

### НЕЙРО-ЛІНГВІСТИЧНЕ ПРОГРАМУВАННЯ: ОСНОВНІ ЗАСОБИ ТА РІВНІ ВПЛИВУ

*Стаття присвячена розгляду феномену, еволюції та технології нейролінгвістичного програмування в сучасному українському політичному дискурсі. Виділені основні засоби, рівні, прийоми та техніки, що застосовуються в організації впливу НЛП. Зазначено, що всі техніки НЛП побудовані на реорганізації інформаційних процесів людини.*

*Ключові слова: нейролінгвістичне програмування, політичний дискурс, впливове мовлення, м'який гіпноз.*

Волвенко Н. Н.

### НЕЙРО-ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ: ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА И УРОВНИ ВЛИЯНИЯ

*Статья посвящена рассмотрению феномена, эволюции и технологии нейролингвистического программирования в современном украинском политическом дискурсе. Выделены основные средства, уровни, приемы и техники, применяемые в организации воздействия НЛП. Отмечено, что все техники НЛП построены на реорганизации информационных процессов человека.*

*Ключевые слова: нейролингвистическое программирование, политический дискурс, воздействующая речь, мягкий гипноз.*

Volvenko N.

### NEURO-LINGUISTIC PROGRAMMING: FIXED AND LEVELS OF INFLUENCE

*The article is devoted consideration of a phenomenon, evolution and technology of neuro-linguistic programming in a modern Ukrainian political discourse. The basic means, levels, methods and technics applied in the organization of influence of NLP are allocated. It is noticed that all technics of NLP are constructed on reorganization of information processes of the person.*

*Key words: neuro-linguistic programming, political discourse, influencing speech, soft hypnosis.*

Сучасна політика, в тому вигляді, в якому ми її сьогодні сприймаємо, все глибше занурює нас у світ образів, подалі від реальності. Не в останню чергу це можна пояснити впровадженням в інформаційний простір за допомогою нейролінгвістичного програмування (НЛП) певних поведінкових стереотипів. На думку багатьох дослідників (О. Є. Баксанський, М. Гріндер, О. М. Кучер, Л. Лойд, Р. І. Соколова та ін.), технологія нейролінгвістичного програмування – один із найбільш дієвих способів маніпуляції людською свідомістю [1].

*Метою* статті є розгляд технології нейролінгвістичного програмування в політичному дискурсі. Постановка мети потребує вирішення наступних завдань: 1) виявити основні засоби, що застосовуються в організації впливової промови; 2) виділити рівні впливу в політичному дискурсі; 3) розглянути особливості НЛП крізь призму сучасної української політики. Майкл Гріндер та Лінда Лойд відзначають, що буквально „НЛП вивчає слова та нерви” [2, с. 8]. Тобто, значення терміну „нейро” вказує на відношення до мислення або чуттєвого сприйняття – до процесів, які відбуваються у нервовій системі та відіграють важливу роль у формуванні людської поведінки, а також до неврологічних процесів у сфері сприйняття (зір, слух, тактильні відчуття, смак та нюх). Значення терміну „лінгвістичний” спрямовує нас до мовних моделей, які відіграють важливу роль у досягненні взаєморозуміння між людьми. А термін „програмування” вказує на спосіб, за допомогою якого ми організуємо наше мислення, включаючи почуття та переконання, щоб у результаті досягти поставлених цілей подібно до того, як ми використовуємо комп’ютер для вирішення будь-яких конкретних завдань за допомогою відповідного програмного забезпечення [1, с. 86; 2]. Можна сказати: концепт „програмування” припускає, що психіку людини можна розглядати як свого роду комп’ютер з такими ж можливостями програмування.

Як наукова дисципліна НЛП виникає на початку 70-х рр. ХХ століття в університеті Санта-Круз в США, постаючи як результат спільної роботи молодого математика Річарда Бендлера та професора лінгвістики Джона Гріндера [1]. Таким чином, створена технологія впливу на мозок (або, іншими словами, мовна програма для „біокомп’ютера” з метою отримання від нього результатів), швидко стала розповсюджуватися, стаючи чимось на зразок ефективного набору технологій для маніпуляції іншими людьми.

Сприйняття реальності та наша відповідна реакція на неї багато в чому залежать від мови. З. Фрейд зауважував, що „слова і магія першочергово були єдині, і навіть в наші дні більша частина магічної сили слів не втрачена. За допомогою слів людина може подарувати іншій величезне щастя або сприяти введенню її у відчай... за допомогою слів оратор захоплює собою аудиторію та передбачає її судження й рішення. Слова викликають емоції та, в цілому, є засобом, за допомогою якого ми здійснюємо вплив на наших близьких” [3, с. 348]. Хоча проблема впливу слова на особистість хвилює людство давно, однак ще недостатньо уваги дослідники приділяють вивченню мовного впливу на прикладі різноманітних видів дискурсів, зокрема, політичного. На наш погляд, сьогодні навіть звичайна середньостатистична людина бажає знати про приховані пружини та важелі впливу на неї зі сторони влади, яка доволі часто використовує засоби таємного впливу на психіку людей.

Поняття впливу виступає однією із головних функцій політичної мови задля досягнення певної прагматичної мети. Як відзначають О. Є. Баксанський та О. М. Кучер, в організації впливової мови першочергове значення має лінгвістичний аспект (мовні стратегії). За ним іде екстралінгвістичне наповнення комунікативної ситуації. Третім по значенню виступає паралінгвістичне оформлення впливової мови (голос, міміка і жести, зовнішність, погляд та ін.). „НЛП – це все ж таки „програмування” в тому сенсі, що воно дозволяє отримати передбачені зміни... Іншими словами, мова не йде про зміни взагалі, а про рух у заданому напрямку” [1, с. 87]. Розглянемо, приміром, таку характеристику політичного іміджу як молодість політика. В багатьох країнах стосовно цієї характеристики існує поширена думка про силу та перспективність такого політика. Втім, інколи можна звести всі точки зору щодо молодості політика в русло недосвідченості та некомпетентності, що може знищити молодого лідера. Тобто, використовується звичайний прийом з практики НЛП: провести перепрограмування людського сприйняття з позитивного відношення до молодості політика на негативне.

Деякі словесні матриці, навіяні обивателю, націлені на те, щоб виховати людину у дусі служіння своєму обивательському інстинктам. Егоїст живе тільки заради власного задоволення, і тому, найчастіше, є найбільш керованим: мотиви його вчинків завжди

зрозумілі, поведінка передбачена, тому переконати його в цілеспрямованості будь-яких кроків, здійснених владою, не складає труднощів. Яскраві реклами закликають: „Життя – це насолода, насолода смаком!”, „Живіть із задоволенням, ви цього заслужили!”. Особливо активно, без критики, ці установки вбирає молодь. Закони словесного впливу спрацьовують, приглушуючи волю людини, яка починає прямувати до насолоди (в їжі, в любові, в будь-якому своєму вчинку), шукаючи тільки цього та інтуїтивно уникаючи всього, що може заважати насолоді (переховуючись від армії, нехтуючи батьківськими обов'язками, ніколи не ризикуючи перед обличчям небезпеки життям, бо їй вказано насолоджуватися). Людина стає своєрідною машиною по добуванню грошей – заробляти, витратити, знову заробляти, та знову витратити. Засвоєння таких програм вводить людину в ненормальний психічний стан одержимості багаточисельними фобіями.

Так, розроблена у рамках НЛП психотехнологія дозволяє створювати у сфері свідомості та підсвідомості конкретні та цільові операції, спрямовані на вимірювання будь-якої звички, установки, уявлення, оцінки подій тощо. На нашу думку, найважливіше в нейролінгвістичному програмуванні те, що воно дуже легко й органічно лягає на винайдену мову телебачення й кіно, а – значить – може бути легко використане з метою прямого програмування глядацької аудиторії.

Дослідники підкреслюють, що провідна роль в НЛП відводиться прийомам вводу співбесідника (аудиторії) непомітно для нього самого та оточуючих у стан м'якого гіпнозу. Цей стан характеризується тим, що ні сам співбесідник, ні оточуючі його люди, якщо вони не знайомі з прийомами нейролінгвістичного програмування, навіть і не підозрюють про застосування у відношенні до них м'якого (еріксоніанського, по імені психотерапевта Мілтона Еріксона) гіпнозу [4]. Як відзначає Е. Е. Шуберт, сугестія безпосередньо пов'язана з поняттям гіпнозу, де під сугестивною мовою розуміється „вербальний вплив на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості та критичності при сприйнятті навіюваного змісту, що не потребує ні логічного аналізу, ні оцінки” [4, с. 5]. Отже, істинно сугестивна мова здійснюється тільки тоді, коли об'єкт знаходиться в розслабленому психічному стані, тобто в трансі. „Сугестивна мова здійснюється сугестором – індивідом, який займає домінуюче положення, з метою стимуляції у реципієнта – індивіда, який знаходиться в залежному положенні, певних ідей, емоцій, поведінки та інших ментальних процесів” [4, с. 5]. Гіпнотичний транс – це такий стан психіки, в якому вона найбільш здатна до зміни та до сприйняття нового знання. Транс не є штучно викликаним сонним станом. „Сугестор не возвеличується над реципієнтом, не підкорює його собі; реципієнт не слідує велінням чужої волі. Транс – це природний стан... Щоб допомогти реципієнту увійти у транс, необхідно оволодіти його увагою..., добиваючись гіпнотичного відклику. Сугестор просто приєднується до світу проблем людини, в повній мірі поважаючи його інтегрованість, приймаючи її такою, якою вона є” [4, с.10]. Так, в передвиборчій рекламі (у зверненнях до народу), з вуст кандидатів часто можна почути вислови на кшталт „Ви, як і я” тощо. Отже, основним інструментом сугестора можна вважати його мову. А вміння словесно налаштуватися під співбесідника, говорити на звичному йому рівні розуміння, на наш погляд, – одне із головних для публічного політика, який використовує елементи НЛП.

Нейролінгвістичним програмуванням розроблено сучасний стан теорії впливової мови. Вплив можна розподілити на одиниці різних рівнів. Так, для того, щоб оптимальніше презентувати потенціал впливової мови, ми звернулись до рівнів впливу, які виділяють дослідники.

1. *Фонологічний* (фоносемантичне наповнення впливової мови). „Фоносемантичні тексти завжди містять слова з високою частотністю однакових звуків, покликаних забезпечувати потрібну атмосферу. Такі слова прийнято називати фоносемантичними синонімами. Вони утворюють ритм впливової мови, за рахунок якої здійснюється левова доля латентного впливу на психіку” [4, с. 5]. У такому контексті, на наш погляд, НЛП дійсно уявляється якоюсь магією, котра здатна зробити щось з нічого. Як відомо, всякий

професійний психотерапевт, не говорячи вже про банальну ворожку або ясновидицю, просто вимушений розповсюджувати навколо себе атмосферу власної значущості і, частково, таємничості. Без цього ефективна робота з клієнтом просто неможлива.

2. *Просодичний* (звучність, темп, паузи, висота, інтонація, тембр, артикуляція тощо). А. І. Соловйов відмічає, що з історії відомо як більшість правителів спеціально пробуджували в людях ірраціональні відчуття, використовуючи їх для посилення прихильності владі. Так, нацисти „використовували для цих цілей різноманітні театралізовані зібрання, нічну факельну ходу, складну політичну символіку – все це своєю таємністю та величчю повинно було допомогти їм сформуванню беззвітне поклоніння обивателів фюрерові та рейху” [5, с. 361]. Цілям активізації підсвідомих почуттів та емоцій, згідно з А. І. Соловйовим, може слугувати також організація пишних політичних церемоній та ритуалів.

3. *Соматичний* (парамовний) рівень. Так, кожний з мовних рівнів впливу може супроводжуватися впливом на паралінгвістичному рівні – це можуть бути паси руками, „гіпнотичний погляд”, наприклад, суворий пильний або, навпаки, пом’якшуючий, або ж пустий, „скляний”, доторкання руками до різних частин тіла об’єкта гіпнозу (так звані „якорі” в практиці НЛП) тощо. „Будь-який стимул, що викликає стійку реакцію, є якорем... Якорями можуть бути доторкання, образ, слово і т. ін.” [2, с. 274]. Наприклад, коли політик виступає в певному місці, в певній позі, певним голосом, аудиторія автоматично відновлює певний ментальний стан. Із встановленням стійкого зв’язку між невербальними сигналами та змістом вважається, що він (зміст) „заякорився”. Наш світ наповнений природними якорями: візуальними, аудіальними, кінестетичними та будь-якою їхньою комбінацією. Та прикладів може бути безліч: від гуркоту пожежної машини до політичної символіки певної партії. Але питання не в тому, існують вони чи ні. Питання, на наш погляд, в тому, як їх використовувати цілеспрямовано та постійно. Так, всяка поведінка публічного політика, що викликає постійний відгук аудиторії, є якорінням. О. Є. Баксанський та О. М. Кучер відзначають, що якоріння є важливим форматом когнітивних змін. „Процес якоріння використовується для стабілізації деякого стану посередництвом відомого стимулу та отримання в подальшому доступу до нього в будь-який потрібний час... В НЛП використовується погашення дії негативних якорів за рахунок позитивних, а також активація необхідних в деякому контексті ресурсів за допомогою відповідних якорів” [1, с. 95]. Так, поява на вулицях міст України під час передвиборчої президентської кампанії 2010 р. плакатів з гаслами „Вони зраджують, вона працює”, „Вони руйнують, вона працює” і т. ін., вказувала, на те, що „Вона” – це Ю. Тимошенко, причому, саме „Вона” – найбільш конструктивний політик. Можна сказати, що команда Ю. Тимошенко використовувала психолінгвістичні технології, в тому числі з елементами НЛП (виконані всі вимоги: збережена й анонімність означення, й асоціативний ряд). Ми вже бачимо, що якщо раніше виборча кампанія була кампанією війни слоганів та різноманітних установок десь усередині, то зараз вона супроводжувалась війною слоганів: один рятує країну (А. Яценюк), інша – працює (Ю. Тимошенко). Отже, Ю. Тимошенко був вибраний формат: „Вона” та „вони”. Тут ставиться наголос на дуалістичності кампанії: існує лише один кандидат – жінка Юлія Тимошенко та – „вони”. А „вони” – чоловіки-кандидати – змішуються такою групою в одну купу: Янукович, Яценюк, Ющенко, Тігіпко, Гриценко та всі інші. На наш погляд, коли прагнуть чітко окреслити та відокремити фаворита гонок від інших, через таке відокремлення одного кандидата від конкурентів з’являється чітка перевага саме того кандидата, хто виставляється як один проти цілої групи. Тут слід відзначити, що на ядро виборців Ю. Тимошенко або її ярих опонентів така реклама ніякого впливу не може здійснювати. А що стосується тих виборців, хто не визначився – ця ідея може мати свої позитивні наслідки. М. Гріндер та Л. Лойд підкреслюють: „Якщо два якорі одночасно асоціювати з однією і тією ж подією, то більш сильний якір отримує перемогу – або відбудеться інтеграція, та в результаті з двох попередніх реакцій виникне одна нова” [2,

с. 276]. Таким чином, закорити можна словом, жестом, образом, тоном голосу, поглядом та ін. Політик обирає якір, який може відтворити у точності.

Отже, поведінка політика, вміння втримати себе та, відповідно, аудиторію, часто стає визначальним фактором впливу. І – як ми бачимо – однією із чудових і все ще загадкових властивостей слова є його здатність впливати на соматичний рівень людини.

4. *Лексико-семантичний* рівень (зв'язок між словниковим складом та сферою застосування впливових текстів). „Слово ефективно впливає тоді, коли вживається в повній відповідності з притаманним йому значенням. Крім прямих слів впливу (запам'ятай, сиди та дивись, відчуй, уяви та ін.), впливовою силою може володіти також будь-яке інше слово – в залежності від контексту, інтенції автора, настрою реципієнта та ряду інших причин” [4, с. 6]. Життя сучасного публічного політика нагадує безперервно триваючий спектакль, в якому він може вибрати будь-яку роль, яка йому сподобалась. Та, будучи талановитим актором, сучасний публічний політик з успіхом може зіграти безліч найрізноманітніших ролей. У цьому контексті знову звернемося до Ю. Тимошенко, якій що за багато років свого перебування в політиці, вдалося, на наш погляд, стати однією з найяскравіших „зірок” нашого політичного небосхилу. Потрапивши на політичний Олімп, вона зуміла зруйнувати створені уявлення про жінок-депутатів, як про безформних і безстатевих істот у сумнівних убраннях, та відкрила сезон показів моди „от кутюр”. Думки народу про Ю. Тимошенко виявились настільки суперечливими, що, на нашу думку, так і не вдалося вяснити, хто ж вона: „професійний топ-менеджер” чи „бездарний управлінець-авантюрист”, „народна героїня”, „українська Жана Д'Арк”, „символ Помаранчевої революції” чи „вождь з якостями тирана”? Навіть ім'я „Юля”, яке у всіх на слуху, у когось викликає негативне, а у когось захоплене ставлення. Так, Е. Е. Шуберт підкреслює, що величезною силою впливу володіє власне ім'я. „Спробуйте уявити, що лермонтовський „герой нашого часу” носив прізвище „Собакевич” – це зовсім неможливо!” [4, с. 6]. Тоді б впливова сила твору, вважає Е. Е. Шуберт, була б, якщо не кардинально іншою, то набагато слабшою.

5. *Морфо-синтаксичний* рівень (зв'язок між граматичним складом впливової мови та установкою реципієнта). „Найбільш розповсюдженими морфолого-синтаксичними засобами впливу у впливовому дискурсі є наступні: прямі питання, зв'язки, уточнюючі доповнення.., засоби створення ілюзії вибору (наприклад, „Ми сьогодні підпишемо контракт або завтра?”) [4, с. 6]. Е. Е. Шуберт вважає, що велику впливову роль можуть відігравати певна синтаксична форма та синтаксичні функції мовних одиниць.

У цьому контексті, на наш погляд, важливо розглянути ще один прийом НЛП – рефреймінг. Це так звана зміна рамки у відношенні ситуації. Так, якщо подію перейменувати, вона змінить свій зміст: „Це не поразка, а просто ще один життєвий урок”, „Це не проблема, а завдання, яке треба вирішити”. Подібного роду вислови часто можна почути у виступах політичних лідерів. З цієї точки зору, до технік НЛП відносяться й такі постулати, які часто з'являються у виступах перших осіб держави: „ми будемо сильну державу” (а не витягуємо країну з бруд), „ми будемо нові сучасні виробництва” (а не лікуємо хвору економіку) та ін. Можна погодитися з тим, що таке програмування країни на успіх все-таки якось впливає на свідомість людей.

О. Є. Баксанський та О. М. Кучер відмічають, що для „переключення уваги з негативного відношення до події на позитивне можна використовувати рефреймінг... Рефреймінг – розміщення будь-якого образу або переживання в новий фрейм, тобто перетворення сенсу будь-чого розміщенням його в нову рамку чи контекст, відмінний від вихідного. Дослівно „рефреймінг” – це „перетворення”, „зміна рамки” чи „переформування”... Мета рефреймінгу полягає у зміні звичного сприйняття з метою більш адекватного реагування” [1, с. 95-96]. Так, політик-маніпулятор пропонує слухачам ті чи інші слова та вислови, що стають своєрідними „клітинами”, в рамках яких простий громадянин оцінює походження події. На нашу думку, це можна продемонструвати на прикладі політичної демагогії президента США Джонсона, який для виправдання війни у

В'єтнамці широко використовував такі докази, як „обов'язки”, „борг”, „відповідальність” США перед Південним В'єтнамом, котрий в такій інтерпретації піддавався агресії зі сторони Північного В'єтнаму [6, с. 219]. Р. І. Соколова відзначає, що значення політичної номінації, тобто вибору слів для опису тієї чи іншої події, дуже велике в політиці, оскільки вона надає можливість тому, хто дає визначення якимось фактам та явищам, маніпулювати уявленнями і реакціями людей у відношенні цих фактів та явищ, формувати оцінки і тим самим виправдовувати свої політичні дії [6, с. 96-98]. З цього приводу відомий американський лінгвіст Чарльз Осгуд, наприклад, писав: „Достеменно так само, як один і той же запах може бути названий „ароматом” або „вонню” в залежності від того, як хочуть, щоб до нього відносилися, так само одні й ті ж партизани можуть називатися „борцями за свободу”, „бунтарями” чи „терористами”” [Цит. за 6, с. 97]. Отже, вибором слів можна змінити бачення аудиторією ситуації, іншими словами, перетворити її фрейм.

6. *Екстралінгвістичний рівень впливу.* „Це знання, що підходять до внутрішнього досвіду іншої людини. Наука про вплив вчить звертати увагу сугестора на суб'єктивний досвід реципієнта” [4, с. 7]. Із найбільш розповсюджених та дієвих засобів екстралінгвістичного рівня впливу Е. Е. Шуберт виділяє коментарі (прості, предикати усвідомлення, невимовляючі коментарі). Дослідниця підкреслює, що цілям усної впливової мови повинен відповідати також сам вигляд сугестора, його поведінка. „Сугестор повинен викликати повагу, але не страх. Те ж саме стосується і жестів, і міміки, і вибору пози під час промови. Жестикуляція повинна бути повністю підкорена впливовій структурі мови” [4, с. 7]. М'якість форм виразу у виступах політиків, на нашу думку, підкреслює увагу до аудиторії, створює можливість для формування особистої думки у людей тощо. Отже, для „публічного політика в сучасному світі надзвичайно важливо бути постійно присутнім у засобах масової інформації. За допомогою PR-технологій створюється позитивний імідж політика, щоб виборці йому симпатизували” [7, с. 405]. І не малу роль, як бачимо, в цьому відіграє НЛП, що є вельми актуальним і для політичного дискурсу.

У цілому, всі техніки НЛП так чи інакше побудовані на реорганізації інформаційних процесів людини, в результаті чого вона отримує нові можливості взаємодії з реальністю. Як показує практика, завдання навмисного програмування засобами НЛП реалізується у різних людей по-різному. У одних громадян складається більш складна система визначення цінностей, та, відповідно, стосовно них процес впровадження нових цінностей є вельми ускладненим. Людям з низьким рівнем політичної культури легше нав'язати певні ідеї та потреби. Таким чином, низький рівень загальної культури та політичної культури людини, відповідно, спрощує її систему загальних ціннісних орієнтацій та, тим самим, робить її більш передбачуваною і керованою засобами масової інформації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Баксанский О. Е. Нейролингвистическое программирование как практическая область когнитивных наук / О. Е. Баксанский, Е. Н. Кучер // Вопросы философии. — 2005. — № 1. — С. 82—100.
2. Гриндер М. НЛП в педагогике / М. Гриндер, Л. Ллойд ; [пер. с англ.]. — М. : Институт общегуманитарных исследований, 2001. — 320 с.
3. Фрейд З. Психология бессознательного: сборник произведений / З. Фрейд ; [пер. с нем.]. — М. : Просвещение, 1989. — 448 с.
4. Шуберт Э. Э. Дискурсные единицы, уровни, приемы и принципы речевого воздействия в когнитивном аспекте : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка” / Э. Э. Шуберт. — Краснодар, 2006. — 20 с.
5. Соловьёв А. И. Политология. Политическая теория, политические технологии : [учеб. для студ. вузов] / А. И. Соловьёв. — М. : Аспект Пресс, 2001. — 559 с.
6. Технология власти (философско-политический анализ) / [отв. ред. Р. И. Соколова]. — М. : ИФРАН, 1995. — 163 с.
7. Основи демократії : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закладів / [заг. ред. А. Колодій]. — К. : Видавництво „Ай Бі”, 2004. — 668 с.