

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Журнал заснований у 1918 році

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Філологія. Соціальні комунікації

Том 31 (70) № 4 2020

Частина 2



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Головний редактор:

Казарін Володимир Павлович – доктор філологічних наук, професор, в.о. ректора Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Члени редакційної колегії:

Гадомський Олександр Казимирович – доктор філологічних наук, доктор габілітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень Інституту славістики Опольського університету (Ополе, Польща);

Досенко Анжеліка Костянтинівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Свенцицька Еліна Михайлівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Семенець Ольга Сергіївна (відповідальний секретар) – кандидат філологічних наук, завідувач кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Статкевич Лариса Павлівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Ткаченко Тетяна Іванівна – доктор філологічних наук, доцент.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
(протокол № 4 від 26.11.2020 року)**

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.
Серія: Філологія. Соціальні комунікації» зареєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 15711-4182Р від 28.09.2009 року)

**Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)
зі спеціальностей 035 – Філологія, 061 – Журналістика відповідно до Наказу МОН України
від 17.03.2020 № 409 (додаток 1)**

**Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International
(Республіка Польща)**

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

**ISSN 2663-6069 (Print)
ISSN 2663-6077 (Online)**

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2020

Іванотчак Н. І., Павлюк О. Б. ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ <i>ЖІНКА</i> В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПІСЕННОМУ ДИСКУРСІ.....	90
Karachun Yu. G., Borkovska I. P. DERIVATIVE COMPOUND TERMS-NOUNS AS A SPECIAL TYPE OF COMPOUND IN SCIENCE AND TECHNICAL TEXTS ON ELECTRICAL ENGINEERING	95
Костенко В. Г., Сологор І. М. МОВНІ ЗАСОБИ ВТІЛЕННЯ АДРЕСОВАНОСТІ В ТЕКСТАХ ПОІНФОРМОВАНОЇ ЗГОДИ НА СТОМАТОЛОГІЧНЕ ЛІКУВАННЯ	101
Лисичкіна І. О., Лисичкіна О. О. ОСОБЛИВОСТІ НЕОЛОГІЗМІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	108
Луньова Т. В. АВТОБІОГРАФІЧНИЙ НАРАТИВ ЯК ФОРМА МЕТАЕКФРАЗИСУ: КОГНІТИВНО-ПОЕТОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЕСЕ ЖЮЛЯ ОЛЦЬКОГО ПРО ВЛАСНУ ТВОРЧІСТЬ	113
Макарук Л. Л. ПОЛІФУНКЦІЙНІСТЬ ТА МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ЗНАКІВ ПУНКТУАЦІЇ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МАСМЕДІЙНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ.....	120
Межуєва І. Ю. ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В НАВЧАННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В ТЕХНІЧНОМУ ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ.....	128
Mykhaulyenko V. V. ON DYNAMICS OF THE LEXICAL MEANING	133
Nikiforova Ye. Yu., Havryliuk O. O., Galitska E. A. INTENTIONALITY AND ACCEPTABILITY AS STANDARDS OF TEXTUALITY IN PERFUME AND COSMETIC NAMES	137
Нісаноглу Н. Г., Мунтян С. Г. МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ЯК СТРАТЕГІЯ ДИСКУРСИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ <i>КОНСЕНСУС</i> В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ....	144
Pavlichenko L. V. STRATEGIES AND TACTICS OF INVESTIGATORS TO WITNESSES AND VICTIMS (BASED ON THE ANALYSIS OF THE PRE-TRIAL INTERROGATION DISCOURSE)	149
Панченко О. І. ДО ПИТАННЯ ПРО ПЕРЕКЛАД НЕОЛОГІЗМІВ	154
Пилипенко І. О. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ЗАМІНИ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ	159
Попелюк В. П. МОВНЕ ВИРАЖЕННЯ ЕТНОКУЛЬТУРНОЇ СПЕЦИФІКИ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ	164
Прокопець М. С. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТЬ «КУЛЬТУРНОЇ» ТА «ІСТОРИЧНОЇ» ПАМ'ЯТІ	170
Рябова К. О. ЦІЛІСНІСТЬ І ЗВ'ЯЗНІСТЬ ЯК ОСНОВНІ ТЕКСТУАЛЬНІ КАТЕГОРІЇ.....	173

Нісаноглу Н. Г.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Мунтян С. Г.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ЯК СТРАТЕГІЯ ДИСКУРСИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ *КОНСЕНСУС* В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена виявленню мовностилістичних засобів маніпулятивної комунікативної стратегії та тактик дискурсивної реалізації концепту КОНСЕНСУС в англomовному публіцистичному дискурсі.

Маніпуляція являє собою психологічний тиск, спрямований на те, щоб вплинути на свідомість адресата й переконати його прийняти позицію мовця, незважаючи на наявність спотвореної інформації або відсутність вичерпності обґрунтувань щодо правильності питання. Маніпуляція не є рівноцінною комунікативною взаємодією, оскільки мовець намагається нав'язати адресату власну думку, не зважає водночас на його інтереси, але створює ілюзію самостійності ухвалення рішення адресатом. Отже, у слухача виникає викривлене сприймання дійсності, яке змушує погодитись із тим, що є вигідним для адресанта.

Концепт КОНСЕНСУС являє собою одну з тих соціально значущих одиниць концептосфери людини, що відбиває сучасні суспільні процеси, невід'ємними складниками яких є досягнення згоди, співпраця, взаємодія, узгодження спільних дій тощо. Для досягнення консенсусу мовцями застосовується маніпулятивна стратегія як прийом дискурсивної реалізації концепту КОНСЕНСУС в англomовному публіцистичному дискурсі. З'ясовано, що застосування таких комунікативних тактик, як умовляння, комплімент, контрастування передбачає вплив на адресата, щоби змусити його прийняти певне бачення ситуації та досягти з ним згоди, взаєморозуміння, зближення в комунікативному процесі, що є показниками консенсусу.

Наведені дискурсивні фрагменти уможливають визначення спроможності мовностилістичних засобів, що актуалізують концепт КОНСЕНСУС, приховано впливати на адресата, схилити його до вигідних для маніпулятора-адресанта дій із метою досягнення бажаного результату комунікації. Серед широкого діапазону мовностилістичних засобів можна виділити повтори, гіперболу, ідіоматичні й емотивні вирази, підсилювальні прислівники, форми наказового способу дієслів, ступені порівняння прикметників.

Ключові слова: маніпулятивна комунікативна стратегія, комунікативні тактики, концепт КОНСЕНСУС, дискурсивна реалізація.

Постановка проблеми. Нині концепт КОНСЕНСУС являє собою одну з тих соціально значущих одиниць концептосфери людини, що відбиває сучасні суспільні процеси, невід'ємними складниками яких є досягнення згоди, співпраця, взаємодія, узгодження спільних дій тощо. У статті фокусується увага на розгляді дискурсивної реалізації концепту КОНСЕНСУС, що є пов'язаним із дослідженням стратегій і тактик у комунікативно-прагматичному ракурсі. Це пояснюється тим, що їх застосування, зокрема маніпулятивної стратегії, передбачає завуальований вплив на адресата з метою змусити його прийняти певне бачення ситуації та досягти згоди, взаєморозуміння, що є маркерами консенсусу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному мовознавстві існує багато визначень поняття «комунікативна стратегія». Зокрема, у своїх розвідках К. Ф. Седов зосереджує увагу на комунікативних стратегіях як «загальних прагмалінгвістичних принципах реалізації ілокутивного смислу» [6, с. 35]. Комунікативна стратегія тлумачиться як «планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов комунікації та особистостей комунікантів» [3, с. 54]. Серед основних характеристик комунікативних стратегій виокремлюють «ознаки гіпотетичності, евристичності» [7, с. 207], що передбачає пошук співрозмовниками таких раціональних рішень, які будуть найсприятливішими в досягненні мети.

Семантичний та лінгвокогнітивний аналіз дискурсивних фрагментів паралельно з осмисленням наукових розвідок, присвячених стратегіям і тактикам у різних типах дискурсу, дозволив виявити маніпулятивну комунікативну стратегію та її основні тактики як способи дискурсивної реалізації концепту КОНСЕНСУС.

Постановка завдання. Мета статті полягає в з'ясуванні мовностилістичних засобів реалізації маніпулятивної комунікативної стратегії в дискурсивній актуалізації концепту КОНСЕНСУС в англомовному публіцистичному дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Маніпуляція, за В. І. Карасиком, – це певні прийоми психологічного впливу в дискурсі, які спрямовані на те, щоб переконати адресата погодитися з думкою, незважаючи на відсутність повноти доводів, фактів щодо правильності або істинності питання [4, с. 24]. Маніпуляцію також визначають як «владу над адресатом, що здійснюється насильницьким шляхом», у формі умовляння, за допомогою якого мовець тисне на слухача [3, с. 145]. Маніпуляція не передбачає рівноцінної інтеракції, оскільки мовець прагне нав'язати адресатові певні позиції, які не збігаються з його власним баченням реальності [2]. Уважаємо за доцільне окреслити ознаки, за якими розмежовують переконання від маніпуляції: якщо переконання є націленим на «розкриття ідей і планів, перетворення людей на однодумців», то маніпуляція являє собою психічний примус [5, с. 52]. Унаслідок мовного маніпулювання у свідомості слухача виникає хибне сприймання дійсності, яке призводить до згоди виконати вигідні для мовця-маніпулятора дії [1, с. 99].

У контексті роботи комунікативно-прагматичний аналіз фрагментів публіцистичного дискурсу засвідчив, що маніпулятивна комунікативна стратегія передбачає застосування таких основних тактик, як *умовляння, комплімент, контрастування*.

Мовці можуть вдаватися в рамках реалізації маніпулятивної стратегії до *тактики умовляння*, характерними рисами якої є «тиск на адресата», «влада, що здійснюється насильницьким шляхом» [3, с. 145], як-от:

The President: I would like you to do us a favor though because our country has been through a lot and Ukraine knows a lot about it. I would like you to find out what happened with this whole situation with Ukraine, they say CrowdStrike. <...> I would like to have the Attorney General call you or your people and I would like you to get to the bottom of it. <...> Whatever you can do, it's very important that you do it if that's possible.

President Zelenskyy: Yes it is very important for me and everything that you just mentioned earlier. For me as a President, it is very important and we are open for any future cooperation. We are ready to open a new page on cooperation in relations between the United States and Ukraine. <...> I also wanted to tell you that we are friends. We are great friends and you Mr. President have friends in our country so we can continue our strategic partnership. I also plan to surround myself with great people and in addition to that investigation, I guarantee as the President of Ukraine that all the investigations will be done openly and candidly. That I can assure you (The Washington Post).

Апеляцію до почуттів здійснено за допомогою фрази *our country has been through a lot*, що має настанову викликати у слухача емпатію. Фраза *Ukraine knows a lot about it* експліцитно вказує на обізнаність адресата, що з високим ступенем вірогідності змусить його погодитися виконати прохання, оскільки є неетичним за таких обставин бути байдужим. Уживання конструкції складного присудка *I would like you to do / I would like you to find out / I would like to have / I would like you to get* замість наказового способу пом'якшує категоричність, «командність» висловлювань. З іншого боку, анафора як багаторазове повторення конструкції *I would like you to* викликає ефект посиленого впливу. Наголошення на значущості навіть мінімальних гіпотетичних дій співрозмовника втілено у висловлюванні *Whatever you can do, it's very important that you do it if that's possible*.

Маніпулятивний вплив є очевидним, оскільки в кожному рядку спостерігається зловживання владою для завуальованої реалізації особистих інтересів: Д. Трамп розраховує на те, що В. Зеленський проведе розслідування справи стосовно потенційного головного його суперника на виборах. У свою чергу, В. Зеленський підкреслює гармонійність стосунків між двома країнами, коли вживає лексичні одиниці *cooperation, friends, partnership*, добровільно погоджується допомогти слідству, переконує в міцності обіцянки, що відбито дієсловами *guarantee, assure*. Відсутність обговорення, додаткових питань та безапеляційне прийняття інструкцій, на наш погляд, визначається меншим авторитетом партнера з комунікації, усвідомленням залежності від опонента.

Наступний приклад не тільки демонструє вживання комунікантом *тактики умовляння*, а й містить авторський коментар:

During the call, Flynn urged Kislyak that any action Russia took in response to the sanctions be "reciprocal."

“Don’t – don’t make it – don’t go any further than you have to. Because I don’t want us to get into something that has to escalate, on a, you know, on a tit for tat. You follow me, Ambassador?” Flynn said, according to the transcripts.

Kislyak replied that he understood, but that there were angry sentiments “raging” in Moscow. Flynn said that even so, “cool heads” need to prevail since the U.S. and Russia have common interests in fighting terrorism in the Middle East (Los Angeles Times).

Умовляння у вищенаведеному дискурсивному фрагменті передує авторський коментар, який містить дієслово *urged*, що вказує на вплив на адресата. Завдяки використанню мовцем заперечних форм наказового способу у фразах *don’t make it, don’t go any further than you have to*. Варто зауважити, що мовець також висловлює аргумент, який імпліцитно відбиває негативне прогнозування розвитку стосунків між партнерами в майбутньому, що можна ідентифікувати як шантаж – *Because I don’t want us to get into something that has to escalate, on a, you know, on a tit for tat*. Функція ідіоматичного виразу *a tit for tat* (око за око) полягає у вираженому експресивним способом спонуканні адресата до запобігання дії. Висловлювання *You follow me, Ambassador?* ужито з метою утримання уваги слухача. Тактика умовляння сприяє досягненню успішної комунікації, про що свідчить наявність дієслова *understood* у відповіді співрозмовника. Проте, оскільки спостерігається і протиставлення у фразі *but that there were angry sentiments “raging” in Moscow*, згоду в такому разі можна кваліфікувати як часткову. Репліка мовця-маніпулятора *“cool heads” need to prevail* утілює тактику умовляння через апеляцію до здорового глузду.

Проаналізуємо дискурсивний фрагмент, у якому мовець керується як тактикою умовляння, так і тактикою компліменту, що орієнтована не лише на повідомлення приємної інформації, а й на досягнення адресантом-маніпулятором певної мети:

Turnbull: Yes, but let me describe what it is. I think it is quite consistent. I think you can comply with it. It is absolutely consistent with your executive order so please just hear me out. <...> Every individual is subject to your vetting. You can decide to take them or to not take them after vetting. You can decide to take 1 000 or 100. It is entirely up to you. <...>

Turnbull: Mr President, I think this will make you look like a man who stands by the commitments of the United States. It shows that you are a committed.

Trump: OK, this shows me to be a dope. I am not like this but, if I have to do it, I will do it but I do not like this at all. I will be honest with you. Not even a little bit.

I think it is ridiculous and Obama should have never signed it. The only reason I will take them is because I have to honor a deal signed by my predecessor and it was a rotten deal. I hate having to do it, but I am still going to vet them very closely. <...>

Turnbull: That is the point I have been trying to make (The Guardian).

У наведеному вище дискурсивному фрагменті за допомогою синтаксичних конструкцій *quite consistent, absolutely consistent* адресант запевняє адресата у високому ступені відповідності його потенційних дій щодо прийняття мігрантів із певним документом. Вигуком *please*, що міститься у фразі *please just hear me out*, пом’якшується значення дієслова в наказовому способі. У фразах *subject to your vetting, you can decide*, висловлюванні *It is entirely up to you* інформація подається мовцем таким чином, що створюється ілюзія самостійності ухвалення рішення адресатом. Крім цього, уживання повторів, які спостерігаються впродовж дискурсивного фрагмента, закріплюються у свідомості слухача як об’єкта маніпулятивного впливу, чим посилюється на нього психологічний тиск.

У висловленому мовцем компліменті *I think this will make you look like a man who stands by the commitments of the United States* навмисно підкреслюються позитивні якості слухача й тим самим надається вагомість та виключність його вчинкам, але за умови погодження адресата з адресантом. У наступній репліці співрозмовника виявляється абсолютне відхилення компліменту як негативна реакція на компліментарне повідомлення. По-перше, спостерігається перебивання мовця, який не встиг завершити висловлювання *It shows that you are a committed*. По-друге, висловлювання *OK, this shows me to be a dope* набуває саркастичного звучання й непрямо виражає негативне ставлення до мовця. Нагадування прем’єр-міністра Австралії про зобов’язання Сполучених Штатів дотримуватись угоди щодо прийому біженців, підписаної попередником, змушує Д. Трампа погодитися. Однак він відкрито заявляє про небажання це робити, наголошує на думці за допомогою лексичного повтору – *I am not like this but, if I have to do it, I will do it but I do not like this at all*. Прикметник *ridiculous* і синтаксична конструкція *a rotten deal* надають цій угоді негативної оцінки, а неминучість взяття на себе відповідальності обґрунтовується наявністю власних моральних цінностей – *to honor a deal signed by my predecessor*. Фразою *I am still going to vet them very closely* віддзеркалюється намір президента здійснити ретельну перевірку

кожного біженця, що водночас вказує на наступний етап, імпліцитно відбиває згоду їх прийняти Сполученими Штатами. Висловлювання в репліці-відповіді *That is the point I have been trying to make* є показником спільності позицій партнерів, отже, ефективності комунікації.

У рамках реалізації маніпулятивної стратегії мовці можуть удаватися до *тактики контрастування* з метою формування у співрозмовника позитивного іміджу на тлі недоліків інших осіб чи їхніх дій:

The President: Well it's very nice of you to say that. I will say that we do a lot for Ukraine. We spend a lot of effort and a lot of time. Much more than the European countries are doing and they should be helping you more than they are. Germany does almost nothing for you. <...> A lot of the European countries are the same way so I think it's something you want to look at but the United States has been very very good to Ukraine. I wouldn't say that it's reciprocal necessarily because things are happening that are not good but the United States has been very very good to Ukraine.

President Zelensky: Yes you are absolutely right. Not only 100%, but actually 1000% and I can tell you the following; I did talk to Angela Merkel and I did meet with her. <...> It turns out that even though logically, the European Union should be our biggest partner but technically the United States is a much bigger partner than the European Union and I'm very grateful to you for that because the United States is doing quite a lot for Ukraine. <...> I would also like to thank you for your great support in the area of defense. We are ready to continue to cooperate for the next steps specifically we are almost ready to buy more Javelins from the United States for defense purposes (The Washington Post).

У наведеному вище дискурсивному фрагменті тактика контрастування втілена у висловлюваннях: *I will say that we do a lot for Ukraine. We spend a lot of effort and a lot of time. Much more than the European countries are doing and they should be helping you more than they are. Germany does almost nothing for you.* Зіставлення американським президентом себе з іншими європейськими лідерами, чії вчинки оцінюються ним негативно, спричинене прагненням мовця показати себе у вигідному світлі. Навіть більше, повний повтор фрази *the United States*

has been very very good to Ukraine з підсилювальним прислівником *very* вжито з метою експресивного акцентування уваги слухача на позитивному ставленні США до України. Максимальну згоду українського президента експліцитно виражено у висловлюваннях *Yes you are absolutely right* та *Not only 100%, but actually 1 000%*. Гіперболою *1 000%* підкреслюється виключність явища. Безапеляційну згоду можна пояснити усвідомленням українського лідера місця України у світі, її залежності від політики Заходу, особливо в умовах російської агресії. Незадоволення українського президента виконанням Європейським Союзом санкцій проти Росії протиставляється підтримці України Сполученими Штатами, що реалізовано порівняльною конструкцією, яка містить підсилювальний прислівник *much* та прикметник вищого ступеня порівняння: *United States is a much bigger partner*. Сподівання українського президента отримати військову допомогу втілено в синтаксичних конструкціях *defense purposes* та *in the area of defense* як показників, що окреслюють галузь потенційної кооперативної взаємодії партнерів. Формули подяки за подальшу співпрацю висловлено в конструкціях з підвищеною емотивністю (*I'm very grateful to you, I would also like to thank you*), які засвідчують значущість учиненої для мовця послуги.

Висновки і пропозиції. Отже, беручи до уваги прихований характер впливу та прагнення адресанта нав'язати адресатові власну думку, незважаючи на його інтереси, схилити його до вигідних для маніпулятора-адресанта дій із метою досягнення згоди, бажаного результату комунікації, мовцями для досягнення консенсусу застосовується *маніпулятивна стратегія* як прийом дискурсивної реалізації концепту КОНСЕНСУС в англomовному публіцистичному дискурсі. Для втілення зазначеної стратегії характерним є керування тактиками умовляння, компліменту, контрастування. Здійснення завуальованого впливу на свідомість слухача, що спрямований на досягнення прагматичної мети, уможлиблюється завдяки вживанню адресантом численних мовностилістичних засобів, серед яких: повтори, гіпербола, ідіоматичні й емотивні вирази, підсилювальні прислівники, форми наказового способу дієслів, ступені порівняння прикметників.

Список літератури:

1. Быкова О. Н. Языковое манипулирование : материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи». *Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вестник Российской риторической ассоциации*. Красноярск, 1999. Вып. 1 (8). С. 99–103.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. Москва, 1996. 344 с.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : URSS ЛКИ, 2008. 284 с.

4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
5. Руда О. Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі : монографія. Київ, 2012. 232 с.
6. Седов К. Ф. Дискурс и личность : эволюция коммуникативной компетенции. Москва : Лабиринт, 2004. 317 с.
7. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси : Вид-во Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Los Angeles Times. May 29, 2020.
2. The Guardian. August 3, 2017.
3. The Washington Post. September 25, 2019.

Nisanoglu N. G., Muntian S. H. A MANIPULATIVE STRATEGY AS A COMMUNICATIVE STRATEGY OF THE DISCURSIVE REALIZATION OF THE CONCEPT CONSENSUS IN ENGLISH-LANGUAGE PUBLICISTIC DISCOURSE

The article focuses on revealing linguistic and stylistic means of a manipulative communicative strategy and tactics of discursive realization of the concept CONSENSUS in English-language publicistic discourse.

Manipulation is psychological pressure aimed at influencing an addressee and convincing him/her to accept a speaker's position, despite presence of distorted information or lack of complete justification. Manipulation is not equal communicative interaction as a speaker tries to impose his/her own opinion on an addressee, not taking into account an addressee's interests, but giving illusion of his/her decision-making. Thus, a listener has misinterpreted perception of reality that forces him/her to agree with a speaker.

The concept CONSENSUS is one of socially significant units of human conceptual sphere that reflects modern social processes, integral components of which presuppose reaching agreement, cooperation, interaction, coordination of joint actions, and so on. In order to reach consensus, speakers use a manipulative strategy as a device of discursive realization of the concept CONSENSUS in English-language publicistic discourse. It has been established that the use of such communicative tactics as persuasion, compliment, contrast is intended on producing an impact on addressees in order to make them accept a certain vision of a situation and reach agreement, mutual understanding, rapprochement in communicative process that are the indicators of consensus.

The cited discursive fragments of this paper have exposed an ability of the linguistic and stylistic means that actualize the concept CONSENSUS to influence an addressee covertly, to induce him/her to actions that are beneficial for a speaker with a purpose to achieve a desired result of communication. Among a wide range of means there are repetitions, hyperbola, idiomatic and emotive expressions, intensifying adverbs, forms of imperative mood of verbs, degrees of comparison of adjectives.

Key words: *manipulative communicative strategy, communicative tactics, concept CONSENSUS, discursive realization.*