

такого перенесення, має нечітке підґрунтя. Пояснення моделі аналогізації двох концептів може здійснюватись описово з використанням досвідних чи енциклопедичних знань. Шляхом актуалізації вбудованого сценарію сформовано номінацію *підпірне сідло* (заг. – «упряж для їзди верхи – сидіння для вершника, яке прикріплюють на спині коня, мула і т. ін.; терм. – назва деталей для насадки, опори чого-небудь» [2, с. 1322]) – як упряж служить для сидіння вершника, так і деталь призначена для насаджування чого-небудь.

Зауважимо, що серед науково-технічних термінологічних конструкцій кількість термінів, в основі яких лежить дифузне поєднання асоціативних комплексів, є незначною.

Гештальтний (образний) різновид асоціативно-метафоричної мотивації застосовує у функції мотиваторів знаки інших концептів за подібністю зорових, слухових, одоративних, тактильних, смакових гештальтів [4, с. 174]. При цьому поєднуються різні сутності, які формують новий гештальт, нові відношення з редукованих прототипів, утворюючи на його основі певний гносеологічний образ і синтезуючи в ньому ознаки гетерогенних сутностей.

Термін «гештальт» був уведений одним з попередників гештальтпсихології Х. Еренфельсом наприкінці XIX ст. Представники гештальтпсихології (М. Вертгеймер, В. Келер, К. Коффка) започаткували новий підхід до мислення, розглядаючи його як акт переструктурування ситуацій. На думку дослідників, первинними й визначальними елементами будь-якого психічного процесу є цілісні утворення-конфігурації, форми, або гештальти, які неможливо побудувати з якихось елементів. У когнітивній лінгвістиці гештальт потрактовують як концептуальну структуру, цілісний образ, що поєднує в собі чуттєві та раціональні компоненти в їхній цілісності, як результат нерозчленованого сприйняття ситуації, вищий рівень абстракції: невідкрите, неструктуроване знання [1, с. 38].

Гештальтний різновид асоціативно-метафоричної мотивації науково-технічних аналітичних термінів передбачає вибір мотиватора зі знаків іншої концептуальної сфери, що зумовлює зв'язок з позначуванним на основі образу, за яким проводиться аналогізація. Механізм такої метафоризації ґрунтується зазвичай на уподібненні зорових образів до форми чи зовнішнього вигляду предмета, деталі, приладу тощо, які використовуються в науково-технічній галузі. Гештальтна аналогізація доповнюється також семантичною та смисловою, оскільки гештальтний знак має певний зміст і значення.

У процесі гештальтування науково-технічних термінів основну базу метафоричної проєкції становлять антропоморфізми, зооморфізми, артефакти, а також природоморфізми. Метафори таких типів здебільшого ґрунтуються на зіставленні об'єктів, що застосовуються в галузі науки й техніки, з уже відомим зоровим гештальтом. Наприклад, в онемасіологічній структурі номінації *п'ята арки* (заг. – «задня частина ступні; терм. – опорна частина чого-небудь, іноді місце з'єднання з чимось» [2, с. 1192]) когнітивним підґрунтям назви є аналогізація з частиною ступні людини на основі схожості місця розміщення об'єкта. Мотиватор *п'ята* є асоціатом локатива концептосфер ЛЮДИНА і ПРИСТОСУВАННЯ. Спеціальне найменування *лонжеронне крило* (заг. – «літальний орган птахів, комах та деяких ссавців; терм. – нерухома відносно корпусу плоска поверхня літака (планера тощо), що підтримує його в повітрі під час польоту; // обертальна лопать вітряка» [2, с. 587]) виникло в результаті метафоричного перенесення знака *крило* на частину механізму за формальною аналогією. Гештальтування може здійснюватись і в межах донорської зони НАТУРФАКТ. Наприклад, образність мотиватора номінації *ланцюгова зірочка* (*зірочка* – «1) зменш.-пестл. до зірка; 3) зубчасте колесо в ланцюгових передачах» [2, с. 460]) зумовлена тим, що форма деталі механізму нагадує небесне тіло.

Отже, у корпусі досліджуваних асоціативно мотивованих ядерних компонентів науково-технічних аналітичних термінів насамперед переважають структурно-метафоричний і гештальтний різновиди асоціативно-метафоричної мотивації. Головними донорськими зонами, що постачають свої знакові ресурси до науково-технічної термінології, є зони ЛЮДИНА, ТВАРИНА, АРТЕФАКТИ й НАТУРФАКТИ.

Перспективи нашого дослідження перебувають у площині подальшого когнітивно-онемасіологічного вивчення окремих терміносистем, тенденцій до поповнення їх аналітичними номінаціями для одержання цілісної картини концептуального відтворення знань у системі науково-технічної термінології.

Література:

1. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамбовского ун-та, 2001. – 123 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
3. Лакофф Дж. Метафори, котрими ми живем / Дж. Лакофф // Теория метафоры : [сборник] / [под общ. ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журиной]. – М., 1990. – С. 387–415.
4. Селиванова Е. А. Когнитивная онемасіология : [монографія] / О. О. Селиванова. – К. : Издательство украинского фило-социологического центра, 2000. – 248 с.
5. Селиванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селиванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
6. Склярєвская Г. Н. Языковая метафора в словаре. Опыт системного описания / Г. Н. Склярєвская // Вопросы языкознания. – 1987. – № 2. – С. 58–65.
7. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия ; [отв. ред. А. А. Уфимцева]. – М. : Наука, 1986. – 141 [2] с.

УДК 81'27

Я. В. Гнезділова,

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

СОЦІАЛЬНА МАНІПУЛЯЦІЯ: ТЕХНІКИ І ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ

Стаття присвячена виокремленню психологічних, соціальних й лінгвістичних маніпулятивних технік. Особлива увага приділяється розкриттю сутності та вирізненню соціальних технік впливу, які розглядаються в контексті соціального механізму маніпуляції свідомістю особистості. Виявлено універсалії, які складають соціальний конструкт. Характеризовано поняття автоматичного реагування на звичайний інформативний подразник. Розглянуто сфери, де соціальні маніпуляції перетворились в один із основних способів регулювання поведінки суб'єктів маніпуляції.

Ключові слова: маніпуляція, психологічні, соціальні, лінгвістичні техніки впливу, універсалії соціального конструкту, поняття автоматичного реагування.

SOCIAL MANIPULATION: TECHNIQUES OF INFLUENCE

This research focuses on the differentiation of psychological, social and linguistic manipulative techniques. A special attention is drawn to the disclosure and distinction of social manipulative techniques due to the social mechanism of the individual's consciousness manipulation. The universals of implementation, integration and transmission which constitute the social construct at individual's consciousness manipulation are discovered; the dual nature of construct universals as of elements and processes is underlined. Social mechanism of the individual's consciousness manipulation is viewed as universal and consequently the one which exists regardless of both historical and subject and object relationships. The notion of automatic reacting on usual informative trigger from the point of view of its effectiveness and efficiency of saving time, energy and mental efforts is characterized. Areas where social manipulations have turned into one of the main means of behavior regulation, i. e. manipulations in business, manipulations in community, manipulations in family, manipulations in upbringing, manipulations in mass media, manipulations in social life (politics) are considered. Within the social influence techniques the methods of Reciprocation, Commitment and Consistency, Social Proof, Liking, Authority, Scarcity, Instant Influence and Jujutsu are analyzed.

Key words: manipulation, psychological, social and linguistic manipulative techniques, universals of social construct, the notion of fixed-action patterns.

СОЦИАЛЬНАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ: ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ

Статья посвящена разграничению психологических, социальных и лингвистических манипулятивных техник. Особое внимание уделено раскрытию сути и выделению социальных техник влияния, рассматриваемые в контексте социального механизма манипуляции сознанием личности. Выявлены универсалии, которые составляют социальный конструкт. Охарактеризовано понятие автоматического реагирования на обычный информативный раздражитель. Рассмотрены сферы, где социальные манипуляции превратились в один из основных способов регулирования поведения субъектов манипуляции.

Ключевые слова: манипуляция, психологические, социальные, лингвистические техники влияния, универсалии социального конструкта, понятие автоматического реагирования.

Маніпулятивні техніки, технології, методи, прийоми дуже різноманітні, вони не зникають, а видозмінюються, адаптуючись до умов сучасності. Ми дійшли висновку, що їх можна умовно поділити на психологічні, соціальні й лінгвістичні. При цьому варто звернути увагу на слово «умовно», оскільки вказані вище техніки надзвичайно пов'язані між собою. Так, і соціальні, і психологічні маніпуляції не можливі без лінгвістичних: спеціальних вербальних і невербальних засобів, які вживаються маніпулятором для введення співрозмовника в необхідний йому емоційний стан чи підсилення дії певних соціальних установок. У той же час, лінгвістичне маніпулювання є малоєфективним без залучення психологічного чи соціального маніпулювання. Детально розглянемо лише соціальні техніки впливу.

Актуальність роботи зумовлена загальною антропоцентричною спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень із дискурсу на виявлення особливостей мовленнєвої поведінки співрозмовників в умовах здійснення маніпулятивного впливу. **Метою** цієї статті є соціальні техніки впливу. Мета статті передбачає розв'язання таких конкретних завдань: розкрити сутність соціальних прийомів маніпуляції; визначити види соціальних прийомів маніпуляції; виокремити сфери, на які поширюється соціальне маніпулювання.

Маніпуляція іманентно притаманна сучасним суспільним відношенням і її неможливо анулювати чи «зняти». Вона формується на стикові взаємодії соціальних і психічних процесів, розгорнутих в їхній історичній перспективі. Основною причиною виникнення маніпуляцій є сам характер людської діяльності, в результаті якого складаються певні суспільні відносини (найважливішими з яких є розподіл праці й соціальне розширення суспільства на його основі). Безпосереднім підґрунтям формування маніпулятивних форм взаємодії у суспільстві є відчуження людини від людини, яке, будучи елементом цього складного й закономірного процесу розвитку суспільних відносин, формує їхні основні передумови: сприйняття іншого як об'єкту і засобу задоволення своїх потреб, конфлікт людини з оточуючими і з самим собою. Структури психіки, задіяні в маніпулятивному впливові, мають соціальний характер, тобто, сформовані в процесі людської діяльності і відображають соціально-психічний характер даного явища. Маніпуляція, будучи по-суті репресивним способом соціальної взаємодії, постає за формою як діалог, маскуючи, таким чином, відношення насилля в сучасному суспільстві. Відповідно формуються певні автоматизми, стереотипи, потреби, життєво важливі для практичних і пізнавальних процесів людини, які в процесі відчуження відношень в суспільстві використовують у маніпуляційних цілях [1].

Проблема соціальних маніпуляцій отримала своє пояснення й оцінку в рамках політологічних й психологічних досліджень; соціальні маніпуляції перетворились в один із основних способів регулювання поведінки в сфері а) економічних і політичних взаємовідношень і укоренились в таких областях соціальної взаємодії, як реклама, політичний й економічний ПР, маркетинг, ідеологія, релігія тощо; та б) міжособистісних відношень, адже кожен хоч раз у своєму житті маніпулював у спілкуванні з батьками, коханими, колегами чи друзями з метою отримання вигоди, при цьому мета може бути не завжди корисливою [1; 8]. Відповідно, соціальні маніпуляції класифікуються на: маніпуляції в бізнесі (взаємодія партнерів з метою підписання контракту); маніпуляції в колективі; маніпуляції в сім'ї (будь-то відношення подружжя чи родичів); маніпуляції у вихованні («батьки-дитина»); маніпуляції в ЗМІ (нав'язування думки через газети, телебачення); маніпуляції в суспільному житті (політика).

Соціальний механізм маніпуляції свідомістю особистості розглядається як соціальний конструкт, що складається із універсалий упровадження, інтеграції, трансляції й існує незалежно від історичних умов. Універсалий конструкту мають двоїсту природу, яка полягає в тому, що вони одночасно виступають елементами (елементи упровадження, інтеграції, трансляції) й взаємообумовленими процесами: процес упровадження маніпуляторами в свідомість особистості цінностей й установок; процес інтеграції, і результати якого відбувається сприйняття й освоєння даних цінностей й установок особистістю на свідомому й несвідомому рівнях; процес трансляції очікуваної маніпуляторами поведінкової діяльності особистості. Універсалий механізму маніпуляції свідомістю особистості в залежності від контексту ситуації (форми правління, історичного виду й цивілізованого типу) наповнюються новим змістом, який, не впливаючи на структурно-процесуальну сутність самого механізму, створює оптимальний варіант механізму маніпуляції свідомістю особистості стосовно конкретних умов. Тобто універсалий механізму й з структурної, й з процесуальної позиції, залишаючись незмінними, не залежать від змісту, який змінюється під впливом контексту його застосування [4, с. 8–9].

Соціальний механізм маніпуляції свідомістю особистості представлений, на нашу думку, загальними тактиками впливу, виділеними Р. Галдіні [5], що отримали широке застосування в наукових колах [див. 6, р. 244–292; 7, р. 20–21], а саме: зворотно-поступальний рух (*Reciprocation*), зобов'язання й послідовність (*Commitment and Consistency*) принцип соціального доказу (*Social Proof*), вподобання (*Liking*), влада (*Authority*), недоступність (*Scarcity*), миттєвий вплив (*Instant Influence*). Об'єднує зазначені тактики єдиний для них принцип автоматичного реагування, завдяки використанню якого в

маніпулятивний цілях загальноприйнятї правила коректної поведінки перетворюються в знаряддя впливу. Так, помічено, що поведінці багатьох видів тварин і людей притаманні чіткі й механічні паттерни чи моделі фіксованих дій (*fixed-action patterns*), що проявляються в автоматичних діях у відповідь на подразник (*trigger*). Основною характеристикою цих моделей є те, що така поведінка відбувається приблизно однаковим чином і в однаковому порядку кожного разу. Перевага полягає в ефективності й економічності: автоматичне реагування на звичайний інформативний подразник дозволяє зберегти час, енергію і ментальні зусилля. Недолік полягає у вірогідності помилок при реагуванні на лише доступну інформацію автоматично й необдумано, так можна стимулювати бажану поведінку і використовувати як засіб впливу, щоб заохотити людей погодитися з проханням [5, с. 3, 16–17]. Розглянемо їх детальніше:

1. **Зворотню-поступальний рух (*Reciprocation*)** [5, с. 19–35] чи популярне в блогах **правило взаємного обміну** [3]. Основою цього методу є навмисно зроблена невелика послуга з розрахунком, щоб в майбутньому звернутися з більш масштабним проханням, адже людина зобов'язана відплатити за послугу, відповісти добром на добро, повернути свої «борги». У випадку напружених напружених відносин між суб'єктами маніпуляції працює відомий у блогах прийом **прохання про допомогу чи метод Бенджаміна Франкліна** [3]. Суть цього методу полягає в тому, що навіть ті, хто вам не симпатизують, люблять, коли їх просять про допомогу, адже, по-перше, у разі необхідності можна буде розраховувати на зворотню послугу («правило взаємного обміну»), по-друге, вони почуваються потрібними.

2. **Зобов'язання й послідовність (*Commitment and Consistency*)** [5, с. 52–75] чи популярне в блогах **правило логічного ланцюга** [3], суть якого полягає в тому, що прагнення бути чи здаватися послідовним у своїх діях є вродженою особливістю людини, переважно проявляючись через автоматичні реакції на певні слова чи дії, навіть коли це змушує її наперекір своїм власним інтересам. У сучасному суспільстві послідовність вважається достоїнством і асоціюється з чесністю, інтелектом, силою і стабільністю. Проте не дивно, що така ланцюжкова чи механічна реакція експлуатується тими, кому необхідна ваша неусвідомлена реакція. Щоб змусити людину діяти певним чином, необхідно запустити в його мислення механізм послідовності; його відправною точкою є зобов'язання (навіть неусвідомлене), взявши яке людина буде робити все, щоб його виконати.

3. **Принцип соціального доказу (*Social Proof*)** [5, с. 98–104, 140] стверджує, що у визначенні того, що є правильним, ми керуємося тим, що інші вважають правильним. Дія цього принципу базується на стадному інстинкті в плані наслідування поведінки більшості, відповідно, тенденція вірити, що дія правильніша, якщо інші її теж виконують, використовується у різноманітному оточенні, зокрема телебаченням, рекламою, благодійністю, церквою, під час здійснення покупок, у випадках ремісії фобій тощо. Найбільший вплив принцип соціального доказу має за двох умов. По-перше, за невпевненості, коли люди нерішучі чи ситуація неоднозначна, звертається увага на дії інших, які, в свою чергу, постулюються як правильні. По-друге, подібність, адже люди більш схильні слідувати за ініціативою собі подібних. У контексті принципу соціального доказу розглядається в блогах **метод групового підтвердження** [3], який більше орієнтований на зміну людського переконання ніж поведінки. Так, при багатократному повторенні одного і того ж тезису (ідеї, концепції) усередині будь-якої групи, її члени з часом приймуть це твердження за істину. Більш того, вважається, що люди приймають на віру, без критичної оцінки будь-які групові цінності, ідеї, доктрини, якщо ідентифікують себя з цією групою і не хочуть стати паріями.

4. **Вподобання (*Liking*)** [5, с. 144–176], суть якого полягає в тому, що людям притаманно сказати «так» тим, кого ми знаємо і хто нам подобається. Тому, по-перше, маніпулятори, які визнають це правило, звертають особливу увагу на фактори, котрі впливають на загальну, особливо фізичну привабливість та вподобання. Як наслідок, привабливі люди більш переконливі. По-друге, на прихильність впливає подібність, адже за механізмом соціальної категоризації, коли кожен новий об'єкт відноситься до групи подібних і вже відомих [2, с. 95–98], нам подобаються ті, хто схожий на нас. Третім фактором є похвала, оскільки компліменти посилюють симпатії і, як наслідок, поступливість. Четвертим фактором є розвиток близьких стосунків через регулярний контакт з особою, що цікавить, особливо продуктивним він є за умов взаємного й успішного співробітництва. П'ятий фактор пов'язаний з асоціаціями через намагання рекламодавців, бізнесменів, політиків, фанатів тощо співвідноситися з позитивністю, приємними подіями тощо в очах спостерігачів. У блогах до цього методу відносять прийоми **позитивного підкріплення та убудованих мовленнєвих команд** [3]. Метод **позитивного підкріплення** базується на приємних для людини наслідках її дій, що виражаються через похвалу, нагороду чи винагородження, які спонукають людину до виконання цих дій у майбутньому. **Убудовані мовленнєві команди** допомагають ініціатору комунікації створити в адресата певний настрій, викликати потрібну емоцію і, відповідно, направити його думки в заданому напрямку через використання фрагменту фрази, який виділяється жестикуляцією чи інтонацією.

5. **Влада (*Authority*)** [5, с. 179–201]. Цей принцип працює на основі законслухняності чи покірності розпорядженням владних структур. Тенденція коритися посадовцям походить від систематичних соціалізованих практик, спроектованих на поступове навчання у членів суспільства відчуття, що така слухняність складає правельну поведінку. Загалом, така поведінка є логічною, оскільки істинні посадовці мають вищий рівень знань та влади і, як наслідок, викликають довіру. Однак при автоматичному реагуванні мова йде більше про символи, що характеризують приналежність до владного кола, а саме: титул, одяг та автомобіль, які проте не завжди відображають реальний статус співрозмовника. У контексті сказаного варто відзначити **принцип вертикалі** [3], суть якого полягає у способі розташування свого тіла у просторі, коли в очах співбесідника виглядаєш «живим аргументом». Наша підсвідомість сприймає тих, хто вище, як авторитетів, а людина, яка займає багато місця, здається більш переконливою і правою. У межах цієї практики працює і механізм соціальної атрибуції, коли приписуються певним особистостям чи групам певні риси, наміри чи дії, що можуть не мати до них відношення [2, с. 95–98].

6. **Недоступність (*Scarcity*)** [5, с. 203–231]. Цей принцип полягає у тому, що зі зниженням доступності можливостям (товарам тощо) надається більша цінність, що особливо проявляється через техніки «обмеженої кількості» та «крайнього строку». Працює принцип недоступності через дві причини: 1) чим менш доступно, тим ціннішими є речі / послуги, оскільки підсвідомо вважаються якіснішими; 2) з втратою доступності до певних речей, втрачається свобода. Поряд з цінністю товарів, цей принцип стосується й оцінки інформації, оскільки обмеження доступу до повідомлення викликає бажання у людей його отримати. Більш того, обмежена інформація вважається більш переконливою.

7. **Миттєвий вплив (*Instant Influence*)** [5, с. 233–240] як метод полягає в тому, як ми приймаємо рішення. І хоча усі ми хочемо прийняти найбільш виважене рішення у будь-якій ситуації, темп і мінливість сучасного життя позбавляє нас необхідних умов для прийняття зваженого рішення, тому у межах раціоналізаторського підходу рішення приймається або на основі ретельно не проаналізованої інформації, або за рахунок автоматичного / механічного реагування. А у зв'язку з тенденцією до збільшення когнітивного перенавантаження суспільства, такий підхід до прийняття рішень зростає прямо пропорційно.

8. **Метод айкідо** [3] **чи джиу-джитсу** [5, с. 12–13] не належить до основної групи соціальних технік впливу, однак його варто згадати, адже це прекрасний приклад «маніпулювання без явної маніпуляції», яку практично не можливо виявити; це фактично зброя автоматичного впливу з докладанням мінімальних особистих зусиль, навіть жертви схильні вбачати свою поступливість як результат дії природних сил, а не задум того, хто скористався такою поступливістю. Суть його як і відповідного бойового мистецтва полягає в тому, щоб використовувати силу противника проти нього самого і перемагати уступаючи. Адаптований під комунікаційне середовище, цей метод використовується в напружених переговорах чи конфліктних ситуаціях і припускає повернення опоненту його ж агресії з метою отримання від співбесідника бажаного, «віддзеркаливши» його манеру розмовляти і тримати себе; власний варіант розвитку подій пропонується спокійним тоном. Таким чином, маніпулятор зберігає свої сили, не дратує опонента і перемагає.

У підсумок зазначимо, що соціальне маніпулювання базуються на соціальному укладі спільноти, залежать від соціальних ролей, установок, прав, обов'язків й обмежень, які накладаються тим чи іншим соціальним пристроєм суспільства і нормами поведінки громадянськості. Соціальний механізм маніпуляції свідомістю особистості розглядається як універсальний й відповідно як такий, що існує незалежно як від історичних, так і від суб'єкт-об'єктних відносин. Виявлення універсальї соціального механізму маніпуляції свідомістю особистості дозволяє виявити сутність, алгоритм функціонування зазначеного механізму маніпуляції, у результаті чого уможливується виявлення соціальних факторів, які формують соціальний механізм протидії маніпуляції свідомістю особистості. **Перспективи** досліджень зумовлені необхідністю дослідження сучасних психологічних і лінгвістичних прийомів маніпулювання, адже вони існують не ізольовано, а комбінуються з відповідними психологічними маніпулятивними техніками з метою досягнення максимального ефекту на адресата.

Література:

1. Бабюк М. И. Социальная манипуляция: философский анализ : дис.... канд. филос. наук : 09.00.11 «Социальная философия» / Бабюк Максим Иванович. – Москва, 2004. – 125 с.
2. Евгеньева Т. В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им / Т. В. Евгеньева. – СПб. : Питер, 2007. – 112 с.
3. Косенко А. Как это работает 11 способов манипуляции людьми и как не стать её жертвой [Электронный ресурс] / Александра Косенко. – Режим доступа : <http://www.lookatme.ru/mag/how-to/inspiration-howitworks/206831-manipulation>
4. Колесникова Г. И. Социальный механизм манипуляции сознанием личности / Галина Ивановна Колесникова. – М. : Директ-Медиа, 2014. – 272 с.
5. Gialdini R. V. Influence: science and practice [4th ed.] / Robert B. Gialdini. – Boston, L., Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore : Allyn and Bacon A Pearson Education Company, 2001. – 262 p.
6. Hadnagy C. Social engineering: the art of human hacking / Christopher Hadnagy. – Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2010. – 477 p.
7. Witkowski T. Psychomanipulation: recognizing and dealing with it. [Electronic resource] / Tomasz Witkowski. – 2000. – 61 p. – Режим доступа : http://www.tomaszwitkowski.pl/attachments/File/1531-Psychomanipulation_EN.pdf
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://piter-trening.ru/tehnologii-manipulyacii-v-obshhenii/>

УДК 811.133.1'27

Н. Ю. Голтвяниця, Н. В. Серга,

Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя

ЗМІНИ У ФУНКЦІОНУВАННІ ПОНЯТТЯ ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ У СУЧАСНИХ ФРАНЦУЗЬКИХ МЕДІА

У статті розглядаються семантичні та функціональні зміни терміну політкоректності у сучасному медійному просторі Франції. Встановлено появу негативних конотацій у терміні політкоректності під впливом останніх подій у країні та світі.

Ключові слова: політкоректність, новомова, медійний простір, мігрант.

FUNCTIONAL CHANGES OF POLITICALLY CORRECT IN MODERN FRENCH MEDIA

The article touches upon semantic and functional changes of term of politically correct in modern French mass media. The authors give a brief history and definition of term of politically correct. This kind of euphemisms in French mass-media is mainly used to name some social groups and their reality to avoid race and social discrimination. But politically correct terms may misrepresent the meaning, so it's necessary to consult the glossary of this kind of terms in order to understand media messages.

Because of increasing immigration in Europe some euphemisms to name migrants appeared. However, the media those have an important and evergrowing role in shaping the views of the people, bend the truth giving a positive image of migrants in French society when an average Frenchman doesn't think so.

The analysis reveals that additional negative connotations of the term of politically correct because of the latest events in Europe were determined. Just after Nice terrorist attack the politically correctness is strongly blamed for the recent tragedies in Europe.

Key words: politically correct, newspeak, mass media, migrant.

ИЗМЕНЕНИЯ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ПОНЯТИЯ ПОЛИТКОРЕКТНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ФРАНЦУЗСКИХ МЕДИА

В статье рассматриваются семантические и функциональные изменения термина политкорректность в современном медийном пространстве Франции. Было установлено появление негативных коннотаций в термине политкорректность под влиянием последних событий в стране и мире.

Ключевые слова: политкорректность, новоязык, медийное пространство, мигрант.

Актуальність. Категорія ввічливості є однією з основних при міжособистісній комунікації, а показники ввічливості є індикаторами соціального статусу учасників комунікації: високий / більш низький / рівний, свій / чужий.

Ввічливість як соціокультурний вже феномен давно й широко досліджується фахівцями з гуманітаристики, а останнім часом до кола їх наукових інтересів потрапила й політкоректність. Попри те, що інтерес науковців до цього феномену поступово став згасати, останні трагічні події в Європі та світі знову вивели поняття політкоректності на перші шпальта медіа хоч і переважно з негативними конотаціями.