

ТАКТИКИ МАНІПУЛЯТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ В АНГЛОМОВНОМУ КАЗКОВОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено аналізу феномену маніпуляції в англomовному казковому дискурсі. Маніпуляцію у казковому дискурсі розглянуто як вербально виражений вид психологічного впливу одного персонажа на іншого, що викликає у об'єкта маніпуляції бажання або намір щось зробити, що буде корисним для суб'єкта маніпуляції. Маніпуляція здійснюється шляхом використання певних стратегій і тактик. Проаналізовано різноманітні класифікації стратегій маніпулятивного впливу. Виокремлено основні тактики маніпулятивної стратегії в англomовному казковому дискурсі.

Постановка проблеми. У річищі сучасної наукової парадигми дослідники вивчають мову не лише як замкнене автономне утворення, але як частину середовища, в якому існує і діє людина. Антропоцентрична парадигма направила людину в центр мови, що зумовило зміщення уваги лінгвістів з питань побудови мови як засобу спілкування та взаємодії людей на умови її використання, особливості функціонування. Питання про функціонування мови пов'язане з вирішенням проблеми мовленнєвої взаємодії. Однією із проблем дослідження постає проблема вивчення мовленнєвої взаємодії людей як представників певного соціуму. Вивчення мовленнєвої взаємодії пов'язане з мовцем, адресатом, взаємодією між ними у певній комунікативній ситуації. Останнім часом активно досліджується таке явище міжособистісної мовленнєвої взаємодії, як маніпуляція.

Різноманіття комунікативних форм маніпулювання та багаточисельні мовні маніфестації маніпулятивної стратегії роблять маніпуляцію однією зі складних і актуальних проблем у наукових галузях. Феномен маніпуляції пов'язаний із загальною проблемою – оптимізацією мовленнєвого впливу. Феномен маніпуляції як тип мовленнєвого впливу в художньому дискурсі варто розглядати у світлі когнітивної діяльності. Незважаючи на те, що дослідження даного явища на сьогодні є досить популярними, вони не носять характеру комплексності і зосереджуються лише на деяких аспектах. Аналіз наукових праць, що стосуються вивчення феномену маніпуляції, доводить, що чисельні питання залишаються поза увагою дослідників, зокрема дослідження тактик маніпулятивної стратегії в англomовному казковому дискурсі не отримали достатнього обґрунтування у лінгвістиці, що і зумовлює **актуальність пропонованого дослідження.**

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вербальна маніпуляція постає сьогодні об'єктом уваги психологів, філософів, соціологів, лінгвістів, журналістів, політологів, культурологів та спеціалістів інших наукових галузей (І. Беляєва, Н. Глаголев, О. Дмитрук, Є. Доценко, В. Зірка, С. Кара-Мурза, Дж. Лаккоф, О. Леонтьєв, О. Паршина, Г. Почепцов, Г. Шиллер та багато інших).

Серед аспектів мовленнєвої маніпуляції, що отримали своє відображення у науковій літературі, варто виокремити дослідження маніпулятивного впливу у межах міжособистісного спілкування, масової комунікації, міжкультурної комунікації тощо. Даний аспект свідчить про те, що у дослідженні феномену маніпуляції зацікавленість науковців націлена на створення моделей комунікацій, що виключають маніпулятивні прийоми. Відповідно до оцінки комунікативного наміру адресата можна зробити висновки про маніпулятивний характер маніпуляції [1: 12].

У загальнонауковому плані маніпулювання розглядають як одну з характеристик людського суспільства. Оскільки людина – соціальна істота, яка існує тільки у взаємодії з іншими людьми, то процес взаємодії людей припускає здійснення певного впливу [2: 11]. Об'єктами такого впливу постають психологічні характеристики особистості, що дозволяє визначити маніпуляцію як один із видів психологічного впливу на особистість. Психологи схильні вважати маніпулювання "безпосереднім механізмом впливу на підсвідомість" [3: 53], диверсією зовнішньої сили у сферу несвідомого [4: 115].

Науковці розглядають маніпуляцію як соціопсихолінгвістичне явище, що спирається на використання мовних засобів у поєднанні з позалінгвальними [5: 2]. Мовленнєве маніпулювання науковці тлумачать як соціальну силу, могутній засіб тиску і нав'язування поглядів, спокуси, привертання й утримання уваги, підтримки інтересу, важливий фактор життєдіяльності людини [6: 4].

Маніпулювання визначають як вид прихованого комунікативного впливу однієї людини на іншу (на її знання, відносини, наміри) з метою змінити їх у необхідному для маніпулятора руслі (уведення адресата в оману). Введення в оману – формування в адресата неправильного уявлення про світ, що ґрунтується на інтерпретації інформації, повідомленою адресантом [7: 65]. Маніпулювання має характер спонукання, націлене на здійснення прихованого впливу, стимулювання реципієнта до необхідних маніпулятору дій. Використовуючи маніпулятивні стратегії, адресант розраховує на сильний перлокутивний ефект, оскільки адресат, повинен не лише прийняти до роздумів повідомлення, а й здійснити певні невербальні дії [1: 12].

Формулювання цілей статті. Мета наукової розвідки – аналіз феномену маніпуляції у казковому дискурсі як одному з різновидів художнього дискурсу; виокремлення тактики, що реалізує маніпулятивну стратегію в англomовному казковому дискурсі.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**: розкрити сутність явища маніпулятивного впливу; проаналізувати специфіку мовленнєвих маніпуляцій казкових персонажів; виявити тактики маніпулятивної стратегії у текстовому просторі казок О. Уайльда.

Об'єктом дослідження обрано маніпулятивний вплив одного персонажа на іншого в англomовному казковому дискурсі. **Предметом вивчення** є тактики, що реалізуються у межах маніпулятивної стратегії.

Матеріалом дослідження слугували англomовні казки Оскара Уайльда (9 казок загальним обсягом 160 сторінок).

Виклад основного матеріалу дослідження. Мовленнєве маніпулювання у казковому дискурсі розглядають як вербально виражений вид психологічного впливу одного героя казки на іншого, у результаті чого у об'єкта маніпулювання виникає бажання або намір, що не являється його власним і призводить до отримання суб'єктом маніпулювання певної вигоди [8: 9].

Розглядаючи різноманітні характеристики мовленнєвого вираження маніпуляцій казкових персонажів, науковці звертають увагу на маніпулятивні лінгвістичні засоби на різних рівнях мови. У дослідженні маніпуляції персонажів казок розмежовують такі види маніпуляції: свідомі та несвідомі; вербальні та невербальні; успішні та неуспішні; позитивні та негативні; маніпуляція й актуалізація [8: 9].

У сучасній лінгвістиці закріпилося розуміння комунікації як мовленнєвої реалізації інтенцій її учасників. Іntenціональна спрямованість дискурсу знаходиться у центрі уваги когнітивістики. Утілені вербально, інтенції реалізуються завдяки певним стратегіям і тактикам дискурсу. Науковці зауважують, що в основі стратегій лежать комунікативні інтенції – "глобальні наміри" [9]. У працях учених знаходимо твердження, що стратегія – це "реалізація думки й інтенції мовця, яка виявляється в тексті" [10: 84].

У руслі когнітивного підходу стратегію розуміють як "комплекс мовленнєвих дій, націлених на досягнення комунікативних цілей", які "залучають до себе планування процесу мовленнєвої комунікації залежності від конкретних умов спілкування й особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану" [11: 54], тобто стратегія – це комплекс мовленнєвих дій, що спрямовані на досягнення цілей.

На думку науковців, маніпуляція здійснюється шляхом використання комунікантом відповідних стратегій та тактик, до яких відносять: стратегію ухилення від істини, в межах якої виділено чотири тактики ("навішування ярликів" / name calling, labelling, "сяючі узагальнення" / glittering generalities, "перенесення" / (transfer), вживання неологізмів); стратегію викривлення інформації, яка передбачає реалізацію тактик повторення, гіперболізації та применшення, спрощення понять, замовчування фактів, підтасовки та подрібнення цілісної картини; стратегію імунізації, що реалізується за допомогою тактики посилення на авторитети, тактики використання універсальних висловлювань; стратегію групової ідентифікації, що вміщує тактики інклюзивності та дистанціювання; стратегії модифікації іллокутивної сили висловлювань (тактика категоричної / некатегоричної номінації) [5: 7-11].

Так, у текстах казок О. Уайльда знаходимо приклади репрезентації запропонованих науковцем стратегій маніпулювання. Наведемо приклад стратегії викривлення інформації, що реалізується за допомогою тактики гіперболізації: "*Death is a great price to pay for a red rose...and Life is very dear to all, Yet Love is better than Life, and what is the heart of a bird compared to the heart of a man?*" [12: 39-46].

Прикладом стратегії модифікації іллокутивної сили висловлювань слугують вирази, що обмежують відповідальність автора за істинність висловлювання або підсилюють його іллокутивну силу: "*I don't think*" [12: 31], "*I really don't know*" [12: 39]. Маніпуляція свідомістю передбачає використання модальності в межах стратегії модифікації іллокутивної сили [5: 11], що є досить типовим явищем у текстовому просторі казок О. Уайльда. Так, наприклад: "*Real friends should have everything in common, You may set your mind...*" [12: 53-67].

У межах стратегії імунізації у казковому дискурсі можуть реалізуватися тактики інклюзивності та дистанціювання, мовними репрезентаторами яких виступають займенники, так, наприклад, у казці О. Уайльда знаходимо: "*My own garden is my own garden... I will allow nobody to play in it but myself*" [12: 48]. "*How happy we are here!*" [12: 47]. Найпоширенішою виявляються морфологічна синонімія особових займенників, так, наприклад: "*'Thou art mad to say so,' cried the Star-Child angrily. 'I am no son of thine, for thou art a beggar, and ugly, and in rags. Therefore get thee hence, and let me see thy foul face no more'*" [12: 76].

Відповідно до іншої точки зору, серед стратегій маніпулятивного впливу виокремлюють стратегію на підвищення, у межах якої виокремлюють тактики самопрезентації, відхилення критики; стратегію на пониження, що реалізується за допомогою тактик звинувачення, погрози, образи, викриття, погрози; стратегію театральності, що репрезентована тактиками прогнозування, розмежування, попередження, обіцянки [13]. Так, у текстах казок О. Уайльда знаходимо приклад репрезентації стратегії театральності, що реалізується за допомогою тактики розмежування: "*my love will dance to the sounds of the harp and the violin. She will dance so lightly... But with me she will not dance, for I have no red rose to give her*" [12: 40]; тактики

прогнозування: *"many people would think me extremely foolish for parting with it"* [12: 59]; тактики обіцянки: *"I will give you my wheelbarrow"* [12: 60]; тактики попередження: *"must be getting better"* [12: 32].

Для досягнення маніпулятивного ефекту повідомлення повинно добре засвоюватися, для чого його необхідно періодично повторювати. Але повторювати його в однаковій формі не виявляється раціональним, оскільки це викликає відчуття нав'язування. Щоб позбавитися відчуття нав'язування, потрібно створювати декілька варіацій повідомлення [14: 73-74]. У казковому дискурсі персонажі досить часто вдаються до повторень, що підсилює вплив, який можна схарактеризувати як маніпулятивний ефект, наприклад: *"She said that she would dance with me if I brought her red roses, cries the young Student", "if I bring her a red rose she will dance with me till dawn. If I bring her a red rose I shall hold her in my arms... But there is no red rose in my garden...she will pass me by", "But with me she will not dance, for I have no red rose to give her"* [12: 40]. У наведеному прикладі простежується маніпулятивний вплив, що спричинює використання стратегії театральності, яка реалізується за допомогою тактики розмежування.

Вплив на почуття адресата – один із прийомів маніпулювання, що послуговує реалізації різноманітних тактик маніпулятивної стратегії, що досить широко репрезентована у казковому дискурсі. Так, наприклад, для маніпулятивної стратегії казкового дискурсу характерною постає тактика апеляції до почуттів, що яскраво репрезентована у текстовому просторі казок. Апелювання до почуттів зумовлює емоційність ситуацій літературних казок. У процесі дослідження реалізації категорії емотивності в тексті літературної казки вченими виявлено, що емоційний стан персонажів, який зображується в літературній казці, виступає не як автономне явище, а виступає наслідком або причиною дій, що відбуваються в казці, або являються характеристикою персонажів [15: 350]. Так, наприклад: *"Far away... far away in a little street there is a poor house... I can see a woman seated at a table. Her face is thin and worn, and she has coarse, red hands... in a bed in the corner of the room her little boy is lying ill. He has a fever, and is asking for oranges. His mother has nothing to give him but river water, so he is crying"* [12: 30]. У даному прикладі реалізується тактика апеляції до почуттів маніпулятивної стратегії.

Можна припустити існування тактики квазіаргументації (псевдоаргументації) у межах маніпулятивної стратегії. Зазначена тактика використовує різноманітні типи ірраціональних аргументів, та може бути репрезентована таким прийомом, як "підштовхування до згоди", що вмщує в собі два взаємно виключні прийоми категоричності та зняття категоричності [16: 169-172]. Знаходимо у тексті казки О. Уайльда приклад такого прийому: *"... as I have given you my wheelbarrow, I don't think that it is much to ask you for a few flowers. I may be wrong, but I should have thought that friendship, true friendship, was quite free from selfishness of any kind"* [12: 60].

Для маніпулятивної стратегії казкового дискурсу виявляється характерною тактика гіперболізації [17] за допомогою актуалізації емоцій адресанта, наприклад: *"Nay," said the Star-Child, 'but thou art too foul to look at, and rather would I kiss the adder or the toad than thee.'" [12: 75].*

Висновки. У результаті проведеного дослідження доходимо висновку, що маніпулювання в текстовому просторі англomовної казки розглядають як вид психологічного впливу, що виражений вербально та, що здійснюється одним казковим персонажем на іншого. В англomовному казковому дискурсі репрезентовано широке коло тактик, що реалізуються у межах маніпулятивної стратегії.

Перспективи подальших розвідок. Убачаємо перспективним ґрунтовне дослідження механізмів маніпулювання у казковому дискурсі; детальне дослідження тактик, що реалізуються у межах стратегії маніпуляції у казковому дискурсі, що призведе до вибудови їх у цілісну систему; вивчення мовних засобів реалізації маніпулятивної стратегії у текстовому просторі казки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Беляева И. В. Феномен речевой манипуляции : лингвоюридический аспект : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 "Теория языка" / И. В. Беляева. – Ростов-на-Дону, 2009. – 27 с.
2. Кара-Мурза С. Г. Манипуляции сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – Киев : Орианы, 2000. – 490 с.
3. Баронин А. С. Этнопсихология : [учеб. пособ.] / А. С. Баронин. – К. : Изд-во МАУП, 2000. – 80 с.
4. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2000. – 448 с.
5. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. В. Дмитрук. – Київ, 2006. – 19 с.
6. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.02 "Російська мова" / В. В. Зірка. – Київ, 2005. – 35 с.
7. Доценко Е. Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : Изд-во МГУ, 1997. – 344 с.
8. Гуляйкина С. О. Вариативность / инвариантность в речевых манипуляциях персонажей сказок (на материале английского и русского языков) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 "Германские языки" / С. О. Гуляйкина. – Ульяновск, 2007. – 22 с.
9. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Дейк ван ; [пер. с англ. ; сост. В. В. Петров; под ред. Гарасимова]. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.

10. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий : Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – М. : Наука, 1993. – 171 с.
11. Иссерс О. С. Коммуникативный успех как прогнозируемая категория / О. С. Иссерс // Культурно-речевая ситуация в современной России. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. – 379 с.
12. Уайльд О. Сказки (на английском языке) / О. Уайльд. – М. : Прогресс, 1979. – 186 с.
13. Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. – М. : Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. – 256 с.
14. Нестерова О. Б. Реализация речевого воздействия в пропагандно-политическом рекламном ролике / О. Б. Нестерова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия "Лингвистика". – 2009. – № 2. – С. 72–78.
15. Филимонова О. Е. Эмоциология текста. Анализ репрезентации эмоций в английском тексте : [учебное пособие] / О. Е. Филимонова. – СПб. : "Книжный Дом", 2007. – 448 с.
16. Михальская А. К. Риторика и речевое поведение в массовой коммуникации / А. К. Михальская // Проблемы речевой коммуникации : [межвуз. сб. науч. тр.]. – Саратов : Изд. Сар. ун-та, 2003. – Вып. 3. – С. 167–185.
17. Паршина О. Н. Российская политическая речь : Теория и практика / О. Н. Паршина ; [под ред. О. Б. Сиротининой]. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.
18. Bayley P. Live oratory in the television age : The language of formal speeches / P. Bayley // G. Ragazzini, D.R.B.P. Miller eds. Campaign language : Language, image, myth in the U. S. presidential elections 1984. – Bologna : Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. – 428 p.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Beliaeva I. V. Fenomen rechevoi manipuliatsii : lingvouiuridicheskii aspekt [The Phenomenon of Verbal Manipulation : the Linguistic and Legal Aspect] : avtoref. dis. na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk : spets. 10.02.19 "Teoriia yazyka" / I. V. Beliaeva. – Rostov-na-Donu, 2009. – 27 s.
2. Kara-Murza S. G. Manipuliatsii soznaniem [Manipulation of Consciousness] / S. G. Kara-Murza. – Kiev : Oriiany, 2000. – 490 s.
3. Baronin A. S. Yetnopsikhologiiia [Ethnopsychology] : [ucheb. posob.] / A. S. Baronin. – K. : Izd-vo MAUP, 2000. – 80 s.
4. Zimbardo F. Sotsial'noe vliianie [Social Influence] / F. Zimbardo, M. Liaippe. – SPb. : Piter, 2000. – 448 s.
5. Dmitruk O. V. Manipuliatyvni strategii v suchasniy anglomovniy komunikatsii (na materialy tekstiv drukovanykh ta Internet-vydan' 2000-2005 rokiv) [Manipulation Strategies in the Contemporary English-Language Communication (Based on the Printed and Online Editions 2000-2005)] : avtoref. dis. na zdobuttia nauk. stepenia kand. filol. nauk : spets. 10.02.04 "Germans'ki movy" / O. V. Dmitruk. – Kiiv, 2006. – 19 s.
6. Zirka V. V. Movna paradygma manipuliativnoi gry v reklamakh [The Language Paradigm of the Manipulative Game in the Advertisement] : avtoref. dis. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra filol. nauk : spets. 10.02.02 "Rosii's'ka mova" / V. V. Zirka. – Kiiv, 2005. – 35 s.
7. Dotsenko E. L. Psikhologiiia manipuliatsii : fenomeny, mekhanizmy i zashchita [Psychology of Manipulation : Phenomena, Mechanisms and Protection] / E. L. Dotsenko. – M. : Izd-vo MGU, 1997. – 344 s.
8. Guliakina S. O. Variativnost' / invariantnost' v rechevykh manipuliatsiakh personazhei skazok (na materiale angliiskogo i russkogo yazykov) [Variance / Invariance in the Speech Manipulation of the Fairy Tales Characters (Based on the English and Russian Languages)] : avtoref. dis. na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk : spets. 10.02.04 "Germanskii yazyki" / S. O. Guliakina. – Ul'ianovsk, 2007. – 22 s.
9. Deik van T. A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiia [Language. Cognition. Communication] / T. A. van Deik ; [per. s angl. ; sost. V. V. Petrov ; pod red. Garasimova]. – M. : Progress, 1989. – 310 s.
10. Vinokur T. G. Govoriashchii i slushaiushii : Varianty rechevogo povedeniia [Speaker and Listener : Variations of Verbal Behaviour] / T. G. Vinokur. – M. : Nauka, 1993. – 171 s.
11. Issers O. S. Kommunikativnyi uspekhi kak prognoziruemaia kategoriia [The Communicative Success as the Predicted Category] / O. S. Issers // Kul'turno-rechevaia situatsiia v sovremennoi Rossii [Cultural-Speech Situation in Modern Russia]. – Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2000. – 379 s.
12. Wilde O. Skazki (na angliiskom yazyke) [Tales (in English)] / O. Wilde. – M. : Progress, 1979. – 186 s.
13. Mikhaliyova O. L. Politicheskii diskurs. Spetsifika manipuliativnogo vozdeistviia [The Political Discourse. Specification of Manipulative Influence] / O. L. Mikhaliyova. – M. : Knizhnyi dom "LIBROKOM", 2009. – 256 s.
14. Nesterova O. B. Realizatsiia rechevogo vozdeistviia v propagandno-politicheskom reklamnom rolake [The Implementation of Speech Influence in Propaganda and Political Television Commercial] / O. B. Nesterova // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya "Lingvistika" [Moscow State Regional University Journal. Series : "Linguistic"]. – 2009. – № 2. – S. 72–78.
15. Filimonova O. E. Emotsiologiiia teksta. Analiz reprezentatsii emotsii v angliiskom tekste [Text Emotionology. The Analysis of Emotion Representation in the English Text] : [uchebnoe posobie] / O. E. Filimonova. – SPb. : "Knizhnyi Dom", 2007. – 448 s.
16. Mikhalskaia A. K. Ritorika i rechevoe povedenie v massovoi komunikatsii [Rhetoric and Verbal Behaviour in the Mass Communication] / A. K. Mikhalskaia // Problemy rechevoi komunikatsii [Speech Communication Problems] : [mezhvuz. sb. nauch. tr.]. – Saratov : Izd. Sar. un-ta, 2003. – Vyp. 3. – S. 167–185.
17. Parshina O. N. Rossiiskaia politicheskaia rech' : Teoriia i praktika [The Russian Political Speech : Theory and Practice] / O. N. Parshina ; [pod red. O. B. Sirotninoin]. – M. : Izdatel'stvo LKI, 2007. – 232 s.
18. Bayley P. Live oratory in the television age : The language of formal speeches / P. Bayley // G. Ragazzini, D.R.B.P. Miller eds. Campaign language : Language, image, myth in the U. S. presidential elections 1984. – Bologna : Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, 1985. – 428 p.

Матеріал надійшов до редакції 05.03. 2012 р.

Пикалова А. А. Тактики манипулятивной стратегии в англоязычном сказочном дискурсе.

Статья посвящена анализу феномена манипуляции в англоязычном сказочном дискурсе. Манипуляцию в сказочном дискурсе рассматривают как один из видов психологического воздействия одного персонажа на другого, которое выражено вербально, что, в свою очередь, вызывает желание у объекта манипуляции что-либо выполнить в пользу субъекта манипуляции. Манипуляция совершается при помощи использования стратегий и тактик. Проанализированы разнообразные классификации стратегий манипулятивного воздействия. Выделены основные тактики манипулятивной стратегии в англоязычном сказочном дискурсе.

Pikalova A. A. The Tactics of Manipulative Strategy in the English Fairy Tale Discourse.

This article deals with the analysis of the manipulation phenomenon in the English fairy tale discourse. Manipulation is considered as the kind of psychological influence of one literary character on another in the fairy tale discourse. Manipulation causes the desire to do anything in favour of the subject of manipulation. Manipulation is accomplished by using the strategies and tactics. The different classifications of the manipulative influence strategy have been analyzed. The main tactics of manipulative strategy in the English fairy tales discourse have been distinguished in this article.