

Madeleine Albright once stated that it had taken her quite a long time to develop a voice, and having it, it would be impossible to be silent.

Literature

1. The official website of the United Nations. Human rights of women. [Electronic resource]. – Access mode: [http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/beijingat10/I.%20Human%20rights%20of%20women%20\(Sep%2009\).pdf](http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/beijingat10/I.%20Human%20rights%20of%20women%20(Sep%2009).pdf)

Валерія Сергіївна Гримайло – студентка IV курсу Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ
Науковий керівник: **Валентина Анатоліївна Василенко** – професор
кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ,
кандидат філологічних наук, доцент

МОВНА МАНІПУЛЯЦІЯ І ПРИЙОМИ МОВНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ

Маніпуляція людською свідомістю може здійснюватися за рахунок різних засобів, у тому числі і за рахунок мови. Лінгвістичні засоби маніпулювання – один із предметів дослідження, такої науки, як когнітивна лінгвістика. Причому результати подібних досліджень цікаві як вченим у цій галузі, так і простим обивателям, головним чином, в аспекті практичного застосування.

Для початку з'ясуємо, що таке мовна маніпуляція. У численних дослідженнях на цю тему даються різні визначення. У широкому сенсі під мовленнєвим впливом розуміється мовне спілкування, узятий в аспекті його цілеспрямованості і мотиваційної обумовленості. На думку В. О. Чернявської мовленнєва маніпуляція є мовленнєвий вплив, спрямований на неявне, приховане спонукання адресата до вчинення певних дій.

Мета мовної маніпуляції – схилити маніпульовану особу (адресата) до того, щоб прийняти певні висловлювання за справжні без урахування всіх аргументів.

З позиції С. Н. Летунова, мовне маніпулювання – це відбір і використання таких коштів мови, за допомогою яких можна впливати на адресата мовлення.

У сучасному суспільстві мовне маніпулювання використовується практично у всіх сферах застосування мови, але особливо активно – в передвиборних кампаніях, ідеологічній пропаганді, друкованих і телевізійних ЗМІ, рекламі, навчанні, психотерапії. Загалом у цих сферах

мовне маніпулювання спрямовано на формування у широкої аудиторії певних переваг, смаків, потреб, забобонів, стереотипів, вигідних маніпулятору.

Таким чином, говорячи про мовну маніпуляцію, ми маємо на увазі не об'єктивний опис дійсності, а варіанти її суб'єктивної інтерпретації.

Р. Шиллер, описуючи міф про нейтралітет, говорить про те, що «для досягнення найбільшого успіху маніпуляція повинна залишатися непомітною. Успіх маніпуляції гарантований, коли маніпульований вірить, що все, що відбувається природно і неминуче. Коротше кажучи, для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не буде відчуватися».

Прийоми мовного маніпулювання.

Спробуємо класифікувати прийоми мовного маніпулювання різними рівнями мови.

1) Лексичний рівень. Тут П. Б. Паршин говорить, перш за все, про емоційні складові слова. Наприклад, як можна вживати синоніми (шпигун – розвідник, вбив – ліквідував). Також практично в кожному слові зафіксований певний фрагмент моделі світу, а моделі можуть бути дуже різноманітними. Слова можуть фіксувати в своєму змісті різні точки зору – антоніми (перемога – поразка) на одну і ту ж подію.

Широко поширеним способом впливу є використання евфемізмів – «слів, що представляють дійсність у більш сприятливому світлі, чим вони могли би бути представлені». Евфемізми мають позитивне емоційне забарвлення, надаючи тим самим і емоційний вплив (війна – «антитерористична операція» або «наведення конституційного порядку»). Дисфемізми також використовуються в якості прийому мовного маніпулювання. Вони прямо протилежні евфемізмів, тобто коли замість загальноприйнятого і загальновживаного слова свідомо вживається (найчастіше для більшої експресії) його більш знижений синонім, наприклад «дати дуба», «зіграти в ящик» замість «вмерти», «треп» замість «розмова».

2) Граматичний рівень. На синтаксичному рівні добре відомий і описаний прийом мовного впливу – використання пасивного стану замість активного і так звана номіналізація, тобто переклад словосполучення з дієсловом у віддієслівний іменник (захоплені заручники, захоплення заручників).

3 точки зору мовних засобів досить часто вживаються стилістичні фігури антитези і контрасту, вони найбільш характерні для політичного дискурсу: пани-раби, білі-червоні, планова-ринкова економіка.

3) Фонетичний рівень. П. Б. Паршин до фонетичного рівня відносить фоносемантичні (асоціативна складова звуків і передають їх літер – «рокот Р», «плавність і тягучість – Л»), алітераційні (повторювані літери на письмі і звукові комплекси) засоби мови.

Також хотілося б відзначити ряд важливих маніпулятивних прийомів свідомості читача, одним з яких є прийом подачі матеріалу за принципом «плюс-мінус», коли «своє» протиставляється «чужого». Такий поділ на своє-чуже виконує наступні функції: представлення складних явищ як простих, заміна складних аргументів однозначними. Також такий поділ дає журналісту можливість по-своєму встановлювати коло своїх і чужих. Своє описується одиницями з позитивною оцінкою, чуже оточується негативними оціночними одиницями. Таким чином, цей прийом характеризується однозначним протиставленням поганого і хорошого без проміжних варіантів.

На закінчення слід зазначити, що успіх або ефективність маніпулятивного мовленнєвого впливу буде визначатися значною мірою тим, наскільки точно буде зроблений вибір мовних засобів, їх великого різноманіття, для здійснення планованого впливу.

*Аліна Василівна Деменко – студентка IV курсу Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ
Науковий керівник: Валентина Анатоліївна Василенко – професор
кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ,
кандидат філологічних наук, доцент*

МОВНА ГРА – СПОСІБ ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ ЧИТАЧІВ

Новини в інтернеті набувають все більшої популярності і, на думку фахівців, поступово витісняють інші формати новинної комунікації. Зокрема, за інформацією Книжкової палати України імені І. Федорова у 2016 році було зареєстровано 2347 традиційних газетних видань, у 2017 році – вже лише 2067. Американські фахівці Г. Смолл та Г. Ворган стверджують, посилаючись на Асоціацію газет США, що за останні роки відвідуваність новинних сайтів зросла, а тиражі паперових газет падають. На початку 2016 року журнал Time та інші популярні друкарські тижневики скоротили витрати на паперову версію і вирішили підсилити свою присутність у Мережі. Цьому певною мірою сприяють особливості новинної інтернет-комунікації, у тому числі мовна гра у текстах анонсів. Мовна гра в інтернеті інтерпретується як здатність до поєднання кількох сенсів через алюзії, прецедентність, різні формальні та семантичні трансформації тощо. Її специфіку в інтернеті досліджували Н. Г. Асмус, О. І. Горошко, О. Ю. Дьякова, К. Б. Єгорова, І. Б. Карпа, О. С. Ключкова, О. В. Лутовинова, Л. Ю. Щипіцина та ін. Проте аналізу маніпулятивного, прагматичного та сугестивного потенціалу мовної гри з позицій психолінгвістики та нейролінгвістики у цих роботах не представлено.