

Мовна маніпуляція як різновид маніпулятивного впливу

Вивчення прихованого впливу привертає увагу лінгвістів, оскільки зумовлює оптимізацію процесу взаємодії між рівноправними комунікантами завдяки розкриттю механізмів маніпуляції.

Мовленнєве повідомлення відповідно до прагматичного розуміння аналізу мовних явищ розглядається як цілеспрямована дія на адресата, а процес спілкування розуміється як обмін дій. Це впливає із поняття «мовленнєва взаємодія», що пояснюється як спільне докладання зусиль, вкладених у направлені одна на одну дії. Такий підхід робить маніпулятивний і неманіпулятивний впливи невід'ємною частиною процесу спілкування.

Маніпулювання трактується як направлення у певному напрямку завдяки свідомому впливу, а маніпуляція визначається як прихований, ефективний спосіб дій, що дозволяє комусь отримати вигоду, досягти бажаного [6 : 118].

Мовна маніпуляція є видом мовного впливу, який відбувається для замаскованого навіювання у психіку реципієнта бажань, установок, цілей, що не відповідають тим, які наявні у адресата на момент спілкування [1 : 99]. Звідси і впливає сучасне переносне розуміння поняття як спритної поведінки з людьми як із речами, об'єктами. Мовна маніпуляція виступає одним із найбільш ефективних важелів тиску на комуніканта.

Мовне маніпулювання реалізується шляхом цілеспрямованого і свідомого застосування тих або інших особливостей використання мовних висловів [8 : 378]. Людина реалізує мовне маніпулювання, обираючи з можливих варіантів мовних описів певного становища розвитку справ саме ті способи вираження, які містять потрібні їй відтінки значення, що подають ситуацію у вигідній для неї позиції, призводять до бажаної реакції адресата. Необхідною складовою щоденного спілкування людей виступає мовне маніпулювання [5 : 38].

Мовна маніпуляція є різновидом маніпулятивного впливу, направленого на поведінкову та когнітивну сфери діяльності реципієнта, що актуалізується мовними засобами та проявляється імпліцитно [2 : 5].

Адресанту для здійснення мовної маніпуляції слід володіти необхідними знаннями для використання та спрямування мовних засобів у потрібному напрямку для досягнення очікуваного результату.

Лінгвістика аналізує конкретні випадки вживання мовних засобів для одностороннього надання інформації [3 : 188]. Мовні засоби, які застосовуються систематично, утворюють певні тактики, що реалізуються маніпулятивними стратегіями.

Часто під маніпуляцією імітується зацікавленість, чемність, врахування інтересів адресанта. Крайніми формами маніпулятивного спілкування виступають погроза і лестоці. Маніпулятор, починаючи свої дії, має певну міру впевненості у перемозі. Таке налаштування на успіх втілюється у бажанні створити необхідну перевагу сил над іншим комунікантом, що робить можливим осилити його [7 : 108]. Для опису такого аспекту відносин скористаємось термінами сила і слабкість.

Сила визначається як перевага одного співрозмовника над іншим у певних параметрах дії: кваліфікації, посаді, володінні інформацією, керуванням ситуацією [4 : 146]. Наявність переваг часто проявляється безпосередньо у процесі дії, коли застосування сили не спростовує факт її присутності у потенційному вигляді.

Отже, маніпуляція є способом впливу на людей завдяки програмуванню їх поведінки. Цей вплив націлений на психічні структури комуніканта, відбувається приховано і має на меті скоригувати думки, наміри, поведінку партнера у бажаному для адресанта напрямку.

Маніпуляція у комунікації утворює великий арсенал знань та вмінь із впливу на прийняття рішень іншими людьми, великими масами народу для отримання необхідного результату, а також комплекс захисту від цієї небезпечної зброї. Маніпуляція досягає бажаних результатів, коли вона виглядає непомітно, а маніпульований вірить, що дії, які відбуваються, неминучі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Быкова О. Н. Языковое манипулирование / О. Н. Быкова. – Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 1(8). – Красноярск–Ачинск, 1999. – С. 99–103.
2. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : автореф. дис. д-ра філол. наук : 10.02.02 / НАН України. Ін-т. мовознав. ім. О. О. Потебні / В. В. Зірка. – К., 2005. – 32 с.
3. Проценко О. В. Маніпулятивні стратегії в дискурсі сімейного спілкування / О. В. Проценко // Функциональная лингвистика: Сб. науч. работ / Крымский республиканский институт последипломного

педагогического образования; науч. ред. А. Н. Рудяков. – Том № 2. – Симферополь : Крым, 2010. – С. 188–190.

4. Candlin C. N. Preface. In C. Farch & G. Kasper (Eds.) *Strategies in interlanguage communication* / C. N. Candlin. – London, England: Longman, 1983. – 161 p.

5. Carey C. «Rhetorical Means of Persuasion». In *Persuasion : Greek Rhetoric in Action* / C. Carey edited by Ian Worthington. London : Routledge, 1994. – P. 26–45.

6. Duden – Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl. – Mannheim, 2003. – 1892 S.

7. Sornig K. Some remarks on linguistic strategies of persuasion / K. Sornig // *Language, power and ideology: Studies in political discourse* / Ed. by R. Wodak. Amsterdam; Philadelphia : Benjamins, 1989. – P. 95–113.

8. Vanderveken D. *Success, Satisfaction and Truth in the Logic of Speech Acts and Formal Semantics* / D. Vanderveken. – Oxford University Press, 1999. – 540 p.