

---

# СУГЕСТИВНА ЛІНГВІСТИКА

## КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

---

УДК 811.112.2

DOI: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2024.31.309449>

**А. П. Загнітко,**  
*д-р філол. наук, проф.,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса,  
професор кафедри загального та прикладного мовознавства  
і слов'янської філології;  
Український мовно-інформаційний фонд НАН України,  
головний науковий співробітник відділу інформатики  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7398-6091>*

### МІСТИФІКАЦІЯ В СИСТЕМІ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТАКТИК

Стаття присвячена дослідженню містифікації як окремої маніпулятивної стратегії, що може набувати метаморфозної маніпулятивної тактики в маніпулятивній стратегії позитиву чи в маніпулятивній стратегії переконання. **Метою дослідження** є встановлення статусу містифікації в системі сучасних маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик із визначенням її кваліфікаційних ознак, а також з'ясування співвідносності містифікації в системі сучасних маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик з іншими рівнорядними і/чи нерівнорядними — аргументування, переконання, схилення, провокування та ін. **Меті** дослідження підпорядковане вирішення окремих **завдань**: 1) розкрити особливості різних поглядів та їх еволюції у кваліфікації маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик у комунікативній лінгвістиці та лінгвопрагматиці; 2) витлумачити маніпулятивну стратегію й почасти маніпулятивну тактику містифікації з ієрархізуванням їх відповідних диференційних ознак; 3) встановити особливості використання маніпулятивної стратегії й маніпулятивної тактики містифікації в різних дискурсивних практиках. **Об'єктом** аналізу є містифікація в системі маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик, а **предметом** — система різнорівневих ресурсів реалізації маніпулятивної стратегії й маніпулятивної тактики містифікації в різних дискурсивних практиках.

У дослідженні застосовані різні **методи**, з-поміж яких функційно значущими постають фундаментальний, ґрунтований на активному вживанні фактів як основі доказу, метод протиріч для вияву суперечностей у міркуваннях, повідомленнях, новинарних стрічках і под., метод порівняння, що має виняткове значення в тому разі, якщо порівняння вдале і/чи глибинне, здебільшого через експлікацію чи імплікацію

моделей, метод «шматків» і/чи «пазлів», коли цілісна містифікація, яка вжита для досягнення максимально ефективного маніпулювання, диференційована на окремі компоненти, котрі необхідно змонтувати, а також метод дискурсивно-контекстуального аналізу, інтент-аналізу та ін.

**Висновки та перспективи.** До визначальних ознак маніпулятивної стратегії містифікації належать: ірреальність, ілюзійність, оманливість, агресивність, квазіаргументування, домінувальне суперництво, комунікативна настановність, що в низці дискурсивних практик набувають функцій маніпулятивних тактик. Якщо не в такому далекому минулому містифікацію пов'язували з художньо-белетристичним дискурсом, музичним мистецтвом, дискурсом кіно, почасти з науковим (→ науково-популярним) дискурсом, то кінець ХХ — початок ХХІ століть привніс містифікацію в різноманітні маркетингові технології. У цей період особливої ваги набувають різно-манітні вияви маніпулятивної стратегії містифікації в політичному та публіцистично-му дискурсах, зазнаючи різноманітних модифікацій і трансформацій.

**Перспективним** є повноцінне обстеження функційного поля маніпулятивної стратегії містифікації з діагностуванням різноманітних її маніпулятивних тактик, а також синтезом з іншими корелятивними й некорелятивними маніпулятивними і/чи ко-мунікативними стратегіями. Актуальним постає укладання реєстру мовних засобів реалізації маніпулятивної стратегії містифікації, діагностування наповнення повсякденності елементами містифікації через патогенні, анонімні та інші тексти. Сучасні технології штучного інтелекту істотно розширюють функційне навантаження маніпулятивної стратегії містифікації, тому важливим є встановлення лінгвотехнологічних фільтрів для упізнання й розпізнання таких продуктів містифікації (дипфейки, віртфейки та ін.).

**Ключові слова:** маніпулятивна стратегія, маніпулятивна тактика, маніпулятивна стратегія містифікації.

**A. P. Zahnitko,**  
*ScD in Philology, Professor,  
Vasyl' Stus Donetsk National University,  
Professor of the Department of General and Applied  
of General and Applied Linguistics and Slavic Philology  
Ukrainian Language and Information Foundation  
of the National Academy of Sciences of Ukraine,  
Chief Researcher of the Department of Informatics  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7398-6091>*

## **MYSTIFICATION IN THE SYSTEM OF MANIPULATIVE TACTICS**

The article is devoted to the study of mystification as a separate manipulative strategy that can become a manipulative tactic in the manipulative strategy of positive

or in the manipulative strategy of persuasion. **The purpose** of the study is to establish the status of hoax in the system of modern manipulative strategies and manipulative tactics with the definition of its qualifying features, as well as to find out the correlation of hoax in the system of modern manipulative strategies and manipulative tactics with other equal and/or unequal ones — argumentation, persuasion, persuasion, provocation, etc. The purpose of the study is to solve a number **of tasks**: 1) to reveal the peculiarities of different views and their evolution in the qualification of manipulative strategies and manipulative tactics in communicative linguistics and linguopragmatics; 2) to interpret the manipulative strategy and manipulative tactics of hoax with the hierarchisation of their respective differential features; 3) to establish the trends in the use of manipulative strategies and manipulative tactics of mystification in various discursive practices. **The object** of the analysis is hoax in the system of manipulative strategies and manipulative tactics, and **the subject** is the system of multi-level resources for the implementation of the manipulative strategy and manipulative tactics of hoax in different discourse practices.

The study uses various **methods**, including the fundamental method of contradictions, based on the active use of facts as the basis of evidence, to identify contradictions in arguments, messages, news stories, etc, the method of comparison, which is of exceptional importance if the comparison is successful and/or deep, mainly through explication or implication of the model, the method of 'pieces' and/or 'puzzles', when the whole hoax used to achieve the most effective manipulation is differentiated into separate components that need to be assembled, as well as the method of discourse and contextual analysis, content analysis, etc.

**Conclusions and Prospects.** The defining features of the manipulative strategy of mystification include: unreality, illusion, deception, aggressiveness, quasi-argumentation, dominant rivalry, communicative orientation, which in a number of discursive practices acquire the functions of manipulative tactics. While in the not so distant past mystification was associated with fiction and non-fiction discourse, music, film discourse, and partly scientific (→ popular science) discourse, the late twentieth and early twenty-first centuries brought mystification to various marketing technologies. During this period, various manifestations of the manipulative strategy of mystification in political and journalistic discourse became especially important, undergoing various modifications and transformations.

**A full-fledged examination** of the functional field of the manipulative hoax strategy with the diagnosis of its various manipulative tactics, as well as the synthesis of other correlative and non-correlative manipulative and/or communicative strategies, is promising. It is relevant to compile a register of linguistic means of implementing the manipulative strategy of hoaxing, to diagnose the filling of everyday life with elements of hoaxing through pathogenic, anonymous and other texts. Modern artificial intelligence technologies significantly expand the functional load of the manipulative hoax strategy, so it is important to establish linguistic filters for the recognition and identification of such hoax products (dipfakes, virgifakes, etc.).

**Key words:** manipulative strategy, manipulative tactics, manipulative strategy of mystification.

**Постановка наукової проблеми та її актуальність.** У сучасних дефініціях маніпуляцію подають, як «1) Виконувана руками складна дія, що зазвичай вимагає вправності, вміння тощо. 2) Руки руки чи обох рук для виконання певного завдання. 3) *перен., розм.* Те саме, що махінація; шахрайство» [18, с. 601], де не охоплено підпорядкування (в широкому сенсі слова) адресата відповідним комунікативним настановам адресанта. У таких і подібних лексикографічних практиках важко віднайти розуміння застосовних тих чи тих маніпулятивних тактик, що свідчить про необхідність не лише визначення таких тактик, а й простеження їх застосовності в різних дискурсивних моделях. Інколи говорять про маніпулятивну стратегію, наприклад, позитиву [22] чи просто про маніпулятивну стратегію та її тактики в тому чи тому дискурсі: рекламному [6], політичному [20], публіцистичному [12] та ін. Тому в дослідженні маніпулювання, маніпулятивних стратегій, маніпулятивних тактик краще враховувати значеннєвий простір цього поняття в спеціальних довідниках, енциклопедіях, словниках, де маніпулювання витлумачують як «приховане керування діями та поведінкою інших людей за допомогою експлуатації їх «слабких місць», тобто невідрефлексованих і непотрібних комплексів» [14, с. 145], де стрижневими компонентами постають: 1) прихованість; 2) вплив на майбутні дії; 3) проектування поведінки; 4) відшук слабких місць у реципієнта; 5) врахування комплексів адресата й послідовне орієнтування на них. Відсутність єдиного кваліфікаційного погляду на потрактування маніпулювання, а відповідно й маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик підтверджує актуальність заявленої проблеми.

**Аналіз досліджень проблеми.** Кінець ХХ — початок ХХІ століття позначився істотним збільшенням наукових досліджень, присвячених питанням впливу на свідомість окремого індивіда й масового адресата з послідовним диференціюванням кількісного охоплення останнього (Ф. Бацевич [1]), кваліфікуванню застосовних у таких ситуаціях мовленнєвих жанрів (О. Селіванова [17]), розкриттям напрямів та особливостей проникнення у мовну свідомість і визначенням основних і/чи неосновних шляхів впливу (Т. Ковалевська [10], Н. Кутуза [11]) та ін. Актуальними постали також студювання з типології комунікативних стратегій і тактик у різних дискурсивних практиках — політичній (В. Білошицька [2]), рекламній і под. (Д. Харитоновна [21]), простеженням закономірностей формування іміджу держави (О. Плясун [13]), водночас все активніше почали опрацьовувати питання формування комунікативної особистості як певного феномену, а також розгляд мовної особистості через призму використовуваних нею комунікативних стратегій і тактик, диференціювання з-поміж них активних і пасивних (А. Романченко [15]). Актуальними постали спроби встановити ресурсне забезпечення застосовних комунікативних стратегій і комунікативних тактик, маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик, вияв з-поміж таких ресурсів регулярних, діагностування їх частотності та ін.

**Метою дослідження** є встановлення статусу містифікації в системі сучасних маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик із визначенням її кваліфікаційних ознак, а також з'ясування співвідносності містифікації в системі сучасних маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик з іншими рівнорядними і/чи нерівнорядними. Заявлена мета дослідження зумовлює необхідність вирішення низки **завдань**: 1) розкрити особливості різних поглядів та їх еволюції у кваліфікації маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик у комунікативній лінгвістиці та лінгвопрагматиці; 2) витлумачити маніпулятивну стратегію й маніпулятивну тактику містифікації з ієрархізуванням їх відповідних диференційних ознак; 3) встановити тенденції використання маніпулятивної стратегії й маніпулятивної тактики містифікації в різних дискурсивних практиках. **Об'єктом** аналізу є містифікація в системі маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик, а **предметом** — система різнорівневих ресурсів реалізації маніпулятивної стратегії й маніпулятивної тактики містифікації в різних дискурсивних практиках.

**Джерельною базою** студіювання слугували тексти сучасних засобів масової комунікації (газети «Українська правда», «Європейська правда», журнал «Український тиждень» та ін.), а також матеріали Українського національного лінгвістичного корпусу ([https://svc.ulif.org.ua/UNLC/virt\\_unlc\\_4.5/](https://svc.ulif.org.ua/UNLC/virt_unlc_4.5/)), Корпусу української мови (<http://www.mova.info/corpus.aspx>), Генерального регіонально анотованого корпусу української мови (<https://www.uacorpus.org/Kyiv/ua>). **Фактичний матеріал** охоплює понад 250 різних контекстів реалізації маніпулятивної стратегії й маніпулятивної тактики містифікації, у межах яких систематизовано 255 морфологічних, 372 синтаксичних, 154 стилістичних засобів регулярного вираження містифікації.

У процесі дослідження застосовані різні **методи**, з-поміж яких функційно навантаженими постають фундаментальний, ґрунтований на активному вживанні фактів як основі доказу, метод протиріч для вияву суперечностей у міркуваннях, повідомленнях, новинарних стрічок і под., метод порівняння, що має виняткове значення в тому разі, якщо порівняння вдале, здебільшого через експлікацію чи імплікацію моделі, метод «шматків» і/чи «пазлів», коли цілісна містифікація для досягнення максимально ефективного маніпулювання диференційована на окремі компоненти, а також методи дискурсивно-контекстуального аналізу, інтент-аналізу та ін.

**Наукова новизна** дослідження визначається тлумаченням містифікації як маніпулятивної стратегії, в окремих випадках межованої з маніпулятивною тактикою, а також вставленням її статусу в системі сучасних маніпулятивних стратегій і маніпулятивних тактик. **Теоретичне значення** студіювання мотивоване обґрунтуванням диференційних і кваліфікаційних ознак маніпулятивної стратегії містифікації та розкриттям її співвідносності і/чи неспіввідносності з іншими рівнорядними і/чи нерівнорядними маніпулятивними стратегіями. **Практичне ж значення** дослідження визначається спромогою використання його напрацювань у різних лінгвоекспертних практиках, зокрема семантико-текстуальній, діагностуванні конструктивної та деструктивної маніпуляції, окремі ж висновки можна використати під час вивчення навчальних дисциплін із дискурсології, лінгвістики тексту, лінгвоекспертології та ін.

**Виклад основного матеріалу.** Оскільки будь-яке висловлення у відповідній ситуації містить прямо і/чи непрямо виражені комунікативні інтенції продуцента, то воно постає одним із найбільш функційно навантажених виявів «здійснення влади» (за Р. Блакаром, цит. за І. Шкіцькою [22, с. 16]), що передбачає належною мірою упорядкований певний вплив на відчуття, сприйняття та інтерпретацію об'єктивного світу реципієнтом, його категоризацію (→ перекатегоризацію) та цілісність мовно-когнітивної картини світу. Такий вплив водночас передбачає певною мірою поведінкове прогнозування (пор.: спостереження Р. Лакоффа про мотивованість персуазивного дискурсу статусними ролями комунікантів, роль одного з яких є підпорядкованою, залежною [26, р. 28]), а ступінь результативності постає індикатором ефективності застосованих маніпулятивних тактик. Прикладом вирішеного Р. Лакоффом персуазивного дискурсу можна вважати публіцистичний, оскільки в його структурі синтезовані інформаційна функція та функція впливу, тому засоби масової комунікації орієнтують і програмують масового адресата, таким чином впливаючи на масову свідомість (пор. ([12]). У межах публіцистичного дискурсу, його численних практиках послідовно виявлювана маніпулятивна стратегія містифікації. За сучасним тлумаченням під містифікацією розуміють здебільшого '1) Витівка, вигадка з метою ввести кого небудь в оману жартома або зі злісним наміром. 2) Тлумачення реальних явищ у дусі містики' [18<sub>р</sub>, с. 805], що постає підґрунтям для вирішення таких її диференційних ознак: 1) навмисне вигадкування, придумування фактів, подій, процесів; 2) зовнішньоконікативне спрямування (→ на окремого адресата, групи реципієнтів і/чи масового адресата); 3) інформаційно-змістова омана, що передбачає дезорієнтування адресата; 4) ілюзорна модифікаційність, орієнтована на видозміну мовної картини світу, її деформування, посилення фрагментарності; 5) вибудовування правди на неправді, що дорівнює подвійній неправді. Підтвердженням останньої кваліфікаційної ознаки може бути маніпулятивна стратегія містифікації ворога в численних виступах політиків, ідеологів, чиновників різного рангу в Російській Федерації, а також масове поширення такої містифікації в російських засобах масової інформації: «Größe darstellt, es ist diejenige, die Vladimir Putin schon zu Beginn seiner Präsidentschaft instinktsicher für sich in Anspruch nahm. „Ich bin der Präsident der Russischen Föderation. Warum sollte ich um Vergebung bitten?“ Це та велич, яку Владімір Путін інстинктивно стверджував для себе на початку свого президентства. «Я — президент Російської Федерації. Чому я повинен просити вибачення?» [23, с. 253], де первинна гіперболізація, вивищування власного Его, його глорифікація стали вдячним ґрунтом для містифікації образу ворога — тому необхідна денацифікація, демілітаризація, заперечення історії Української держави і т. ін., дискредитація усього досягнутого в Україні. У цьому разі мовленнєва стратегія містифікації ґрунтована на активному використанні агресивних прийомів зневаги, знецінення, применшення та ін., що робить постать містифікатора ядерною. Істотним є те, що в маніпулятивній стратегії містифікації повторюваність постає визначальною для формування в реципієнта відчуття правдивості, реальності, незаперечності озвучуваних тверджень і т. ін. У маніпулятивній стратегії містифікації особливий статус належить застосовним,

наприклад, засобам аргументування через джерела інформації: **За нашими джерелами**, керівництво цієї компанії вже мало зустріч із українськими політиками (ГРАК: <https://www.uacorporus.org/Kyiv/ua>); **За останніми відомостями**, альви взагалі вирішили перестрахуватися і зараз інтенсивно переселяють жителів Есперанси, Землі Вершиніна й Арранана Новоросію, де у них сконцентровані величезні сили (О. Авраменко); вибірковість новинарного ряду, що зазвичай є тенденційною й орієнтована на досягнення адекватного впливу на адресата; покликання на авторитетне джерело як незаперечного носія правдивості: **За спостереженнями експертів**, глобальна фінансова криза 2008 року не надто вплинула на ринок елітного житла в Нью-Йорку і Лондоні — все завдяки великій концентрації високооплачуваних робочих місць і статусу безпечної гавані для інвесторів (ГРАК: <https://www.uacorporus.org/Kyiv/ua>) і под. Зосередження уваги на похідності поведінкових моделей адресата, їхній вторинності постає основою вузького погляду у тлумаченні маніпулятивних впливів, широке ж розуміння маніпулятивності охоплює будь-який інформаційно-комунікативний вплив на адресата, внаслідок чого досягається зміна обсягу наявної в нього інформації та її змістового наповнення.

У наукових студіюваннях інколи говорять про маніпулятивні стратегії чи маніпулятивні тактики, комунікативні стратегії, а в їх межах виокремлюють множини маніпулятивних тактик, прийомів і т. ін. (пор. погляди Л. Дудечко [6], Р. Івасюк, М. Карпик [8], О. Мосейчук [12], І. Шкіцької [22] та ін.). Ураховуючи, що комунікативна стратегія є не простою послідовністю мовленнєвих дій, орієнтованих на досягнення поставленої і/чи прогнозованої комунікативної мети, а належним чином спосіб виструктурування очікуваної мовленнєвої поведінки, ґрунтованої на покроковості мовленнєвих дій відповідно до визначеної до комунікативних мети й завдань учасника і/чи учасників спілкування [7], маніпулятивна стратегія має підґрунтям повторюваність поведінки. Загалом у міжособистісних стосунках актуалізовані чотири основні настанови: домінування, суперництво, партнерство та співдружність, маніпулятивна ж стратегія містифікації є серединною ланкою між домінуванням й суперництвом. Останнє може використовуватися як елемент гри з реципієнтом, відзосередження продукowanego від власної постаті. Так, свого часу Тарас Шевченко створив образ Кобзаря Дармограя, якому належить авторство повістей «Княгиня», «Прогулка с удовольствием и не без морали». Сформована митцом містифікація знайшла послідовний розвиток у низці його нотаток, коли він пише в одному з листів до М. Осипова про постать Кобзаря Дармограя як про «свого близького приятеля, свого protégé, захищаючи його від критиків» [16, с. 151]. У цьому ж контексті можна навести приклад тревелога П. Куліша «Знайдений на дорозі лист», який мав під час оприлюднення авторство П. Необачного. Завдяки вдалій маніпулятивній стратегії містифікації таким чином доносилася правда про Україну з її самобутньою культурою, звичаями, багатим географічним ландшафтом, тяглістю історії, що аж ніяк не корелювало з офіційно-державними настановами, інтерпретацією України, її історії в інших, зокрема російських, художників слова, пор., наприклад, у романі І. Тургенєва «Рудін», де персонаж Іван

Пігасов із характерною для нього злістю висміює усе українське, позбавляє права на будь-яке існування, не кажучи про визнання [23, с. 277–278].

У комунікативній меті загалом і маніпулятивній стратегії містифікації зокрема потрібно диференціювати два ієрархізовані різновиди — результативно визначальний (основний) і допомогий, чому й підпорядковане вживання тих чи тих лексичних, морфологічних, синтаксичних, стилістичних та інших засобів. Так, наприклад, у рекламному дискурсі, на думку окремих дослідників, метою маніпуляції є спонукання індивіда до реалізації тих намірів, які не були до цього актуальними, тому й можлива зовні спостережувана ілюзія збереження певної незалежності, підтвердженням чого є експериментальне опитування покупців, з-поміж яких лише  $\frac{1}{4}$  усі закупа роблять цілком самостійно, а решта  $\frac{3}{4}$  – такі й подібні дії здійснюють через істотний маніпулятивний вплив [3, с. 239–241]. Одним із очевидних прикладів функційного навантаження маніпулятивної стратегії містифікації в рекламному дискурсі є так званий прийом *плацебо* (речовина, що немає ніяких лікувальних властивостей, але рекомендована пацієнту як ліки). Використання цього прийому спостережуване також у більшості креолізованих текстів у рекламі тих чи тих біологічних добавок, нових препаратів, що не знайшли належного експериментального підтвердження своїх властивостей.

У теорії дискурсу з опертям на лінгвопрагматичні засадничі принципи інколи витлумачують його як відносно упорядковану й завершену комунікативну дію, ґрунтовану на взаємодії у відповідних соціокультурних умовах адресанта й адресата через використання вербальних і/чи невербальних засобів [24], а результативність дискурсивної моделі упізнавана в його продукті — тексті. У цьому контексті на особливу увагу заслуговує прийом дипфейку, що є і процесом, і результатом. Його процесуальність — це використання різних лігвокомп'ютерних технологій для синтезу зображення й відповідного звукового наповнення, коли на певне відеозображення накладають звуковий ряд за допомогою штучного інтелекту. Для цього зазвичай використовують високоавторитетні постаті для донесення в маніпулятивній формі неправди трансльованої як правди. Дипфейки розмивають етичні стандарти, порушують морально-засадничі принципи міжособистісного буття, актуалізують питання спроможності мовної персони відрізнити правдивий образ політика, діяча, мислителя від штучно створеного, вторинного, неправдивого.

Аналізуючи маніпулятивну стратегію містифікації потрібно також враховувати, що поняття 'мовленневий вплив' є ширшим за поняття 'мовна маніпуляція', оскільки останнє є підвидом першого та визначається особливостями й засобами, прийомами й методиками, а також характером впливу. Маніпулятивний вплив є латентним програмуванням особистого ставлення до позначуваних фактів. Сила маніпуляції виявлювана в тому, як в адресата, який зазнає дії маніпулятивного впливу, зберігається і/чи не зберігається ілюзія самостійності у прийнятті рішень та виконанні дій. Якщо така ілюзія не зберігається, то можна говорити про низьку ефективність мовленневого впливу, недостатність використовуваних засобів. У тоталітарних суспільствах здебільшого вдаються до всебічного адміністрування усіх доступних засобів



донесення інформації з метою уникнення альтернативності поглядів на висвітлювані події, факти, процеси та ін. Найбільш масовим маніпулювання постає в засобах масової інформації, що орієнтовані у своїй діяльності на максимальне досягнення результативності, програмування поведінкових моделей масового адресата. Тому в суспільстві завжди актуальними постають питання регулювання, тенденційного упорядкування тих думок, які доносяться через різні засоби масової інформації. Формування відмінної інтерпретації в таких умовах є обов'язково контрольованим.

Ефективним засобом діагностування містифікації постає розпізнавання використаного методу «*так, ... але ...*», структурувальна сила полягає в наголошенні фінально розміщеного компонента, підпорядкованого реалізації маніпулятивних тактик переконання, схилення і т. ін. Така побудова текстів є продуктивною в соціумних макро- та мікрогрупах, які виявляють спротив до сприйняття неправдивої інформації. В умовах гібридної війни дійовим є наведення відповідних фактів, які активно сприймаються як такі, що корелюють із переконаннями адресатів, у цьому разі такий інформаційно-містифікаційний компонент цілком і повністю сприймається як реальний, ґрунтований на подіях, що мали місце в історії. Після них розташовують низку «*але*», що нейтралізують позитивне тло перших, а кінцевою метою їх використання постає підміна і/чи заміна іншим позитивним образом, що має заступити перший, витіснити його функційний статус: *так, сталінські репресії мали масовий характер, ними були охоплені території всього СРСР..., але завдяки продуманій сталінській політиці суспільство стало ідеологічно монолітним, була здійснена індустріалізація країни.* У семантико-текстуальному аналізі важливим є врахування такого імпліцитного характеру маніпулювання та особливе навантаження заперечного компонента, який максималізує ефект підміни та є продуктивним чинником містифікації.

Загалом **маніпуляція** здебільшого постає не насиллям, а певною спокусою, в силу чого її функційно-змістова сила є чи найбільшою небезпекою для індивіда, вона максимально підступна, оскільки легко сприймається й заступає інші правдиві речі, навіть не конкуруючи з ними, останнє найбільшою мірою стосується маніпулятивної стратегії містифікації. Для ефективного опору маніпулятивному впливу загалом та маніпулятивній стратегії містифікації зокрема лінгвоперсона має усвідомлювати власну відповідальність за свій мовленнєвоповедінковий вияв, розуміти потребу мовленнєво-інформаційної гігієни та усвідомлювати високе навантаження спротиву будь-яким вербальним і невербальним засобам маніпулятивного впливу, не впадати у принадливу спокусу нереального (пор. ефект *Ведмедика Волдо* [7, с. 203–217]). Цікавим у цьому контексті є спостереження Миколи Цимбалюка, ґрунтоване на змістовому багатстві однієї фраземи: «Є досить промовисте англійське прислів'я *fool me once, shame on you; fool me twice, shame on me* (обдури мене раз — ганьба, обдурив двічі — мені ганьба): «Люди, які вірять брехунам і безкінечно толерують наглу брехню, або дурнувати, або самі — нечесні (або і те, й інше)» (Фейсбук: [https://www.facebook.com/?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/?locale=uk_UA)), адже ілюзія настільки багата й настільки сильна, наскільки лінгвоперсона сприймає саме її ілюзорність, не умонтовуючи в реальну правдивість буття.

**Висновки та перспективи.** Кваліфікаційними ознаками маніпулятивної стратегії містифікації постають ірреальність, ілюзійність, оманливість, агресивність, квазі-аргументування, домінувальне суперництво, а також послідовно визначена комунікативна настанова, що в межах повноцінної реалізації містифікації прибирають на себе функції маніпулятивних тактик. Загальний принцип маніпулятивної стратегії містифікації потрібно сформулювати так: **що менше правди в основі, то сильнішою постає містифікація**, тому містифікація пов'язана зі свідомим ціленастановним уведенням в оману адресата. Якщо не в такому далекому минулому містифікацію пов'язували з художньо-белетристичним дискурсом, окремими практиками музичного мистецтва, дискурсом кіно, почасти — з науковим (→ науково-популярним) дискурсом, то кінець ХХ — початок ХХІ століть привніс містифікацію в різноманітні маркетингові технології. У цей період особливої ваги набувають різноманітні вияви маніпулятивної стратегії містифікації в політичному та публіцистичному дискурсах, зазнаючи різноманітних модифікацій і трансформацій.

**Перспективним** постає повноцінне обстеження функційного поля маніпулятивної стратегії містифікації з діагностуванням різноманітних її маніпулятивних тактик, а також її синтезом з іншими корелятивними й некорелятивними маніпулятивними і/чи комунікативними стратегіями. Особливо актуальним постає укладання реєстру мовних засобів реалізації маніпулятивної стратегії містифікації, діагностування наповнення повсякденності елементами містифікації через патогенні, анонімні та інші тексти. Сучасні технології штучного інтелекту істотно розширюють функційне навантаження маніпулятивної стратегії містифікації, тому важливим є продукування лінгвотехнологічних фільтрів для упізнавання й розпізнавання таких продуктів містифікації (дипфейків, віртфейків та ін.).

### **Література**

1. *Бацевич Ф.* Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія». 2004. 342 с.
2. *Білошицька В. О.* Комунікативна особистість як феномен політичної лінгвокультури (на матеріалі аналітичних статей українських, англійських та французьких масмедіа) : дис. ... канд. філол. наук. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2017. 480 с.
3. *Бурак А., Возняк Я.* Застосування маніпулятивних технологій у комерційній рекламі як різновиді масової комунікації. *Humanities & social sciences* 2009. 14–16 травня 2009 р., Львів, 2009. С. 239-241. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6931/1/97.pdf>
4. *Войтюк В. І.* Психологічний словник / [ред. В. Войтюк]. Київ : Вища школа, 1982. 346 с.
5. *Гогоренко О. В.* Нейролінгвосеміотична модель публіцистичного кінодискурсу: стратегії впливу : дис. ... докт. філол. наук. Одеса : Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2024. 491 с.

6. Дудечко Л. Специфіка вербальної репрезентації маніпулятивних технологій у сучасному рекламному дискурсі. *Актуальні питання іноземної філології*. 2013. № 3 (3). С. 52–55. URL: [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8899/1/Dudechko\\_L.PDF](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8899/1/Dudechko_L.PDF)
7. Загнітко А. Комунікативно-стратегічні типи мовленнєво-мисленнєвих маніпуляцій: час Ведмедика Волдо. *Записки з українського мовознавства*. 2019. Вип. 26: у 2-х т. Т. 2 С. 203–217. URL: <https://cutt.ly/1aOZI8m>.
8. Карпик М. І., Івасюк Р. П. Маніпулятивна стратегія та її тактики у німецькомовному рекламному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 24. Т. 1. С. 109–113. URL: [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/24/part\\_1/21.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/24/part_1/21.pdf).
9. Ковалевська А. В. Метамоделі лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів : дис. ... докт. філол. наук. Одеса : Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2021. 515 с.
10. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : монографія. Одеса : Астропринт, 2001. 344 с.
11. Кутуза Н.В. Комунікативна сугестія в рекламному дискурсі: психолінгвістичний аспект : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. 736 с
12. Мосейчук О. М. Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету*. 2012. Вісник 65. Філологічні науки. С. 174–177. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/9237/1/34.pdf>
13. Плясун О. М. Лінгвістичне моделювання іміджу України у ЗМІ : дис. ... наук. ступеня доктора філософії. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2021. 222 с.
14. Психологічний словник / авт.-уклад. В. В. Синявський, О. П. Сергєєнкова; ред. Н. А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с.
15. Романченко А. П. Елітарна мовна особистість у просторі наукового дискурсу: комунікативні аспекти : монографія. Одеса : Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2019. 541 с.
16. Свириденко О. М. Містифікація як різновид літературної гри в «Листах з хутора» П. Куліша. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Вип. 7. Т. 2. С. 150–155. URL: [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/7/part\\_2/32.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/7/part_2/32.pdf)
17. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
18. Словник української мови: В 20-ти т. Київ : Наукова думка; Український мовно-інформаційний фонд НАН України, 2012 — 2024. URL: <https://sum.in.ua/s/rivnovelyukj> (дата звернення: 20.05.2024).
19. Сорокіна Л. Комунікативна стратегія vs. маніпулятивна стратегія. *Актуальні питання іноземної філології*. 2015. № 2. С. 187–191. URL: [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10960/1/akpif\\_2015\\_2\\_34.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10960/1/akpif_2015_2_34.pdf)

20. Фрасинюк Н. Мовні засоби вираження персуазивності в політичному дискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 32. Т. 2. С. 130–133. URL: [http://www.aphn-journal.in.ua/archive/32\\_2020/part\\_2/24.pdf](http://www.aphn-journal.in.ua/archive/32_2020/part_2/24.pdf)
21. Харитонова Д. Д. Український політичний дискурс: когнітивно-семантичні та прагмакомунікативні виміри: дис. ... канд. філол. наук. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2019. 212 с.
22. Шкіцька Ірина Юрїївна. Маніпулятивна стратегія позитиву в українській мові: дис. ... докт. філол. наук. Тернопіль, 2012. 484 с. <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/1576>
23. Goldt R. Lektüren eines Präsidenten: Hegemoniale Geschichtsnarrative des russischen Ukrainediskurses: Hegemoniale Geschichtsnarrative des russischen Ukrainediskurses. *Die Ukraine als Objekt russischer Großmachtsprüche Sprachen, Identitäten und Diskurse* : Bjorn Wiemer / Rainer Goldt (Hg.). Berlin: Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur, 2024. S. 251–322.
24. Janich N. Werbekommunikation pragmatisch: Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH & Co. KG, 2012. 508 S.
25. Компакт-Lexikon Marketingpraxis: 2.200 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden. Wiesbaden: Springer-Verlag, 2014. 344 S.
26. Lakoff R. T. Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising. *Analyzing discourse : Text and Talk* / Deborah Tannen. Georgetown University Press, 1982. P. 25-42.
27. Stscherbak O. Zusammenwirken der linguistisch-rhetorischen Strategien in den deutschen Nachrichten im Internet. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2018. Вип. 11. С. 93-100.

### References

1. Batsevych, F. (2004), *Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky [Basics of communicative linguistics]*. Kyiv: Vydavnychiy tsentr «Akademiia». [in Ukrainian].
2. Biloshytska, V.O. (2017), *Komunikatyvna osobystist yak fenomen politychnoi linhvokultury (na materialy analitychnykh statei ukrainskykh, anhliiskykh ta frantsuzkykh masmedia) [Communicative personality as a phenomenon of political linguistic culture (based on analytical articles of Ukrainian, English and French mass media)]*: dys. ... kand. filol. nauk. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. 480 p. [in Ukrainian].
3. Burak, A., Vozniak, Ya. (2009), *Zastosuvannya manipulyatyvnykh tekhnolohii u komertsii reklami yak riznovydy masovoi komunikatsii [Application of manipulative technologies in commercial advertising as a type of mass communication]*. Humanities & social sciences 2009. 14–16 travnia 2009 r., Lviv, pp. 239–241. [in Ukrainian]
4. Voitiuk, V. I. (1982), *Psykhologichnyi slovnyk [Psychological dictionary]* / [red. V. Voitiuk]. Kyiv : Vyshcha shkola. 346 p. [in Ukrainian].

5. Hohorenko, O.V. (2024), *Neirolinhvosemiotychna model publitsystychnoho kino-dyskursu: stratehii vplyvu [Neurolinguistic semiotic model of journalistic film discourse: strategies of influence]*: dys. ... dokt. filol. nauk. Odesa: Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I.I. Mechnykova, 2024. 491 p. [in Ukrainian].
6. Dudechko, L. (2013), Spetsyfika verbalnoi reprezentatsii manipulyatyvnykh tekhnolohii u suchasnomu reklamnomu dyskursi [Specificity of verbal representation of manipulative technologies in modern advertising discourse]. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii* (3 (3)), pp. 52–55. [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8899/1/Dudechko\\_L.PDF](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8899/1/Dudechko_L.PDF) [in Ukrainian].
7. Zahnitko, A. (2019), Komunikatyvno-stratehichni typy movlennievo-myslennievnykh manipulyatsii: chas Vedmedyka Voldo [Communicative and strategic types of speech and thought manipulation: the time of Waldo the Bear]. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva* (26/2), pp. 203–217. <https://cutt.ly/1aOZI8m> [in Ukrainian]. DOI: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2019.26.181740> [in Ukrainian].
8. Karpik, M.I., Ivasiuk, R.P. (2022), Manipulyatyvna stratehiia ta yii taktyky u nimetskomovnomu reklamnomu dyskursi [Manipulative strategy and its tactics in German-language advertising discourse]. *Zakarpatski filolohichni studii* (24/1), pp. 109–113. [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/24/part\\_1/21.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/24/part_1/21.pdf). [in Ukrainian].
9. Kovalevska, A.V. (2021), *Metamodel linhvistychnoi suhestyvnosti politychnykh reklamnykh slohaniv [A metamodel of the linguistic suggestiveness of political advertising slogans]*: dys. ... dokt. filol. nauk. Odesa: Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I.I. Mechnykova. 515 p. [in Ukrainian].
10. Kovalevska, T. Yu. (2001), *Komunikatyvni aspekty neirolinhvistychnoho prohramu-vannia [Communicative aspects of neurolinguistic programming]*: [monohrafiia]. Odesa: Astroprint. 344 p. [in Ukrainian].
11. Kutuzha, N.V. (2018), *Komunikatyvna suhestiia v reklamnomu dyskursi: psykholinhvistychnyi aspekt [Communicative suggestion in advertising discourse: psycholinguistic aspect]*: [monohrafiia]. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho. 736 p. [in Ukrainian].
12. Moseichuk, O.M. (2012,) Publitsystychnyi dyskurs yak kontekst realizatsii komunikatyvnoho vplyvu na masovoho adresata [Journalistic discourse as a context for implementing communicative influence on a mass addressee]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo universytetu* (65), pp. 174–177. [in Ukrainian].
13. Pliasun, O.M. (2021), *Linhvistyчне modeliuвання imidzhu Ukrainy u ZMI [Linguistic modeling of the image of Ukraine in mass media]*: dys. ... nauk. stupenia doctora filosofii. Kyiv: Kyivskyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. 222 p. [in Ukrainian].
14. *Psykhologichnyi slovnyk [Psychological dictionary]* / avt.-uklad. V. V. Syniavskyyi, O. P. Serhieienkova; red. N. A. Pobirchenko. Kyiv: Naukovyi svit, 2007. 274 p. [in Ukrainian].
15. Romanchenko, A.P. (2019), *Elitarna movna osobystist u prostori naukovooho dyskursu: komunikatyvni aspekty [Elite language personality in the space of scientific discourse: communicative aspects]*: [monohrafiia]. Odesa: Odeskyi natsionalnyi universytet imeni I.I. Mechnykova. 541 p. [in Ukrainian].

16. Svyrydenko, O.M. (2019), Mistyfikatsiia yak riznovyd literaturnoi hry v «Lystakh z khutora» P. Kulisha [Mystification as a kind of literary game in «Letters from the farm» by P. Kulish]. *Zakarpatski filolohichni studii* (7/2), pp. 150–155. [http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/7/part\\_2/32.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/7/part_2/32.pdf) [in Ukrainian].
17. Selivanova, O.O. (2008), *Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy [Modern linguistics: directions and problems]*. Poltava: Dovkillia-K. 712 p. [in Ukrainian].
18. *Slovnnyk ukrainskoi movy (2012 — 2024) [Dictionary of the Ukrainian language]: V 20-ty t.* Kyiv: Naukova dumka; Ukrainnyi movno-informatsiinyi fond NAN Ukrainy, <https://sum.in.ua/s/rivnovelykyj> [in Ukrainian].
19. Sorokina, L. (2015), Komunikatyvna stratehiia vs. manipulyativna stratehiia [Communicative strategy vs. manipulative strategy]. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii* (2), pp. 187–191. [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10960/1/akpif\\_2015\\_2\\_34.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/10960/1/akpif_2015_2_34.pdf) [in Ukrainian].
20. Frasyuniuk, N. (2020), Movni zasoby vyrazhennia persuazyvnosti v politychnomu dyskursi [Linguistic means of expressing persuasiveness in political discourse]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk* (32/2), pp. 130–133. [http://www.aphn-journal.in.ua/archive/32\\_2020/part\\_2/24.pdf](http://www.aphn-journal.in.ua/archive/32_2020/part_2/24.pdf). DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/32.214685> [in Ukrainian].
21. Kharytonova, D.D. (2019), *Ukrainskyi politychnyi dyskurs: kohnityvno-semantychni ta prahmakomunikatyvni vymiry [Ukrainian political discourse: cognitive-semantic and pragmatic-communicative dimensions]: dys. ... kand. filol. nauk.* Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. 212 p. [in Ukrainian].
22. Shkitska, I.Yu. (2012), *Manipulyativna stratehiia pozytyvu v ukrainskii movi [Manipulative strategy of positivity in the Ukrainian language]: dys. ... dokt. filol. nauk.* Ternopil. 484 p. [in Ukrainian].
23. Goldt, R. (2024), Lektüren eines Präsidenten: Hegemoniale Geschichtsnarrative des russischen Ukrainediskurses: Hegemoniale Geschichtsnarrative des russischen Ukrainediskurses. *Die Ukraine als Objekt russischer Großmachtsansprüche Sprachen, Identitäten und Diskurse* : Bjorn Wiemer / Rainer Goldt (Hg.). Berlin: Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur. S. 251–322. [in English].
24. Janich, N. (2012), *Werbekommunikation pragmatisch: Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge.* Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH & Co. KG. 508 S. [in English].
25. *Kompakt-Lexikon Marketingpraxis* (2014): 2.200 Begriffe nachschlagen, verstehen, anwenden. Wiesbaden: Springer-Verlag. 344 p. [in English].
26. Lakoff, R.T. (1982), Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising. *Analyzing discourse : Text and Talk* / Deborah Tannen. Georgetown University Press, pp. 25-42. [in English].
27. Stscherbak, O. (2018), Zusammenwirken der linguistisch-rhetorischen Strategien in den deutschen Nachrichten im Internet. *Odeskyi linhvistychnyi visnyk* (11), pp. 93-100. [in German].