

СУСПІЛЬСТВО: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. ОСОБИСТІСТЬ

DOI : 10.33274/2079-4835-2021-23-2-78-88

УДК 808.53-029:32

Герасименко О. Ю., Донецький національний університет економіки і торгівлі
асистент імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: gerasimenko_ou@donnuet.edu.ua
ORCID: 0000-0002-0539-1165

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: АНАЛІЗ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

UDC 808.53-029:32

Herasymenko O. Yu., Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University of
Assistant Professor Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: gerasimenko_ou@donnuet.edu.ua
ORCID: 0000-0002-0539-1165

STRATEGIES AND TACTICS OF MANIPULATIVE INFLUENCE IN TERMS OF POLITICAL DISCOURSE: ANALYSIS AND CLASSIFICATION

Мета. Мета статті — дослідити проблему визначення дефініції «стратегії» й «тактики» маніпулятивного впливу у рамках політичного дискурсу, вивчити наявні у науковій думці класифікації комунікативних стратегій й тактик й проаналізувати їхні особливості.

Методи. Основні наукові результати отримані з використанням комплексу загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, а саме: аналізу, систематизації та узагальнення наукової літератури, індукції, дедукції (для виявлення підходів до розуміння сутності тактик та стратегій маніпулятивного впливу та їхніх характеристик й особливостей).

Результати. Дискурс є однією із найбільш значущих комунікативних категорій, що віддзеркалює мовленнєву взаємодію. Предметом особливого наукового інтересу є політичний дискурс. Одну із провідних ролей в політичному дискурсі відіграє маніпулятивність та механізми вибору відповідних тактик і мовних засобів.

Вплив інформаційного потоку на свідомість є очевидним фактом. Найчастіше маніпулювання здійснюється таким чином, що складно виявити, на що впливають автори повідомлення або які засоби використовують. Актуальність вивчення сутності стратегій і тактик маніпулятивного впливу на громадську думку пояснює велика кількість досліджень, присвячених цьому питанню. Маніпулювання є комплексним явищем, його реалізація здійснюється через використання деяких стратегій та тактик.

Маніпуляція передбачає особливу подачу інформації, яка здійснюється такими способами, як перекручування інформації (від відкритої неправди до зсуву поняття в семантичному, значеннєвому полі), що дає змогу коригувати ступінь психологічного впливу, створювати власний образ реальності; приховування інформації; маніпулювання зі способом подачі матеріалу і часом подачі інформації; підпорогова подача інформації (урахування особливостей неусвідомлюваного сприйняття інформації); переважання адресата відомостями, відібраними за певним параметром.

Оскільки головною метою політичної комунікації є досягнення та утримання влади, то під час опису маніпулятивного процесу використовують відповідні стратегії,

тактики і мовні засоби, які спрямовані на переконання адресата у правильності своєї позиції на противагу позиції політичних опонентів.

Ключові слова: дискурс, політичний дискурс, стратегії, тактики, маніпулятивний вплив.

Постановка проблеми. Існування маніпулювання в цілому та впливу на громадську думку за допомогою мас-медіа зокрема є незаперечним фактом життя сучасної людини, проте ці процеси не вивчені повною мірою. Маніпулювання — феномен, який активно досліджується в рамках таких наук, як психологія, соціологія, політологія, рекламна справа, PR-технології та ін. Мовне маніпулювання суспільною свідомістю — складний, багатоаспектний феномен. Однак при цьому лінгвістична сторона маніпулювання досліджена недостатньо для глибокого та повного розуміння сутності процесів, що відбуваються під час впливу, зокрема у політичній галузі, а також для розуміння того, які мовні засоби залучені до маніпулювання.

Мета статті — дослідження питання тлумачення дефініції «стратегії» й «тактики» маніпулятивного впливу у рамках політичного дискурсу, вивчення наявних у науковій думці класифікацій комунікативних стратегій й тактик й аналіз їхніх особливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Способи спілкування — це комунікативні стратегії і тактики, які обираються й використовуються учасниками дискурсу. Лінгвістичні дослідження політичного дискурсу свідчать про різноманітність стратегій, що використовуються.

У сучасній лінгвістиці не існує єдиного підходу до визначення стратегій і тактик. У нашій роботі ми розглянемо основні з них. Деякі вчені (В. Зірка, О. Дмитрук) не розмежовують значення термінів «стратегія» і «тактика» і вживають їх як тотожні [9, с. 16]. Однак інша група дослідників (В. Одинцов і Н. Формановська) акцентують увагу на різниці значень цих термінів. Ми підтримуємо другу думку, тому основну увагу в роботі приділено аналізу цих двох понять.

Розглянемо поняття «стратегія» більш детально. З початку 1990-х років комунікативна стратегія постає предметом наукового інтересу лінгвістів вітчизняного, пострадянського та зарубіжного простору і набуває оновленого концептуального наповнення в сучасних наукових розвідках (І. Гулакова, Т. Ван Дейк, І. Вілкінсон, В. Демьянков, В. Залевська, О. Іссерс, В. Карасик, М. Макаров, Г. Почепцов та ін.).

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід зазначити, що слово «стратегія» (від грец. *στρατηγική*) не є суто лінгвістичним і, в першу чергу, асоціюється з військовою наукою. У словникових статтях ця дефініція визначається як «мистецтво підготовки і ведення війни та великих воєнних операцій» [15, с. 411]. У переносному значенні «стратегія» виступає як «мистецтво суспільного і політичного керівництва масами, яке має визначити головний напрям їх «дій, вчинків» та «спосіб дій, лінію поведінки кого-небудь» [15, с. 412].

На думку В. Тюпи, стратегія характеризує найбільш фундаментальні установки діяльності, що підлягають вибору діяча, але після здійснення ним свого стратегічного вибору спрямовують його креативну поведінку як певну заданість, визначаючи в значній мірі кінцевий результат [25, с. 8].

Стратегію визначають як процес розробки та реалізації комунікативного завдання, що має на меті ефективний вплив на адресата. Маніпулятивні стратегії функціонують всередині комунікативного простору й полягають в оперуванні інформацією з метою мовленнєвого впливу на адресата відповідно до інтенцій адресанта як джерела цього впливу [17, с. 117]. Мовленнєва стратегія визначає семантичний, стилістичний і прагматичний вибір мовця.

Проблема стратегічної організації комунікації ґрунтується на положеннях теорії мовленнєвої діяльності О. Леонтьєва [14, с. 340], у рамках якої мовлення завжди підпорядковується меті певної діяльності.

У вирішенні зазначеного питання вважається можливим виокремлення трьох основних підходів. Так, ряд дослідників (Н. Арутюнова, Т. Ван Дейк, Т. Винокур, В. Демьянков, М. Койт, Х. Ийм, В. Красних, О. Леонтьєв та ін.) визнають комунікацію стратегічною, при цьому зазначена стратегічність усвідомлюється комунікантами. Проте деякі вчені (С. Сухих, К. Келлерман, Д. Таннен) наголошують на несвідомій природі стратегій, до яких долучаються комуніканти, та зумовленості вибору стратегій з інтерпретацією мовцем певної комунікативної ситуації, яка й впливає на інтуїтивний вибір вербальних і невербальних засобів при створенні висловлення (Дж. Гамперц). О. Іссерс визнає, що комунікації, у переважній більшості випадків, притаманний стратегічний характер, проте іноді вона може бути й нестратегічною [10, с. 103].

Незважаючи на спроби науковців, які спрямовані на пошуки розгорнутого осмислення й глибокого розуміння термінологічної одиниці **«стратегія»**, **однозначного визначення цього поняття досі не існує**. У процесі пояснення одного із базових понять, яким послуговуються різні сфери наукового знання, мовознавці відчують певні складнощі, внаслідок чого воліють обмежуватися описом зазначеного поняття в практичній площині або ідентифікацією тих ознак, які диференціюють його від суміжних з ним понять, зокрема «тактика».

Дж. Гамперц репрезентує стратегію у руслі когнітивного підходу і визначає останню як «особливий підхід до інтерпретації дискурсу, орієнтований на мовця, що керує використанням лексичного, граматичного, соціолінгвістичного та іншого знання під час відтворення та інтерпретації повідомлень у контексті» [30, с. 62]. Іншим прикладом спроби осмислити стратегію в когнітивному аспекті є ствердження Д. Леві, котрий визначає її як когнітивний процес, де мовець співвідносить свою комунікативну ціль з конкретним мовленнєвим виразом» [31, с. 197]. Цю думку розділяє вчений Ч. Фернандо, за яким стратегія «є складною когнітивною моделлю (гештальтом), узагальненням минулого досвіду і включає особистісні, локальні, діяльнісні та ін. виміри, організовані у свідомості і пам'яті особливим чином» [29, с. 110–111].

Не менш поширеною в сучасній лінгвістиці є процедура наукового тлумачення **поняття** «комунікативна стратегія» в прагматичному аспекті, зокрема, в контексті інтенцій мовця, його стратегічної програми та усвідомлення плану мовленнєвих дій адресанта. Наприклад, вирішальним у розумінні комунікативної стратегії Г. Почепцова є діяльнісний критерій. Науковець розглядає останню як ефективний шлях досягнення комунікативних цілей [22, с. 56].

А. Юшковець об'єднує когнітивний, інтенційний та діяльнісний аспекти у визначенні поняття стратегії і визначає комунікативну стратегію як оптимальну реалізацію інтенцій мовця, спрямовану на досягнення конкретної мети спілкування, узгоджену з особистісними (статусно-рольовими) і психологічними характеристиками учасників комунікативного процесу, що зумовлено комунікативним досвідом, який передбачає підкорення законам і нормам у відповідній сфері комунікації та конкретно змодельованій ситуації спілкування [28, с. 5].

Якщо мовну стратегію розуміють як сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загальної комунікативної задачі мовця, то мовною тактикою слід вважати одну або декілька дій, які сприяють реалізації стратегії. Стратегічний задум визначає вибір засобів і прийомів його реалізації, отже, мовленнєва стратегія і тактика пов'язані як рід і вид [3, с. 7].

В Академічному словнику української мови лексична одиниця «тактика» (від грец. тактикῆ) витлумачується як:

- 1) складова частина військового мистецтва, що включає теорію й практику підготовки, організації та ведення бою;
- 2) сукупність прийомів і способів ведення суспільно-політичної боротьби;
- 3) у переносному значенні «способи, прийоми досягнення певної мети; лінія поведінки когось [1].

У лінгвістичній літературі «тактика» осмислюється як мовленнєві прийоми, які уможливають досягнення поставлених цілей в конкретній ситуації, при цьому вибір мовленнєвих тактик різниться в комунікативних ситуаціях побутового або ділового спілкування, і соціальна гетерогенність тих, хто спілкується, також впливає на вибір відповідних мовленнєвих тактик, жодна з яких не є універсальною та ефективною у всіх ситуаціях [15, с. 509].

Ряд дослідників (Н. Формановська, О. Іссерс, О. Сковородніков та ін.) акцентують увагу на необхідності окреслення відмінностей між поняттями «комунікативна стратегія» і «комунікативна тактика», що в інтерпретації Т. Матвєєвої, пов'язані як вид та рід [16, с. 218]. Так, Є. Ключев визначає тактику як «достатньо потужну комунікативну одиницю, конкретну методичку, схему дії, єдність практичних ходів у реальному процесі мовної взаємодії» [12, с. 179]. І. Борисова розглядає поняття комунікативної тактики в площині діалогу і визначає останню як «динамічне вживання комунікантами мовленнєвих вмінь побудови реплік діалогу, що конструюють ту чи іншу стратегію ведення діалогу [4, с. 81 – 85]; Н. Формановська вважає мовленнєву тактику вибором мовленнєвого акту на певному етапі спілкування [26, с. 45]; О. Сковородніков зазначає, що на відміну від «комунікативної стратегії», «комунікативна тактика» є конкретним мовленнєвим ходом (кроком, поворотом, етапом) у процесі здійснення мовленнєвої стратегії; мовленнєвою дією (мовленнєвим актом або сукупністю мовленнєвих актів), яка відповідає тому чи іншому етапу в реалізації мовленнєвої стратегії і спрямована на вирішення конкретного завдання цього етапу. Саме реалізація сукупної послідовності мовленнєвих тактик забезпечує досягнення комунікативної мети мовленнєвого спілкування (конкретної інтеракції) [24, с. 61 – 68].

У нашому дослідженні погоджуємося з Ф. Бацевичем, який стверджує, що «комунікативна стратегія — це оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації» [2, с. 128], а «комунікативна тактика — це визначена лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямована на одержання бажаного чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети і виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення [2, с. 130]. На думку дослідника, особисті відносини комунікантів, урахування соціальних чинників, орієнтація в психічній, когнітивній та інших сферах адресата впливають на побудову тих чи інших стратегій та їх реалізацію в комунікативному процесі для досягнення мети комунікації [2, с. 142].

Слід зазначити, що стратегії не існують ізольовано одна від одної. У прагненні до реалізації комунікативної інтенції автор продумує стратегії її досягнення на різних рівнях вербальної взаємодії і втілює у найбільш адекватних формах, структурах тексту та мовних знаках — смислового та змістового ядрі будь-якого дискурсу. Вибір стратегії зумовлюється такими параметрами, як характер дискурсу, контекст культури та її цінності, типи мовних особистостей, що беруть участь у формуванні цього дискурсу.

В залежності від цілей комунікативної взаємодії із всього різноманіття стратегій обирають, як правило, лише окремі їх типи та варіанти, спрямовані на покращення

соціальної взаємодії, уникнення конфліктів та підтримання гармонійних відносин між комунікативними партнерами. Іншими словами, кожна комунікативна стратегія характеризується певним набором відповідних мовленнєвих тактик, реалізація яких має забезпечити досягнення комунікативної мети спілкування та формування певних аспектів моделі світу адресата та його впливу на психіку, тобто сутність застосування окремої тактики полягає в тому, щоб змінити конфігурацію даних параметрів у необхідному напрямі для того, хто говорить, та трансформувати факти, які пов'язані з подією, в оціночне судження.

Тактика, з одного боку, — спосіб мовленнєвого впливу, сукупність мовленнєвих засобів, з іншого боку — шлях реалізації стратегії. У межах однієї стратегії можна виділити декілька мовленнєвих тактик [3, с. 7].

Предметом серйозної теоретичної рефлексії є проблема класифікації комунікативних стратегій і тактик. Проте ця проблема залишається далекою від вирішення, і, ймовірно, у найближчі роки надія на створення універсальної типології комунікативних стратегій навряд чи може бути реалізована як цілісний науковий проект.

Найбільш розгалужену класифікацію комунікативних стратегій надає А. Белова, яка, згідно з урахуванням таких різнопланових критеріїв, як соціальні чинники (етнічна належність, соціальний статус, гендер і вік), природа комунікативних знаків, темпоральність, психологічна налаштованість комунікантів, адресантно-адресатні відношення та комунікативна мета, поділяє їх на: 1) універсальні та етнічно-специфічні; 2) загальнозживані та індивідуальні; 3) загальнозживані та вікові; 4) унісекс та гендерномарковані; 6) атемпоральні та обмежені у часі; 7) кооперативні та конфліктні; 8) адресантно орієнтовані та адресатно-орієнтовані; 9) інформативні та спонукальні [3, с. 12].

Варто зазначити, що провідним дослідником комунікативних стратегій є також Ю. Пірогова. Вона виділяє позиціонуючу і оптимізуючу комунікативні стратегії. Ця класифікація заснована на різниці стратегій залежно від комунікативних цілей та завдань. Перший тип формує певне сприйняття інформації, другий, в свою чергу, спрямований на оптимізацію впливу повідомлення і на подолання несприятливих умов комунікації. [21, с. 101].

Т. Ван Дейк досліджує мовленнєвий вплив в аспекті глобального наміру, цілі або плану, який реалізується за допомогою різноманітних стратегій комунікації. Вирішальним критерієм для нього виступає природа стратегій як сукупності цілеспрямованих дій у розгортанні дискурсу, внаслідок чого виокремлюються стратегії адресата і мовця, соціокультурні і комунікативні, риторичні, макро- і мікростратегії, дискурсні і граматичні стратегії, *пропозиційні стратегії, стратегії локальної когерентності, продукційні стратегії та ін.* [7, с.153–211].

М. Макаров диференціює *схематичні, сценарні, стилістичні та розмовні стратегії* [18, с. 113]; О. Іссерс ґрунтує власну класифікацію на інтенційно-жанровому типі комунікативної дії та диференціює *головні* (семантичні / когнітивні), що є найбільш значущими на певному етапі комунікативної взаємодії з точки зору ієрархії мотивів та цілей і переважно пов'язані з впливом на адресата, його модель світу, систему цінностей та поведінку, а також *допоміжні* стратегії, які сприяють ефективній організації діалогової взаємодії, оптимальному впливу на адресата і визначаються дослідницею як прагматичні, риторичні та діалогові [10, с. 114].

Г. Матвєєва виокремлює регулятивні стратегії, спрямовані на спричинення бажаних змін у широкому екстракомунікативному контексті ситуації, диктальні стратегії, ціль яких — це інформування співбесідника про факти об'єктивної

реальності, здатність розмірковувати, розповідати, описувати, логічно осмислювати тему бесіди та модальні стратегії, зорієнтовані на висловлення своїх почуттів, оцінки, комунікативної інтенції, настрою по відношенню до мовлення та комунікативної ситуації [16, с. 123].

За І. Борисовою, комунікативні стратегії можуть бути усвідомленими, які здебільшого пов'язані з досягненням практичної мети, та підсвідомими, що не визначаються обдуманим планом: «Якщо усвідомлену стратегію прийнято співвідносити із задумом висловлення та його реалізацією у мовленні, то підсвідому стратегію можна співвіднести з поняттям психологічної установки мовця [4, с. 23].

В залежності від ступеня «глобальності» намірів мовні стратегії можуть характеризувати конкретну розмову з конкретними цілями. Вони можуть бути більш загальними, спрямованими на досягнення більш загальних соціальних цілей. У зв'язку з цим розмежовують загальні та приватні стратегії. Наприклад, загальна стратегія дискредитації реалізується в приватних стратегіях звинувачення, образи, глузування [17, с. 119].

У мовознавстві проблема ефективності комунікації, мовленнєвого впливу на адресата, вживання відповідних стратегій та тактик тісно пов'язана вивченням маніпуляцій, які застосовуються для дієвішого впливу на реципієнта. Мовленнєвий вплив, який становить комунікативно-психологічну сутність маніпуляції [15, с. 256; 11, с. 415], спрямований на зміни в соціально-психологічній структурі суспільства або на стимуляцію прямих соціальних дій через вплив на психіку членів певної соціальної групи, або суспільства в цілому.

Як вважають Гайкова та Халатян, у політичному дискурсі використовуються стратегії: маніпуляції, аргументації, самопрезентації, дискредитації опонента, боротьби за владу, переконання [5, с. 74; 27, с. 159–164].

З точки зору О. Даньшиної в політичному дискурсі мають місце стратегії змістовного аналізу й оцінки ситуації, самозахисту, спонукання й маніпулювання [6, с. 24–28].

О. Могілевська, у свою чергу, виокремлює стратегію «створення кола своїх» й «створення кола чужих» [19, с. 155].

Наступними ми детальніше розглянемо стратегії в основі класифікації яких лежить мета маніпуляції, а саме їх поділ на кооперативні, конфліктогенні й маніпулятивні [23, с. 263]. Під *кооперативними стратегіями* розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, якими володіє мовець для досягнення глобальної стратегічної мети через кооперацію зі співрозмовником. Тактичні ходи і прийоми даної стратегії зорієнтовані на співробітництво зі співрозмовником і мають на меті спільне розв'язання завдань обміну інформацією або мовленнєвого впливу. До них відносять: інформативну стратегію, яка, в основному, реалізується за допомогою тактик встановлення, підтримки і переривання мовного контакту, тактик запиту інформації та інформування. Крім того, існує аргументативна стратегія, яка реалізується через тактики генералізації, проведення аналогії, посилення на авторитет, протиставлення, описи позитивної перспективи, поетапної мотивації. Під *конфліктогенними стратегіями* розуміють сукупність тактичних ходів і прийомів, які використовує мовець для досягнення своєї глобальної стратегічної мети через конфлікт із співрозмовником. У рамках цих стратегій виділяють стратегію конфронтації, яка реалізується як маніпулятивний тиск тактиками відмови від дії, докору, загрози, прояви неповаги; як мовна агресія — тактиками образи, натяку, іронії, погрози та інші. Маніпулятивні стратегії спрямовані на зміну свідомості чи поведінки партнера спілкування в цілях мовця.

Дотримання стратегічної мети змушує адресанта «не тільки відбирати певні факти, а й давати їх у певному освітленні, тобто змушує відповідно організувати мову, обумовлювати композицію та характер мовних засобів» [20, с. 85]. Таким чином, стратегія задає кут зору на предмет мовлення, свідомо обмежує можливий обсяг інформації та відбір мовних засобів. Все це обумовлено прагненням досягти максимального результату.

Загальна інтенція мовця зумовлює вибір комунікативної тактики її реалізації. Отже, Н. Формановська зазначає, що «тактик така безліч, яку можна порівняти з безліччю мовленнєвих дій» [26, с. 60].

На противагу Формановській, Є. Денисюк висуває точку зору про відсутність специфічних маніпулятивних тактик. Відсутність специфічних тактик маніпулятивної комунікативної стратегії є початковою причиною «непомітності маніпуляції для особи, якою маніпулюють» [8, с. 67].

Г. Копніна виокремлює «кооперативні мовленнєві стратегії і тактики, засновані на дотриманні правил спілкування, і некооперативні, що порушують ці правила» [13, с. 51].

Під час аналізу текстів політичного дискурсу О. Михальова виокремила три стратегії, здійснені за допомогою певних тактик:

- 1) стратегія на зниження;
- 2) стратегія на підвищення;
- 3) стратегія театральності.

Перша стратегія здійснюється за допомогою тактики звинувачення опонента, формування негативного образу. Стратегія на підвищення заснована насамперед на створенні позитивного образу адресанта, на тактиці самовиправдання і піднесення. Стратегія театральності включає набір таких тактик, як тактика інформування, тактика прогнозування, тактика спонукань [18, с. 217].

Висновки. Як дискурсивна практика політичний дискурс характеризується рядом специфічних рис, серед яких одну із провідних ролей відіграє маніпулятивність. Маніпулятивний вплив розглядаємо як спосіб зміни чи коригування картини світу реципієнта, що реалізується за допомогою вербальних складових, базованих на окремих мовних засобах. У ході здійснення спілкування у політичному дискурсі його учасниками обираються різноманітні комунікативні стратегії і тактики, які уможливають реалізацію маніпулятивного впливу на партнера по комунікації.

Список літератури

1. Академічний тлумачний словник. URL : <http://sum.in.ua/s/taktyka>.
2. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики : монографія. Львів, ПАІС, 2010. 336 с.
3. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. Київ : Освіта, 2004. 18 с.
4. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге. Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург : Урал. гос. ун-т, 1996. С. 21–48.
5. Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2003. 211 с.
6. Даньшина Е. В. Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса. *Вестник СумДУ. Сер. Филология*. Сумы, 2007. № 1. Т. 2. С. 24–28.
7. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / [под ред. В. И. Герасимова]; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.

8. Денисюк Е. В. Феномен манипуляции: речедетельностная интерпретация. *Культурно-речевая ситуация в современной России: [тезисы докладов Всерос. науч.-методич. конф.]*. Екатеринбург, 2000. 68 с.
9. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та інтернет-видань : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2006. 21 с.
10. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русского языка. Москва : Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
11. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва : ЭКСМО-Пресс, 2001. 832 с.
12. Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Москва : Изд-во ПРИОР, 1998. 270 с.
13. Копнина Г. А. Речевое манипулирование. 3-е изд. Москва : Флинта, 2010. 170 с.
14. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики : 3-е изд. Москва : Смысл, 2003. 287 с.
15. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. Москва : Сов. Энциклопедия, 1990. 685с.
16. Матвеева Т. В. Учебный словарь. Русский язык, культура речи, стилистика, риторика. Москва : Флинта, 2003. 432 с.
17. Миронова П. О. Коммуникативная стратегия редукционизма в политическом дискурсе. Ч. 1. Омск : ОмГУ, 2000. 165 с.
18. Михалева О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия : дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2004. 289 с.
19. Могилевская О. А. Коммуникативные стратегии «создание круга своих», «создание круга чужих»: сопоставительный аспект. *Научный журнал Linguamobilis*. Челябинск, 2009. Вып. 2. С. 155–168.
20. Одинцов В. В. Композиционные типы речи. Москва : Наука, 1982. 189 с.
21. Пирогова Ю. К. Рекламный текст, семиотика и лингвистика. Москва : Изд-во Гребенникова, 2000. 205 с.
22. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук. Киев : Ваклер, 2001. 656 с.
23. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. Киев : Брама, 2004. 336 с.
24. Сковородников А. П. Способы манипулятивного речевого воздействия в прессе. *Политическая лингвистика*, 2012. №. 3 (41). С. 36–42.
25. Тюпа В. И. Нарративная стратегия романа. *Новый филологический вестник*. 2011. № 3 (18). С. 8–25.
26. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва : Наука, 2002. 60 с.
27. Халатян А. Б. Коммуникативные стратегии и тактики современного предвыборного дискурса в России и США. *Вестник ПГЛУ*, 2010. № 1. С. 159–164.
28. Юшковец І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф ... дис. канд. філол. наук. Донецьк, 2008 . 20 с.
29. Fernando Ch. Idioms and Idiomaticity. Oxford, NY : Oxford University Press, 1996. 265 p.
30. Gumperz J. Discourse Strategies. Cambridge: CUP, 1982. 402 p.
31. Levy D. Communicative goals and strategies: between discourse and syntax. 1979. №. 12. P. 183–210.

References

1. Academic explanatory dictionary. Available at : <http://sum.in.ua/s/taktyka> (Accessed on 8 December 2021) [in Ukr.].
2. Batsevych, F. S. (2010). *Narysy z lnhvistychnoi prahmatyky* [Essays on linguistic pragmatics]. Lviv, PAIS Publ., 336 p.
3. Bielova, A. D. (2004). *Komunikatyvni stratehii i taktyky: problemy systematyky* [Communicative strategies and tactics: semantic problems]. Kyiv, Osvita Publ., 18 p.
4. Borisova, I. N. (1996). *Diskursivnye strategii v razgovornom dialoge* [Discursive strategies in conversational dialogue]. Ekaterinburg, Ural. gos. un-t Publ., pp. 21–48.
5. Gajkova, O. V. (2003). *Predvybornyj diskurs kak zhanr politicheskoy kommunikacii* [Pre-election discourse as a genre of political communication. Abstract of PhD in Philological sciences thesis]. Volgograd. 211 p.
6. Dan'shina, E. V. (2007). *Strategii i taktiki amerikanskogo predvybornogo diskursa* [Strategies and tactics of the American pre-election discourse]. *Vestnik SumDU. Ser. Filologiya* [Bulletin of SumDU. Ser. Philology], no. 1, pp. 24–28.
7. Dejk, T. A. (1989). *Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow, Progress Publ., 312 p.
8. Denisyuk, E. V. (2000). *Fenomen manipulyacii: rechedeyatel'nostnaya interpretaciya. Kul'turno-rechevaya situaciya v sovremennoj Rossii* [Phenomenon of manipulation: speech-and-activity interpretation. The cultural and speech situation in modern Russia]. Yekaterinburg, 68 p.
9. Dmytruk, O. V. (2006). *Manipuliatyvni stratehii v suchasni anhlomovni komunikatsii* [Manipulative strategies in modern English-language communication. Abstract of PhD in Philological sciences thesis]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. 21 p.
10. Issers, O. S. (2008). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkogo yazyka* [Communicative strategies and tactics of Russian language]. Moscow, LKI Publ., 288 p.
11. Kara-Murza, S. G. (2001). *Manipulyaciya soznaniem* [Manipulation of cognition]. Moscow, EKSMO-Press Publ., 832 p.
12. Klyuev, E. V. (1998). *Rechevaya kommunikacya* [Speech communication]. Moscow, PRIOR Publ., 270 p.
13. Kopnina, G. A. (2010). *Rechevoe manipulirovanie* [Speech manipulation]. Moscow, Flinta Publ., 170 p.
14. Leont'ev, A. A. (2003). *Osnovypsiholingvistiki* [Fundamentals of psycholinguistics]. Moscow, Smysl Publ., 287 p.
15. Yartseva, V. N. (1990). *Lingvisticheskij ehnciklopedicheskij slovar'* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. Moscow, Sov. Ehnciklopediya Publ., 685 p.
16. Matveeva, T. V. (2003). *Uchebnyj slovar' . Russkij yazyk, kul'tura rechi, stilistika, ritorika* [Educational dictionary. Russian language, culture of speech, stylistics, rhetoric]. Moscow, Flinta Publ., 432 p.
17. Mironova, P. O. (2000). *Kommunikativnaya strategiya redukcionizma v politicheskom diskurse* [Communication strategy of reductionism in political discourse]. Omsk, OmGU Publ., 165 p.
18. Mihaleva, O. L. (2004). *Politicheskij diskurs kak sfera realizacii manipulyativnogo vozdejstviya. Dis. kand. filolog. nauk* [Political discourse as a sphere of realization of manipulative influence. PhD in Philological sciences thesis]. Irkutsk, 289 p.
19. Mogilevskaya, O. A. (2009). *Kommunikativnye strategii «sozdanie kruga svoih», «sozdanie kruga chuzhih»: sopostavitel'nyj aspekt* [Communicative strategies «creating a circle of friends», «creating a circle of strangers»: a comparative aspect]. *Nauchnyi zhurnal Linguamobilis* [Scientific journal Linguamobilis]. Chelyabinsk, vol. 2, pp. 155–168.

20. Odincov, V. V. (1982). *Kompozicionnye tipy rechi* [Compositional types of speech]. Moscow, Nauka Publ., 189 p.
21. Pirogova, Yu. K. (2000). *Reklamnyj tekst, semiotika i lingvistika* [Advertising text, semiotics and linguistics]. Moscow, Grebennikov Publ., 205 p.
22. Pochepcov, G. G. (2001). *Teoriya kommunikacii* [Communication theory]. Moscow, Refl-buk Publ., 656 p.
23. Selivanova, E. A. (2004). *Osnovy lingvisticheskoy teorii testa i kommunikacii* [Foundations of the linguistic theory of test and communication]. Kyiv, Brama Publ., 336 p.
24. Skovorodnikov, A. P. (2012). *Sposoby manipulyativnogo rechevogo vozdejstviya v presse* [Methods of manipulative speech influence in the press]. *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics], no. 3 (41), pp. 36–42.
25. Tyupa, V. I. (2011). *Narrativnaya strategiya romana* [Narrative strategy of the novel]. *Novyi filologicheskij vestnik* [New philological Bulletin], no. 3 (18), pp. 8–25.
26. Formanovskaya, N. I. (2002). *Rechevoe obshchenie: kommunikativno-pragmaticheskij podhod* [Speech communication: a communicative-pragmatic approach]. Moscow, Nauka Publ., 60 p.
27. Halatyan, A. B. (2010). *Kommunikativnye strategii i taktiki sovremennogo predvybornogo diskursa v Rossii i SshA* [Communicative strategies and tactics of modern pre-election discourse in Russia and the United States]. *Vestnik PGLU* [Bulletin of PGLU], no. 1, pp. 159–164.
28. Yushkovets, I. A. (2008). *Komunikativni stratehii i taktyky v politychnomu dyskursi kantsleriv FRN (na materialy uriadovykh zaiav i politychnykh vystupiv)* [Communicative strategies and tactics in the political discourse of the Chancellors of Germany (based on government statements and political speeches). Abstract of PhD in Philological sciences thesis]. Donetsk, 20 p.
29. Fernando, Ch. (1996). *Idioms and Idiomaticity*. Oxford, New York, Oxford University Press Publ., 265 p.
30. Gumperz, J. (1982). *Discourse Strategies*. Cambridge, CUP Publ., 402 p.
31. Levy, D. (1979). *Communicative goals and strategies: between discourse and syntax*, no. 12, pp. 183–210.

Дата надходження рукопису 16.11.2021

Objective. *The objective of the present article is to investigate the problem of defining the «strategy» and «tactics» of manipulative influence in political discourse, to study the existing classifications of scientific communication strategies and tactics and to analyze their features.*

Methods. *The main scientific results are obtained by applying a set of general and special research methods, namely: analysis, systematization and generalization of scientific literature, induction, deduction (to identify approaches to understanding the nature of tactics and strategies of manipulative influence and their characteristics and features).*

Results. *Discourse is one of the most important communicative categories that reflects speech interaction. The subject of special scientific interest is political discourse. Manipulation and mechanisms for choosing appropriate tactics and language tools play a leading role in political discourse.*

The influence of information flow on consciousness is an obvious fact. Most often, the manipulation is carried out in such a way that it is difficult to identify what the authors of the message or what tools they use. The urgency of studying the essence of strategies and tactics of manipulative influence on public opinion is explained by a large number of studies on this issue. Manipulation is a complex phenomenon, its implementation is carried out through the use of certain strategies and tactics.

Manipulation involves a special presentation of information, which is carried out in such ways as distortion of information (from open untruth to shift the concept in the semantic, semantic field), which allows you to adjust the degree of psychological influence, create your own image of reality; concealment of information; manipulation with the method of submission of material and time of submission of information; subthreshold supply of information (taking into account the peculiarities of unconscious perception of information); overloading the recipient with information selected for a certain parameter.

As the main objective of political communication is to gain and retain power, the description of the manipulative process uses appropriate strategies, tactics and language tools that are aimed at convincing the recipient of the correctness of their position as opposed to the position of political opponents.

Key words: discourse, political discourse, strategies, tactics, manipulative influence.

DOI : 10.33274/2079-4835-2021-23-2-88-96

УДК 16.7-026.15

Ніколенко К. В.,
канд. філософ. наук

Донецький державний університет внутрішніх справ, м.
Кривий Ріг, Україна, e-mail: nikolenkoksenia985@gmail.
com
ORCID: 0000-0002-9816-6783

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КРЕАТИВНОСТІ

UDC 16.7-026.15

Nikolenko K. V.,
PhD in Philosophical
sciences

Donetsk State University of Internal Affairs, Kryvyi Rih,
Ukraine, e-mail: nikolenkoksenia985@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9816-6783

FEATURES AND PROSPECTS OF MODERN CREATIVITY RESEARCH

Мета: визначити сутнісні особливості сучасних теорій креативності, встановити структурні складові креативності, зазначити основні креативні компоненти, що підлягають розвитку, вивченню, можуть виступати освітніми компонентами.

Методи: для вивчення основних чинників креативних теорій використовувались природно-онтологічний та суспільно-онтологічний методи, засновано аксіологічний підхід задля визначення наслідків креативності та результатів в соціальному контексті, індивідуальний підхід використовувався при розкритті сутності особистого внеску, особистих наслідків креативності, морально-етичний метод виступає чинним при розгляді як самого процесу креативності, можливих наслідків результатів, так і власне досліджень самого креативного процесу. Науковими принципами дослідження виступають — принцип об'єктивності (при аналізі результатів креативного процесу), детермінізму (використовується для дослідження процесу креативності), системності (загальне викладення матеріалу ґрунтується на цілісному сприйнятті креативності в системі індивідуальних, фізіологічних, соціальних та культурних норм).

Результати: розглянута проблема свідчить, що у суспільстві виникає проблема системного розгляду креативності, є необхідність вказати характер її прояву, окреслити соціальні наслідки. Оскільки креативність не обмежується технічними нововведенням, оригінальними бізнес-моделями, створюючи нове само по собі, вона не може бути вивчена теоретично повністю через розгляд складових особистості