

УДК 81.1

DOI <https://doi.org/10.17721/foia.philologica/2021/1/1>

**Ярослава ГНЕЗДІЛОВА**

доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри фонетики і практики англійської мови, Київський національний лінгвістичний університет, вул. Велика Васильківська, 73, м. Київ, Україна, 03150  
ORCID: 0000-0001-9248-3238

**Бібліографічний опис статті:** Гнезділова, Я. (2021). Стратего-тактична конфігурація емоційної маніпулятивної метакомунікації. *Folia Philologica*, 1, 3-9, doi: <https://doi.org/10.17721/foia.philologica/2021/1/1>

## СТРАТЕГО-ТАКТИЧНА КОНФІГУРАЦІЯ ЕМОЦІЙНОЇ МАНІПУЛЯТИВНОЇ МЕТАКОМУНІКАЦІЇ

У статті ідентифіковано «емоційну маніпулятивну метакомунікацію», де маніпуляцію представлено з огляду на її емоційний та метакомунікативний компоненти. Схарактеризовано комунікантів в емоційній маніпулятивній метакомунікації, які представлені суміжною парою «маніпулятор – жертва». Виявлено, що метою адресанта-маніпулятора є отримання бажаного за рахунок встановлення емоційного зв'язку з адресатом-жертвою – індивідуальним / масовим (за кількістю мішеней впливу). Виділено основну стратегію емоційної маніпулятивної метакомунікації – стратегію «емоційного дисбалансування», яка реалізується через дестабілізацію емоційного стану жертви маніпуляції за рахунок впливу на її емоції. Встановлено, що за психологічного впливу в адресата пригальмовується реакція на те, що відбувається під час розмови, натомість спостерігається нетипова / неадекватна для нього поведінка, чим користується маніпулятор. З'ясовано, що емоційне маніпулювання притаманне як негативно-маркованому / конфліктно-провокативному мовленню через маніпулювання страхом, гнівом, почуттям гордості, відчаєм, невпевненістю у собі, образою, сумнівами, провинною, соромом тощо, так і позитивно-маркованим / фасцинативним мовленнєвим ситуаціям через маніпулювання любов'ю, надією, жалем тощо завдяки тактикам емоційного зараження, навіювання, імітування й «емоційного переконування» внаслідок застосування різноманітних метакомунікативів як стереотипних етикетно-ритуалізованих мовленнєвих кліше. Нейтральним визначено «багатозначне мовчання» на основі того, що до нього можуть вдаватися з метою змусити адресата почуватися як ніяково (унаслідок непрямого засудження), так і піднесено (унаслідок непрямого дозволу), що в обох випадках результується у бажанні останнього діяти. Доведено, що емоційна маніпулятивна метакомунікація відрізняється за своїми техніками й технологіями впливу в міжособистісній та масовій комунікації.

**Ключові слова:** маніпуляція, емоційна маніпулятивна метакомунікація, метакомунікатив, позитивні / негативні емоції, стратегії, тактики.

**Yaroslava GNEZDILOVA**

Doctor of Philology, Associate Professor, Head of the Department of Phonetics and Practice of English, Kyiv National Linguistic University, Velyka Vasylkivska str., 73, Kyiv, Ukraine, 03150  
ORCID: 0000-0001-9248-3238

**To cite this article:** Gnezdilova, Y. (2021). Strategic and tactic arrangement of emotional manipulative metacommunication. *Folia Philologica*, 1, 3-9, doi: <https://doi.org/10.17721/foia.philologica/2021/1/1>

## STRATEGIC AND TACTIC ARRANGEMENT OF EMOTIONAL MANIPULATIVE METACOMMUNICATION

The article identifies “emotional manipulative metacommunication”, and, consequently, observes manipulation from both emotional / psychological and metacommunicative perspectives. It characterizes the participants of emotional manipulative metacommunication as an adjacency pair “the manipulator – the victim”. The study clarifies the aim of manipulator, which is to get the desired by establishing the emotional bond with the victim – an individual or mass addressee (considering the number of targeted addressees). In the context of the subject of the study, the author singles out the strategy of “emotional misbalancing” as the one which is most typical of the emotional manipulative metacommunication. It presupposes the destabilization of the victim's emotional state by means of the targeted influence

*on some specific feelings and emotions of the hearer. The research proves that the addressee's reaction on what is said slows down, and specifies atypical and a bit inadequate for that addressee speech behavior. It also demonstrates that emotional manipulation relates to both negative or conflict and provoking speech behavior (manipulations by fear, anger, man's Ego, despair, self-distrust, indignation, doubt, guilt, shame), and positive speech situations (manipulations by love, hope, empathy). Therefore, it realizes by means of such tactics as emotional "infecting", infusing, imitation and emotional persuading, and the use of meta-means as stereotypic ritualized speech clichés. "Meaningful silence" is considered to be neutral as it refers to both positive and negative speech situations because it may be used to make the addressee feel uneasy (owing to indirect condemnation), as well as inspired (owing to indirect permission) which in both cases results in his/her desire to act. The article confirms that the influential techniques of emotional manipulative metacommunication differ in interpersonal and mass communication.*

**Key words:** manipulation, emotional manipulative metacommunication, meta-means, positive / negative emotions, strategies, tactics.

Дискурсивні інваріантно-варіантні маніпулятивні моделі англomовної метакомунікації належать до інтеракційних моделей, які відображають двобічний процес обміну інформацією між адресантом та адресатом. Їхніми конституентами є учасники комунікації, рівень реалізації маніпулятивної метакомунікації, стратегії і/чи тактики, результат (Гнезділова, 2021). Дискурсивна інваріантна маніпулятивна модель англomовної метакомунікації представлена трьома варіантами: емоційним, нормативно-статусним і риторичним, кожен з яких реалізується через відповідні стратегії і тактики. Мета цієї статті полягає у дослідженні стратегіко-тактичної конфігурації конституентів емоційної маніпулятивно-метакомунікативної взаємодії. Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань: розкрити роль адресантно-адресатних стратегій і тактик для учасників емоційної маніпулятивної метакомунікації та визначити прагматичні установки маніпулятора в окресленій мовленнєвій взаємодії.

Завуальовані тактики психологічного маніпулювання (Субботенко, 2014: 114–123), чи емоційної маніпуляції (Гнезділова, 2016), є підручними методами контролю (Witkowski, 2000: 28). Психологічне маніпулювання розуміємо як сукупність прийомів, що тиснуть на негативні сторони особистості: адресата емоційно провокують з метою виведення його з рівноваги за рахунок того, що намагаються умисно розізнити його чи зіграти на почуттях сорому, самолюбства, заздрості, гордості, образи, страху тощо (Гнезділова, 173). Як наслідок, в адресата пригальмовується реакція на те, що відбувається під час розмови, може спостерігатися нетипова / неадекватна для цього адресата поведінка, чим користується маніпулятор. Маніпулятор виступає у ролі рятівника, вказу-

ючи на можливість вирішення проблеми. Він може говорити спокійно і впевнено, викликаючи до себе довіру, а може говорити емоційно, створюючи враження екстремальної ситуації, що одразу підштовхує співрозмовника виконати певні дії.

Емоційну маніпуляцію ми відносимо до метакомунікативної на основі того, що сплановані емоційно-забарвлені мовленнєві ситуації, метою яких є створення емоційного настрою, необхідного мовцю, серед комунікантів, будуються за стереотипними структурами, відповідно, така емоційно-забарвлена мовленнєва діяльність відбувається на соціативно-метадискурсивному рівні, в ідеалі, орієнтована на масового адресата, є етикетною і ритуалізованою (Гнезділова, 2015). Проте не виключається вплив на партнерів по комунікації у діалогічному мовленні в квазіспонтанних емоційно-детермінованих мовленнєвих ситуаціях. Останні будуються за певною жанровою схемою з використанням спеціальних автоматизованих реплік-кліше і шаблонів; мають переважно розгорнуту композиційну будову, що виникає на основі включення компліментів, перебільшень, висловлень етикетно (і не лише) допустимої неправди, запевнень у щирості тощо (ibid).

Емоційна маніпулятивна метакомунікація реалізується через **стратегію «емоційного дисбалансування»**, спрямовану на дестабілізацію емоційного стану за рахунок впливу на емоції співрозмовника, і притаманна:

а) фасцинативному типу мовлення, метою якого є викликати позитивну емоційну реакцію і прихильність адресата, тому вольові зусилля маніпулятора направлені на вдавану мінімізацію нанесення моральної шкоди мішені маніпуляції, збереження власного позитивного образу, псевдо-покращення взаємовідношень, псевдо-

співпрацю. Сюди відносимо флірт, розіграші, ігри, жарти, тобто все, що створює позитивні емоції радості, щастя, які можуть супроводжуватися схвильованістю, сором'язливістю, збен-теженням тощо;

б) конфліктно-провокативному типу мовлення (Мельник, 2017) – сварка, скандал, паніка, догана, наклеп – метою якого є викликати нега-тивну емоційну реакцію для того, щоб збентежити адресата, різко похитнути його емоційний стан і скористатися його обуренням, панікою, розгубленістю. Преференція серед психоло-гічних емоційних тактик надається конфлік-тно-провокативному типу мовлення з превалю-ванням негативних емоцій, оскільки останні, на думку психологів (Ильин, 2002: 100; Wood,

2000: 311), грають важливішу біологічну роль у порівнянні з позитивними.

Перейдемо до безпосереднього розгляду технік емоційної маніпулятивної метакомунікації (див. рис. 1).

Так, перераховані у Рисунку 1 техніки емо-ційної маніпулятивної метакомунікації можна згрупувати за типом дискурсу, якому вони при-таманні, зокрема розрізняємо а) техніки, що не обмежуються жанровою належністю дис-курсу; б) техніки, які властиві більше міжосо-бистісному (не)діловому спілкуванню, та в) ті, що застосовуються виключно «на близьких людях». Більш того, слідом за Т.В. Євгенье-вою (Евгеньева, 2007: 46–58), підкреслимо, що психологічні механізми впливу на свідомість

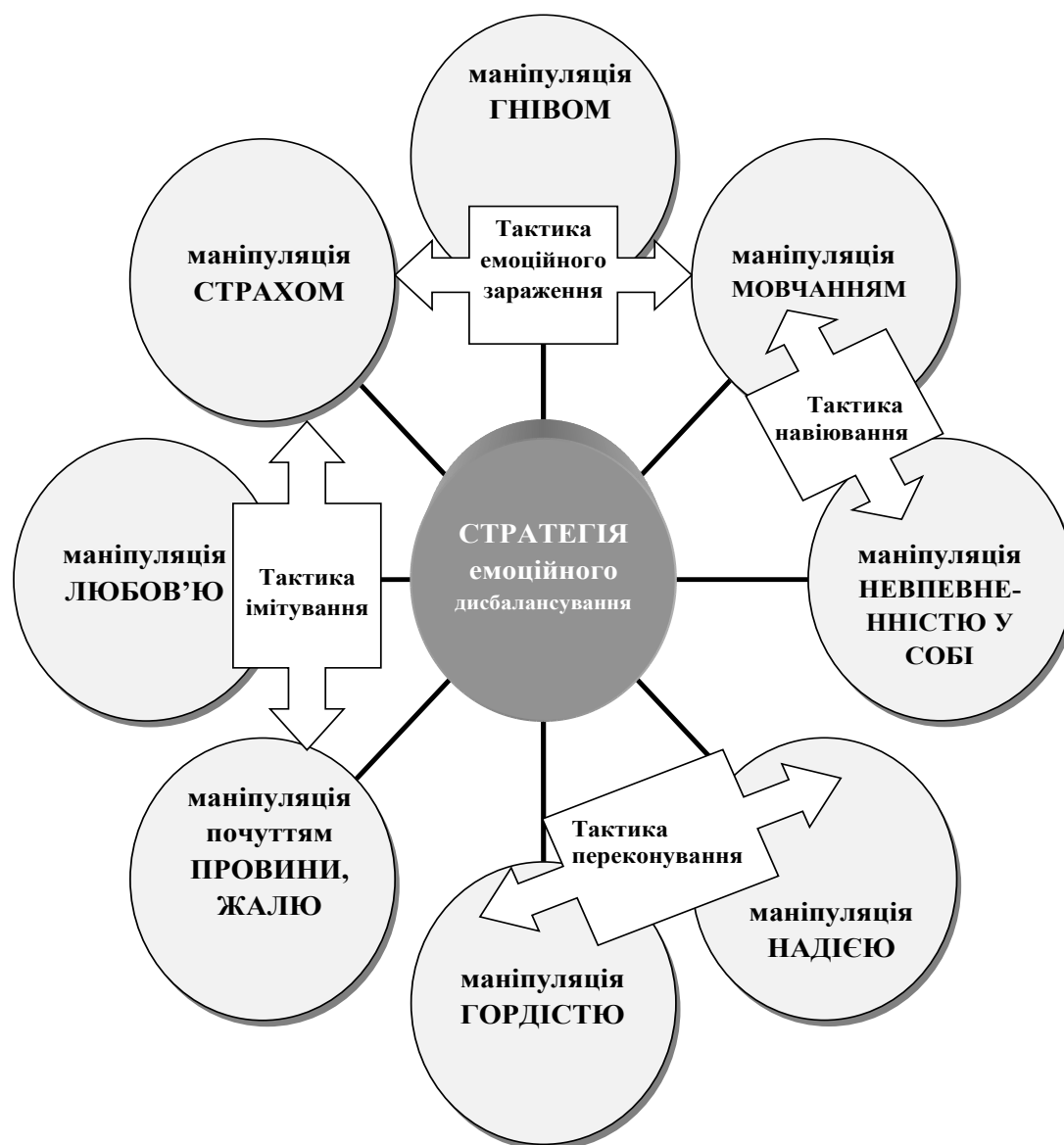


Рис. 1. Стратега-тактична конфігурація емоційної маніпулятивної метакомунікації

і поведінку людей здійснюються за рахунок лінгвістичних **тактик переконування, навіювання, емоційного зараження й імітування**.

Розглянемо три групи технік емоційної маніпулятивної метакомунікації, об'єднаних на основі адресантно-адресатних відношень у міжособистісному (формальні / неформальні) та публічному (нейтральному) мовленні детальніше.

Більша частина з технік емоційної маніпулятивної метакомунікації може застосовуватися у будь-якому типі дискурсу, при цьому преференція надається публічному мовленню. Тут ми розглядаємо маніпуляції гнівом, надією, мовчанням та страхом (Гнезділова, 2016: 173–174), при цьому всі вони передбачають умисне виведення співрозмовника з себе, щоб той на емоціях виконав необхідну для маніпулятора дію за рахунок провокативних висловлень, направлених на **«емоційне зараження»** мішені маніпуляції за рахунок **тактики навіювання**. Так, під час маніпуляції гнівом викликається «тактичний гнів»; за маніпуляції надією – упевненість у гарному майбутньому за рахунок блискучих обіцянок; а маніпуляції мовчанням (Rozulek, 2008) запускають а) механізм «спіраль мовчання», яка, слідом за німецьким політологом Е. Ноель-Нойманом (Евгенєва, 2007: 50), базується на страхові соціальної ізоляції, котра може настати, якщо відкрито не погодитися з виступаючим на соціально значущу тему, або б) прийом багатозначного мовчання, коли мовчанням з незначних причин мовець підкреслює свою ображеність, викликаючи в об'єкта маніпуляції почуття провини. При цьому, маніпуляції гнівом, надією та мовчанням вважаємо пов'язаними з маніпуляцією страхом, адже причини, за яких піддаються маніпуляціям гнівом – страх втратити благополуччя / посаду / роботу тощо; маніпуляціям надією – побоювання не скористатися можливістю здійснити своє неусвідомлене бажання / мрію за рахунок реально досяжних, на перший погляд, обіцянок; спіраль мовчання ґрунтується на страхові бути у меншості, а багатозначне мовчання базується на страхові маніпулятора виставити себе людиною, з якою можна не рахуватися.

Отже, головною вважаємо маніпуляцію страхом, оскільки страх рахується найсильнішою емоцією (Изард, 2012: 291, 312), таким емоційним станом, що реалізується у рефлексивній захисній реакції адресата у ситуаціях як

реальної, так й уявної небезпеки для її здоров'я чи благополуччя (Ильин, 2002: 147). Механізм виникнення страху у людини є умовно-рефлекторним, навіть інстинктивним, відповідно, використання людських страхів (страх висоти, темноти, тварин, болю, самотності, незнайомості (незнайомих предметів, незнайомих осіб), несподіваності (Ильин, 2002: 147–148) є одним із улюблених прийомів маніпуляторів: щоб змусити людину щось робити, треба її налякати. Такі маніпулятори грають на недостатній інформованості людини; озвучувані міфічні небезпеки і спонукання до певних дій широко використовуються в рекламному бізнесі і роботі страхових компаній, керівниками, які тиснуть на своїх підлеглих страхом втрати роботи, грошей тощо. Для того, щоб умисно викликати у когось страх, необхідно визначити, чого найбільше боїться об'єкт маніпуляції, викликати цей страх у себе і спроектувати його на співбесідника через слова, почуття, емоції, вираз обличчя. Відчуття схвилюваності заважає раціонально мислити, а неможливість знайти рішення приводить у відчай, змушуючи людину діяти поспіхом та необдуманно. Розглянемо для прикладу ситуацію умисно створеної паніки, представлену у кінофільмі *Focus*:

*JESS: All right, you ready?*

*FARHAD: Yep. Aah!*

*JESS: Frank? Frank! My God, somebody help. Please, please, somebody help. Baby, we're getting you someone. Okay? Just stay with me. Stay with me, goddamn it. Somebody get someone! Somebody call a doctor. Is there a doctor? I need a doctor. Doctor, help me. My husband's just had a heart attack. I don't know what to do. I'm so worried. Frank? Frank? Can you hear me? My God! Somebody call 911! Hey, Frank. Frank!* (Ficarra, Requa, 2015)

Наведений фрагмент ілюструє багатовекторну маніпуляцію: усі присутні в ресторані (як відвідувачі, так і персонал) є її мішенями. Метою Джесс і Фархада є прикувати увагу до себе, щоб дати шанс своїм «колегам» -шахраям пограбувати присутніх. Для цього Джесс проєкціює свій страх, що у неї нібито виник від серцевого нападу у її «чоловіка Френка», на присутніх, створюючи паніку. Її мовленнєву поведінку вважаємо метакомунікативною, оскільки вона є стереотипною, стандартною для такого випадку, завчасно змодельованою,

хоча для мішеней маніпуляції ця ситуація сприймається як реальна. Безперечним є використання низки метакомунікативних одиниць (*Frank? Frank! My God; Please, please; Okay? Baby; Just stay with me. I'm so worried; Frank? Frank? Stay with me, goddamn it; Can you hear me? My God! Hey, Frank. Frank!*), що сприяють посиленню емоційного напруження за рахунок тактики емоційного зараження.

У міжособистісному спілкуванні, включаючи ділові та близькі відносини між учасниками комунікації, домінують маніпуляції марнославством / почуттям гордості та невпевненістю в собі (Гнезділова, 2016: 173) на основі **тактик навіювання й переконування**. Так, маніпуляція невпевненістю в собі базується на пошукові маніпулятором підтвердження своєї значимості за рахунок чужих недоліків, створення авторитету керівника, який не має реального впливу й не виступає реальною владою, але хоче нею бути. Навпаки, маніпуляція марнославством / почуттям гордості (ідеєю «зверх Я») є грою на нашому *Его* через використання хвалебних / принизливих коментарів з натяком на геніальність / некомпетентність, навіюючи образ «супермена» / нікчем. Відповідно, мовець доводить співрозмовнику, що той а) має усі можливості виконати поставлене завдання, б) є бездарною і не зрозуміло, чому з ним все ще мають справу. Таким чином маніпулятор стимулює свого співрозмовника старатися і працювати ще краще. Проаналізуємо сказане на прикладі:

*MIRANDA: The girls' recital was absolutely wonderful. They played Rachmaninoff. Everyone loved it. Everyone except me because, sadly, I was not there.*

*ANDY: Miranda, I'm so sorry.*

*MIRANDA: Do you know why I hired you? I always hire the same girl, stylish, slender, of course, worships the magazine. But so often, they turn out to be, I don't know, disappointing and, um stupid. So you, with that impressive resume and the big speech about your so-called work ethic I, um, I thought you would be different. I said to myself, go ahead. Take a chance. Hire the smart, fat girl. (Clears Throat) I had hope. My God. I live on it. Anyway, you ended up disappointing me more than, um, more than any of the other silly girls.*

*ANDY: Um, I really did everything I could think of.*

*MIRANDA: Uh – That's all. (Hedges, 2006)*

Основна частина прикладу, вилученого із кінофільму *The Devil Wears Prada*, стосується маніпуляції почуттям гордості Енді її високим IQ та ставленням до роботи. Міранда принижує досягнення Енді, знущається над її зовнішнім виглядом, удаючись до метакомунікативної ситуації «антикомпліменту», що посилюється самоцитуваннями (*I thought you would be different. I said to myself, go ahead. Take a chance. Hire the smart, fat girl*), метакомунікативним питанням *Do you know why I hired you?* (воно є метакомунікативним, оскільки, з одного боку, не передбачає відповіді від Енді, з іншого – виконує роль вступного слова до власне догани) та іншими метакомунікативами (*But so often, of course, I don't know, So you, with that impressive resume and the big speech about your so-called work ethic, My God, Anyway*). Більш того, можна констатувати бажання Міранди самоствердитися за рахунок Енді (маніпуляція невпевненістю в собі). У решті решт, Енді повністю розбита – спрацювали тактики навіювання й переконування в тому, що вона нікчемність, що спровокувало її довести невірність цього висновку (згідно із сюжетом фільму). Отже, маніпуляція, інструментом якої виступають метакомунікативні одиниці як тригери створення певного емоційного настрою, є успішною.

Маніпуляційні техніки, які застосовують лише на близьких людях, вважаються одними з найпідступніших, оскільки ґрунтуються на стратегії встановлення близького контакту та входженні у внутрішнє коло адресата (Дмитрук, 2013: 25) і реалізуються через тактику імітування певної ролі («жертви», «рятівника» / «щиро закоханої/го»). Відповідно, такі маніпуляційні техніки представлені а) маніпуляцію любов'ю / коханням, де любов – це певний товар, умова чи щось, що можна обмінювати на послуги і гроші, та базується на страху бути знехтуваним і втратити любов; б) маніпуляцію почуттями провини, образи, жалості (Гнезділова, 2016: 174; Субботенко, 2012: 206–210) коли образ нещасної жертви-вампіра дає своєму носієві "дивіденди" у вигляді слів схвалення, заохочення допомоги і негласних повноважень. Вона може безкінечно довго обговорювати свою життєву ситуацію, але ніколи нічого не зробить, щоб щось змінити, бо це «щаслива жертва». Така модель комунікації описана в соціальній

психології як «трикутник Карпмана» з такими ролями, як «жертва», «переслідувач» і «рятівник». «Жертва» шукає «рятівника» (Евгенєва, 2007: 46–58), щоб скинути на нього відповідальність за рішення своїх проблем. У разі невирішення проблем «жертва» перетворюється на «переслідувача», звинувачуючи «рятівника» у невдачі і в тому, що життя не вдалося. «Рятівник» перетворюється на «жертву». У попередньому прикладі Міранда розпочинає з маніпуляції провиною: вона мстить Енді за те, що не відвідала виступ своїх дочок. Свій докір вона подає у вигляді метакомунікативного схвального відгуку й компліменту дівчаткам (*The girls' recital was absolutely wonderful. They played Rachmaninoff. Everyone loved it. Everyone except me because, sadly, I was not there*). Енді почувається винуватою і вибачається, хоча загалом її провини немає, оскільки всі літаки на той вечір відмінили через погану погоду (*Miranda, I'm so*

*sorry*). Міранда позиціонує себе як жертва, хоча насправді є переслідувачем.

Таким чином, емоційна маніпулятивна метакомунікація полягає в грі на емоціях об'єкта маніпуляції, провокуючи його, і відрізняється за своїми техніками й технологіями в міжособистісній та масовій комунікації. В обох видах комунікації можуть вдаватися до маніпуляції гнівом, маніпуляції мовчанням, маніпуляції надією, маніпуляції марнославством / почуттям гордості (ідеєю «зверх Я»), маніпуляції страхом, маніпуляції невпевненістю адресата в собі; маніпуляції любов'ю / коханням та маніпуляції почуттями провини, образи, жалю властиві міжособистісній комунікації. При цьому маніпулятори вдаються до тактик переконування, навіювання, емоційного зараження та імітування, що відбувається за умови стереотипної етикетно-ритуалізованої мовленнєвої поведінки та завдяки застосуванню різноманітних МК.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Гнезділова Я.В. Когнітивно-дискурсивні моделі англomовної маніпулятивної метакомунікації (Докторська дисертація). Київ : Київський національний лінгвістичний університет, 2021. 502 с.
2. Субботенко Р.В. Деманипулятор. Минск : Харвест, 2012, 2014. 586 с.
3. Гнезділова Я.В. Емоційна маніпуляція: техніки і технології впливу. *Науковий журнал «Мова і культура»*. 2016. № 18, Т. VI (179). С. 171–176.
4. Witkowski T. Psychomanipulation: recognizing and dealing with it. 2000. Retrieved from <https://www.yumpu.com/en/document/view/11244776/psychomanipulation-tomasz-witkowski>.
5. Гнезділова Я.В. Квazиспонтанность фатического метадискурса: эмотиологический аспект. *Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. Серия: Гуманитарные науки*. 2015. № 1(88). С. 80–84.
6. Мельник І.В. Провокативне мовлення: комунікативно-прагматичний вимір (на матеріалі сучасної англійської мови) (Автореферат кандидатської дисертації). Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2017. 20 с.
7. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 752 с.
8. Wood S. E. & Wood E. G. *The Essential Word of Psychology*. Boston, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore : Allyn and Bacon, 2000. 584 p.
9. Евгенєва Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 112 с.
10. Rozulek L.F. Manipulative silence and social representation in the closing arguments of a child sexual abuse case. *Text and talk*. 2008. № 28(4). P. 529–550.
11. Изард К.Э. Психология эмоций. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 464 с.
12. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в міжособистісному спілкуванні (на матеріалі сучасних англomовних серіалів). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. № 43(2). С. 21–30.

#### REFERENCES:

1. Gnezdilova, Ya. V. (2021). Kognityvno-dyskursyvnii modeli anglomovnoii manipulyativnoii metakomunikatsiii [Cognitive and Discourse Models of English Manipulative Metacommunication] (Thesis for Doctor of Sciences Degree). Kyiv: Kyiv National Linguistic University [in Ukrainian].
2. Subbotenko, R. V. (2012, 2014). Demanipuliator [Demanipulator]. Minsk: Kharvest [in Russian].
3. Gnezdilova, Ya. V. (2016). Emotsiynna manipulyatsiia: tekhniki i tekhnologii vplyvu [Emotional manipulation: influential techniques and technologies]. *Naukovyyi zhurnal "Mova i kultura"*, 18 (VI(179)), 171–176. [in Ukrainian].
4. Witkowski, T. (2000). Psychomanipulation: recognizing and dealing with it. Retrieved from <https://www.yumpu.com/en/document/view/11244776/psychomanipulation-tomasz-witkowski>.

5. Gnezdilova, Ya.V. (2015). Kvazispontannost phaticheskogo metadyskursu: emotiologicheskii aspekt [Quasi-spontaneity of phatic metadiscourse in emotional perspective]. *Izvestiia Homelskogo gosudarstvennogo universiteta imeni F. Skoriny. Seriya: Humanitarnye nauki*, 1(88), 80–84. [in Russian].
6. Melnyk, I.V. (2017). Provokatyvne movlennia: komunikativno-prahmatychnyy vymir (na materialy suchasnoii anhliyskoi movy) [Provokative speech: communicative and pragmatic perspective (a case study of the modern English language)]. Thesis for Doctor of Philosophy Degree. Kyiv: Taras Shevchenko National University [in Ukrainian].
7. Ilin, Y.P. (2002). Emotsii i chuvstva [Emotions and feelings]. St. Petersburg: Piter [in Russian].
8. Wood, S. E. & Wood, E. G. (2000). *The Essential Word of Psychology*. Boston, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore: Allyn and Bacon.
9. Evgenyeva, T.V. (2007). Tekhnologii sotsialnykh manipulyatsiy i metody protivostoyaniya im [Technologies of social manipulations and methods of their counteractions]. St. Petersburg: Piter [in Russian].
10. Rozulek, L.F. (2008). Manipulative silence and social representation in the closing arguments of a child sexual abuse case. *Text and talk*, 28(4), 529–550.
11. Izard, K.E. (2012). Psikhologiya emotsiy [The psychology of emotions]. St. Petersburg: Piter [in Russian].
12. Dmitruk, O.V. (2013). Manipulyativni stratehii v mizjosobystistomy spilkuvanni (na materialy suchasnykh anhlo movnykh serialiv) [Manipulative strategies in interpersonal conversation (a case study of English TV serials)]. *Movni i kontseptualni kartyny svity*, 43(2), 21–30. [in Ukrainian].