

МАНИПУЛАЦИЯ И ЕМПАТИЯ

Антон Гецов (В. Търново, България)

Въз основа на изследванията ми върху манипулативния потенциал на дискурса на българската популярна преса категориалните признаци на манипулативното въздействие биха могли да се обобщят по следния начин: „Манипулацията е скрито, преднамерено и умело въздействие върху психиката (и преди всичко върху подсъзнанието) на обекта на манипулиране. Целта на скритото манипулативно въздействие е усилията и на адресанта (осъзнато и активно), и на адресата (неосъзнато и пасивно) да бъдат материализирани, синхронизирани и мултиплицирани, за да се реализират ефективно, елегантно и необратимо утилитарните цели и комуникативните намерения на субекта в манипулационния процес.“ (Гецов 2009: 18).

По-нататъшните проучвания в тази насока обаче императивно налагат необходимостта от комплексен анализ на скритото преднамерено въздействие върху психиката, което се реализира чрез гъвкава система от сложно интегрирани прагматични актове с манипулативен характер. Тя се проектира върху цялостна, йерархически организирана и интензивно трансформираща се комуникативна технология. В опростен вид тази технология има следния вид: **когнитивна и психологическа база на аудиторията → интенция (намерение) на адресанта → комуникативни стратегии → речевы тактики → инструменти (езикови средства и текстуирани механизми) → перлокутивен ефект.**

Процесът, свързан с анализа и с легитимирането на понятията, чрез които се осъществява планирането, контролът, оптимизирането и оценката на речевата дейност, е предмет на изследване в множество научни трудове. Критическият обзор на различните начини за концептуализиране и за систематизиране на стратегиите и на тактиките в част от тези изследвания категорично показва, че не съществува единна, изчерпателна и безспорна класификация (виж повече в: Гецов 2011: 15–38). Предлаганите таксономии или се „преплитат“, или са непълни, или се различават в зависимост от критерия, въз основа на

който се обособяват членовете на делението. В разгледаните (а и в много други) опити за йерархическо организиране на комуникативните стратегии е налице ясно изразена тенденция – недопустимо, дори парадоксално, смесване на понятията както „по вертикала”, така и „по хоризонтала“, като грубо се игнорира степента на обобщеност и на универсалност.

Въпреки че степента на обобщеност на **стратегията** като понятие е значителна, в реалното общуване не само мотивите, но и целите, въз основа на които осъзнато или неосъзнато се конституират стратегиите, са силно променливи величини. Между тях може да възникнат както центростремителни, така и центробежни сили. Ако въпреки това се предположи, че стратегията, като функция от определена цел, е „избистрена“ в съзнанието на адресанта, т.е. нейното съдържание е определено, тогава се появява нов „препъникамък“. За да се разкрие адекватно и обемът на понятието **стратегия**, трябва да се установят неговите съставни части, т.е. **тактиките**, с чиято помощ се реализира конкретната стратегия. Което ще рече, че обособяването на стратегията зависи колкото от комуникативното намерение, толкова и от механизмите, чрез които тя се реализира. Същото, разбира се, важи и за понятието **тактика** по отношение на понятието **инструмент** и т.н.

Дори обаче да се предположи, че изследователят стриктно и последователно се съобразява с тези твърди зависимости, това не е достатъчно, за да се конституира непротиворечива и единна класификация, която би оптимизирала комплексното проучване на речевата дейност. В крайна сметка перлокуцията, като последно равнище на комуникативната технология, не е само функция от набелязаната стратегия и от приложените тактики. Тя зависи и от това в каква степен ще се спазват дискурсивните норми, валидни за конкретната социокултурна сфера – какво ще се каже, как ще се каже, доколко адекватно и пълноценно (в съответствие с интенцията на адресанта, разбира се) ще бъде интерпретирано казаното. Именно повърхнинната структура на текста, като достатъчно „видимата“ и формализирана част от комуникативния процес, е изходният пункт, от който неизбежно и задължително започват наблюденията, за да се фиксират, да се опишат и да се систематизират ключови понятия, като **стратегия**, **тактика**, **инструмент**, **механизъм**, **средство** и пр. Това

е и основното предизвикателство за хората, нагърбили се с тази неблагодарна дейност. Невинаги явното, очевидното, осезаемото генерира очакваната ясна, пълна и непротиворечива информация, която едва ли не се възприема като лесна за анализ лингвопрагматична даденост.

От една страна, самият език спомага по определен начин за изкривяването на действителността чрез неточни, неясни, размити и амбивалентни обозначения. От друга страна, според Тойн ван Дайк посредством моделите (сценарии, ментални схеми, фреймове), които се съхраняват в епизодичната памет и служат като база данни, се създават условия адресатът стратегически да активира релевантни фрагменти от конкретен модел, необходим за разбиране на дискурса. Моделът може да се активира и от текста, ако някоя езикова форма или механизъм се асоциира с този модел. Това обяснява защо дискурсът може да бъде в значителна степен имплицитен, непряк и непълен. Взаимодействието на тези два фактора – „несъвършените“ езикови обозначения и обективно елементаризирания дискурс – има ключово значение за коректното интерпретиране на различните текстови механизми и на формалните маркери.

Както вече категорично е установено, няма специални езикови средства, механизми и техники, чиято единична или съвместна употреба да легитимира една речева тактика или стратегия като средство за скрито и преднамерено въздействие върху съзнанието на адресата. Манипулативният характер на стратегиите и на тактиките е функция от целенасоченото, умелото и ефективното използване на конкретни текстови механизми и езикови средства в подходяща (от гледна точка на адресанта) и предвидима конситуация. И когато тази конситуация – поради необоснована редукция на системата от дискурсивни правила и/или поради волното или неволното трансформиране на реалността чрез езикови средства и механизми – предоставя възможности за двояко тълкуване, за „творчески“ метаморфози, за уязвими интерпретации, тя става колеблив и ненадежден „арбитър“ относно манипулативния (респ. неманипулативния) характер на конкретни инструменти. Не бива да се забравя, че манипулативността е резистентна спрямо експлицираността. А да се анализира общуване на нивото на имплицатурите и да се търсят основните стратегически направления в това общуване, е комплицирана

дейност. Тя, естествено, би затруднила учените, чиято приоритетна цел е да се оптимизира речевото въздействие.

Чисто хипотетично при установяването на някакъв таксономичен порядък е възможно да се регламентират различни посоки, в които да се развива изследователският процес. Нормално е, разбира се, една класификация да се конституира, като се започне от общите и от универсалните понятия. Нейното съдържание и обем коректно се разкриват, което пък е предпоставка за обособяване на понятия с по-частен характер. Спрямо тези понятия се прилага същата процедура до изчерпване на нивата на деление. В конкретния случай обаче, за да се стигне до ненаблюдаемите, скритите за емпирично проучване феномени, които имат когнитивна природа, е уместно анализът да се започне от по-конкретните и формално изразени понятия, които имат езикова природа. Това не означава в никакъв случай, че стандартните процедури трябва се поставят под съмнение или да се пренебрегнат. Оптималният вариант е да се използва **холистичен подход**, чрез който да се установи относителен паритет между когнитивния и речевия план на общуването в изследователския процес. Това ще рече съвместно да се прилагат **индуктивно-дедуктивният подход**, който въпреки своята комплицираност може да се окаже решаващ за комплексното решаване на проблем от такъв род; **прагматическият подход**, който включва анализ на параметрите на ситуативния контекст и влиянието на тези параметри върху комуникативното намерение, знанията и пресупозициите на участниците в общуването; и **лингво-когнитивният подход**, чрез който може да се изясни как в езиковите структури се проявява наивната картина на света на личността, на конкретна социална група, на обществото като цяло.

Да се обоснове научно съществуването на манипулативни стратегии, на манипулативни тактики, на манипулативни инструменти, а дори и (както смело предлагат някои автори) на манипулативен дискурс, е твърде оптимистично и рисковано начинание. Манипулативността е явление от съвсем друг порядък. То не е съотносимо с понятия, като **основна стратегия, семантична стратегия, прагматична стратегия, когнитивна стратегия, допълнителна стратегия, речева стратегия, конверзационна стратегия, позиционираща стратегия** и пр. Още по-малко то може да корелира с

понятия, като **самопрезентация, дискредитация, фасцинация, контрол над инициативата, създаване и поддържане на доверие, привличане на вниманието, информационен шурм.**

В същото време сериозно възражение буди определянето на популярни прототипни механизми ту като стратегии, ту като тактики, ту като инструменти, ту като похвати. Чрез тях приоритетно се осъществява стимулирането на атавистичните нагласи и на стадния манталитет чрез настойчиво търсеното социално одобрение, коректно дефинирано от някои учени като един от психологическите автопилоти. Тези механизми са обединени най-вече в т.нар. **азбука на пропагандата** и съществуват чрез множество частни проявления, напр. **тенденциозен подбор на факти (card stacking), обща платформа (band wagon), позоваване на авторитет (testimonial), перцептивна категоризация** и пр.). Върху тях, както и върху т.нар. **логически уловки (лъжлива дихотомия, порочен кръг, сламено чучело, мним избор** и др.), може да се проектира манипулативността, но това съвсем не е задължително.

Всъщност не може да се говори за манипулативни комуникативни (речеви*) стратегии, които евентуално се противопоставят на други, неманипулативни стратегии. Манипулирането не е цел, а само едно от средствата за постигането на целта. Чрез него може както да бъде реализирано комуникативното намерение, така и то да бъде неузнаваемо и безвъзвратно променено. Целта на адресанта може да бъде да подчини адресата, да дискредитира него или трето лице, да се самопрезентира, да привлече вниманието, да спечели доверието на адресата и пр. Инструментите, чийто манипулативен потенциал би могъл да се разкрие в процеса на общуване, са само едно от средствата, чрез които се актуализира съответната комуникативна стратегия.

* Лишено от сериозни основания е и определянето на стратегиите като речеви, като езикови, като вербални, като експлицитни, като фонетични и пр. Това, че стратегията, без значение от степента на манипулативност, която е имплантирана в нея, в крайна сметка получава формален израз чрез езикови средства и механизми, не я превръща в езикова, в имплицитна, в смесена и пр. Стратегията е понятие с когнитивна природа, затова при наименованието на нейните разновидности това трябва да се има предвид.

Манипулативността е феномен с ясно изразени аглутиниращи свойства, който освен това се характеризира с непретенциозност и с нулева резистентност спрямо различните типове дискурси, спрямо различните типове комуникативно взаимодействие и спрямо различните форми на речта. Той може креативно да се проектира в различна степен както върху определена стратегия, която е своеобразен „връх на пирамидата“ на таксономичната йерархия, така и върху езиковите средства и текстовите механизми, които създават широката, еластична и хетерогенна основа на тази пирамида. Възможността му да се наслагва върху понятия с различно съдържание и обем (**стратегия, тактика, инструмент, механизъм, средство**), превръща този загадъчен и респектиращ феномен в универсален „вирус“. Той притежава силен естествен имунитет и необозрими технологични възможности, за да „паразитира“ („да се просмуква“) ефективно, ефектно и безпрепятствено върху всеки от етапите на контрола и на изпълнението на комуникативното намерение.

* * *

Един от текстуиращите механизми, които имат съществена, но все още непроучена добре роля в конституирането на цялостната комуникативна технология и в реализирането на манипулативния потенциал на различните нива в нея, е **езиковата емпатия**.

С оглед на предмета на настоящото изследване не бива да се игнорира фактът, че теорията за емпатията възниква в недрата на социалната психология, след което, така да се каже, „се апробира“ в изкуствознанието и в литературознанието. Сравнително късно тя привлича вниманието и на езиковедите. Осезателният интерес към езиковата емпатия се заражда през 70-те години на XX век във връзка с изследванията на американски лингвисти в областта на функционалния синтаксис. Твърди се, че за влиянието на гледната точка на говорещия върху използваните от него езикови средства пръв започва да говори американският езиковед Уилям Р. Кантрал, но основен принос за изясняването и за популяризирането на езиковата емпатия има друг американски учен – Сусумо Куно. Според теорията за езиковата емпатия на Сусумо Куно говорещият може да демонстрира различно отношение спрямо участниците в събитието – от обективно представяне на събитието до абсолютно съвпадение на гледните

точки на говорещия и на някого от участниците в събитието. Това обуславя и възможността му да се идентифицира в различна степен с тях. Именно тази възможност се обозначава с термина **емпатия**. Освен това С. Куно констатира, че в реалното общуване емпатията и симпатията може да не съвпадат, което е отлична възможност за изразяване на умишлено търсената амбивалентност от страна на адресанта.

В българската лингвистична литература въпросите, свързани с езиковата емпатия, са разработвани най-пространно от Корнелия Илиева и от Светла Коева (Илиева, Коева 2001: 83–158). Според Св. Коева лингвистичният термин „емпатия“ обединява всички лексикални и граматични средства, с помощта на които говорещият представя дадено съобщение от „гледна точка“ на някого от участниците в него. Например при избора на словоред в съчинителни конструкции; при избора между пасивно или активно изречение; при избора между конкурентни лексикални единици говорещият може да се идентифицира с различни участници в ситуацията.“ (Илиева, Коева 2001: 129).

В медийните субдискурси, чийто афинитет към демагогски внушения е вътрешно присъща тяхна особеност, нарушаването на емпатичните предписания е част от умело моделираната наивна картина на света. Публичните личности, вещи напътствани от своите имиджмейкъри, които все още умеят да внушават доверие у изтерзания електорат, много често използват страховития потенциал на езиковата емпатия, чрез която лесно, ефектно и меркантилно се идентифицират с целенасочено и системно фрустрираната (и с тяхното активно съдействие) аудитория.

Нормално е синкретичният адресант максимално да се възползва от идеалните възможности за идентификация, респ. за дистанциране, които му предоставя езикът. Като се има предвид, че обективното отразяване на събитието от страна особено на популярните медии е неприложим на практика теоретичен конструкт, вниманието на адресанта основателно се фокусира върху степента на идентификация и върху механизмите, чрез които се постига това. Умението чрез преекспонирането или чрез редуцирането на една позиция, на един ракурс да се прокарат интересите на конкретния принципал, е безценно предимство в журналистическата практика. Усвояването, усъвършенстването и използването на подобен механизъм позволява

на колективния адресант фино и елегантно да постигне комуникативната си цел.

Казаното може лесно да бъде илюстрирано. Във фрази от типа: *Иван Костов и неговият най-опасен политически противник Ахмед Доган бяха забелязани да влизат заедно в сградата на Народното събрание; Петър Стоянов отстрани хората на Надежда* емпатията се дублира. От една страна, чрез словоредата се демонстрира емпатичната йерархия на анафоричността, а от друга, чрез представянето на участниците в събитието (първия – директно с имената му, а втория – чрез дескрипция, изразяваща релация) се демонстрира емпатичната йерархия на дескриптора. Извън всякакво съмнение е, че авторите на материалите, които коректно и сръчно изпълняват волята на принципала, се идентифицират с Иван Костов и с Петър Стоянов и се алиенират спрямо Ахмед Доган и спрямо Надежда (Михайлова).

В множество други употреби от типа: *Избирателите на НДСВ бяха подведени от лидера си; Президентът на федерацията бил ухажван дълго време от министърката; Хората във властта страдат най-много от нея* и пр. е налице емпатична йерархия на повърхностната структура, като същественото е, че адресантът не се идентифицира с референта на субекта, каквато е обичайната практика в нормалното речево общуване, а с референта на обекта. Целта е чрез амбивалентно манифестираната и в същото време неискрена осведоменост да се спечели битката за сърцата (не за ума!) на социума.

В медийния дискурс основателен изследователски интерес предизвиква конструирането на съчинителни конструкции както в рамките на простото изречение, така и в по-големи синтактични цялости. В тях словоредът има ключово значение за прокарването на желаните внушения от страна на адресанта. Разбира се, емпатичните предписания целенасочено се нарушават най-вече в заглавията, но основният текст също предоставя широки възможности за това. В примери от типа: *Борисов бил сащисан от искания на патриоти и реформатори; Разговорите на ГЕРБ с ДПС и БСП – препъникамък за победителите от изборите; Борисов на среща с посланика на САЩ и президента* очевидно е нарушено обективното отразяване на несиметричните отношения. Поставянето на *реформа-*

торите след патриотите, на БСП след ДПС, на президента на България след американския посланик противоречи на реалното състояние на нещата, но преднамерено е използвано, за да се нарушат емпатичните предписания. Така убедително се провокират предварително програмирани нагласи и псевдознания у масовия адресат.

В други примери, които поразително приличат на последните три: *Надя изключва Муравей и Абаджиев; ГЕРБ ще преговаря с Костов и със СДС; Тайна среща на Софийски с Бойко и Доган*, явно демонстрираното нарушаване на емпатичните правила се съчетава с етикетизацията (като едно от конкретните проявление на перцептивната категоризация). Целта е мултиплициране на сугестивния ефект, който предвидливо е заложен в намерението на принципала. При избора на конкретни текстови механизми и на езикови средства, назоваващи един референт, но прагматически отнасящи се към различни социални стереотипи, се наблюдава значително многообразие. Когато тези механизми и средства се използват съвместно в минимален контекст, комбинациите практически стават неизчерпаеми.

Очевидно е, че в представените употреби езиковата емпатия се реализира в твърде ограничен периметър, т.е. на изреченско ниво. Това е логично, тъй като в теорията за емпатията приоритетна роля имат семантиката на глаголите, видо-временната организация, рефлексивността и определеността. Неслучайно теорията на Сусумо Куно се доближава до идеите на Майкъл Нунен, който налага и обосновава понятието **ориентация**, разбирано като гледната точка, която е меродавна за представянето на ситуацията (Нунен 1982), и до схващането на Чарлс Филмор, че отразяването на едно събитие става, като се избира конкретна гледна точка или конкретна перспектива, която е заложена от глагола в изречението и е функция от т.нар. **йерархия на изтъкването** на елементите по тяхната прагматична значимост (Филмор 1981).

Освен като езиково средство, чийто обсег на действие е изречението, и като текстуиращ механизъм, който се реализира в рамките на конкретна речева тактика, езиковата емпатия може да разшири сферата си на действие. В този случай емпатията закономерно придобива статус на речева тактика, а в определени дискурси – и на комуникативна стратегия. Или, с други думи, възможността за идентификация на адресанта както със себе си, така и с обект от комуни-

кативната макроструктура може да се реализира не само в рамките на изречението, но и на текстово равнище. Това „прекрачване“ на строгите изреченски граници, чиято цел е да се оптимизира имитацията на информираност и на фактологическа правдоподобност, се извършва по два начина.

Първият е, като се използва принципът на рекурсията, т.е. чрез многократното представяне на събитията от извънтекстовия свят от една и съща гледна точка в текста или в част от него. Така например през последния месец българските медии непрекъснато информират аудиториите си за преговорите между парламентарно представените политически сили, чиято цел е съставянето на правителство. В т.нар. новинарски текстове, които по дефиниция би трябвало обективно да представят случващото се, може лесно да се открие позицията на конкретната медия, която последователно, неотклонно и ревностно защитава интересите на принципала си. Това се прави и като се използва езиковата емпатия, но не само в рамките на заглавния комплекс или на основния текст, а и в целия тематичен комплекс, който обикновено се разполага на няколко страници.

Понякога езиковата емпатия се превръща в основен механизъм, чрез който предпочетената гледна точка неусетно се експлицира на текстово равнище и ефективно се налага в подсъзнанието на аудиторията. Така например в дискурса на популярните медии заглавия от типа: *Отново ще затягаме коланите*; *Разходите ни за храна с рекорден скок*; *Няма на кого да се оплачем*; *Дълговете ще ги плащат нашите деца* и пр., се използват, за да се приобщи фиктивно синкретичният адресант към аудиторията, която, на свой ред, убедено смята, че конкретната медия изразява нейното мнение и защитава интересите ѝ.

Вторият начин е свързан с прагматичния потенциал на паратаксиса на текстово равнище. Макар че използването на паратаксиса най-общо също предполага перспектива, тук не става дума за активирането на фреймове или на сценарии чрез езикови средства, т.е. за предопределянето на перспективата (в разбирането на Ч. Филмор) посредством глаголната семантика. Изграждането на система от гледни точки в новинарския текст (и особено – тяхната последователност във времето и пространството!) има особена прагматична значимост. Успоредяването, противопоставянето и най-вече – под-

редбата на перспективите, от които се представят обектите (предмети, лица, факти, идеи, ситуации, събития) в текстовия свят, създават специфична полифония в семантичното пространство на новинарския текст. В тази полифония обаче винаги един от ракурсите е доминиращ. Той се превръща в основно дълбинно послание, което комфортно заобикаля защитните бариери на съзнанието и се „промъква“ в подсъзнанието.

Следващите два примера дават известна яснота относно защитаваната теза: *Божидар Лукарски и Меглена Кунева от Реформаторския блок дойдоха в добро настроение за преговорите с ГЕРБ; ГЕРБ готови за кабинет без Борисов. Кунева гледала към председателството на ЕС*. Първият пример е едноизреченски текстов сегмент (част от хетерогенен новинарски текст) под снимка, на която се вижда как М. Кунева и вървящият на няколко метра след нея Б. Лукарски се движат в кулоарите на Народното събрание. Вторият е заглавие, състоящо се от две изречения. Едва ли е случайна последователността на имената от текстовия свят в първия пример, която не само че не отговаря на реалните пространствени отношения, но и на политическата значимост на референтите – М. Кунева е съпредседател на Парламентарната група на РБ, докато Б. Лукарски е само лидер на една от представените в РБ формации. Така обаче адресантът изразява емпатията си спрямо Б. Лукарски (или по-скоро се алиенира спрямо М. Кунева). Не е случайна и последователността на изреченията във втория пример, чрез който се илюстрира един от начините да се изтъкне значимостта на първия факт спрямо втория, както и възможността да се изрази емпатията на принципала спрямо субекта в първата информация.

В наръчниците на световните информационни агенции последователно и ясно се препоръчва (но с императивен тон), когато информацията не е потвърдена или когато агенцията иска да запази неутралитета си, източникът да бъде изведен в началото на информацията, напр. *Висш представител на МВФ съобщил, че валутният борд ще бъде въведен тази година*. Ако информацията не е рискова и е потвърдена по надлежния ред, фактът е на първо място, а източникът – на второ, напр. *Валутният борд ще бъде въведен тази година, съобщил висш представител на МВФ*. По този начин медията, като синкретичен адресант, се емпатизира с източника (в първия пример) и с информацията (във втория пример).

Между другото станалата през последните години емблематична фраза *Купуването и продаването на гласове е престъпление* (като се остави настрана грубата граматическа грешка), анализирана от гледище на теорията за емпатията, буди сериозно недоумение. А това основателно повдига и изключително сериозния въпрос за дискурсивната и за граматическата компетентност на синкретичния адресант не само в медийния дискурс, но и във всички институционални дискурси.

Възможността говорещият да представи конкретна ситуация, събитие, новина от извънтекстовата действителност от своя гледна точка или от гледна точка на участниците в него, го задължава той „да подреди“ по определен начин фактите, лицата, предметите, идеите, аспектите. Макар че в паратаксиса текстовите сегменти (от елементните номинации до най-висшите конституенти на макротекста) формално се представят като равностойни, като равноредни, в пространството и във времето те неизбежно се йерархизират. Следователно появата на един обект от текстовата действителност винаги ще предхожда появата на друг(и) обект(и).

Сама по себе си обаче езиковата емпатия не може да се определи като манипулативна стратегия или тактика, защото, първо – психологическите закономерности само създават потенциални условия за прояви на манипулативност, и второ – манипулативността е явление от друг порядък в сравнение със стратегиите, тактиките, инструментите, техниките и пр. За съжаление в дискурса на българските популярни медии доста често е сравнително трудно или просто невъзможно да се прокара границата между преднамереността и случайността при използването на амбивалентни по характер езикови средства и механизми. Значимостта на езиковата емпатия като средство за осъществяване на скрито манипулативно въздействие се обуславя от изключително разнообразните граматични и лексикални средства, чрез които тя се осъществява. Върху езиковата емпатия, която в технологията на общуването е възможно да има статус и на текстуиращ механизъм, и на речева тактика, и на комуникативна стратегия, може преднамерено и целенасочено да се проектира манипулативността. Наред с това обаче понякога емпатичните предписания наивно, безсмислено, грубо и дори скандално се нарушават поради липсата на комуникативна (и в частност – на граматична) компе-

тентност от страна на адресанта. Това води до драстични посегателства върху текстуалността, което предизвиква санкции от страна на аудиторията, изразяващи се най-често в отказ от участие в комуникацията изобщо.

По-нататъшното изучаване както на чисто граматическите измерения на езиковата емпатия, така и на прагматическия ѝ потенциал несъмнено би се отразило положително върху анализа на амбивалентния и все още мистериозен преход от неманипулативност към манипулативност в различните дискурси. Това е само един от възможните пътища за концептуализиране на комуникативното взаимодействие като цяло и за оптимизиране на скритото преднамерено речево въздействие в частност.

БИБЛИОГРАФИЯ

Гецов 2009: Гецов, А. По следите на скрития смисъл. Предпоставки и инструменти за скрито манипулативно въздействие в дискурса на българската популярна преса. В. Търново: Унив. изд. „Св. св. Кирил и Методий“.

Гецов 2011: Гецов, А. Комуникативни стратегии и манипулация. В. Търново: Фабер.

Илиева, Коева 2001: Илиева, К., Коева, С. Емпатия, изречение и текст. // Прагматика на текста. С.: Акад. изд. „Проф. Марин Дринов“.

Нунен 1982: Нунэн, М. О подлежащих и топиках. // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 11. М: Прогресс.

Филмор 1981: Филмор, Ч. Дело о падеже открывается вновь. // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 10. Изд. „Прогресс“. М. // <http://www.classes.ru/grammar/155.new-in-linguistics-10/source/worddocuments/21.htm>

MANIPULATION AND EMPATHY

Anton Getsov (V. Tarnovo, Bulgaria)

The article analyzes linguistic empathy viewed as one of the instruments that have a considerable manipulative potential. We refer to the realization of linguistic empathy in the sentence and to the possibility for its realization as means for constructing texts, as speech tactics, and in some discourses – as communicative strategy as well.