

Ковалевська А.В.

ORCID ID: 0000-0002-1031-5546

Web of Science ResearcherID: ABE-5448-2020

АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ: ПАРАДИГМА СПІНДОКТОРИНГУ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню реалізації феномена сугестивності – тобто мовного впливу – у політичному дискурсі як комплексному геітальті тексту й емоцій реципієнта та адресанта, що містить особливості сприйняття, зовнішні та внутрішні обставини, його прагматичний та лінгвістичний аспекти, тощо, і є орієнтованим на здобуття та утримання влади через вплив політичного суб'єкта (політика, політичної сили, влади) на політичний об'єкт (аудиторію, електорат, виборця). Зазвичай політичний дискурс та його іманентну сугестивність досліджують із позицій комунікативної лінгвістики, прагмалінгвістики, політичної лінгвістики та інших дотичних наук, у статті ж для оптимізації вивчення цього феномену із власне лінгвістичної точки зору запропоновано залучити до аналізу нейролінгвістичне програмування як новітню науку, скеровану на оптимізацію комунікації через вивчення особливостей перцепції, обробки та породження інформації і її перетворень з глибинних мисленнєвих структур на поверхневі мовленнєві; та спіндокторинг, скерований на певне коригування негативного геітальтованого образу події в ЗМІ після отримання нею розвитку, який відрізняється від початково запланованого, що неможливе без залучення мовних технік впливу на реципієнта чи групу реципієнтів. Для аналізу політичного дискурсу, репрезентованого в рамках даного дослідження політичними промовами очільників України, США, Франції, Іспанії, Італії, Канади, Німеччини, залучено як власне базові техніки корекції політичного дискурсу, використовувані в рамках спіндокторингу (запізнення "поганої" інформації, неоднозначне інформування, зміна фокусу, вкраплення елементів природності в штучні ситуації та техніку контрольованого витоку інформації та підготовки очікування подій), так і пропонується в парадигмі НЛП мета- і Мілтон-модельний аналіз тексту для

виокремлення власне лінгвістичних впливових патернів (маркерів процесів метамоделі мови, простих, складних та непрямих індукцій). В результаті аналізу деталізовано наявні дані про особливості реалізації мовної сугестивності в рамках політичного дискурсу, а також окреслено наступні кроки розвитку досліджень цього феномена.

Ключові слова: політичний дискурс, спіндокторинг, нейролінгвістичне програмування, НЛП, мовний вплив, сугестія, метамодель мови, Мілтон-модель мови, сугестивний текст, політика, дискурс, техніки впливу

Інформація про автора: Ковалевська Анастасія Володимирівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української та іноземних мов; Одеський регіональний інститут державного управління; Національна академія державного управління при Президентіві України.

Електронна адреса: ana.kovalevska@gmail.com

Anastasia V. Kovalevska

ORCID ID: 0000-0002-1031-5546

Web of Science ResearcherID: ABE-5448-2020

POLITICAL DISCOURSE ANALYSIS: SPIN-DOCTORING PARADIGM

Abstract. *The author of the article analyzes the realization of verbal influence (also known as suggestion) phenomenon in political discourse, which is defined as a whole combined image of the text itself and emotions of its recipient and addressee, including the peculiarities of perception, external and internal circumstances, its pragmatic and linguistic aspects, etc, and is aimed at a political subject's (politics, political force, power) influencing a political object (audience, electorate, voter). Most scientists study political discourse and its immanent influential properties from the standpoint of Psychology, Communicative Linguistics, Pragmalinguistics, Political Linguistics and other related sciences, but the author proposes to research the peculiarities of perception, processing and generation of information and its transformations from deep thought structures to superficial speech with the help of involving Neurolinguistic Programming as a modern science which deals with analyzing such concepts; as well as Spin-Doctoring, an ultramodern complex discipline aimed at a correction of the negative gestalted image of the event in the media after its has already*

happened or right before its manifestation, which is impossible without the involvement of language techniques to influence the recipient or group of recipients. In order to fully research the political discourse, which in the network of this article is represented by the political speeches of the leaders of Ukraine, USA, France, Spain, Italy, Canada, Germany, the author involves both the basic techniques of political discourse correction which are utilized in Spin-Doctoring (negative information delay, ambiguous informing, focus switch, interspersing the artificial situations with elements of naturalness, and the technique of controlled information leaks and preparation for events expectations); and the meta- and Milton-model analysis of the text hving been researched and developed in the NLP paradigm in order to isolate the actual linguistic influential patterns (markers of language metamodeling processes, simple, complex and indirect inductions). The analysis details the available data on the peculiarities of the implementing and enhancing the linguistic influence within the political discourse, as well as outlines the next steps in the development of research dedicated to this phenomenon.

Keywords: *political discourse, Spin-Doctoring, Neurolinguistic Programming, NLP, language influence, suggestion, language metamodel, Milton-model of language, suggestive text, politics, discourse, techniques of influence.*

Information about the author: *Kovalevska Anastasia Volodymyrivna – PhD; associate Professor of Ukrainian and Foreign Language Department; Odesa Regional Institute for Public Administration; National Academy for Public Administration under the President of Ukraine.*

E-mail: *ana.kovalevska@gmail.com*

Ковалевская А.В.

ORCID ID: 0000-0002-1031-5546

Web of Science ResearcherID: ABE-5448-2020

АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: ПАРАДИГМА СПИН-ДОКТОРИНГА

Аннотация. *Статья посвящена исследованию реализации феномена суггестивности – то есть речевого воздействия – в политическом дискурсе как комплексном геиштальте текста и эмоций реципиента и адресанта, содержащем особенности восприятия, внешние и внутренние обстоятельства, его прагматический и*

лингвистический аспекты и т.д., который ориентирован на получение и удержание власти посредством влияния политического субъекта (политика, политической силы, власти) на политический объект (аудиторию, электорат, избирателя). Зачастую политический дискурс и его имманентную суггестогенность исследуют с позиций коммуникативной лингвистики, прагмалингвистики, политической лингвистики и других смежных наук, в статье же для оптимизации изучения этого феномена с собственно лингвистической точки зрения предложено привлечь к анализу нейролингвистическое программирование как новейшую науку, направленную на оптимизацию коммуникации через изучение особенностей перцепции, обработки и порождения информации и ее преобразований из глубинных мыслительных структур на поверхностные речевые; и спин-докторинг, направленный на некоторую корректировку отрицательного гештальтированного образа события в СМИ после его развития, отличающегося от первоначально запланированного, что невозможно без привлечения языковых техник влияния на реципиента или группу реципиентов. Для анализа политического дискурса, представленного в рамках данного исследования политическими речами руководителей Украины, США, Франции, Испании, Италии, Канады, Германии, привлечены как собственно базовые техники коррекции политического дискурса, используемые в рамках спин-докторинга (запаздывание "плохой" информации, неоднозначное информирование, изменение фокуса, вкрапление элементов естественности в искусственные ситуации и техника контролируемой утечки информации и подготовки ожидания событий), так и предлагаемый в парадигме НЛП мета- и Милтон-модельный анализ текста для выделения собственно лингвистических влиятельных паттернов (маркеров процессов метамоделей речи, простых, сложных и не прямых индукций). В результате анализа детализированы уже имеющиеся данные об особенностях реализации языковой суггестии в рамках политического дискурса, а также обозначены последующие шаги развития исследований этого феномена.

Ключевые слова: политический дискурс, спин-докторинг, нейролингвистическое программирование, НЛП, речевое воздействие, суггестия, мета модель языка, Милтон-модель языка, суггестивный текст, политика, дискурс, техники влияния

Информация про автора: Ковалевская Анастасия Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры

украинского и иностранных языков; Одесский региональный институт государственного управления; Национальная академия государственного управления при Президенте Украины.

Електронна адреса: *ana.kovalevska@gmail.com*

Більшість учених, які досліджують феномен дискурсу (Р. Барт, Ф. Бацевич, Дж. Браун, В. Карасик, В. Красних, Н. Кондратенко, О. Русакова, М. Стаббс, І. Шевченко, О. Шейгал, Н. Феарклоу та ін.), розуміють його як "мовлення, занурене в життя", тобто комплексний гештальт тексту і емоцій реципієнта та адресанта, особливості сприйняття, зовнішні та внутрішні обставини, його прагматичний та лінгвістичний аспекти тощо, оскільки "дослідження дискурсу не може обмежуватися лише безпосереднім аналізом використання мови без врахування мети або функцій, що реалізуються в процесі людської діяльності" [16, с. 1], а має бути максимально антропо-і комунікативноцентричним. Ф. Бацевича, який визначає дискурс як "тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних) чинників, які визначаються конкретними сферами життя, залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів" [3, с. 138], підкреслюючи, що дискурс – це "це живе спілкування, комунікація, когнітивно-мовленнєве й інтерактивне явище з усіма відповідними складовими спілкування" [2, с. 12].

В. Карасик, досліджуючи дискурси в парадигмі соціолінгвістики, поділяє їх на персональні (особистісно-орієнтовані) та інституційні (статусно-орієнтовані) [7, с. 208]. Інституційні типи дискурсу, які також називаються галузевими, диференціюються з огляду на сферу соціальної діяльності, в якій вони реалізуються, зазвичай розподіляються на політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, військовий,

педагогічний, релігійний, містичний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, науковий, сценічний, масово-інформаційний [7, с. 208].

Н. Кондратенко визначає політичний дискурс як "конкретний вияв політичної комунікації, що передбачає актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб'єкта (політика, політичної сили, влади) та політичного об'єкта (аудиторії, електорату, виборця)" [9, с. 12]. Що ж до такої основної ознаки політичного дискурсу як орієнторваність на здобуття та утримання влади, що робить його скоріше агональним, ніж кооперативним, Л. Стрій зазначає, що "хоч ототожнення політичної комунікації з боротьбою за владу виглядає однобічним, оскільки не всі жанрові вияви ПК є агональними та конфліктними, проте всі вони орієнтовані на отримання політичної перемоги або переваги над опонентами. Навіть неконфліктне, конструктивне спілкування у політичній сфері, що має на меті лише кооперативну взаємодію, наприклад, орієнтоване на самопрезентацію політичного іміджу, в подальшому також орієнтоване на політичне домінування" [14, с. 37].

Що ж до функціональної навантаженості політичного дискурсу, який має на меті "вплив на формування масової думки, завоювання та утримання влади" [6, с. 125], провідною його функцією є сугестивна, тобто впливова, бо ж основна його мета – переконати реципієнтів підтримати конкретного кандидата чи партію, ""обирати" абстрактні неомовленеві сутності, такі як "демократичний вибір", "національна гордість", "соціальна справедливість" тощо" [12, с. 175].

Зазвичай політичний дискурс та його іманентну сугестивність досліджують із позицій комунікативної лінгвістики, прагмалінгвістики, політичної лінгвістики та інших дотичних наук, ми ж для оптимізації вивчення цього феномену із власне лінгвістичної точки зору пропонуємо залучити до аналізу нейролінгвістичне програмування як новітню науку, скеровану на "оптимізацію комунікативних процесів і ґрунтуються на глибинному дослідженні суб'єктивних

рефлексій, аналізі та ідентифікації складників внутрішнього світу людини й умінні конструювати позитивні моделі комунікативної поведінки, що в аспекті емпатичного моделювання набуває високого ступеня актуальності" [8, с. 32] і є "потужним науковим напрямом, який містить детальний методичний апарат та систему практичних прийомів і технологій, здатних співвідноситися з нейрофізіологічними механізмами впливу на когнітивну та психоемоційну сферу особистості" [17, с. 186] (а саме метамодель мови – експліцитну репрезентацію чи опис нашої неусвідомленої поведінки, підпорядкованої правилам" [4, с. 50], яка описує "перетворення глибинної структури людського досвіду на омовлену поверхневу структуру" [13, с. 152]; та Мілтон-модель мови, яка є функційно оберненою до метамоделі мови і направлена не на оптимізацію спілкування та конкретизацію мовлення, а на активізацію комунікативної сугестії, скерованої на ініціалізацію діяльності підсвідомості, що вирізняється підвищеною смисловою дифузністю), а також аналізу з огляду на використані техніки спіндокторингу, який нами було залучено з огляду на те, що він являє собою "коригування висвітлення в мас-медіа події, що прийняла несприятливий відтінок; подача події в більш сприятливому світлі" [1, с. 335] і найчастіше скерований на певне коригування негативного гештальтованого образу події в ЗМІ після отримання нею розвитку, який відрізняється від початково запланованого. Для такого "виправлення", безперечно, необхідним є залучення комплексних вербальних і невербальних технік впливу, кожна з яких має свої власне лінгвальні показники, що детермінує їхній високий сугестивний потенціал, а отже, зумовлює включення показників реалізації зазначених технік до аналізу політичних дискурсів як компонента із наскрізною сугестивністю, що й увиразнює **актуальність** нашої роботи, **скерованої на** формування методики спіндокторингового аналізу сугестивних політичних дискурсів. Для досягнення зазначеної мети необхідно виконати такі **завдання**: схарактеризувати спіндокторинг як новітню галузь дослідження впливового

.....

компоненту політичного дискурсу; визначити основні техніки спіндокторингу, використовувні в межах політичного дискурсу; проаналізувати зазначені техніки з позицій метамоделі мови НЛП. **Об'єктом нашої роботи** є сьогоденний політичний дискурс як масив, якому, з огляду специфіку його функціонування в сьогоденному нетократичному просторі, притаманна іманентна наскрізна сугестивність та патогенність; а **предметом** – власне лінгвістичні особливості політичного дискурсу як інструменту реалізації програмованої сугестивності. Фактичним матеріалом дослідження стали зафіксовані протягом 2006 – 2020 р.р. на відео- та текстових носіях промови політиків, які очолюють уряди України, США, Франції, Іспанії, Італії, Канади, Німеччини з огляду на вагомість таких масивів, враховуючи інституційність політичного дискурсу (близько 500 промов).

Зазначимо, що використовувані у парадигмі спіндокторингу технік орієнтовані на активізацію правопівкульного, некритичного сприйняття, орієнтованого на апеляцію до емоційного, а не раціонального компонента, а, наприклад американський дослідник Дрю Уестен стверджує, що у передвиборних політичних кампаніях (які наразі і є одним з основних локусів застосування спіндокторингу) "працює виключно емоційний компонент... а саме ступінь емоційної підтримки дозволяє краще прогнозувати результати виборів" [15; 18; 21], а максимізація емоційності дискурсу завжди результує в мінімізації його раціональності, що й пояснює наскрізну сугестивність спіндокторингових контекстів.

Робота спін-доктора полягає в тому, щоб в умовах негативної ситуації та кризового контексту "розгорнути" подію таким чином, щоб споживач пішов від негативної оцінки пропонованого йому в медіа-просторі події. Або принаймні, така негативну оцінку було б значно пом'якшено" [11].

Американський політичний консультант, психолог та політичний активіст Дж. Рендон (J. Rendón) підкреслює важливість таких складових кризового комунікативного плану, як: цільові аудиторії; необхідні типи меседжів; месенджер;

система доставки меседжів, ключовим з яких, не применшуючи важливості кожного компонента, вважаємо саме меседж, оскільки він є центром спіндокторингової кампанії і утримує в собі головні її положення, які і необхідно донести до цільової аудиторії [19; 20].

Зауважимо, що з огляду на специфіку спіндокторингу як одного з головних інструментів сьогоденного політичного консультування,

більшість його технік є комплексними і направлені здебільшого на коригування та вплив на ситуацію в цілому, включаючи усі позамовні фактори (починаючи від одягу кандидата і закінчуючи освітленням у приміщенні), ми ж, враховуючи лінгвоцентричність нашої роботи, фокусуватимемось на власне лінгвістичних аспектах зазначених технік для подальшого аналізу.

Дослідники [5; 11] виокремлюють такі базові типи технік спіндокторингу, як:

1. Запізнення "поганої" інформації – затримка негативної, не вигідної для адресанта інформації, що дозволяє не лише підготувати громадську думку та очікування аудиторії до її появи, але і в низці випадків уникнути її оприлюднення, затягуючи часу в інтересах адресанта. Дієвість цієї техніки пояснюємо частково і дією комунікативного закону прискороеного поширення негативної інформації, згідно із яким інформація негативного змісту має тенденцію до швидшого поширення, ніж позитивна, оскільки будь-яка аудиторія приділяє підвищену увагу саме негативним факторам, оскільки "позитивне швидко сприймають за норму і перестають обговорювати" [3, с. 37-42]. З іншого ж боку, з огляду на активність іще одного закону комунікації – самовиникнення інформації (відповідно до нього, "у разі дефіциту інформації в певній групі спілкування інформація самопороджується у вигляді чуток. Раз народившись, вони можуть стати причиною появи інших чуток" [3, с. 37-42]) – така затримка не має бути занадто довгою, аби результат не став прямо протилежним запланованому.

Проаналізувавши політичні рекламні кампанії, а також офіційні виступи політиків, ми дійшли висновків про те, що власне лінгвістичними показниками реалізації зазначеної техніки є:

а) пресупозиції процесу викривлення метамоделі мови НЛП, виражені часовими прислівниками та порядковими числівниками, напр.: *"Ми поговоримо про це **наступного** разу"; "Давайте обговоримо це питання **пізніше**"; "Ви **вже** питали **не раз**..."; "Ви **вже другий раз** ставите це запитання, давайте **потім**".*

б) рідше – маркери простої індукції минулих трансівних станів Мілтон-моделі мови, напр.: *"Згадайте, ви вже говорили про це, коли все це не було так складно"; "Пам'ятаєте, при минулому Президенті таке вже було".*

в) рідше – маркери простої індукції звичайних трансівних станів Мілтон-моделі мови, напр.: *"подумайте, згадайте, як Ви зранку прокинулися, випили кави, прийшли сюди в гарному настрої – а тут берете і таке питаєте"; "вам не треба думати про ці проблеми, хай у вас все буде добре, це моя робота";*

г) іще рідше – маркери вмонтованих команд Мілтон-моделі мови, напр.: *"мені цікаво, а навіщо Вам це?"; "я от думаю, чого б ви все ж хотіли? Бо це запитання однозначно показує, що щось тут не так".*

2. Неоднозначне інформування: на наднегативне повідомлення може накладатися таке ж надпозитивне, створюючи "складне становище для одержувача двох рядів інформації, оскільки йому треба прийняти однозначне рішення в неоднозначній, спеціально створеній для нього ситуації, що склалася" [11], і таким чином негативність початкового повідомлення як мінімум знижується, а як максимум – нейтралізується повністю.

Проаналізувавши політичні рекламні кампанії, а також офіційні виступи політиків, ми дійшли висновків про те, що власне лінгвістичними показниками реалізації зазначеної техніки є:

а) неспецифічна лексика процесу упушення метамоделі мови НЛП, виражена прикметниками та займенниками, рідше – іменниками, напр.: *"Так, це була **погана** ідея, і так, я це розумію, але я обіцяю ці зарплати все ж виплатити"*; *"це **жахливо** і не робить мене **чесні**, але подивіться, що я зроблю, аби виправитися"*.

б) рідше – номіналізації процесу упушення метамоделі мови НЛП, напр.: *"Це, звичайно, наш **зальот**, і цей **вибір** – не дуже, але і **виправлення** буде наше"*; *"мій **вибір** – приймати непопулярні **рішення**, а потім давати всім розуміти, що я зроблю їх правильними"*.

в) маркери складної індукції трюїзмів Мілтон-моделі мови, напр.: *"**Багато** людей каже, що стіна на кордоні із Мексикою не потрібна, але я хочу лише безпеки для своїх громадян!"*; *"Є думка, що газопровід нашкодить екології. А є думка, що американцям **потрябно** на щось жити!"*.

г) рідше – маркери складної індукції переривання патерна Мілтон-моделі мови (яка виконує функцію максимального контрастування), напр.: *"звичайно ж, я розумію, про що ви. Ну, **про**ав**, ну що ж тепер? Я **про**ав**, мені і виправлятися"*.

Зазначимо, що схема побудови тексту в випадку реалізації стратегії неоднозначного інформування передбачає переведення уваги із негативної дії об'єкта інформування на його ж позитивну дію для створення певного перцептивного балансу всередині системи.

3. Відвертання уваги (зміна фокусу) – техніка зміщення фокусу від реального факту або події або до іншої події (зазвичай – із відмінною від першої конотацією), або до версій чи причин головної події, або до супутньої чи штучно створеної, яка здатна "перетягнути" увагу аудиторії на себе, давши тим самим спін-доктору шанс внести відповідні комунікаційні корективи до висвітлення головного івенту. про нібито існуючі таких же фактах в інших країнах.

Г. Почепцов виокремлює такі інструменти, використовувані для зміщення фокусу: щоденний (тактичний):

автомобільні аварії, вибухи, стихійні лиха; довготривалий (стратегічний): епідемія грипу, холери, бійка на святкуванні 9 травня, виклики в генпрокуратуру [10].

Вчений зазначає, що "населення отримує телевізійне "заспокійливе" у вигляді гумору, естради чи світських зустрічей. Тоді воно розслабляється і забуває про все інше. Так само населення отримує телевізійне "збуджувальне" у вигляді аварій, вибухів, повеней (і розуміє, що все могло б бути і гірше, тож оцінює власний контекст позитивніше – А. К.). І теж про все забуває. Але й те й інше є заміником (природнім чи штучним) інтересу до проблем політичних чи економічних. А завдяки постійним сваркам на "свободах слова" ще й виробляється стійкий імунітет проти такої тематики" [10], що і робить зазначену техніку настільки ефективною.

Отже, в рамках цієї техніки існує два шляхи введення потрібної інтерпретації: шляхом створення тексту (створення нової події, яка б притягувала до себе набагато більше уваги), шляхом створення контексту (співвідносно із впливовою технікою рефреймінгу для створення "іншого погляду" на одну й ту саму подію), а Г. Почепцов зазначає, що "текст може змінити "+" на "-", або навпаки. Контекст працює більш виважено: він переводить "--" у "-" чи "+" у "+" [10].

Проаналізувавши політичні рекламні кампанії, а також офіційні виступи політиків, ми дійшли висновків про те, що власне лінгвістичними показниками реалізації зазначеної техніки є:

а) неспецифічна лексика процесу упущення метамоделі мови НЛП, виражена прикметниками та займенниками, рідше – іменниками, напр.: *"Так, це була **погана** ідея, і так, я це розумію, але я обіцяю ці зарплати все ж виплатити"*; *"це **жахливо** і не робить мені честі, але подивіться, що вони зробили"*.

б) рідше – номіналізації процесу упущення метамоделі мови НЛП, , напр.: *"Це, звичайно, наш **зальот**, але і його **вибір** – не дуже"*; *"мій **вибір** – приймати непопулярні **рішення**, але обговорення дій опозиції – теж цікаво"*.

в) маркери складної індукції трюїзмів Мілтон-моделі мови, напр.: "**Багато людей каже, що стіна на кордоні із Мексикою не потрібна. Так. Звичайно. Але сам їм платить за це зарплату опозиція, щоб вони так говорили!**"; "**Є думка, що газопровід нашкодить екології. Це у опозиції. А це у опозиції є купа порушень прав людини, аде на це ви чомусь уваги не звертаєте**".

г) рідше – маркери складної індукції переривання патерна Мілтон-моделі мови (яка виконує функцію максимального контрасту), напр.: "*Так, я тут помилився. А ви, що, не помилялися ніколи? Та ідіть ви на**й з вашою критикою!*".

д) рідше – маркери складної індукції трюїзмів Мілтон-моделі мови (яка виконує функцію максимального контрастування), напр.: "*Так, я тут помилився. Але всі ж помиляються. Давайте, може, про інші поговоримо?*";

Зазначимо, що схема побудови тексту в випадку реалізації техніки зміни фокусу передбачає переведення уваги із негативної дії об'єкта інформування на ще більш негативну дію конкурента (саме цим характеризується *техніка паралельного нарощування "вигідного" негативу*, яку виокремлюємо як різновид техніки зміщення фокусу, але не як самостійну одиницю – з огляду на їх функційну та структурну подібність в аналізованих текстах) для створення певного зовнішнього перцептивного балансу, або на іншу дію, не пов'язану із об'єктом в принципі, але яка викличе в аудиторії необхідну емоцію.

Також різновидом техніки зміни фокусу в рамках нашого дослідження вважатимемо *техніку реінтерпретації своєї негативної ситуації*, основний смисо якої полягає в створенні, породженні позитивного контексту при негативній події, що максимально співвідноситься із згаданим вище шляхом створення контексту для введення потрібної інтерпретації.

4. Вкраплення елементів природності в штучні ситуації – техніка, скерована на надання завідомо штучній, спланованій і запрограмованій ситуації із високим ступенем формалізованості

(напр., офіційне звернення високопосадовця, офіційна прес-конференція, презентація тощо) ознак природності для оптимізації її сприйняття аудиторією, оскільки, що більше реципієнти будуть ототожнювати високопосадовця із собою, то позитивніше вони сприйматимуть надавану ним інформацію.

Проаналізувавши політичні рекламні кампанії, а також офіційні виступи політиків, ми дійшли висновків про те, що власне лінгвістичними показниками реалізації зазначеної техніки є:

а) пресупозиції процесу викривлення метамоделі мови НЛП, найчастіше виражені прикметниками та займенниками, рідше – іменниками, напр.: "*Я не лише Президент. Я простий хлопець з Крвого Рогу*"; "*Я звичайний француз, як і Ви*".

б) порівняльні конструкції процесу упущення метамоделі мови НЛП, , напр.: "*Так, я президент, але я такий самий, як і ви*"; "*Він – найбільш український Президент*".

в) маркери складної індукції трюїзмів Мілтон-моделі мови, напр.: "*Президент має бути Президентом. Але ж і батьком, і сином, і чоловіком також*"; "*А знаєте, що? Я так втомився за цей час. Бути при владі – дуже непросто*".

г) рідше – маркери складної індукції переривання патерна Мілтон-моделі мови (яка виконує функцію максимального контрасту), напр.: "*Я тобі не пацанчик! Я Президент! Я не лох!*"; "*Вийди, розбійник!*".

5. Техніки контрольованого витоку інформації та підготовки очікування подій, де

- перша використовується "з метою зондування громадської думки з тієї чи іншої проблеми або питання, при підготовці до проведення певної політичної акції, тієї або іншої дії структури державної влади... а при негативній реакції суспільства на вкидання інформації завжди дозволяє "спростувати" її, списавши на "домисли журналістів" [5, с. 200];

- а при другій "готується не сама подія, а очікування її аудиторією, якій нібито пропонується заздалегідь, як вчинити в разі настання події" [5, с. 200].

На нашу думку, подібність цих двох технік, яка і уможливує об'єднання їх в одну, полягає у наданні аудиторії заделегідь підготовленої інформації про певну подію / певного політика, в якій уже закладено максимальний сугестивний компонент, скерований на підсвідоме формування в реципієнта певної думки з цього приводу; відмінністю же є те, що в рамках техніки контрольованого витоку інформації дані подаються від імені надійного, але анонімного джерела, але його анонімність жодним чином не нівелює ваги надаваної ним інформації, в рамках же реалізації техніки підготовки очікування подій головним джерелом отримуваної реципієнтом інформації є поширювані спін-доктором чутки, які в жодному разі не можна інтерпретувати як офіційну вірогідну інформацію.

Проаналізувавши політичні рекламні кампанії, а також офіційні виступи політиків, ми дійшли висновків про те, що власне лінгвістичними показниками реалізації зазначеної техніки є:

а) маркери складної індукції трюїзмів Мілтон-моделі мови, напр.: **"Багато колег каже, що треба чекати на революцію. Подивимось, подивимось"**; **"Є думка, що треба зменшити кількість депутатів"**; **"Нещодавно надійшла дуже серйозна інформація про те, що скоро буде дуже багато звільнень в Адміністрації Президента"**.

б) судження процесу упущення метамоделі мови НЛП, напр.: **"Напевне, скоро цей закон ухвалять"**; **"Скоріше за все, Одеса вже завтра буде в червоній зоні"**; **"Можливо, ми все ж таки зможемо повернути Крим"**.

в) маркери складної індукції цитації Мілтон-моделі мови, напр.: **"Ще Черчіль говорить, що як хочеш миру – треба готуватись до війни"**; **"Як писав Тарас Шевченко, і Україну злії люди, обкраденю, збудять"**.

Вважаємо, що, оскільки запропонований нами лінгвістичний алгоритм спіндокторингового аналізу патогенних текстів інформаційних воєн поєднує в собі комплексний науковий підхід в рамках таких новітніх наук як нейролінгвістичне програмування, сугестивна лінгвістика та

.....

власне спіндокторинг, тож, він дасть змогу не лише виокремити домінуючі стратегії їхньої побудови зазначених патогенних текстів та глибинні механізми їх конструювання, а й – в подальшому – способи протидії інформаційним війнам, що прислужиться не лише у поглибленні відповідних положень НЛП, сугестивної лінгвістики та психолінгвістики, а й у можливому формуванні відповідних планувальних рішень в галузі державної інформаційної безпеки України, що є особливо важливим аспектом сучасної інформаційної політики держави в умовах гібридних воєн і максимально унаочнює перспективність подальших розробок у зазначеній науковій галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ачасова В.А., Быков И.А., Володина Л.В., Гончаров В.Э., Карпухина О.К., Старенченко Ю.Л. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник. 2-е изд., испр. и доп. ред. Санкт-Петербург: ЮРАЙТ, 2017. 350 с.
2. Бацевич Ф.С. Нариси з лінгвістичної прагматики : Монографія. Львів: ПАІС, 2010. 336 с.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник]. Київ: Академія, 2004. 344с.
4. Бэндлер Р., Гриндер Д. Структура магии. Санкт-Петербург: Белый кролик, 1996. 496 с.
5. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата . 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 366 с.
6. Жибак Д.М. До питання особливостей та функцій політичного дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2016. №29, Том 1. С. 124-126.
7. Карасик В. И. Языковой круг: личности, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
8. Ковалевська Т.Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : Монографія. Одеса : Астропринт, 2001. 344 с.
9. Кондратенко Н.В. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності : [монографія]. Одеса : Чорномор'я, 2007. 156 с.

10. Почепцов Г. Комунікативні операції вчора й сьогодні [Електр. ресурс]. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/9425/2011-06-12-komunikativni-operatsii-vchora-i-sogodni/>

11. Почепцов Г. Спин-доктор и его работа: нетрадиционные методы управления информационным пространством [Електр. ресурс]. URL: <https://detector.media/community/article/1945/2001-11-30-spin-doktor-i-ego-rabota-netraditsionnye-metody-upravleniya-informatsionnym-prostranstvom/>

12. Психология в рекламе. Под ред. Кандидата психологических наук П. К. Власова. 2-е издание, дополненное, переработанное, исправленное. Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2007. 320 с.

13. Смит С. Жесткая книга о том, как убедить, загипнотизировать, заставить кого угодно. Маленькая книга сильнейших приемов гипноза и воздействия. Москва: АСТ, 2010. 224с.

14. Стрій Л. Ритуальні жанри українського політичного дискурсу: структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.01 – українська мова. Одеса, 2015. 190 с.

15. Brader Ted. The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation – By Drew Westen. *Political Psychology*. 2008. Volume 29, Issue 4. Pp. 623. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00656.x>

16. Brown G. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1983. 288 p.

17. Kovalevska T., Kovalevska A. Utilizing the Neurolinguistic Programming Technologies in Foreign languages Teaching Practice in Ukrainian Universities. *Arab World English Journal: Special Issue on English in Ukrainian Context*. 2020. Pp. 184-193. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/elt3.16>

18. Owen L. Swaying the swingers: how neuroscience influences voting behaviour. *Brain*. 2008. Volume 131, Issue 2. Pp. 591–595 <https://doi.org/10.1093/brain/awm330>

19. Pinza M., Flax S. Marketing político. Durán Barba y JJ Rendón, radiografía de dos asesores clave en la construcción de los liderazgos de las derechas del siglo XXI. 2005. [Електр. ресурс]. URL: <https://www.celag.org/wp-content/uploads/2015/08/Documento-4-marketing-pol%C3%ADtico.pdf>

20. Rendón J. Power of One: Power of one: JJ Rendon at TEDxUNPlaza 2013. [Електр. ресурс]. URL.: <https://www.youtube.com/watch?v=o7k2icowDN8>

21. Victoroff J. Drew Westen: The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation Bryan Caplan: The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies. *Democracy and Security*. 2009. Vol. 5:2. Pp. 193-197. <https://doi.org/10.1080/17419160902973594>

REFERENCES

1. Achkasova, V.A., Bykov, I., A., Volodina, L.V., Goncharov, V. Je., Karpuhina & O. K., Starenchenko, Ju. L. (2017). *Public Relations as Social Engineering: A Textbook. 2nd ed., Rev. and add. ed.* [Svjazi s obshhestvennost'ju kak social'naja inzhenerija: uchebnik. 2-e izd., ispr. i dop. red.]. Sankt-Peterburg: JuRAJT, 2017 [in Russian].
2. Batsevych, F.S. (2010). *Essays on linguistic pragmatics: Monograph* [Narys z linhvistychnoi prahmatyky : Monohrafiia]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
3. Batsevych, F.S. (2004). *Fundamentals of communicative linguistics: a textbook* [Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky : pidruchnyk]. Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].
4. Bandler, R. & Grinder, J. (1996). *The structure of magic* [Struktura magii]. Sankt-Peterburg: Belyj krolik [in Russian].
5. Vasil'eva, M.M. (2019). *Public Relations in Government: A Textbook for Academic Bachelor's Degree. 2nd ed., Rev. and add.* [Svjazi s obshhestvennost'ju v organah vlasti : uchebnik dlja akademicheskogo bakalavriata. 2-e izd., pererab. i dop.]. Moskva : Izdatel'stvo Jurajt [in Russian].
6. Zhybak, D.M. (2016). *On the question of features and functions of political discourse* [Do pytannia osoblyvosti ta funktsii politychnoho dyskursu]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia*, 29(1), 124-126 [in Ukrainian].
7. Karasik, V.I. (2002). *Language circle: personalities, concepts, discourse* [Jazykovej krug: lichnosti, koncepty, diskurs]. Volgograd: Peremena [in Russian].
8. Kovalevska, T.Yu. (2001). *Communicative aspects of neurolinguistic programming: Monograph* [Komunikatyvni aspekty neirolinhvistychnoho prohramuvannia : Monohrafiia]. Odesa : Astroprynt [in Ukrainian].
9. Kondratenko, N.V. (2007). *Ukrainian political discourse: textualization of reality: monograph* [Ukrainskyi politychnyi dyskurs : tekstualizatsiia realnosti : monohrafiia]. Odesa : Chornomoria [in Ukrainian].

10. Pocheptsov, H. (2011). *Communicative operations yesterday and today* [Komunikatyvni operatsii vchora y sohodni]. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/9425/2011-06-12-komunikativni-operatsii-vchora-i-sogodni/> (last access: 18.11.2020) [in Ukrainian].

11. Pocheptsov, H. (2011). *Spin doctor and his work: non-traditional methods of information space management* [Spin-doktor i ego rabota: netradicionnye metody upravleniya informacionnym prostranstvom]. URL: <https://detector.media/community/article/1945/2001-11-30-spin-doktor-i-ego-rabota-netraditsionnye-metody-upravleniya-informatsionnym-prostranstvom/> (last access: 18.11.2020) [in Russian].

12. *Psychology in advertising* (2007). [Psihologija v reklame]. Pod red. Kandidata psihologicheskikh nauk P.K. Vlasova. 2-e izdanie, dopolnennoe, pererabotannoe, ispravlennoe.. Kharkov: Izd-vo Gumanitarnyj centr [in Russian].

13. Smith, S. (2010). *A tough book on how to convince, hypnotize, get anyone. A small book of the strongest prims of hypnosis and influence* [Zhestkaja kniga o tom, kak ubedit', zagipnotizirovat', zastavit' kogo ugodno. Malen'kaja kniga sil'nejshih primov gipnoza i vozdeystvija]. Moskva: AST [in Russian].

14. Strii, L. S. (2015). *Ritual genres of Ukrainian political discourse: structural-semantic and linguo-pragmatic aspects. Dissertation on the scientific level of the candidate of philological sciences for specialty 02.10.01 – Ukrainian Language* [Rytualni zhanry ukrainskoho politychnoho dyskursu: strukturno-semantychnyi i linhvoprahmatychnyi aspekty. Dysertatsiia na zdobuttia naukovooho stupenia kandydata filolohichnykh nauk zi spetsialnosti 10.02.01 – ukrainska mova]. Odesa [in Ukrainian].

15. Brader, T. (2008). The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation – By Drew Westen. *Political Psychology*, 29(4), 623-627. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00656.x> [in English].

16. Brown, G. (1983). *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge Univ. Press. [in English].

17. Kovalevska, T., & Kovalevska, A. (2020). Utilizing the Neurolinguistic Programming Technologies in Foreign languages Teaching Practice in Ukrainian Universities. *Arab World English Journal: Special Issue on English in Ukrainian Context*, 184-193. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/elt3.16> [in English].

18. Owen, L. (2008). Swaying the swingers: how neuroscience influences voting behaviour. *Brain*, 131(2), 591–595 <https://doi.org/10.1093/brain/awm330> [in English].

19. Pinza, M. & Flax, S. (2005). *Marketing político. Durán Barba y JJ Rendón, radiografía de dos asesores clave en la construcción de los liderazgos de las derechas del siglo XXI*. URL: <https://www.celag.org/wp-content/uploads/2015/08/Documento-4-marketing-pol%C3%ADtico.pdf> (last access: 18.11.2020) [in Spanish].

20. Rendón, J. (2013). *Power of One: Power of one: JJ Rendon at TEDxUNPlaza*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=o7k2icowDN8> (last access: 18.11.2020) [in English].

21. Victoroff, J. (2009). Drew Westen: The Political Brain: The Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation Bryan Caplan: The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies. *Democracy and Security*, 5:2, 193-197. <https://doi.org/10.1080/17419160902973594> [in English].

Дата надходження до редакції – 10.11.2020

Дата затвердження редакцією – 16.11.2020