic programming, suggestion, manipulation, persuasion, motivation, propaganda.

### REFERENCES

- Akkurt V. Ye. Teoretychni aspekty ponyattya suhestyvnosti v lnhvistytsi. [Theoretical aspects of the concept of suggestion in linguistics]. *Naukovyi Visnyk Pivdennoukrainskoho Natsionalnoho Pedahohichnoho Universytetu imeni K. D. Ushynskoho. Lnhvistychni nauky — Scientific Research Issues of South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky: Linguistic Sciences*, 28, 5–13 [in Ukrainian].

Aronson, E., Pratkanis E. R. (2003). *Epokha propagandy: Mekhanizmy ubezhdeniya, povsednevnoye ispol'zovaniye i zloupotrebleniye [The era of propaganda: The mechanisms of persuasion, daily use and abuse]*. Saint Petersburg: praim-YEVROZNAK [in Russian].

Bessonov, B. N. (1971). *Propaganda i manipulyatsiya kak instrumenty dukhovnogo porobshcheniya [Propaganda and manipulation as tools of spiritual enslavement]*. Moscow: Mysl' [in Russian].

Bekhterev, V. M. (2001). *Vnusheniye i yego rol' v obshchestvennoy zhizni [Suggestion and its role in public life]*. Saint Petersburg: Piter [in Russian].

Bredemayyer, K. (2014). *Chernaya ritorika: Vlast' i magiya slova [Black Rhetoric: power and magic of words]*. Moscow: Al'pina Biznes Buks [in Russian].

Bendler, R. & Grindler, Dzh. (2015). *Bol'shaya entsiklopediya NLP. Struktura magii [Great Encyclopedia of NLP. The structure of magic]*. Moscow: AST [in Russian].

Voytasik, L. (1981). *Psikhologiya politicheskoy propagandy [Psychology of political propaganda]*. Moscow: Progress [in Russian].

Goncharov, G. A. (1995). *Suggestiya: teoriya i praktika [Suggestion: theory and practice]*. Moscow: «KSP» [in Russian].

Grays, G. P. (1985). Logika i rechevoye obshcheniye [Logic and verbal communication]. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike: Lingvisticheskaya pragmatika — New in Foreign Linguistics: Linguistic Pragmatics, XVI*, 217–237 [in Russian].

Danilin, P. V. Propaganda i ideologiya. Manipulyatsii. Tipologiya [Propaganda and ideology. Manipulation. Typology]. *evartist.narod.ru*. Retrieved from [http://evartist.narod.ru/text28/0001.htm#z\\_lek\\_02](http://evartist.narod.ru/text28/0001.htm#z_lek_02). [in Russian].

Danilova, A. A. (2011). *Manipulirovaniye slovom v sredstvakh massovoy informatsii [Word manipulation in the media]*. Moscow: Dobrosvet, «KDU» [in Russian].

Deyk, T. A. van. (2013). *Diskurs i vlast': Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii [Discourse and power: Representation of dominance in language and communication]*. Moscow: Knizhnyy dom «LIBROKOM» [in Russian].

Dilts, R. (2014). *Fokusy yazyka. Izmeneniye ubezhdeniy s pomoshch'yu NLP [Tricks of language. Changing beliefs with NLP]*. Saint Petersburg: PITER [in Russian].

Dyubua, Zh. (1986). *Obshchaya ritorika [General rhetoric]*. Moscow: Progress [in Russian].

Ivanova, K. V. (2012). Kontseptsii lingvisticheskogo issledovaniya rechevogo vozdeystviya [Concepts of a linguistic study of speech influence]. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki — Philological sciences. Theory and Practice*, 5, 88–91.

Karasik, V. I. (2002). *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs [Linguistic Circle: Personality, Concepts, Discourse]*. Volgograd: Peremena [in Russian].

Karnegi, D. (1992). *Kak zavoyevyvat' druzey i okazyvat' vliyanie na lyudey [How to make friends and influence people]*. Moscow: Progress [in Russian].

Kopnina, G. A. (2012). *Rechevoye manipulirovaniye [Speech manipulation]*. Moscow: Flinta [in Russian].

Matveyeva, G. G. (1999). *Diagnostirovaniye lichnostnykh svoystv avtora po yego rechevomu povedeniyu [Diagnosing the author's personality traits by his speech behavior]*. Rostov-na-Donu: Izdatel'stvo Donskogo yuridicheskogo instituta [in Russian].

Nesterenko, Yu. L. Demagogiya. Klassifikatsiya demagogicheskikh priyemov s primerami i sovetami po protivodeystviyu [Demagogy. Classification of demagogic techniques with examples and advice on counteraction]. *wikilivres.ru*. Retrieved from URL: [http://wikilivres.ru/Демагогія\\_\(Нестеренко\)](http://wikilivres.ru/Демагогія_(Нестеренко))

O'Konnor, Dzh., Seymor, Dzh. (1997). *Vvedeniye v neyrolingvisticheskoye programirovaniye: noveyshaya psikhologiya lichnogo masterstva [Introduction to neuro-linguistic programming: the latest psychology of personal mastery]*. Chelyabinsk: Versiya [in Russian].

Pankratov, V. N. (2001). *Psikhotekhnologiya upravleniya lyud'mi: prakticheskoye rukovodstvo [Psychotechnology of people management: a practical guide]*. Moscow: Izdatel'stvo Institutata Psikhoterapii [in Russian].

Parshin, P. B. Rechevoye vozdeystviye [Speech influence]. *krugosvet.ru*. Retrieved from URL: <http://www.krugosvet.ru/node/38583>

Parshin, P. B., Pirogova Yu. K., Baranov A. N. (2000). *Reklamnyy tekst: semiotika i lingvistika [Advertising text: semiotics and linguistics]*. Moscow: Izdatel'skiy dom Grebennikova [in Russian].

Sedov, K. F. (2011). *Diskurs kak suggestiya: Irratsional'noye vozdeystviye v mezhlchnostnom obshchenii [Discourse as suggestion: Irrational impact in interpersonal communication]*. Moscow: Labirint [in Russian].

Sedov, K. F. (2016). *Obshchaya i antropotsentricheskaya lingvistika [General and anthropocentric linguistics]*. Moscow: Izdatel'skiy Dom YASK [in Russian].

Sergeycheva, V. (2002). *Priyemy ubezhdeniya. Strategiya i taktika obshcheniya [Methods of persuasion. Strategy and tactics of communication]*. Saint Petersburg: Piter [in Russian].

Sternin, I. A. (2012). *Osnovy rechevogo vozdeystviya [The basics of speech influence]*. Voronezh: Istoki [in Russian].

Sternin, I. A. (2001). *Vvedeniye v rechevoye vozdeystviye [Introduction to speech influence]*. Voronezh: Istoki [in Russian].

Tarasov, Ye. F. (1990). *Rechevoye vozdeystviye kak problema rechevogo obshcheniya [Speech influence as a problem of speech communication]*. Moscow: Nauka [in Russian].

Fedorova, L. L. (1991). Tipologiya rechevogo vozdeystviya i yego mesto v strukture obshcheniya [Typology of speech influence and its place in the structure of communication]. *Voprosy yazykoznaniya — Linguistics Issues*, 6, 46–50. [in Russian].

Khazagerov, G. G., Kornilova Ye. Ye. (2012). *Ritorika delovogo cheloveka [Rhetoric of a business person]*. Moscow: Flinta [in Russian].

Shostrom, E. (2008). *Chelovek-manipulyator. Vnutrenneye puteshestviye ot manipulatsii k aktualizatsii [Man manipulator. The inner journey from manipulation to actualization]*. Moscow: Aprel'-Press, Psikhoterapiya [in Russian].

Zhuravlev, A. F. & Shanskoi, N. M. (Eds.). (2007). *Etimologicheskii slovar' russkogo yazyka [Etymological dictionary of Russian language]* (10th ed.). Moscow: MGU [in Russian].

Bolinger, D. (1980). *Language — the Loaded Weapon: the Use and Abuse of Language*. New York: Longman [in English].

Dilts, R. B. (1999). Sleight of mouth. The magic of conversational belief change. California: Meta Publications [in English].

Korolova, T. & Popova, O. (2019). Psikhohivystichni aspekty vidtvorennia kytais-komovnoho viiskovo-politychnoho dyskursu ukrainskoiu movoiu [Psycholinguistic Aspects of Reproducing the Chinese Military and Political Discourse in Ukrainian]. *Psycholinguistics*, 25 (2), 92–116 [in Ukrainian].

Lakoff, R. T. (1990). *Talking Power: The Politics of Language*. New York: Basic Books [in English].

Стаття надійшла до редакції 01.10.2019