

13. Николаева Т. М. Текст / Т. М. Николаева // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 507.
14. Gołąb Z. Słownik terminologii językoznawczej / Z. Gołąb, K. Polański, A. Heinz. – Warszawa : PWN, 1968. – 846 С.
15. Хэллiday М. А. К. Лингвистическая функция и литературный стиль / М. А. К. Хэллiday // Новое в лингвистике. – Вып. IX. – 1980. – С. 116–147.
16. Барт Р. Текстовый анализ / Р. Барт // Новое в лингвистике. – Вып. IX. – 1980. – С. 307–312.
17. Хендрикс У. Стиль и лингвистика текста / У. Хендрикс // Новое в лингвистике. – Вып. IX. – 1980. – С. 172–211.
18. Косериу Е. Современное положение в лингвистике / Е. Косериу // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1977. – Т. 36. № 6. – С. 514–521.
19. Лотман Ю. М. Семиотика культуры / Ю. М. Лотман // Избранные статьи в трех томах. – Том I. – Таллин : Александра, 1992. – С. 11–120.
20. Загнітко А. П. Основи мовленнєвої діяльності / А. П. Загнітко, І. Р. Домрачева. – Донецьк : Український культурологічний центр, 2001. – 56 с.
21. Гиро П. Разделы и направления стилистики и их проблематика / П. Гиро // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. IX. – 1980. – С. 35–68.

O. Demska

CORPUS PERCEPTION OF THE TEXT

The article describes the texts as a linguistic object from the point of view of the traditional and corpus linguistics. An attention is given to the main stage of the tradition to perceive the text as a source of the knowledge about the language and also display the corpus perceive the text.

Keywords: corpus, text, language, speech (parole).

УДК 81'42:808.5:159.922

Ярослава Федорів

МАНІПУЛЯТИВНА РИТОРИКА: ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ ПРИХОВАНОГО ВПЛИВУ

У статті досліджено актуальну проблему публічного впливу, розв'язання якої здійснюється за допомогою огляду вузькофахових і міждисциплінарних студій з риторики, аналізу маніпулятивних звернень та моделювання комплексу ораторських стратегій мовотворення публічного дискурсу.

Розкриваючи механізми маніпулювання за допомогою класичних канонів риторики – логосу, пафосу та етосу, автор озброює читача новим концептуальним баченням проблеми масового впливу, а отже, відкриває шляхи й можливості йому протистояти.

Ключові слова: риторика, лінгвопрагматика, мовлення, стратегії впливу.

Питання мовленнєвого впливу на масового слухача в політичній, соціальній та культурній сферах постійно привертають увагу дослідників у галузі риторики і культури спілкування. За тисячоліття свого існування риторика як наука про керування розумово-мовленнєвою діяльністю виробила певний тип мовомислення, що підкоряється особливим нормам і законам (Див. про це: [11, с. 53–54]). При цьому, як зазначає Л. І Мацько, риторика – це наука, що виникла з єдиним призначенням: впливати на розум і волю громадян засобами живого слова; вона пов'язує закони мислення і мовлення, вивчає механізми продуку-

вання усного й писемного дискурсу, а відтак – це насамперед наука лінгвістична, у центрі уваги якої – вивчення живої мови [7, с. 6–7].

Традиційна риторика спирається на три фундаментальні принципи, виокремлені як ключові способи аргументації в «Риторичі» Аристотеля: це апелювання до логіки (*logos*), моральних цінностей (*ethos*) та почуттів аудиторії (*pathos*) [1, с. 89–91; 10]. Як зазначає Ю. В. Рождественський, «Етос, пафос і логос – вихідні поняття риторики, її “начала”, тобто аксіоматичні положення, завдяки яким можна будувати дедуктивну систему понять риторики, зіставляючи отримані

результати з мовною практикою, її успіхами й невдачами» [9]. Аспекти риторичного впливу – пафос, логос та етос – співвідносяться з лінгвістичною теорією мовленнєвого впливу, під яким у цілому розуміють регуляцію однією людиною соціальної діяльності іншої за допомогою мовлення [4; цит. за: 2, с. 94].

Окреслюючи провідні характеристики персуазивного дискурсу, на якому зосереджене це дослідження, слід передусім зазначити, що в публічній промові, спрямованій на намагання переконати аудиторію в доцільності певної ідеї, заходів, дій, використовуються оригінальні пропозиції, аргументи, несподівані думки, емоційний виклад, швидка реакція, стильова «рамка» мовного етикету. При цьому тема персуазивної промови зазвичай торкається гострої проблематики, суперечливих поглядів, критичних ситуацій, а відтак мовленнєвий вплив адресанта на адресата полягає у намаганні змінити його погляди, поведінку, спосіб життя тощо.

Персуазивна промова характерна комплексним використанням мовних і позамовних засобів впливу. Промовець виступає експресивно, переконливо, щоб аудиторія повірила, що йому не байдуже порушене питання. При цьому переконування зазвичай будується за класичною схемою аргументації: встановлення атмосфери довіри; формулювання проблемного питання (теза, опис ситуації, опис бажаного стану справ; наведення аргументів і контраргументів із залученням логічних, емоційних та етичних канонів риторики (використовуючи факти, досвід, образне мовлення, апелюючи до моральних цінностей), висловлення переваг своєї точки зору і доведень, підсумок і заклик до дії.

Слід зазначити, що встановлення контакту з адресатом досягається за допомогою певних слів чи мовленнєвих кліше [8, с. 106–113]. Їх вибір залежить від прагматичних інтенцій адресанта, від ситуації спілкування та характеристики референта [6, с. 11]. Дослідження свідчать, що на синтаксичному рівні засобами інтенсифікації та збільшення аргументативної сили висловлення відбувається свідоме повторення адресантом слів і синтаксичних структур [6, с. 5–13].

Очевидно, умови реалізації публічного виступу визначаються специфічною метою, яку перед собою ставить мовець. Відтак у межах цієї розвідки ми зосереджуємось на лінгвопрагматичних особливостях підготовки і виголошення промови, справжнє призначення якої приховане від слухача. У цьому контексті навряд чи викличе сумнів необхідність розпізнавання хибної аргументації (неправильних суджень) у публічному мовленні, їх аналіз та спростування. Ми маємо за кінцеву мету дослідити стратегії обрання оратором предмета розмови і вироблення влас-

ної інтерпретації цього предмета, визначення актуальної проблематики в межах обраної теми, беручи до уваги свій і чужий досвід у відповідній сфері, аналіз аудиторії та прийоми адаптації й викладу матеріалу відповідно до її потреб і настроїв, добір мовних і позамовних факторів впливу на аудиторію.

Попередній аналіз окремих маніпулятивних практик свідчить, що маніпуляція відбувається, коли адресат переслідує власну мету – меркантильну, соціальну, політичну – і нехтує інтересами аудиторії. При цьому порушення класичного принципу логічності проявляється у навмисному спотворенні фактів чи слів (коли окремі твердження подають у неповному обсязі й/або тлумачать поза їхнім контекстом), цифр (коли фальсифікується, наприклад, електоральна статистика), у хибних судженнях (коли самі факти чи твердження правдиві, але зв'язки між ними спотворені). Когнітивний дисонанс, який виникає при цьому, не є явищем масовим, тому істина мусить захищатися у наступних спростуваннях, дебатах, повторних виборчих перегонках.

Маніпуляція на рівні пафосу відбувається, коли мовець оперує почуттями страху, провини, заздрості, ревності, ненависті, презирства, а також коли принижує людську гідність адресата. Кожний з перерахованих емоційних проявів порушує душевну рівновагу реципієнта – а отже, робить його більш вразливим і менш стійким до маніпуляції. Психологічні дослідження свідчать, що під впливом сильних емоцій пригнічується розумова діяльність людини, а це означає, що знижується її здатність тверезо аналізувати звернені до неї заклики і приймати адекватні рішення. Уражене почуття власної гідності, наприклад, провокує бажання довести опонентів, що він помиляється, – і легка жертва маніпуляції ревно виконує усе, чого від неї чекає маніпулятор. Наприклад, варто поставити під сумнів сміливість співрозмовника, як він негайно заперечить:

Scar: [...] Це надто небезпечно. Лише найсміливіші леви йдуть туди.

*Сімба: Ну, я сміливий!*¹

(Scar: [...] It's far too dangerous. Only the bravest lions go there.

Simba: Well, I'm brave!) [12].

А трохи згодом дитина вирушає – попри заборону батька – у небезпечне місце, у якому, щоб вижити, не досить просто бути мужнім, а ще треба мати достатньо фізичної сили. Хоча наведений приклад узято з анімаційного фільму, він відображає універсальну для таких випадків модель поведінки маніпулятора і його потенційної жертви.

В іншій сцені цього ж фільму заколотник підкоряє волю слухачів та спонукає їх на злочин

¹ Тут і далі переклад мій. – Я. Ф.

(убивство царя і його спадкоємця), застосовуючи той самий прийом: зачіпаючи почуття гідності, але в цьому випадку, на відміну від розглянутого вище, відверто їх принижуючи:

Скар: Я оточений ідіотами.

[...] Я знаю, що ваші розумові здібності не вищі за свинячу дупу.

Та, попри вашу тупість, зверніть увагу[...].

(Scar: I'm surrounded by idiots.

[...] I know that your powers of retention.

Are as wet as a warthog's backside.

But thick as you are, pay attention [...].)

Гієни – уособлення покидьків суспільства, вигнанців. Їхня низька самооцінка навряд чи викликає сумніви, тож маніпулятор навіть не приховує своє презирство: називає їх ідіотами, тупими (“*thick*”), прирівнює їх за розумовими здібностями (“*powers of retention*”) до свинячої тильної частини (“*warthog's backside*”). Гієни одразу ж намагаються підлабузництвом завоювати прихильність і покровительство бунтівного царевого брата, який для них уособлює силу, захист і порятунок від голоду:

Банзай: Не ти, Скафе, я кажу, ти – один з нас. Я маю на увазі, ти – наш другяка. [...]

Шензі: О, це мені подобається. Він не король, але такий важливий.

Банзай: Так. Гей-гей-гей. Чи ти приніс нам щось поїсти, скафе, старий друже, старий другяка? Га? Приніс-приніс-приніс?

(Banzai: Not you Scar, I mean, you're one of us. I mean, you're our pal. [...])

Shenzi: Ohh, I like that. He's not king, but he's still so proper.

Banzai: Yeah. Hey, hey hey. Did ya bring us anything to eat, Scar, old buddy, old pal? Huh? Did-ya-did-ya-did-ya?)

Отримавши від претендента на трон подачку – харчовий пайок, підкріплений застереженням: «*Без мене вам не буде чого навіть понюхати*» (“*You won't get a sniff without me!*”), – аудиторія перетворюється на слухняну масу, що готова виконувати будь-які вказівки свого кумира. І ця поведінкова модель також універсальна, бо її прояви можна, на жаль, простежити у будь-якому суспільстві.

Тут слід також зазначити, що емпатія, яку ще називають емоційним резонансом [3, с. 82–86] на переживання іншої людини, також стає об'єктом посиленої уваги маніпулятора – адже якщо людина легко переймається проблемами інших, то можна описати чи сконструювати такі проблеми, а відтак керувати її почуттями, помислами й діями (саме тут закорінені шантаж і тісно пов'язані з ним здирство і кіднепінг).

Водночас, якщо емоції й почуття за своєю природою – похідні від психофізичних реакцій, і вивільнення їх здебільшого відбувається не-

контрольовано – а відтак оперувати ними достатньо легко, то морально-етичні засади – вироблені віками соціальні норми співжиття – зрушити набагато важче. Саме завдяки моральним приписам суспільство актуалізується як цілісна динамічна система, заснована на співпраці і взаємозв'язках її членів. Завдяки суспільним нормам зберігаються культурні та історичні надбання народу, захищаються сімейні цінності, регулюються групові, класові, національні та міжнаціональні відносини. Змусити індивіда порушити ці норми одним словом – чи одним закликком «*Убуди його*» (“*Kill him!*”) – неможливо. Здорова соціальна істота зав'язана на припис, опінію, традицію свого соціуму, а відтак недотримання загальних законів, порушення заповідей (“*Thou shalt not kill!*”) неминуче вириває порушника зі звичного для нього контексту, прирікає на маргінальне існування, позбавляє захисту. Похитнути морально-етичне підґрунтя людини, змусити переступити межу між добром і злом – це означає для маніпулятора отримати залякану, слабовольну, покірну маріонетку, яка виконуватиме усі його вимоги, якщо пообіцяти їй свій захист і шматок зі свого столу («*Тримайтеся мене і ви ніколи не будете голодними!*»; “*Stick with me, and you'll never go hungry again!*” [12]). Шкура варта вичинки. Тож маніпулятор вдається до хитрих стратегій, методично, крок за кроком вибиваючи ґрунт з-під ніг майбутньої жертви. І найперше – підважує саму систему моральних цінностей, перейменовуючи кривду правдою, а моральні чесноти – зневажаючи і знецінюючи: «Адже кому ж володіти людьми, як не тим, хто володіє їхньою совістю й у чийх руках хліби їхні. Ми й узяли меч кесаря, а взявши його, звичайно, відкинули тебе й пішли за ним. У нас усі будуть щасливі й не будуть більше ні бунтувати, ні винищувати один одного, як у свободі твоїй, повсюдно. Так, ми змусимо їх працювати, але у вільні від праці години ми влаштуємо їм життя як дитячу гру, з дитячими піснями, хором, з невинними танцями. О, ми дозволимо їм і гріх, вони слабкі й безсилі, і вони будуть любити нас, як діти, за те, що ми їм дозволимо грішити. І не буде в них ніяких від нас таємниць. Ми будемо дозволяти або забороняти їм жити з їхніми дружинами й коханками, мати або не мати дітей – усе судячи з їхньої слухняності – і вони будуть нам покорятися весело й радо.

Те, що я кажу тобі, здійсниться, і царство наше постане. Повторюю тобі, вже завтра ти побачиш цю слухняну череду, що на перший помах мій кинеться підгортати гаряче вугілля до багаття твого, на якому спало тебе за те, що прийшов заважати нам» [5, с. 30].

Описаний тут монолог Великого Інквізитора, що звертається до Христа, являє собою квінте-

сенцію маніпулятивної стратегії і тактики підкорення мас. Гріх – те, що споконвіку вважалося неприпустимим, – проголошується нормою і стає розмінною монетою, платнею за позбавлення свободи, нагородою за добровільну відмову від можливості і здатності самостійно робити вибір, вирішувати – і відповідати за свої вчинки. Злодій прирівнюється до спиритного штукаря, убивця звеличується як герой, подружня зрада починає вважатися корисною для здоров'я, порнографія делікатно поймається еротикою. Спотворені норми перетворюються на гострі або пікантні сюжетні лінії популярного читива, заповнюють кіно- і телекрани, поширюються через Інтернет, із дня у день втовкмачуються в голови нерозбірливого споживача трилерами, бойовиками, сльозоточивими серіалами, кінця яким нема – бо обернути масу на покірну череду не можна за один прийом, тож треба, щоб червоточина методично й неупинно працювала. Щоби на завтра підготувати легко кероване стадо, готове на перший помах кинутися й розтоптати того, хто ще пам'ятає, що таке мораль.

Таким чином, маніпуляція виходить за межі одноактового риторичного контексту так само, як і за межі суто монологічного мовлення. Засо-

би масової комунікації стають інструментом масової маніпуляції. Якість підмінюється кількістю трансльованої інформації не завжди найвищого гатунку. День за днем, одна скандальна новина за іншою, інсинуація за інсинуацією, серіал за серіалом. Крапля камінь точить.

Тож, маніпуляційний вплив на аудиторію спрямований на підкорення її волі через застосування прихованих методів. При цьому – у термінах прагматичних питань – маніпулювання уможливується передусім через вивчення й використання базових потреб споживача інформації та здійснюється у різних вимірах: на рівні спотворення фактів, порушення логіки чи конструювання вербальних або невербальних пасток, із прямим чи опосередкованим втручанням у свідомість і підсвідомість реципієнта не лише через слух і зір, а й, коли є змога, через інші канали сприйняття. Якщо аудиторія здатна виявити такі прийоми, то авторитет доповідача опиняється під загрозою, а слухачі з меншою ймовірністю підпадають під негативний вплив чи в особистому, чи у соціальному, чи в політичному контексті. Тому дослідження маніпуляції ніколи не втрачатиме актуальності.

1. Аристотель. Поэтика. Риторика / Аристотель. – СПб. : Азбука, 2000. – 352 с. – ISBN 5-267-00095-7.
2. Астафурова Т. Н. Лингвориторическая специфика юридического дискурса / Т. Н. Астафурова, Л. В. Медведева // Вестник Волгоградского государственного университета. – Серия 2. – Волгоград, 2008. – № 1 (7). – С. 94. – ISSN 1998-9911.
3. Воробйова О. П. Идея резонансу в лингвистических исследованиях / О. П. Воробйова // Мова. Людина. Світ. До 70-річчя професора М. П. Кочергана / Відп. ред. Тараненко О. О. – К. : Видавничий центр КНЛУ, 2006. – С. 72–86.
4. Зарецкая Е. Н. Риторика : Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. – М. : Дело, 2001. – 480 с. – ISBN 5-7749-0114-9.
5. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – К. : Оріані, 2000. – 448с. – ISBN 966-7373-38-X.
6. Мастилко Н. В. Испанська народна казка: жанрово-композиційний та лінгвопрагматичний аспекти: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.05 «Романські мови» / Н. В. Мастилко. – К., 2005. – 20 с.
7. Мацько Л. І. Риторика : навчальний посібник для вищих навчальних закладів. – 2-ге вид., стер. / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. – К. : Вища школа, 2006. – 311 с. – ISBN 966-642-331-6.
8. Петлюченко Н. В. Харизматика : мовна особистість і дискурс / Н. В. Петлюченко. – Одеса : Астропринт, 2009. – С. 106–113. – ISBN 978-966-190-196-3.
9. Рождественский Ю. В. Принципы современной риторики [Электронный ресурс] / Ю. В. Рождественский. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru:80/text7/35.htm>.
10. Рождественский Ю. В. Теория риторики / Ю. В. Рождественский. – М. : Добросвет, 1997. – 600 с. – ISBN 5-7913-0004-2.
11. Сагач Г. М. Золотослів : Навч. посібник з риторики для серед. і вищих навч. закладів України / Г. М. Сагач. – К. : Школяр, 1998. – 253 с. – ISBN 966-7201-14-7.
12. The Lion King [Анімаційний фільм]. Directors: Roger Allers, Rob Minkoff. Starring: Matthew Broderick, Jeremy Irons, James Earl Jones, Jonathan Taylor Thomas, Nathan Lane, Ernie Sabella, Moira Kelly, Robert Guillaume, Rowan Atkinson, Whoopi Goldberg, Cheech Marin, Jim Cummings. – Walt Disney Pictures, 1994.

Ya. Fedoriv

MANIPULATIVE RHETORIC: LINGUISTIC AND PRAGMATIC ANALYSIS OF THE HIDDEN INFLUENCE STRATEGIES

Notwithstanding the numerous definitions, the notion of manipulation is often used in an impressionistic way, with a somewhat sketchy consideration of its rhetorical structure and related speech strategies and techniques used by the producer of the message. We delineate three groups of rhetorical discourse markers (logical, emotional, and ethical) that determine an ambivalent context which the orator uses to manipulate the audience in a way that would serve his (her) concealed goals. By offering this three-fold approach it is possible (i) to develop a more systematic view of the rhetorical structures and processes involved into manoeuvring by word and (ii) to empower the audience with skills and perspectives on how to recognize and resist interpersonal and mass manipulation.

Keywords: rhetoric, linguo-pragmatic analysis, speech, influence strategies.