

*Сопіна К. В., науковий співробітник Харківського НДІСЕ,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8764-7418>,
e-mail: kateryna.sopina@gmail.com*

МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ У ВИСЛОВЛЮВАННЯХ ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Предметом судової лінгвістичної експертизи нерідко стають висловлювання, які мають у своєму складі маніпулятивні прийоми для пропагування певних ідей, тому доцільно розглянути основні види вказаних мовленнєвих тактик для подальшого більш детального аналізу та можливого використання даної інформації під час проведення семантико-текстуальних експертиз.

Звернемося до визначення таких понять, як «пропаганда» та «маніпуляція»:

Пропаганда (у широкому сенсі слова) – особливий різновид соціальної діяльності, основною функцією якої виступає поширення знань, художніх цінностей та іншої інформації з метою формування певних поглядів, уявлень і емоційних станів людини, людей і через них – вплив на поведінку людей. **Пропаганда** (у вузькому сенсі слова) – це діяльність щодо поширення ідеології і політики певних класів, соціальних груп, держави загалом (за В. Полтораком) [3, с. 196].

Маніпуляція – це вид застосування влади, за якого той, хто володіє нею, впливає на поведінку інших, не розкриваючи характер поведінки, яку він від них очікує (за С. Кара-Мурзою) [2].

Цікавим є визначення **пропаганди** Л. Фразера, у якому поєднано попередні два поняття, отож **пропаганда** – мистецтво примусити людей робити те, чого б вони не робили, якби мали у своєму розпорядженні всі дані щодо ситуації [3, с. 197].

Для того ж щоб маніпулювати суспільством та насаджувати «правильні» ідеї, може використовуватися ряд дієвих прийомів впливу на людину. Серед найпоширеніших прийомів виокремлюємо такі:

- 1) посилення на авторитет (реалізується в межах стратегії імунізації висловлювань) [1, с. 12], дія якого ґрунтується на довірі громадян до певних авторитетних фігур;
- 2) навішування ярликів (стратегія ухильності): **ярлик** – це елемент антиобразу, негативна характеристика, яка зазвичай не є правдою, однак активно «навішується» за допомогою інформаційних технологій і з часом укорінюється в масовій свідомості [1, с. 8];
- 3) довільне використання історичних фактів і оперування ними, посилення на давні традиції, що підсилює вплив (стратегія викривлення інформації);
- 4) протиставлення, що виявляється на мовному рівні в антитезах (приміром, антитеза Схід, що спокутає вічні духовні цінності та повинен захищатися від західних цивілізацій, та Захід, який показано агресивним, що намагається підкорити своїми ідеями пострадянський простір);
- 5) тактика залякування (використання службового становища як засіб залякування);
- 6) завуальовані заклики, у яких схвалюється війна.

Наведені прийоми часто зустрічаються в сучасному соціально-політичному дискурсі, зокрема, використовуються у ЗМІ, мовлення яких має сильний вплив на суспільну свідомість і часто стає об'єктом судових експертиз.

Таким чином, виявлення і чітко розмежування основних ознак висловлювань пропагандистського характеру є запорукою надання повного, об'єктивного й обґрунтованого висновку експерта.

Список використаних джерел:

1. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000–2005 років): автореф. дис. ... канд. філолог. наук : спец. 10.02.04. К., 2005. 21 с.
2. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. URL: <http://soc.lib.ru/su/162.rar>.
3. Полтораки В. А. Социология общественного мнения : учеб. пособ. К. : Арт-Пресс, 2000. 264 с.