

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2021.5.1.15>

JĘZYKOWE CECHY MANIPULACJI W INTERNECIE

Kateryna Ivanchuk

*aspirantka Katedry Filologii Wschodniej
Kijowskiego Narodowego Uniwersytetu Lingwistycznego (Kijów, Ukraina)
ORCID ID: 0000-0002-1260-6347
e-mail: k.ivanchuk@yahoo.com*

Adnotacja. Artykuł poświęcono specyficie manipulacji w sieci, która jest realizowana dzięki możliwościom informacyjnym i potencjałowi komunikacyjnemu Internetu.

W artykule wyjaśniono istotę pojęcia manipulacji i opisano jej główne składniki.

Udowodniono, że struktury nowych mediów – sieci społecznościowe i usługi internetowe rozwiązują cały zakres natychmiastowych problemów, co wpływa na rozwój polityki, biznesu, dziennikarstwa, edukacji, ochrony przestrzeni informacyjnej przed wpływami manipulacyjnymi.

W procesie badania manipulacji językowej w Internecie ujawniono istotę cech technologii komunikacyjnej, a mianowicie właściwości mediów elektronicznych (mediów).

Analiza manipulacji mownych w tekstach mediów internetowych wykazała, że różni się ona od wpływu mownego w mediach drukowanych.

Stwierdzono, że przyszłe wojny opierają się na technologiach manipulacji, algorytmach behawioralnych, stereotypach aktywności, a poszukiwania naukowe w kierunku dalszego językowego badania manipulacji mownej w Internecie mają znaczące perspektywy badawcze.

Słowa kluczowe: manipulacja, przedmiot manipulacji, ofiara manipulacji, podmiot manipulacji, narzędzia manipulacji, manipulacja mowna, cele wpływu.

LINGUISTIC FEATURES OF MANIPULATION ON THE INTERNET

Kateryna Ivanchuk

*Postgraduate Student at the Department of Oriental Philology
Kyiv National Linguistic University (Kyiv, Ukraine)
ORCID ID: 0000-0002-1260-6347
e-mail: k.ivanchuk@yahoo.com*

Abstract. The article is devoted to the peculiarities of manipulative influence in the network, which is realized due to the information capabilities and communicative potential of the Internet.

The article reveals the concept of manipulation and describes its main components.

It has been proven that the structures of new media – social networks and Internet services solve a range of non-media problems, which affects the development of politics, business, journalism, education, issues of protection of the information space from manipulative influences.

In the process of studying the manipulative influence of language on the Internet, the essence of the features of communication technology, namely, the properties of electronic media (media) is revealed.

The analysis of language manipulations in the texts of the Internet media showed its difference from the language influence in the print media.

It is concluded that future wars are based on manipulation technologies, behavioral algorithms, stereotypes, and scientific research in the direction of further linguistic study of language manipulation on the Internet has significant research prospects.

Key words: manipulation, object of manipulation, victim of manipulation, subject of manipulation, tools of manipulation, language manipulation, targets of influence.

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МАНІПУЛЮВАННЯ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Катерина Іванчук

*аспірантка кафедри східної філології
Київського національного лінгвістичного університету (Київ, Україна)
ORCID ID: 0000-0002-1260-6347
e-mail: k.ivanchuk@yahoo.com*

Анотація. Статтю присвячено особливостям маніпулятивного впливу у мережі, який здійснюється завдяки інформаційним можливостям і комунікативному потенціалу Інтернету.

У статті розкрито сутність поняття «маніпулювання» та описані його основні складники.

Доведено, що структури нових медіа (соціальні мережі і сервіси Інтернет) вирішують цілий спектр невідкладних завдань, що впливає на розвиток політики, бізнесу, журналістики, освіти, питань захисту інформаційного простору від маніпулятивних впливів.

Під час дослідження мовного маніпулятивного впливу в Інтернеті розкрита сутність особливостей комунікаційної технології, а саме властивостей електронних засобів масової інформації (ЗМІ).

Аналіз мовних маніпуляцій у текстах Інтернет-ЗМІ показав його відмінність від мовного впливу у друкованих засобах.

Зроблено висновок, що майбутні війни ґрунтуються на технологіях маніпуляції, алгоритмах поведінки, стереотипах діяльності, а наукові пошуки у напрямку подальшого лінгвістичного вивчення мовних маніпуляцій у мережі Інтернет мають значні дослідницькі перспективи.

Ключові слова: маніпулювання, об'єкт маніпулювання, жертва маніпулювання, суб'єкт маніпулювання, інструменти маніпулювання, мовне маніпулювання, мішені впливу.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний рівень розвитку інформаційно-комунікативних технологій вперше в історії суспільства дозволив поєднати людей один з одним і з безмежними інформаційними ресурсами мережі Інтернет. Завдяки цьому успішно вдається використовувати інформацію і комунікативний потенціал мережі у маніпулятивних цілях.

Маніпулювання (маніпуляція) – це вид прихованого психологічного впливу, спрямованого на зміну поведінки, мети, намірів, бажань, відносин, установок або інших психологічних характеристик адресата в інтересах суб'єкта взаємодії, яке могло б не відбутися, якби об'єкт володів інформацією про ситуацію, а саме про факти та наміри впливу (Доценко, 2003: 167). Прихований вплив – це неусвідомлений вплив на адресата. Суб'єкт маніпулювання прагне, щоб об'єкт впливу сам визнав той чи інший вчинок, який йому навіюється, єдиним правильним для себе. Для цього маніпулятор вдається до засобів переконання, заснованих на умисному обмані або навіюванні (сугестії).

Для того, щоб краще зрозуміти процес здійснення маніпулювання, потрібно розкрити його основні складники.

Об'єкт маніпулювання – це свідомість людини (адресата) і масова свідомість групи людей (частини суспільства), можливо і всього суспільства, на які здійснюється певний, заздалегідь запрограмований вплив із метою досягнення бажаного (очікуваного) результату (Петрик, 2011:11).

Жертва маніпулювання – це окрема людина, група людей, частина суспільства, суспільство як об'єкт маніпулювання, використані або чимось сприяли досягненню заздалегідь установленої мети (Петрик, 2011:11).

Суб'єкт маніпулювання – це окремий представник суспільства (група людей), який ініціював та здійснив самостійно чи опосередковано виконання маніпулювання свідомістю задля досягнення заздалегідь установленої мети (Петрик, 2011:11).

Інструменти маніпулювання – це певні ідеї, апробовані прийоми, різноманітні форми, дієві способи та методи, використання яких дає можливість впливати на свідомість певної людини або групи людей задля досягнення певної заздалегідь установленої мети (Петрик, 2011:11).

Ще одне актуальне поняття, яке доцільно ввести для опису маніпулювання свідомістю людини (адресата) та масовою свідомістю групи людей (частини суспільства), – це *мішені* впливу.

Мішенями можуть бути окремі особи, об'єднання людей, певні соціальні групи населення, навіть окремі країни і блоки країн – об'єкти спланованих заздалегідь спеціальних інформаційних операцій (Петрик, 2011:12).

Мішені маніпулятивного впливу можна класифікувати на такі п'ять груп:

- 1) *збуджувачі активності особи*: інтереси, потреби, схильності;
- 2) *регулятори активності особи*: відчуття власної гідності, самоповага, гордість (параметри самооцінки); певні групові норми; встановлені суб'єктивні відносини; переконання, вірування, світогляд; певні цільові, смислові, операційні установки;
- 3) *операційний склад діяльності*: спосіб і стиль мислення; образ і стиль поведінки та міжособистісного спілкування; вміння і навички; звички та інше;
- 4) *інформаційні (когнітивні) структури* – масив знань про навколишній світ, людину, суспільство та інша інформація, яка є необхідним інформаційним забезпеченням для активності особи;
- 5) *наявні психічні стани*: емоційні, функціональні, фонові та інші (Петрик, 2011:12).

Окремим видом використання сугестивних технологій є мовне маніпулювання. *Мовне маніпулювання* – це використання особливостей мови і принципів її уживання з метою прихованого впливу на адресата у потрібному для маніпулятора напрямі. Мова має надзвичайно багаті маніпулятивні можливості. Це, наприклад, мовна метафора, багатозначність, непрямі мовні акти, помилкова аналогія тощо (Петрик, 2011: 48). У цій статті розглядаються особливості маніпуляційних впливів мовного наповнення мережі Інтернет.

Короткий огляд публікацій. Питання вивчення маніпулятивного впливу в мережі Інтернет розглядалось у працях як вітчизняних, так і зарубіжних мовознавців. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, сугестивні технології маніпулятивного впливу, тактичні питання і стратегічні задачі ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій вивчали В. Петрик, В. Остроухов, О. Штоквиш, М. Присяжнюк, Л. Компанцева, Є. Скулиш, О. Бойко, Г. Почепцов (Петрик, 2011; Почепцов, 2019). Анатомію політичного маніпулювання докладно розглянув у своїх працях О. Бойко (Бойко, 2007; Бойко, 2010). Сучасні аспекти мас-медійного дискурсу дослідив А. Черненко (Черненко, 2005). Психологія маніпуляції висвітлена у монографіях О. Доценка (Доценка, 1996; Доценка, 2003). Праці Р. Бендлер (Бендлер, 2004), Х. Брейнер (Брейнер, 2005) та Я. Брейкер (Брейкер, 2009) присвячені питанням нейролінгвістичного програмування

і захисту від маніпулятивних впливів. Тематикою досліджень Л. Балахонської та О. Сергєєвої (Балахонская, Сергєева, 2017) стала лінгвістика мовного впливу та маніпулювання. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі досліджено у монографії О. Рудої (Руда, 2012). Однак існує спектр наукових проблем щодо особливостей маніпулювання у мережі, які потребують подальшого дослідження.

Мета роботи – дослідити особливості мовного маніпулятивного впливу у мережі Інтернет. Для досягнення цієї мети поставлено такі **завдання**: 1) надати стислий опис особливостей Інтернет-сайтів ЗМІ; 2) розкрити важливість функцій мережі, потрібних для організації маніпулятивного впливу; 3) охарактеризувати особливості комунікаційної технології, пов'язані із мовною маніпуляцією.

Матеріали і методи досліджень.

Сутність сучасного суспільства можна охарактеризувати як інформаційно-комунікативну. Це передбачає безперешкодний доступ до інформації та обмін нею, відсутність кордонів, будь-яких рамок комунікації (політичних, географічних, тимчасових), взаємопроникнення ідей і культур, зворотній комунікативний зв'язок. Інформаційно-комунікативне суспільство за всіх позитивних аспектів його організації є ідеальним середовищем для здійснення всякого роду маніпулювань і сугестивних впливів на окрему особистість і різні соціальні групи (Петрик, 2011: 190).

Для організації маніпулятивного впливу будь-якого рівня в Інтернеті використовують такі функції:

- *глобальний комунікаційний канал*, який забезпечує передачу потоків мультимедійної інформації у світовому масштабі;
- *глобальний архів*, завдяки якому можна отримати майже будь-яку інформацію;
- *допоміжний засіб соціалізації*, самопрезентації, самопіару особистості, соціальної групи шляхом спілкування із зацікавленими особами;
- *нова сфера комунікативної діяльності*, яка змінила відносини з аудиторією і трансформувала комунікативні практики (Петрик, 2011: 167).

Найвищим досягненням комп'ютерних технологій є віртуальна реальність; це якісно новий крок у сугестивних технологіях. Комплексне донесення сенсорної інформації через зорову, слухову і тактильну модальності дозволяє проникати у людську психіку, змінювати окремі елементи самообразу у потрібному напрямі та ефективно маніпулювати свідомістю віртуального користувача. Швидкий розвиток комп'ютерних технологій віртуальної реальності створює загрозу появи так званого «техногенного наркотику». Основними психофізичними небезпеками за маніпулятивного впливу є зміна рис характеру та поведінки індивіда, зниження інтелекту і творчих можливостей, «підміна» самої особистості (Петрик, 2011: 49).

Розглянемо такі особливості Інтернет-сайтів ЗМІ:

1) *мультиформатність*. Інтернет містить не лише такі типи передачі інформації, як радіо (аудіальний), телебачення (аудіовізуальний), преса (текстуально-графічний), але і форми інтерактивної взаємодії, які раніше не існували, соціальні додатки (застосунки) або динамічну інфографіку (з анімацією). Мультиформатність дає змогу маніпулятору задіяти велику кількість каналів репрезентативної системи людини, що значно підвищує ефективність взаємодії та емоційний резонанс;

2) *інтерактивність*. Більшість веб-медіа використовують різні види інтерактивної взаємодії. Залежно від умов редакційної політики використовують форми текстуального зворотного зв'язку (коментарі на форумах, у чаті тощо), або оціночні форми («лайки», «репости», рейтинги або голосування). Отже, наявність зворотного зв'язку – «діалогічність» – підвищує довіру до медіа, але водночас дозволяє потенційному маніпулятору корегувати способи впливу та підвищувати результативність маніпуляції;

3) *персоналізація*. Аналіз профілів відвідувачів у соціальних мережах, переміщень користувачів по сайту; аналіз файлів cookies та іншої статистичної інформації дозволяє налаштовувати зміст веб-сторінок під конкретних користувачів із урахуванням виявлених аналітичним алгоритмом застережень, потреб і зацікавленості. Прихована персоналізація може використовуватися з економічних або ідеологічних міркувань. У відкритому вигляді персоналізація здійснюється за допомогою використання плагінів соціальних мереж, які відображають рекомендації та оцінки матеріалів сайту;

4) *конвергенція каналів доставки повідомлень*. Маніпуляційне повідомлення може бути доставлене до користувача на різних сайтах. Слід урахувати, що «постачальниками» цих повідомлень можуть бути самі маніпулятори, інші користувачі, яким корисна ця маніпуляція, жертви маніпуляції та користувачі, які ведуть боротьбу із виявленою маніпуляцією. Отже, істотне значення має контекст появи посилання або згадки на маніпуляційне повідомлення, оскільки він задає вектор його інтерпретації;

5) *вимірюваність*. У мережі є різні програми для аналізу статистики відвідувань сайтів. Наприклад, такий програмний продукт, як Google Analytics, дозволяє у реальному часі відслідковувати шлях, за яким прийшли користувачі, вивчати їхню поведінку на сайті, взаємодію із контентом, оцінити популярність певних публікацій. Акумуляовані таким способом відомості дозволяють виокремити узагальнені описи (портрети) груп читачів, визначити їхні погляди, інтереси і потреби. Ця оперативна і безкоштовна інформація є базою для потенційної маніпуляції постійних користувачів мережі (Калмиков, Коханова, 2018).

Слід зазначити, що *способи маніпуляції* хоча і використовуються для маніпуляції в Інтернет-ЗМІ, але *не пов'язані з мовним впливом*. *Конвергенція каналів доставки повідомлень* є більш широкою, ніж межі сайту певного електронного видання. *Вимірюваність* використовується як метод вивчення поведінки адресатів та оцінки ефективності впливу. Вона разом із іншими прийомами маніпуляції сприяє її успішному завершенню, але сама не створює жодного ефекту.

Із мовною маніпуляцією пов'язані й інші особливості комунікаційної технології електронних ЗМІ, такі як:

1) *оперативність* – технологічна можливість мережевих медіа миттєво подавати інформацію. Один із вирішальних факторів Інтернет-ЗМІ у боротьбі за постійного користувача. Швидкість подачі кореспонденції є переважаючим фактором для впливу на аудиторію користувачів. Зворотна сторона оперативності – викривлення і недостовірність інформації, які сприяють можливим маніпуляціям в інформаційному просторі;

2) *потокове наповнення*. У мережевому виданні матеріал викладається за його появи, а не відповідно до суворого періодичного графіку. Завдяки цьому в Інтернет-ЗМІ відсутні часові і просторові обмеження. Більшість онлайн-видань використовують конвергенцію каналів розповсюдження інформації, соціальні мережі, блоги, RSS-підписки. Отже, Інтернет-ЗМІ інтегруються у повсякденне життя користувача, тому ніщо так не сприяє успіху маніпуляції, як тривалість контакту;

3) *гнучкість тексту*. На відміну від друкованої преси технологічне улаштування онлайн-видання дозволяє миттєво редагувати вже опубліковані тексти; виправляти або вилучати помилки, якщо вони викликали незадоволення суспільства; дописувати їх, якщо надійшла нова інформація. Технічна можливість видалити опубліковане повідомлення дозволяє: а) виконати інформаційне вкидання, а потім вилучити вхідне повідомлення і заперечувати причетність до нього; б) припинити дезінформацію читацької аудиторії;

4) *параграфемічна спрямованість*. Завдяки інтерактивності взаємодії із сайтом на рівні вибору матеріалів та різних (яскравих, великорозмірних, динамічних) елементів дизайну Інтернет-ЗМІ мають великі можливості візуальної маніпуляції уваги аудиторії;

5) *гіпертекстовість*. Гіпертекст – текст, що виконує певні дії за командою. Завдяки гіпертексту розрізнені веб-документи можуть бути представлені як цілісна нелінійна взаємопов'язана система текстів, яка має назву Інтернет-ЗМІ. Гіпертекстові посилання зв'язують матеріали електронного видання між собою, за рахунок цього вони вибудовуються у смислові групи за сюжетами або тегами. Такий підхід дозволяє активно використовувати архівні матеріали (Калмиков, Коханова, 2018).

Гіпертекстові тематичні або контекстуальні зв'язки дають змогу досягнути високої якості інформації і глибини її змісту за рахунок достовірності і повноти доповнених та уточнюючих зовнішніх і внутрішніх посилань. Водночас гіпертекст містить не тільки просту інформацію, але і нав'язані автором гіперпосилання вибору джерел інформації. Гіпертекстом зазвичай виділяють лише ключові слова, що має такі наслідки: 1) фокусування уваги лише на них та акцентування їх значення; 2) пропозиція користувачу розглянути лише вибрані фрагменти і блоки інформації, які пропонується перевірити. Отже, у самому селективному принципі використання гіперпосилань закладені широкі можливості для маніпуляції (Горошко, 2010: 15).

Гіпертекст також використовується маніпуляторами задля конструювання необхідного маршруту переміщення адресата мережею, для зв'язку різних маніпуляційних повідомлень, для імітації глибоких знань теми маніпуляції (предмета маніпуляції), для налагодження інтертекстуальних зв'язків конкретного тексту з іншими та мобілізації їх потенціалу впливу, для підтвердження частини або окремих елементів маніпуляційного повідомлення і створення враження аргументованості певної позиції (Горошко, 2010: 16).

Окрім проаналізованих технологічних особливостей функціонування Інтернет-ЗМІ, які можуть використовуватися з маніпулятивною метою, існує ще один аспект діяльності Інтернет-видань: *вони схильні до впливу спорадичних змін*, тобто користувачі онлайн-видань можуть легко змінити свої читацькі уподобання.

Отже, маніпуляторам в онлайн-виданнях слід використовувати більш акуратні, але водночас універсальні інструменти маніпулятивного впливу задля того, щоб він відбувся ефективно та непомітно для представників різних груп соціуму. Така вимога значно ускладнює вибір і комплектацію мовних прийомів та засобів маніпулятивного впливу. Окрім того, враховуючи спорадичні зміни онлайн-аудиторії, автори маніпуляцій в онлайн-медіа мають менший рівень знань щодо аудиторії впливу та її поінформованості відносно тем маніпуляцій. Слід пам'ятати, що аудиторія, яка сидить за комп'ютерами, має широкі можливості перевірки різної інформації. Ось чому в онлайн-виданнях практично відсутній прямий обман. Отже, складна ситуація із динамічно змінною аудиторією і наявністю у неї інструментарію із можливою перевірки фактів змушує авторів маніпуляцій в онлайн-ЗМІ використовувати більш досконалі способи мовного маніпулювання. Технологічні характеристики комунікаційного середовища та онлайн-ЗМІ надають можливість використовувати мовні маніпулятивні прийоми не тільки для формування уявлень, відношень, стереотипів та установок особистості, але і для залучення нових читачів, підвищення рівня лояльності активно діючих користувачів, збільшення кількості оглядів сайту, тобто для отримання прямої економічної вигоди унаслідок реакції читача, яка практично миттєво відбувається за мовним впливом окремих повідомлень публікації – переходом на сторінку статті за інтригуючим гіпертекстовим заголовком.

Результати досліджень. Наша сучасність – це епоха нової інформаційної культури, що зумовлено високим рівнем цифровізації комунікативних процесів.

Досвід розвитку інформаційно-комунікативних технологій показує, що особливого значення набувають мовно-комунікативні процеси у мережі Інтернет. Сучасні медіа посідають провідне місце під час підготовки фахівців із інформаційної безпеки держави, що змушує дослідників вивчати цю сферу. Чимала кількість визначень, понять, термінів, мовних одиниць, які раніше використовували лише вузькопрофільні фахівці, стають загальнозживаними у різних сферах суспільства.

Дослідження особливостей маніпулювання в Інтернеті є надзвичайно актуальним завданням. Необхідно розуміти, що маніпулятивний вплив, здійснений в Інтернеті, – це складова частина сучасної інформаційної

зброї. Поява такої зброї повністю змінила погляди на можливий характер майбутніх війн. Ефект застосування інформаційної зброї еквівалентний ефекту від застосування зброї масового знищення, а його вартість є набагато нижчою.

Дослідники В. Овчинський та О. Ларіна описали явище поведінкових війн. Автори зазначали, що ці війни засновані на технологіях маніпуляції алгоритмами поведінки, звичками, стереотипами діяльності, закладеними в нас соціумом. Інструментарій поведінкових війн складається з того, щоб відокремити звичку від виду діяльності і використовувати поведінкові патерни задля досягнення інших цілей (Овчинський, Ларіна, 2014). Британський дослідник Simons G. стверджує, що тільки інформаційний інструментарій дозволить здійснити потрібний тип зміни поведінки (Simons G, 2020)

Завдяки проведеному аналізу можна виділити дві основних ознаки поведінкових війн:

- 1) конфлікт відбувається в інформаційному суспільстві, де сприйняття може бути сильнішим за реальність;
- 2) зміна індивідуальної і групової поведінки до, під час та після конфлікту є визначальним фактором успіху (А. Mackay, S. Tatham, 2009).

Отже, маніпуляції із використанням мови активно використовуються нині. Мовознавці цікавляться явищем маніпулятивного впливу тому, що він може бути здійснений за допомогою природної мови.

Висновки. Роль і значущість мовної маніпуляції у різних сферах діяльності суспільства неухильно зростає. Вектор зростання такий: газети і журнали (інша поліграфічна продукція) – радіомовлення – телебачення – мережа Інтернет.

Мовну маніпуляцію можна описати і проаналізувати за допомогою таких понять: стратегія маніпуляції, тактика маніпуляції, способи впливу, мовні засоби маніпулювання, мішені впливу, механізми впливу.

Особливостями мовних маніпуляцій в Інтернет-ЗМІ є історичність, глобальність, безперервність «мовлення» (подачі інформації), необмежене потокове наповнення, оперативність, гнучкість текстових інформаційних масивів, параграфеміка, гіпертекстовість.

На відміну від друкованої преси Інтернет-медіа використовують способи мовної маніпуляції задля отримання економічної користі відразу під час впливу у разі переходу читача (користувача) за запропонованими посиланнями. Із цією метою на сайтах онлайн-ЗМІ регулярно і масштабно використовуються інтригуючі текстові конструктиви та параграфемічні засоби зазвичай на рівні заголовків, анонсів, коротких інформаційних і рекламних повідомлень.

Матеріали суспільно-політичної спрямованості в Інтернет-ЗМІ мають значний потенціал маніпулятивного впливу на цільову аудиторію. Водночас використовується комплекс різних інструментів маніпуляції.

Найбільш акумульований мовний вплив в Інтернет-виданнях виявляється на рівні назв і заголовків, у котрих використовуються подачі думок у вигляді фактів, прийомів «інтриги», трансформації мовних кліше, історичних перенесень та інше.

Для здійснення маніпулятивного мовного впливу у текстах Інтернет-ЗМІ застосовуються прийоми маніпулювання інформацією (викривлення, селекція, різні способи подачі і розміщення інформації), риторичний інструментарій (психологічні хитрощі, логічні хитрощі), макроструктурна побудова інформаційного повідомлення і методи, що базуються на впливах мовних засобів (словотворчі, синтаксичні, лексико-семантичні, параграфемічні).

Використання механізмів та інструментів мовного впливу Інтернет-виданнями зумовлено особливостями їх цільових аудиторій, насамперед рівнем освіти цієї аудиторії і базисом інформованості.

Нині виконується розроблення вдосконалених технологій «не насильницького примушення», а саме технологій впливу на поведінку членів суспільства та мотивацію їхніх вчинків. Із цією метою використовується інформація, яка стає одним із засобів управління суспільством, знярядям специфічної влади над особистістю.

Наукові пошуки у напрямку подальшого вивчення маніпулювання свідомістю особи вийшли на передній план і відіграють визначальну позицію у комплексному дослідженні соціальних процесів. Технології маніпулювання потребують підтримки на лінгвістичному рівні.

Список використаних джерел:

1. Балахонская Л. В., Сергеева Е. В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования: учеб. пособие. 3-е изд. Москва: Наука, 2017. 352 с.
2. Бойко О. Д. Анатомія політичного маніпулювання. Ніжин, 2007. 223 с.
3. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання. Київ, 2010. 432 с.
4. Брейнер Х. Кто дергает за ниточки, или как не позволить манипулировать собой. Москва, 2005. 256 с.
5. Горошко Е. И. Гипертекст как объект лингвистического исследования. *Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием*. 15 марта 2010г. Самара : ПГСГА, 2010. С. 14–18.
6. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Москва, 1996. 210 с.
7. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб. : Речь, 2003. 304 с.
8. Петрик В. М., Остроухов В. В., Штоквиш О. А. и др. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособие. Киев, 2008. 544 с.
9. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. Теоретические основы. Академический учебник. Москва : Академия медиаиндустрии, 2018. 370 с.

10. Руда О.Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія. Київ, 2012. 232 с.
11. Брейкер Я. НЛП-Защита. Скажи «нет» манипуляторам. СПб.: Вектор, 2009. 186 с.
12. Овчинский В., Ларина Е. Поведенческие конфликты – оружие завтрашнего дня. URL: www.ng.ru/ng_politics/2014-11-18/15_conflict.html (дата звернення 05.08.2021).
13. Почепцов Г. Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харьков : Фолио, 2019. 314 с.
14. Почепцов Г. Г. Войны новых технологий. Харьков : Фолио, 2020. 602 с.
15. Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф., Скулиш Є. Д., О. Д. Бойко, Остроухов В. В. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. За заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. Київ : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с.
16. Бэндлер Р., Ла Валль Дж. Технология убеждения. СПб. : Прайм-Еврознак, 2004. 188 с.
17. Черненко А. Г. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція. *Мовознавство*. 2005, № 1. С.58–66.
18. Mackay A., Tatham S. Behavioral conflict. From general to strategic corporal: complexity, adaptation and influence. Defence Academy of the Great Britain. 2009. 40 p.
19. Simons G. The Evolution of Regime Change and Information Warfare in the 21st Century. *Journal of International Analytics*. 2020. No11(4). pp. 72-90. <http://doi.org/10.46272/2587-8476-2020-11-4-72-90>.

References:

1. Balakhonskaya, L.V., Sergeeva, Ye.V. (2017). Lingvistika rechevogo vozdeystviya i manipulirovaniya [Linguistics of speech impact and manipulation]. Ucheb. posobiye. 3-ye izd., Moskva: Nauka. 352 s. [in Russian].
2. Boyko, O.D. (2007). Anatomiya politychnoho manipulyuvannya [Anatomy of political manipulation]. Nizhyn, 223 s. [in Ukrainian].
3. Boyko, O.D. (2010). Politychne manipulyuvannya [Political manipulation]. Kyiv, 432 s. [in Ukrainian].
4. Breyner, KH. (2005). Kto dergayet za nitochki, ili kak ne pozvolit' manipulirovat' soboy [Who pulls the strings, or how not to be manipulated]. Moskva, 256 s. [in Russian].
5. Goroshko, Ye.I. (2010). Gipertekst kak ob"yekt lingvisticheskogo issledovaniya. [Hypertext as an object of linguistic research]. *Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem*. Samara : PGSGA. S. 14–18 [in Russian].
6. Dotsenko, Ye.L. (1996). Psikhologiya manipulyatsii [Psychology of manipulation]. Moskva, 210 s. [in Russian].
7. Dotsenko Ye.L. (2003). Psikhologiya manipulyatsii: fenomeny, mekhanizmy i zashchita [Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection]. SPb. : Rech', 304 s [in Russian].
8. Informatsionno-psikhologicheskaya bezopasnost' v epokhu globalizatsii [Informatio and psychological security in the era of globalization]. Ucheb.posobiye. Petrik V.M., Ostroukhov V.V., Shtokvish O.A. i dr. Kiyev, 2008. 544 s. [in Russian].
9. Kalmykov A.A., Kokhanova L.A. (2018). Internet-zhurnalistika. Teoreticheskiye osnovy. Akademicheskii uchebnik [Internet journalism. Theoretical basis]. Moskva.: Akademiya mediaindustrii. 370 s. [in Russian].
10. Mовне pytannya yak ob"yekt manipulyatyvnykh stratehiy u suchasnomu ukrayins'komu politychnomu dyskursi [The language issue as an object of manipulative strategies in modern Ukrainian political discourse]. Monohrafiya. / Ruda O.H. Kyiv, 2012, 232 s. [in Ukrainian].
11. NLP-Zashchita. Skazhi «net» manipulyatoram [NLP Defense. Say no to manipulators] / YA. Breyker. SPb.: Vektor, 2009. 186 s. [in Russian].
12. Ovchinskiy V., Larina Ye. Povedencheskiye konflikty – oruzhiye zavtrashnego dnya [Behavioral conflicts – weapons of tomorrow]. URL: www.ng.ru/ng_politics/2014-11-18/15_conflict.html (Last accessed: 05.08.2021) [in Russian].
13. Pocheptsov, G.G. (2019). Kognitivnyye voyny v sotsmedia, massovoy kul'ture i massovykh kommunikatsiyakh [Cognitive wars in social media, mass culture and mass communications]. Khar'kov: Folio. 314 s. [in Russian].
14. Pocheptsov, G.G. (2020). Voyny novykh tekhnologiy [Wars of new technologies]. Khar'kov : Folio, 602 s. [in Russian].
15. Suhestywni tekhnolohiyi manipulyatyvnoho vplyvu [Suggestive technologies of manipulative influence]. Navch. posib. / Petryk V.M., Prisyazhnyuk M.M., Kompantseva L.F., Skulysh YE.D., O.D. Boyko, Ostroukhov V.V.; za zah. red. YE.D. Skulysha. 2-he vyd. Kyiv : ZAT «VIPOL», 2011. 248 s. [in Ukrainian].
16. Tekhnologiya ubezhdeniya [The technology of persuasion]. R. Bendler, Dzh. La Vall'. SPb. : Praym-Yevroznak, 2004. 188 s. [in Russian].
17. Chernenko, A.H. (2005). Suchasni aspekty doslidzhennya mas-mediynoho dyskursu: ekspresiya – vplyv – manipulyatsiya [Modern aspects of mass media discourse research: expression – influence – manipulation]. *Movoznavstvo*. № 1. S.58–66 [in Ukrainian].
18. Mackay A., Tatham S. Behavioral conflict. From general to strategic corporal: complexity, adaptation and influence. Defence Academy of the Great Britain. 2009. 40 p. [in English].
19. Simons G. The Evolution of Regime Change and Information Warfare in the 21st Century. *Journal of International Analytics*. 2020. 11(4). pp. 72-90. <http://doi.org/10.46272/2587-8476-2020-11-4-72-90> [in English].