

УДК 81'111

Чистенко М. – ст. гр. 441

*Горлівський державний педагогічний інститут іноземних мов*

## **ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ**

Науковий керівник: к. філол. наук Решетарова І.В.

Питання маніпуляції свідомістю вивчаються у межах багатьох дисциплін – політології, соціології, психології, маркетингу, іміджеології тощо. Природно, що лінгвістична наука не залишилася осторонь і зацікавилася маніпулятивними аспектами номінації, мовними засобами маніпулятивного впливу. Означені питання висвітлюються у працях багатьох дослідників (зокрема А. Вежбицької; Н.І. Клушиної; Л.Г. Кайда; Н.В. Прядильникової; О.А. Пономарьової).

Існують два стереотипні погляди на питання мовленнєвої впливовості [1, с. 70]: негативний і позитивний. Негативний погляд проводить паралелі між термінами «мовленнєвий вплив» і «мовне насильство», «промивання мозку», «інформаційна агресія» (зокрема Н.І. Клушина). І тоді маніпуляцією вважають такий процес, за якого маніпулятор встановлює за адресата та насаджує йому у психіку цілі, яких той повинен досягти. Позитивна точка зору вважає за мовний вплив таке використання мовних засобів, яке допомагає ввести в картину світу адресата нові знання чи змінити ті, що вже існують.

У XX столітті коло явищ, до яких стали докладати термін «маніпуляція» з політичним наповненням початкового визначення розширився. Він став використовуватися стосовно ЗМІ та політичних заходів, спрямованих на програмування думок і устремлінь мас, психічного стану населення тощо.

Стратегії маніпулювання передбачають багатий арсенал способів, технік та прийомів впливу. У демократичному суспільстві, у середовищі обізнаних людей явна брехня «не спрацьовує», тоді використовується правдоподібна чи часткова брехня. Правдоподібна брехня приховує найбурливіше, допомагає за констатацією фактів приховати хибний зміст. Одним із найуживаніших прийомів впливу є стилістично контрастне використання різноманітних узвичаєних штампів – медійних кліше, слоганів, як різновиду кліше, термінів, канцеляризмів тощо [1, с. 74]. Використання засобів евфемії займає в цьому процесі одне з найпомітніших місць, адже евфемізми «... виступають найвдалішим засобом відтворення непрямой оцінки в ЗМІ, що уможливорює їхній розгляд як засіб маніпулятивного характеру, впливу на адресата з метою спричинити такі дії останнього, що були бажаними відправнику повідомлення» [1, с. 142].

Вплив на адресата повідомлення може здійснюватися різними способами, експресивними і нейтральними засобами, тобто маркованими і немаркованими. Ми поділяємо думку У. Еко про те, що «чистої» об'єктивної інформації не існує та існувати не може, адже адресат завжди отримує авторську інтерпретацію останньої.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Решетарова І. В. Засоби евфемії в масмедійному дискурсі початку XXI століття : дисс. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / І. В. Решетарова. – Горлівка, 2010. – 206 с.