

Сорокіна Л. Є.,

кандидат філологічних наук, асистент кафедри іноземних мов гуманітарних спеціальностей
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

МОВЛЕННЄВА МАНІПУЛЯЦІЯ ТА ІНШІ ВИДИ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ: ТЕРМІНОЛОГІЧНЕ РОЗМЕЖУВАННЯ ПОНЯТЬ

Анотація. У статті розглянуті основні види мовленнєвого впливу, уточнено обсяг та специфіку поняття мовленнєва маніпуляція, проаналізовані відмінності між маніпулятивним та іншими видами мовленнєвого впливу.

Ключові слова: мовленнєвий вплив, мовленнєва маніпуляція, мовна демагогія, брейнушінг, нейролінгвістичне програмування, сугестія, персуазивність.

Постановка наукової проблеми та її значення. Різноманіття підходів до мовленнєвого впливу, на наш погляд, відображає складність цього феномену. Дослідження маніпулятивного впливу в комунікації вимагає звернення до витоків вивчення природи мовленнєвої маніпуляції, а саме, до теорії мовленнєвого впливу, в галузі якої працювали такі вчені як Г.Г. Почепцов, І.А. Стернін, Є.Ф. Тарасов, О.С. Іссерс, О.В. Шелестюк, Р.В. Блакар, В.В. Різун, В.М. Корнєєв та ін. Передусім, спробуємо окреслити основну сутність поняття: мовленнєвий вплив у широкому розумінні ототожнюється з будь-яким мовленнєвим спілкуванням, узятим в аспекті його цільової обумовленості, або вербальним спілкуванням, яке описане з позиції одного із комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкт впливу, а свого співрозмовника – як об'єкт впливу [1, с. 5]. Існує схожа точка зору, що зближує поняття мовленнєвого впливу та мовленнєвої взаємодії. Так, О.С. Іссерс розглядає мову як семіотичний код, який нав'язує адресатові систему цінностей та уявлень мовця і, відповідно, вибудовує іншу модель світу. Точніше, мова як інструмент впливу не просто відображає факти за принципом дзеркала, вона в тій чи іншій мірі виявляється кривим дзеркалом, кривизна якого визначається комунікативними завданнями адресата та його світосприйняттям [2, с. 36].

У вузькому розумінні мовленнєвий вплив розглядається в сфері так званих координативних відносин, коли комунікантів пов'язують відносини рівноправного співробітництва, а не відносини субординації (формальної чи неформальної). Такий вид мовленнєвого впливу передбачає, що суб'єкт мовленнєвого впливу регулює діяльність іншої людини, певною мірою вільної у виборі своїх дій та діючої у відповідності зі своїми потребами [1, с. 5; 3, с. 23]. Аналізуючи процес спілкування з когнітивної сторони, Р. Блакар розуміє процес вербального спілкування та, зокрема, мовленнєвого впливу як здійснення влади. Згідно з думкою вченого, навіть нейтральне використання мови передбачає вплив на світосприйняття та спосіб його структурування [4, с. 90]. Таким чином, за допомогою висловлень адресата спонукають розпочати, змінити чи за-

кінчити будь-яку діяльність, впливають на прийняття ним рішень і спричиняють корекцію його уявлення про світ.

Аналіз досліджень з даної теми. Зважимо на те, що мовленнєвий вплив в сучасних дослідженнях [5–8] часто ідентифікується з маніпулюванням або розуміється як обман, сугестія, персуазивність тощо. Однак не слід ототожнювати мовленнєвий вплив та вказані поняття. **Мета** статті – визначити й обґрунтувати відмінності між маніпулятивним та іншими видами мовленнєвого впливу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів. Задля уточнення та розмежування терміну, ми, по-перше, класифікуємо мовленнєвий вплив за: 1) характером взаємодії адресанта й адресата;

2) критерієм усвідомлення мовленнєвих дій адресантом; 3) орієнтацією на співрозмовника. По-друге, проаналізуємо та надамо дефініції суміжним із маніпуляцією феноменам, що, на наш погляд, уможливить проведення детального аналізу маніпулятивного впливу. Таким чином, маніпулятивний та мовленнєвий вплив відрізняються за такими критеріями:

1) За *характером взаємодії адресанта й адресата* розрізняється прямий та прихований вплив. Різновид впливу, за якого воля адресанта прямо не виражається, але передається за допомогою інших способів, називається прихованим (імпліцитним) [9, с. 37]. Основною відмінністю прямого (експліцитного) впливу є формулювання адресантом мети впливу, тобто його мовне вираження набуває форми наказу, прохання, побажання.

Прихований вплив передбачає декодування, усвідомлення та підсвідоме засвоєння імпліцитного змісту, тобто додаткових значень і експресивних відтінків, які містять експліцитно виражені одиниці повідомлення. Прихований вплив – це процес неусвідомленої адресантом зміни його поведінки, емоційних станів, переконань і установок, зумовлений мовними діями відправника повідомлення [9, с. 41].

2) За *критерієм усвідомлення адресантом мовленнєвих дій* розрізняють усвідомлений (інтенціональний) та неусвідомлений (неінтенціональний) вплив. Характерною рисою усвідомленого мовленнєвого впливу є те, що адресант ставить перед собою завдання домогтися від адресата ментальної / фізичної реакції чи дії. В разі неусвідомленого мовленнєвого впливу адресант не планує отримати від адресата бажаного результату.

3) За *орієнтацією на співрозмовника* розмежують індивідуально та соціально орієнтований мовленнєвий вплив. Індивідуально орієнтований мовленнєвий вплив спрямований безпосередньо на окрему особистість. Відмінність соціально орієнтованого мовленнєвого впливу

полягає у тому, що адресат моделює узагальнений образ групи як цілого [5, с. 57].

Отже, ми відносимо маніпуляцію до прихованого інтенціонального різновиду мовленнєвого впливу, який характеризується як індивідуальною, так і соціальною орієнтацією на співрозмовника. В статті *мовленнєву маніпуляцію* визначаємо як вид мовленнєвого впливу, спрямованого на впровадження в модель світосприйняття адресата нових знань, думок, емоцій і / або модифікацію вже наявних шляхом застосування відповідних до прагматичної мети адресанта комунікативних стратегій і тактик.

Понятійний апарат аналізу та систематизації способів впливу на свідомість у нашій роботі включає в себе терміни: мовна маніпуляція, мовна демагогія, брейнуошінг, нейролінгвістичне програмування, сугестія, персуазивність. Визнаючи спорідненість термінів та процесів, які вони представляють, ми вважаємо необхідним роз'яснити вказані теоретичні визначення.

Термін «мовна демагогія», введений Т.В. Булигіною та О.Д. Шмельовим, визначається як прийом непрямого впливу на реципієнта, коли думки, котрі необхідно у нього викликати, не висловлюються прямо, а нав'язуються йому шляхом використання мовних засобів та мовленнєвих прийомів. Основним способом впливу на співрозмовника є маскування суб'єктивного судження (асерції) під ствердження, що сприймається як загальновідомий факт (пресупозицію) [10, с. 461].

Виходячи з цього визначення, другий термін вважаємо більш вдалим з огляду на те, що семантика слова «маніпуляція» передбачає спрямовану та продуману дію адресанта, в той час як поняття «демагогія» в першу чергу пов'язане з міжособистісною комунікацією, яка не містить чітко визначеної мети [11, с. 23]. Слід також підкреслити, що потенціал засобів впливу на адресата, що використовує маніпулятор, значно ширший маскування асерції під загальновідомий факт.

Термін «брейнуошінг» (brainwashing – дослівно: промивання мізків) у вітчизняних дослідженнях вживається як синонім терміну «маніпулювання свідомістю» [11, с. 22]. Зовсім іншої точки зору дотримуються в західній науковій традиції: брейнуошінг – не просто певний вплив на свідомість, а систематичне навіювання ідей, що супроводжується усіма видами фізичного та психічного впливу. Техніка брейнуошінгу передбачає ізоляцію людини від попередніх джерел інформації, вимога повної покори суспільному режимові [11, с. 22]. На відміну від брейнуошінгу маніпуляція свідомістю виключає застосування фізичної сили, не потребує психологічної реабілітації, не здійснює жорсткого психологічного тиску на людину.

Окремий розвиток в останні роки отримала концепція нейролінгвістичного програмування (НЛП), що базується на технологіях психокорекції і дозволяє вибудувати успішну стратегію спілкування в соціальній сфері, комерції, торгівлі тощо. Лінгвістична складова нейролінгвістичного програмування – мова – розглядається, за висловленням одного з авторів концепції НЛП, «як мастило, що посилює вплив учинків» [12, с. 23]. Основоположники НЛП Р. Бендлер, Дж. Гріндер, Р. Ділтс роблять акцент на тому, що інформація, яка сформульована за допомогою мовних одиниць, заміщує інформацію, котра поступає за допомогою органів чуття, асоціативних спогадів чи

емоцій. У порівнянні з маніпуляцією НЛП є ширшим та психологічно багатограннішим поняттям і не обмежується лише мовленнєвою маніпуляцією, яку вважаємо лише складовою частиною програмування.

На противагу вищесказаним поняттям сугестія, сугестивність (від лат. *suggerere* – навіювати) визначається [6, 7, 13, 14, 15] як вплив на підсвідомість, емоції та почуття людини, які опосередковано забезпечує вплив на її розум, волю, поведінку. Такий вплив здійснюється за рахунок послаблення контрольної-регулятивної функції на свідомість, зниження критичності в процесі сприйняття та реалізації навіюваного змісту, а також завдяки відсутності цілеспрямованого активного розуміння, розгорнутого логічного аналізу й оцінки зі сторони реципієнта [15, с. 11]. Розрізняють універсальні сугестивні тексти – заговори, молитви, формули гіпнозу та аутотренінги, а також індивідуальні тексти терапевтичного спрямування [14, с. 26]. Такі характеристики сугестії, з нашої точки зору, зближують сугестію з НЛП, оскільки у процесі навіювання відбуваються зміни в нейрофізіологічному стані адресата, в результаті чого реципієнт «набуває особливого нейропсихологічного портрету» [7, с. 24]. Саме у цьому полягає принципова розбіжність між поняттям сугестії та маніпуляції: сугестивний вплив за своєю природою є більш глибоким, оскільки спричиняється біопсихологічним стимулом, що здебільшого застосовується фахівцями у психотерапевтичних цілях; у той час як мовленнєва маніпуляція не пригнічує раціональне мислення, а лише направляє його у потрібному для маніпулятора руслі і відбувається між пересічними комунікантами.

Персуазивність (від лат. *persuadere* – вмовляти) означає вплив автора усного чи писемного повідомлення на адресата з метою переконання, закликання до здійснення / нездійснення певних дій [14, с. 25]. Під персуазивною комунікацією вчені розуміють повідомлення з метою формування й ствердження або зміни поглядів реципієнта тексту [8, с. 123]. Проте, персуазивність не зводиться лише до класичних риторичних прийомів та засобів образності. Механізми персуазивності мають інтегративний комплексний характер, здійснюються в єдності раціонального та чуттєвого начал. Так, в роботі О.М. Красенко, персуазивність постає як модусно-кваліфікативна категорія, за допомогою якої мовець кваліфікує достовірність повідомленої інформації через власне переконання [16, с. 4].

Важливо підкреслити, що між термінами «сугестивність» та «персуазивність» не існує абсолютно чітких меж. Ми дотримуємось точки зору Є.В. Чернявської, яка розглядає сугестію як навіювання, яке виключає раціональне начало і спирається лише на чуттєво-асоціативні сторони свідомості. На відміну від сугестивного, персуазивний вплив передбачає досягнення бажаної мети через переконання з опорою на раціональне обґрунтування, не виключаючи, а навпаки, враховуючи емоційно-оцінні засоби впливу [14, с. 29]. Отже, персуазивний вплив реалізується через засоби як аргументативного, так і маніпулятивного характеру.

Підводячи підсумки, зазначимо, що характер впливу визначається його метою, структурно-функціональними особливостями його мовної репрезентації, специфікою об'єкту, на котрий він направлений. мовленнєва маніпуляція відрізняється від усіх інших видів впливу: від брей-

нуошінгу – відсутністю фізичного впливу і очевидної психологічної агресії; від мовленнєвої демагогії тим, що мовленнєва маніпуляція не зводиться лише до маскуванню асерції під пресупозицію; від нейролінгвістичного програмування та сугестії тим, що останні відносяться виключно до галузі психології особистості, психоаналізу та самовпливу. Персуазивність у своїх мовленнєвих можливостях є дотичною до мовленнєвого впливу, але при цьому дещо ширшою у розумінні характеру впливу на адресата, адже знаходиться на перетині аргументації та маніпуляції, а, отже, залучає стратегії, тактики, засоби тощо обох видів комунікативного впливу.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у детальному вивченні комунікативних, когнітивних та гендерних особливостей мовленнєвої маніпуляції.

Література:

1. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие : Методология и теория / Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия / [отв. ред. Р. Г. Котов]. – М. : Наука, 1990. – С. 5–18.
2. Иссерс О. С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий / О. С. Иссерс // Вестник Омского университета. – 1999. – Вып. 1. – С. 74–79.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
4. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирические исследования языка и его использования в социальном контексте) / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия / [сост. В. М. Сергеева, В. М. Паршин; общ. ред. В. В. Петровой]. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–125.
5. Гришечко Е. Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия / Е. Г. Гришечко // Гуманитарные и социальные науки. Северокавказский науч. центр высшей школы. – Ростов н/Д, 2008. – № 4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа до журналу: http://www.hses-online.ru/2008/04/10_02_04/10.pdf – Назва з титул. екрану.
6. Голоднов А. В. Персуазивная стратегия текстообразования в риторическом медиадискурсе / А. В. Голоднов // Вестник гос. ун-та им. А. С. Пушкина. Серия : Филология. – № 4. – Спб, 2008. – С. 113–125.
7. Желтухина М. Р. Масс-медиаальная коммуникация: языковое сознание – воздействие – суггестивность / М. Р. Желтухина // Язык, сознание, коммуникация : [сб. науч. ст. / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов]. – М. : МАКС Пресс, 2003. – Вып. 24. – С. 13–28.
8. Павлюк Л. С. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація / Людмила Степанівна Павлюк. – Львів : ПАІС, 2007. – 168 с.
9. Різун В. В. Лінгвістика впливу / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. М. Корнєєв. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – 148 с.
10. Булыгина Т. В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.
11. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / Анна Александровна Данилова. – М. : Добросвет, Изд-во «КДУ», 2009. – 234 с.
12. Bandler R. The Structure of Magic I : A Book about Language and Therapy / R. Bandler, J. Grinder. – Palo Alto : Science & Behavior Books, 1975. – 225 p.
13. Ільницька Л. Л. Англomовний сугестивний дискурс : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Л. Л. Ільницька. – Х., 2006. – 20 с.
14. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : Проблемы речевого воздействия / Валерия Евгеньевна Чернявская. – М. : Флинта-Наука, 2006. – 136 с.
15. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие : онтология и методология исследования : автореф. дис. на соискание уч. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Е. В. Шелестюк. – Челябинск, 2009 – 42 с.
16. Красненко О. М. Лінгвопрагматичні засоби персуазивності у сучасній французькій мові (на матеріалі публікацій з міжнародних відносин) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 «Романські мови» / О. М. Красненко. – К., 2011. – 20 с.

Сорокина Л. Е. Речевая манипуляция и другие виды речевого воздействия: терминологическое разграничение понятий

Аннотация. В статье рассмотрены основные виды речевого воздействия, обоснована суть и специфика понятия речевой манипуляции, проанализированы отличия между манипулятивным и другими видами речевого воздействия.

Ключевые слова: речевое воздействие, речевая манипуляция, языковая демагогия, брейнушинг, нейролінгвістичне програмування, суггестія, персуазивність.

Sorokina L. Verbal Manipulation and Other Types of Verbal Influence: Differentiation of Terminology

Summary. The article focuses on the study of the types of verbal influence. The research offers a comprehensive definition of the term «manipulation» and its analysis in comparison with the other types of verbal influence.

Key words: verbal influence, verbal manipulation, lingual demagogu, brainwashing, neurolinguistic programming, suggestion, persuasiveness.