

---

# СУГЕСТИВНА ЛІНГВІСТИКА КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

---

УДК 811.161.2'22/'23:159.964

DOI: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2018.25.141331>

**Т. Ю. Ковалевська,**

*д-р філол. наук, проф.,*

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,*

*завідувач кафедри української мови*

## ПСИХОЛІНГВАЛЬНА ТЕКТОНІКА КОМУНІКАТИВНОГО ВПЛИВУ

У статті обґрунтовано комплексну природу комунікативного впливу, розкрито специфіку його актуальних складників, висвітлено основні ідеї сучасних мовознавчих напрямів, у межах яких досліджується природа і механіка комунікативного впливу, запропоновано креативні методики психо- і нейролінгвістичного аналізу комунікативних сугестогенів, релевантні для досягнення екологічності сучасного комунікативного простору в широкій амплітуді його дискурсивних жанрів, зокрема в медійному сегменті. Увагу зосереджено на аналізі метапрограмних стратегій, ідентифікація яких уможлиблює програмовану корекцію особистісних/колективних інтеракцій, також описано основні компоненти нейролінгвістичної метамоделі мови як базового складника Мілтон-модельних патернів, скерованих на досягнення сугестійних ефектів в аксіальній і ретіальній комунікації.

**Ключові слова:** сугестія, психолінгвістика, нейролінгвістичне програмування, ЗМІ, метапрограми, метамоделі, Мілтон-модель, комунікативний вплив, мовленнєвий вплив.

Імманентною ознакою будь-якого комунікативного жанру більшість сучасних дослідників вважає впливову домінанту (див. праці Х. Алдера, Р. Бендлера, Д. Гріндера, М. Еріксона, С. Кара-Мурзи, Г. Клауса, В. Манакіна, Л. Мурзіна, Б. Поршнева, Н. Слухай, Г. Франке, Г. Чуби, І. Черепанової та ін.), скеровану на прогнозоване корегування актуальної поведінки адресата, що насамперед стосується специфіки медіапростору, у межах якого «питання комунікаційного впливу на маси у наш час є надзвичайно гострим» [14, с. 80], оскільки зачіпає найделікатніші сфери особистісно-колективних психоструктур соціуму. В цьому аспекті феномен впливу тісно пов'язаний із кваліфікацією моральних аспектів сугестії, де ставлення до свідомого (та й неусвідомленого) використання сугестійних потенцій мови майже завжди є знегативованим, оскільки співвідноситься з фактом втручання в зону індивідуальної свідомості (див. праці С. Кара-Мурзи, Г. Грачова, І. Мельника, Є. Доценка, В. Зазикіна, М. Кузнецова, М. Франке, Г. Клауса, П. Екмана та ін.), з

наявністю маніпулятивних технологій, які «використовують глибинні закономірності регулювання поведінки, здатні вплинути на психофізіологічний статус людини. Більшість цих стратегій можуть завдати значної шкоди психічному та фізичному здоров'ю» [13, с. 7], що є наслідком «психологічного впливу, здійснення якого зумовлює приховане виникнення в іншій людині намірів, розбіжних із наявними бажаннями» [6, с. 59]. Цю позицію підтримують й інші дослідники, зазначаючи, що «відправники повідомлень обирають спосіб кодування повідомлень залежно від своїх ідеологічних та інституційних цілей і задля їх досягнення маніпулюють мовою та засобами масової інформації (повідомлення у ЗМІ містять «запрограмований варіант тлумачення» або те, що зараз називають «спін» (spin))» [19, с. 38]. З такою ж метою використовують і прийоми т. зв. «чорної риторики» як «маніпулятивної можливості використання всіх необхідних риторичних, діалектичних, еристичних та рабулістичних заходів для скерування бесіди (і в межах ретіальної комунікації – Т.К.) у бажаному напрямі та для формування в опонента чи публіки бажаних висновків і результатів» [2, с. 35], які, у свою чергу, залежать від низки факторів, що уможливають здійснення впливу. До таких складників уналежнено властивості сугестора (з огляду на високий рівень довіри громадян пострадянського простору до ЗМІ, можна казати про їх максимальну ефективність чи ж бодай про певний рівень ЗМІ-адикції), властивості сугерента (йдеться про психоструктурні характеристики особистості й колективного адресата, які, за свідченнями сучасних психологів, відзначаються характерною специфікою), ситуативні моделі тощо [12, с. 153]. Проте вивчення феномену впливу та з'ясування параметрів коректності його навмисного використання на сьогодні перебуває в колі нерозв'язаних (і взагалі – практично недосліджених) проблем не лише вітчизняного, а й світового гуманітарного знання попри високий ступінь їх актуальності, що зумовлює необхідність активізації відповідних студій, щонайперше – у вивченні ролі ЗМІ у процесах формування масової свідомості (див. праці В. Аврамцева, Е. Волкова, В. Різуна та ін.). Першим етапом таких розвідок має стати наукова кваліфікація сутності та структури, архітектоніки впливових феноменів, що і становить мету даної статті, передбачаючи з'ясування комплексного характеру сугестійних ефектів та виокремлення його формоутворювальних стрижнів, насамперед – психолінгвальних як базових.

Дефінування поняття впливу не може відбуватися поза усвідомленням його гетерогенної природи, його глибинних зв'язків із комплексом особистісно-колективної комунікативності. Такий підхід уможливорює не лише ідентифікацію лінгвальних сугестогенів, а й дає змогу виявити універсальний субстрат впливових ефектів, їхні імпліковані характерологічні ознаки й узагальнену систематику. Зауважимо, що у відповідних напрямках сучасного мовознавства (сугестивна лінгвістика, нейролінгвістичне програмування, теорія комунікації) дослідження зазначених феноменів пов'язують насамперед «з уведенням до лінгвістичного розгляду... мовної особистості як рівноправного об'єкта вивчення, як такої концептуальної позиції, що дає змогу інтегрувати розпоршені й відносно самостійні властивості мови» [9, с. 21]. В такий спосіб наголошено на необхідності поєднання формалізованої фіксації

відповідних мовних потенцій із динамікою психоемоційних факторів особистості / соціуму й іншими релевантними екстралінгвальними факторами, необхідними для глибинного усвідомлення справжньої природи сугестійних властивостей мови як своєрідного конектора між суб'єктивно-об'єктивними світами особистості.

Визнання впливової домінанти комунікативних процесів дає підстави вважати власне мовну поведінку експлікатором внутрішньої мотиваційної бази комунікатора, яка виконує вторинну, диференціовальну щодо його психоемоційної континуальності функцію, пояснювану вченими з онтогенетичних позицій, унаслідок чого «було зроблено висновок про співвідношення психічної комунікації з первинним процесом і, відповідно, комунікації на рівні знакових повідомлень - із вторинним процесом» [18]. У такому разі феномен психічної комунікації виступає підґрунтям впливових ефектів мови, оскільки задіює латентну біологічну механіку, сформовану ще в постнатальному періоді розвитку особистості. Відзначимо, що внутрішній світ людини певним чином відповідає поняттю ноосфери, упровадженому Т. де Шарденом та В. Вернадським і співвідносному із суб'єктивною безперервністю й імманентною його причетністю до утвореного людством культурного простору (пор. із теоріями торсіонних полів у фізиці (див. праці Г. Шипова) та наскрізного енергоінформаційного обміну (див. праці Г. Швєбса), який і детермінує актуальність для особистості саме цього, наявного поза фізичними межами світу, підтверджуючи впливову ефективність психологічного та подалі – вербального механізмів як субстратно-операційного психосемантичного комплексу індивідуально-колективної свідомості.

Ураховуючи зазначене, можна припустити, що психіка людини, насамперед її підсвідомі, глибинні масиви, підлягають впливові через наявність певних внутрішніх механізмів, настанов, метапрограм, які, орієнтуючись на певні універсальні поведінкові закони, вироблені людством упродовж століть, спрямовані на апріорне, позараціональне (найчастіше) засвоєння зовнішніх сугестійно маркованих комплексів. Зрозуміло, що дослідження психолінгвальних структур є дуже складним, оскільки не може обмежуватися класичними методиками, вимагаючи креативних аналітичних стратегій, серед яких, на нашу думку, найефективнішими на сьогодні є метамодельні, Мілтон-модельні та метапрограмні ідентифікатори, запропоновані в галузі нейролінгвістичного програмування (НЛП). Зазначені метапрограми, співвідносні з глибинними структурами свідомості/підсвідомості, реалізуються в поверхневій конкретиці як результаті певної низки перетворень, детермінованих загальними психосемантичними закономірностями у відображенні доквілля й актуальними концептами особистісних аксіосистем. У НЛП поняття глибинних структур (за Н. Хомським) пояснюють як суму сенсорно-емоційних переживань («первинний досвід») людини, що зумовлює оригінальність мовного моделювання дійсності як «вторинного досвіду». Взаємозв'язки між цими площинами систематизовано в т.з. об'єднаному полі НЛП - ієрархії логічних ярусів, де конгломерат глибинних структур представлений рівнями духовності (співвідносної з архетипами колективної свідомості К.-Г. Юнга), самоідентифікації, настанов, цінностей та власне здібностей, актуалізованих на рівні поведінки та оточення [5, с. 95], що відповідає усталеному в

сучасній психології погляду на структуру індивідуальності і є деталізацією відомої схеми С. Рубінштейна, орієнтованої на виокремлення шарів скерованостей, знань, умінь і навичок та індивідуально-типологічних особливостей. Оригінальність індивідуальної репрезентації в НЛП пояснена, зокрема, особистісними метапрограмами, які наявні «в кожного з нас на рівні психіки... і пропускають крізь певний фільтр все намічене нами» [1, с. 59].

З іншого боку, пропагований у НЛП постулат про тісний взаємозв'язок між мовленнєвою діяльністю та глибинними психологічними параметрами особистості / соціуму спрямовує увагу на ідентифікацію перспективних відношень між ними. У межах НЛП природа зазначених кореляцій зумовлена універсальними метапрограмними структурами - своєрідними ментальними концентрами, аналітичне реконструювання яких уважають однією з центральних проблем сучасного гуманітарного знання. До основних метапрограм належать 1) екстернальна / інтернальна особистісна референція, 2) відцентрова / доцентрова й 3) активна / пасивна мотивація діяльності, 4) зіставно-протиставний фокус порівнянь, 5) аксіосистемні ідентифікації, пов'язані з ціннісним маркуванням певних сегментів довкілля, та 6) суб'єктивні / об'єктивні пріоритети у процесах спілкування. Кількість виокремлюваних актуальних метапрограм (МП) варіюється (див. наприклад, праці О. Куделіна й О. Геращенко), і ми зосередимося на найчастотніших та найінформативніших з позицій нашого дослідження. Вказані МП, отже, фіксують власне особистісні скерування та мотиваційні вподобання, інтерактивні напрями перцепції та пріоритетні шляхи інформаційної діаκριтизації реальності. МП є певною інтегративною структурою, «в якій задіяно особливості індивідуальних репрезентативних систем, нейрологічну організацію, здатність сприйняття з трьох різних позицій, специфіку взаємодії когнітивного свідомого розуму з творчим безсвідомим, особливості уваги, а також інші фільтри сприйняття» [15]. Такий мультиплікативний характер МП дає змогу вважати їх певним «силовим полем», у якому сконцентровано концептуальну інформацію про когнітивну й аксіосистемну орієнтацію особистості, актуальну (для неї) сегментацію дійсності та домінантні шляхи кодування / декодування релевантних сенсорних блоків. У такому разі йдеться про відбиття в МП особистісного модусу мислення, що, у свою чергу, уможливорює їх співвідношення з феноменом ментальності, оскільки МП «окреслюють властивості та взаємозв'язки між переживаннями та інформацією, яку відтворює та чи інша когнітивна стратегія» [5, с. 267], і є «ключовими моментами у процесах мотивації і прийняття рішення» [11, с.189]. Можна припустити, що виокремлення ментальних концентрів певним чином відбиває водночас і універсальну ієрархію мотиваційних домінант, і власне національні акцентуації, що дає підстави вважати їх системними психосемантичними концептами, що увиразнює актуальність відповідного аналізу та його результатів. Отже, метапрограми відбивають психосемантику особистісних векторів, водночас накреслюючи універсальні напрями їх розгортання. Але виокремлені дослідниками інваріанти в спектральному обсязі характерологічних рис особистості часто не збігаються через наявність різних позицій учених щодо системотвірних потенцій відповідних психоознак. У цьому питанні ми дотримуємося психологічних теорій, що

ґрунтуються на факторному аналізі, серед яких на особливу увагу заслуговує факторна модель особистості «велика п'ятірка» Л. Бурлачука та С. Корольова [3, с. 133], «Circumplex»-модель С. Шварца [20] та матриця складників особистісної психоструктури Л. Хьєлла і Л. Зіглера [17]. Перша з указаних моделей ототожнює системотвірні елементи особистості з факторами екстра / інтравертованості вищих психічних функцій, інтелекту, конформності / активності, емоційної стабільності та рівнем соціальної адаптації. У «Circumplex»-моделі оцінювання особистісних і соціальних властивостей індивіда відбувається за десятьма позиціями, які згруповано у два блоки, що позначають за принципом біполярності особистісні вектори традиційності / проактивності та самоствердження в спільноті / самодолання. У моделі Хьєлла-Зіглера особистісну психоструктуру також представлено у вигляді комплексу, складеного з бінарних опозицій, що містять перспективні напрями самовиявлення, відбиваючи когнітивно - емоційну кваліфікацію особистості, її референційні ознаки, співвідносними з вольовими настановами, рівень соціальної адаптованості та пріоритетні шляхи інформаційного оброблення. Саме ці характеристики, спроековані на комунікативну вісь, узгоджуються з певними метапрограмами і становлять основу індивідуально-колективної картини світу, визначаючи подальшу актуальну поведінку (детальніше про МП див. [10]).

Отже, когнітивно-емоційні складники психологічної структури особистості тісно пов'язані з різними функційними станами головного мозку, зі збудженням певних ділянок мозку та зміною діяльності вегетативної нервової системи. Імпульси від зовнішніх впливів надходять до головного мозку у два потоки: одні з них прямують до тих зон мозкової кори, де відбувається дешифрація, суб'єктивно представлена відчуттями й сприйняттям, процесами усвідомлення смислу і значення; інші ж потоки імпульсів орієнтовані на підкоркові утворення, де встановлюється безпосереднє відношення між зовнішніми впливами та потребами організму, які суб'єктивно ототожнені з емоційними відповідниками. Вважають, що «емоції перебувають під контролем правої, субдомінантної півкулі, а домінантна... півкуля контролює мовлення і більшість лінгвістичних або вербальних функцій» [7, с. 130]. Тут ідеться про перевагу логічного мислення та відповідний взаємозв'язок із провідною репрезентативною системою і загальними мисленнєвими стратегіями, оскільки, наприклад, аналоговий тип (права півкуля головного мозку) передбачає перевагу візуального декодування і природність, усталеність синкретичного сприйняття. Логічний тип (ліва півкуля) оперує деталізованою інформацією з максимальним притягненням аудіально-кінестетичних систем, що також дає змогу вважати репрезентативну маркованість окремою метапрограмою. Зауважимо, що наші попередні розвідки в цьому аспекті дають підстави припустити домінування кінестетичного сприйняття реальності більшістю національної аудиторії.

Таким чином, можна твердити, що МП як актуальні сегменти феномену ментальності уособлюють суб'єктивні цінності, пріоритетні засоби обробки зовнішньої інформації та актуальні напрямки інтерактивного спілкування, що почасти відбиває особистісну психоструктуру в її співвіднесенні з дійсністю. Урахування та коректна

ідентифікація зазначених складників особистісно-колективної ментальності уможлиблює створення екологічних текстових масивів, які адекватно сприйматимуться аудиторією, оптимізуючи впливове навантаження сучасних ЗМІ. Крім того, спираючись на результати відповідних досліджень, можна припустити, що, по-перше, ментальні орієнтири нації можна умовно співвіднести з особливостями акцентуацій у психоструктурі особистості; по-друге, актуалізація індивідуальних модусів мислення реалізується в особистісних метапрограмах; по-третє, вербалізація зазначених метапрограм передбачає використання маркованих елементів; по-четверте, певна частина таких маркерів ідентифікується через застосування метамодельних технік.

В цьому ж аспекті є актуальним і з'ясування психоструктурних констант особистості, на ґрунті яких укладено відповідні різноманітні класифікації (емоційний, аналітичний, чуттєвий та інтуїтивний типи пізнавальної діяльності за К. Юнгом; візуальний, аудіальний, кінестетичний типи за особливостями сприйняття в теорії НЛП; психотипи Дорослого, Дитини й Батьків за Е. Берном тощо), а також деталізовано внутрішні домінанти особистості, знання яких уможлиблює здійснення комунікативного впливу (зокрема класифікація потреб людини А. Маслоу, доповнена В. Шейновим, та ін.). Характерно, що в більшості наявних типологій звернено увагу й на специфічні мовленнєві особливості, притаманні відповідним представникам, що увиразнює зв'язок між суб'єктивною й об'єктивованою психосемантикою особистості, її стереотипними, індивідуалізованими та ситуативними домінантами.

Психологічні стереотипи й індивідуації становлять нерозривну єдність із фізіологією людини, що відбилося в дослідженнях Б. Ананьєва, В. Бехтерева, В. Данилевського, Т. Доброхотова, В. Лобзіна, А. Лурії, К. Платонова, І. Сеченова, О. Ухтомського та вченні І. Павлова – Р. Орнстайна про міжпівкульну асиметрію головного мозку, інтегративну діяльність якого забезпечують дві системи: «система чуттєвого сприйняття («правопівкульна психіка») та система знакового опису довкілля в елементах природної мови (ліва півкуля)» [8, с. 11], що мають симультанно-сукцесивний характер психічної активності. Отже, спираючись на динаміку роботи мозкових системних аналізаторів, а також на природність гетерогенної сумації сприйняття генетичними матричними структурами мозку, можна оптимізувати прогнозований впливовий ефект як наслідок продуктивного сприйняття, співвідносного із «системою реалізації перцептивних гіпотез, утворених на симбіозі детерміністських настанов, програм розумових дій та настанов імовірнісного прогнозування, поєднаних з активно-продуктивною функцією кори великих півкуль головного мозку» [16, с. 298].

Як зазначалося, психофізіологічне підґрунтя впливу актуалізується через мовленнєву діяльність, ідентифікацію сугестійних потенцій якої, на нашу думку, найдоцільніше здійснювати на базі метамодельних методологій НЛП, оскільки метамодель являє собою концептуальну структуру мовних репрезентацій, експлікованих у гетерогенних ситуаціях, де вони виступають маркерами психосемантичного імплікаціоналу особистості, відбиваючи її комплексні характеристики. Зауважимо, що на особливу увагу в аспекті визначення сугестогенних елементів заслуговують репрезентанти процесів генералізації й упушення (універсальні квантифікатори,

модальні оператори можливості / необхідності, компаратори сенсу, судження, спектр неспецифічної лексики, номіналізації тощо), оскільки саме вони ілюструють явище семантичної дифузності як інваріантної ознаки мовленнєвого впливу, активізуючи субдомінантне позараціональне сприйняття. Розрізнення ж типів дисторціальних виявів (процеси викривлення) переважно пов'язане із семантико-синтаксичними характеристиками мовленнєвих сигнатур. Крім того, наголосимо й на актуальності т. зв. предикатної (репрезентативно маркованої) лексики, яка сприяє утворенню комунікативного рапорту, що підкреслюють і фахівці з гіпнотичного спілкування (див. праці Р. Бендлера, Д. Гріндера, М. Еріксона, В. Кандиби, Б. Карвасарського, В. Ташликова, Л. Гримака, записи сеансів А. Кашпіровського, О. Довженка тощо), і дослідники та професійні укладачі впливових текстових масивів (див. праці Д. Огілві, Ч. Сендіджа, О. Ульяновського, О. Сичова, В. Зазикіна, І. Вікентьєва, Г. Почепцова, О. Лебедева, Л. Хромова). З огляду на зазначене вважаємо, що теоретична й практична база НЛП дає підстави для якнайширшого використання його наукових здобутків у галузі сугестивної лінгвістики, рекламної діяльності, політичного мовлення, психолінгвістики, що, у свою чергу, прислужиться у справі оптимізації та екологічності сучасного комунікативного простору в цілому та медійного сегмента зокрема.

Комунікативне домінування вербаліки є безперечним, проте раціональне й емотивне навантаження вербальних комплексів не вичерпує впливового навантаження комунікативних актів. За свідченнями психологів (М. Арджайл, Г. Бейтсон, Р. Бердвістел, А. Мейєрабіан), більша частина релевантної інформації передається на невербальному рівні, і, додамо, саме та частина, яка становить симультанне підґрунтя у процесах сприйняття, властиве субдомінантному, ірраціональному відтворенню дійсності (докладніше про метамодельні маркери, предикатні ідентифікатори та невербальні показники див. у наших попередніх працях).

Наведене характеризує особистісно-колективні психолінгвальні й нейрофізіологічні ознаки, врахування яких уможливорює ініціацію комунікативного впливу та почасти – розпізнавання маніпулятивних стратегій. Проте сугестивні ефекти детермінуються й низкою власне екстралінгвальних факторів, зокрема ситуативною специфікою, семантикою колористичного рішення, особливостями інформаційного структурування (див. праці А. Баранова, С. Кара-Мурзи та ін.), які, «формуєчи відповідні образи (світ образів), а також індивідуальні системи значень, змінюють інтегральний образ реальності» [4, с. 210] тощо.

Отже, можна твердити про комплексний характер різновекторних характеристик впливу, реалізованих через поєднання власне лінгвістичних аспектів (мова, її сугестивні потенції), особливостей психолінгвістичних і нейрофізіологічних структур індивідуально-масової свідомості (співвідносних із лого- та імагенною актуальністю складників, а також – з ірраціональними, сугестологічними ефектами) та екстралінгвальної специфіки, зокрема пояснюваної ситуативно-контекстуальними та структурно-інформаційними особливостями, скерованими на редукцію об'єктивної фактуальності. Зазначене окреслює загальну архітектоніку феномену впливу, акцентуючи на складності й водночас – на необхідності його дослідження, що

передбачає застосування відповідних методик, які уможливають наукову кваліфікацію гетерогенної природи вказаних явищ. Додамо, що дослідження інваріантно-варіативних складників впливових феноменів слугуватимуть подальшому розвитку не лише філологічних дисциплін (теорія комунікації, журналістикознавство, соціолінгвістика, психолінгвістика та ін.), а й удосконалюватимуть загальногуманітарну парадигму сучасного знання, увиразнюючи актуальність і перспективність відповідних розвідок.

### *Література*

1. *Алдер Х.* НЛП: современные психотехнологии / Х. Алдер. – СПб. : Питер, 2000. – 184 с.
2. *Бредемайер К.* Черная риторика: Власть и магия слова / К. Бредемайер. – М. : Альпина Бизнес, 2004. – 224 с.
3. *Бурлачук Л. Ф., Королев Д. К.* Адаптация опросника для диагностики пяти факторов личности / Л. Ф. Бурлачук, Д. К. Королев // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 126–134.
4. *Гостев А. А.* Образная сфера личности / А. А. Гостев // Психология и психоанализ рекламы. Личностно-ориентированный подход. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text14/97.htm>.
5. *Дилтс Р.* Моделирование с помощью НЛП / Р. Дилтс. – СПб. : Питер, 2009. – 288 с.
6. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, 1997. – 344 с.
7. *Изард К. Э.* Психология эмоций / Изард К. Э. – СПб. : Питер, 1999. – 464 с.
8. *Кандыба В. М.* Триста техник глубокого гипноза / В. М. Кандыба. – СПб : Питер, 2001. – Т.1. – 165 с.
9. *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
10. *Ковалевська Т. Ю.* Нейролінгвістична ідентифікація метапрограмних стратегій особистості / Т.Ю. Ковалевська // Записки з українського мовознавства. – № 23. – Одеса, 2016. – С. 219–227.
11. *О'Коннор Дж., Сеймор Дж.* Введение в НЛП / Дж. О'Коннор, Дж. Сеймор. – Челябинск : Версия, 1997. – 256 с.
12. *Панкратов А. Н., Панкратов В. Н.* Психотехнология управления людьми: Практическое руководство / А. Н. Панкратов, В. Н. Панкратов. – М. : Изд-во Института Психотерапии, 2004. – 290 с.
13. *Пронина Е. Е.* Психологическая экспертиза рекламы / Е. Е. Пронина. – М : РИП-холдинг, 2000. – 96 с.
14. *Різун В. В.* Маси. Тексти лекцій / В. В. Різун. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2003. – 56 с.
15. *Сухинин И.* Фильтры мета-программ / И. Сухинин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.nlpcenter.ru/magazine/2/suhinin](http://www.nlpcenter.ru/magazine/2/suhinin).



16. Хромов Л. Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика / Л. Н. Хромов. – Петрозаводск, 1994. – 312 с.
17. Хьелл Л., Зиглер Л. Теории личности: Основные положения, исследования и применение / Л. Хьелл, Л. Зиглер. – СПб.: Питер, 1998. – 606 с.
18. Шторм А. Тезисы по теории психической коммуникации / А. Шторм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.psy.piter.com](http://www.psy.piter.com).
19. Macridis R. C. Contemporary Political Ideologies / R. C. Macridis. – Boston – Toronto, 1986. – 280 p.
20. Schwartz S. H. Cultural Dimensions of Values: Toward an Understanding of National Differences / S. H. Schwartz // Kim U., Triandis H., Yoon G. Individualism and Collectivism. – London, 1992.

### *References*

1. Alder, X. (2000), *NLP: modern psychotechnologies* [*NLP: современные psy`xotexnologiy`y`*], Peter, St. Petersburg, 184 p.
2. Bredemajer, K. (2004), *Black Rhetoric: Power and Magic of the Word* [*Chernaya ry`tory`ka: Vlast` y` magy`ya slova*], Alpina Business, M., 224 p.
3. Burlachuk, L. F., Korolev, D. K. (2000), *Adaptation of the questionnaire for the diagnosis of the five personality factors* [*Adaptacy`ya oprosny`ka dlya dy`agnosty`ky` pyaty` faktorov ly`chnosty`*: *Voprosy psy`xology`y`*], M., No. 1, pp. 126–134.
4. Gostev, A. A, *An imaginative sphere of personality* [*Obraznaya sfera ly`chnosty`*: *Psy`xology`ya y` psy`xoanaly`z reklamy. Ly`chnostno-ory`enty`rovannyj podxod*], available at : [http:// evartist.narod.ru/text14/97.htm](http://evartist.narod.ru/text14/97.htm).
5. Dy`lts, R. (2009), *Modeling with NLP* [*Modely`rovany`e s pomoshh`yu NLP*], Peter, St. Petersburg, 288 p.
6. Docenko, E. L. (1997), *Psychology of manipulation: phenomena, mechanisms and protection* [*Psy`xology`ya many`pulyacy`y`*: *fenomeny, mexany`zmy y` zashhy`ta*], CheRo, M., 344 p.
7. Y`zard, K. Э. (1999), *Psychology of emotions* [*Psy`xology`ya emocy`j*], Peter, St. Petersburg, 464 p.
8. Кандыба, V. M. (2001), *Three hundred techniques of deep hypnosis* [*Try`sta texny`k glubokogo gy`pnoza*], Peter, St. Petersburg, Vol. 1, 165 p.
9. Karaulov, Yu. N. (1987), *Russian language and language personality* [*Russky`j yazyk y` yazykovaya ly`chnost`*], Nauka, M., 263 p.
10. Kovalevs`ka, T. Yu. (2016), *Neurolinguistic Milton-model in the communicative suggestion research methods system* [*Nejrolingvisty`chna identy`fikaciya metaprogramny`x strategij osoby`stosti: Zbirnyk naukovykh prats`*: *Zapysky z ukrayins`koho movoznavstva*], Polyprynt, Odesa, No 23, pp. 219–227.
11. O`Konnor, Dzh., Sejmor, Dzh. (1997), *Introduction to NLP* [*Vvedeny`e v NLP*], Version, Chelyabinsk, 256 p.

12. Pankratov, A. N., Pankratov, V. N. (2004), *Psycho-technology of human management: Practical guide* [*Psy`xotexnologiy`ya upravleny`ya lyud`my`*: *Prakty`cheskoe rukovodstvo*], Publishing house of Institute of Psychotherapy, M., 290 p.
13. Prony`na, E. E. (2000). *Psychological examination of advertising* [*Psy`xology`cheskaya eksperty`za reklamy*], RIP-Holding, M., 96 p.
14. Rizun, V. V. (2003), *Masses. The texts of lectures* [*Masy`. Teksty` lekciy*], Publishing and Printing Center "Kyiv University", K., 56 p.
15. Suxy`ny`n, Y`. *Meta-program filters* [*Fy`l`try meta-programm*], available at : [www.nlpcenter.ru/magazine/2/suhinin](http://www.nlpcenter.ru/magazine/2/suhinin).
16. Xromov, L. N. (1994), *Advertising activity: art, theory, practice* [*Reklamnaya deyatel`nost`*: *y`skusstvo, teory`ya, prakty`ka*], Petrozavodsk, 312 p.
17. X`ell, L., Zy`gler, L. (1998), *Theories of personality: Basic provisions, research and application* [*Teory`y` ly`chnosty`*: *Osnovny`e polozheny`ya, y`ssledovany`ya y` pry`meneny`e*], Peter, St. Petersburg, 606 p.
18. Shtorm, A. *Theses on the theory of psychic communication* [*Tezy`sny po teory`y` psy`xy`cheskoj kommuny`kacy`y`*], available at : [www.psy.piter.com](http://www.psy.piter.com).
19. Macridis, R. C. *Contemporary Political Ideologies*, Boston – Toronto, 1986, 280 p.
20. Schwartz, S. H. *Cultural Dimensions of Values: Toward an Understanding of National Differences: Kim U., Triandis H., Yoon G. Individualism and Collectivism*, London, 1992.

**Т. Ю. Ковалевская,**

*Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,  
кафедра украинского языка*

### **ПСИХОЛИНВИСТИЧЕСКАЯ ТЕКТОНИКА КОММУНИКАТИВНОЙ СУГГЕСТИИ**

В статье определена комплексная природа коммуникативной суггестии, раскрыта специфика её актуальных составляющих, рассмотрены креативные методики исследования коммуникативного и речевого влияния, предложенные в современных лингвистических направлениях.

**Ключевые слова:** суггестия, психолингвистика, нейролингвистическое программирование, СМИ, метапрограммы, метамодель, Милтон-модель, коммуникативное влияние, речевое влияние.

**T. Y. Kovalevska,**

*Odessa National I. I. Mechnikov University,  
Ukrainian Language Department Head*

### **PSYCHOLOGICAL TACTONICS OF COMMUNICATIVE INFLUENCE**

The article substantiates the complex nature of communicative influence, reveals the specifics of its actual components, highlights the main ideas of modern linguistic areas, in the network of which, the nature and mechanics of communicative influence are studied, and creative methods of psycho- and neuro-linguistic analysis of communicative proposogens,

which are relevant to achieve the environmental friendliness of modern communicative space in the broad amplitude of its discursive genres, in particular in the media segment, are offered. Attention is focused on the analysis of meta-program strategies, the identification of which enables programmable correction of personal / collective interactions. Within these limits, it is proved that metaprograms, being the essential segments of the mentality phenomenon, embody subjective values, priority means of processing external information and the actual directions of interactive communication. On top of that, the author proves the assumption that the nation's mental orientations can be conditionally correlated with the peculiarities of accentuations in the individual's psychostructure; the actualization of individual modes of thinking is realized in personality metaprograms; the verbalization of aforementioned metaprograms involves the use of labeled elements; a certain part of such markers is identified through the use of metamodel techniques. Considering this, the main components of the neuro-linguistic language metamodel are described as the basic element of the Milton-model patterns aimed at achieving achievement effects in axial and reticular communication.

**Key words:** suggestion, psycholinguistics, neurolinguistic programming, mass-media, metaprograms, metamodel, Milton-model, communicative influence, speech influence.