

DOI 10.31558/2519-2949.2022.3.12

УДК 004.032.6:001

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5502-8367>**Павлюх М. В., Національний університет «Львівська політехніка»**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9786-9102>**Телефус С. О., Національний університет «Львівська політехніка»**

### **АЛГОРИТМ НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ ПРОГНОЗУВАННІ НА ПРИКЛАДІ МОДЕЛІ МІЛТОНА**

*У науковій статті досліджено техніки та моделі нейролінгвістичного програмування. Особливу увагу зосереджено на популярній метамоделі Мілтона, яку часто застосовують у політичній сфері. Маніпулятивний характер сучасних технік НЛП-експертів під час передвиборних кампаній дедалі частіше свідчить про застосування метамodelей у політиці. Актуальність теми дослідження зумовлена великою потребою вивчення маніпулятивних технологій, які застосовуються під час виборних гонок, зокрема лінгвістичної системи маніпуляцій. Мета дослідження – вивчити основні техніки нейролінгвістичного програмування, які застосовуються у політиці. Завдання: проаналізувати лінгвістичні елементи метамodelей Мілтона на конкретних прикладах; з'ясувати теоретичний базис та основу метамodelей; вивчити стратегії та етапи моделі Мілтона. Методи дослідження: у роботі використаний комплекс методів, а саме: синтез та аналіз у з'ясуванні базової термінології, які застосовуються у сфері нейролінгвістичного програмування; компаративний аналіз у вивченні моделей НЛП; дискурс-аналіз у застосуванні моделі Мілтона на конкретних прикладах. Для досягнення поставлених цілей у роботі обрано дискурс-аналіз як основний метод дослідження. Додатково використовувалися загальнонаукові та спеціально-наукові методи, класифікація і групування, системно-структурний, герменевтичний, прогностичний. У наукових дослідженнях зроблена спроба дослідити, проаналізувати і структурувати техніки нейролінгвістичного програмування, а саме моделі Мілтона. У цій праці обґрунтовано теоретичну та практичну основи НЛП-технологій на прикладі використання у політиці. Практичне значення отриманих результатів праці полягає у тому, що вони будуть використані у науково-дослідницькій сфері для подальшого дослідження цієї тематики, а також застосовуватися для НЛП-аналізу інших політичних кампаній. У дослідженні подано основні стратегії навіювання, які застосовуються у моделі Мілтона, а також проаналізовані лінгвістичні техніки. Розглянуто на конкретних прикладах (промовах, гаслах політиків та політичних кампаній) прийоми і техніки лінгвістичних маніпуляцій. Вказано психологічні особливості моделі Мілтона та оберненої метамodelей. Вивчено основні етапи інверсії та шаблони непрямого виявлення. Стаття присвячена алгоритму лінгвістичної маніпуляції у політиці на прикладі моделі Мілтона. Розкрито поняття оберненої метамodelей Мілтона, її переваги та місце у політичній сфері, подано матеріал про основні підмножини інформації моделі Мілтона та їхні підкатегорії.*

**Ключові слова:** нейролінгвістичне програмування, політичне прогнозування, модель Мілтона, політична реклама, дискурс-аналіз, лінгвістична маніпуляція.

**Вступ.** У шаленому потоці інформаційного шуму заволодіти увагою аудиторії і вплинути на неї стає дедалі важче. Це стосується політичної сфери, де класичні форми політичної реклами застаріли, а виборці швидко визначають наявність маніпуляції і дискредитації.

**Постановка проблеми.** Важливою проблемою є масова аполітичність громадян, яких не цікавлять політичні процеси і вони обирають залишатися з нейтральною позицією. Для того, щоб уникнути таких ситуацій, політики, відпрацьовані раніше методи та форми агітації почали застосовувати у поєднанні з елементами нейролінгвістичного програмування. Тема є мало дослідженою, неописаною та неструктурованою, що призводить до відсутності механізмів протидії маніпуляції, як фактичної, так і юридичної. Це новітній прихований політичний механізм, який за допомогою психолінгвістичних технологій здатний змінювати думки аудиторії у такий спосіб, щоб вона не помітила цього. Сьогодні у більшості політичних реклам присутні ці техніки. І якщо колись це були несвідомі випадковості, то зараз окремі політичні сили наймають НЛП-експертів, щоб ті прописували їм «дієві» тексти для інтерв'ю, промов, політичних програм тощо. Саме тому важливо

детальніше приділити увагу дослідженню теми застосування технологій нейролінгвістичного програмування у політичній рекламі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У дослідженні використані наукові праці: Norman Fairclough «Critical Discourse Analysis», Milton H. Erickson and Ernest L. Rossi «Autohypnotic Experiences of Milton H. Erickson», Mind Tools Co., Ltd; Ковалевської Т. «Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування», «Базові ідеї нейролінгвістичного програмування: шляхи інтерпретацій»; Кутузи Н. «Гіпноіндуктори впливової формули позитивації у комерційному рекламному дискурсі», Бойко О. «Використання нейролінгвістичного програмування у політичній сфері», Мойсеєнко С. «Основні підходи та методи дослідження дискурсу», Мухіної В. «Сучасні лінгвістичні маніпулятивні засоби у політичному дискурсі», Петрик М. «Сутність нейролінгвістичного програмування й особливості його використання» тощо.

**Мета дослідження.** Мета наукової статті полягає у вивченні основних технік нейролінгвістичної маніпуляції у політиці.

**Завдання дослідження.** Відповідно до поставленої мети передбачається вирішення таких завдань: проаналізувати та виділити основні компоненти нейролінгвістичного програмування; прописати алгоритм нейролінгвістичної маніпуляції з переліком технік метамоделі Мілтона; провести порівняльний аналіз щодо особливостей застосування Мілтон-моделі у політиці.

**Виклад основного матеріалу та результати дослідження.** Модель Мілтона – це лінгвістично обернена метамодель [4, с. 10]. Вона полягає у тому, щоб комунікувати з людьми максимально загально, «розпливчасто» для того, щоб людина сама наповнювала той простір, який ви створюєте, тобто необхідно створити пастки для свідомості людей, словесну павутину, яка непомітно сковує свідомість людей і покладе шлях до несвідомого.

Якщо емпатична комунікація у мета-моделях скерована на розуміння між співрозмовниками, то у гіпнотичній комунікації Мілтона важливі тільки реакції, а зміст відходить на другий план. Щоб отримати прогнозовані реакції, створюються мовні пастки, щоб увести комунікатив у певний трансний стан – коли люди будуть «переживувати» сказане і отримувати доступ до несвідомих ресурсів, де не потрібно буде боротися із системою переконань людини.

Головною перевагою Мілтон-моделі як основи еріксонівського гіпнозу є відсутність безпосередніх директив і можливість навіювання у бажаному стані, що ґрунтується на людській здатності до одночасного здійснення когнітивних процесів на свідомому та несвідомому рівнях (Р. Бендлер, Д. Гриндер, М. Еріксон, Дж. Міллер, Д. Співак, Т. Чернігівська) [5, с. 234]. І загалом успішність такого впливу визначається використанням серії гіпнотичних індукцій, які переважують домінуючу півкулю й активують субдомінантне сприйняття за допомогою системних маркерів Мілтон-моделі. До мовних стандартів Мілтон-моделі, крім актуальних обернених репрезентантів метамоделі, (у межах процесів опущення, узагальнення та викривлення), належать прості, розвинені й опосередковані індукції [3, с. 8].

У політиці активно використовують засоби моделі Мілтона. Важливе завдання політики – популізм і бажання сподобатися усім. Тому часто використовується гра невизначених слів, щоб заплутати виборців. У її межах, беручи до уваги лексико-семантичні особливості, аксіологічні орієнтації тексту, наявність маркерів загальних моделей побудови гасел та Мілтон-моделі НЛП, А. Ковалевська виокремила два взаємопов'язаних базових параметри [3, с. 8]: «позиціонування адресата» (ставлення до отримувача рекламного повідомлення) та «позиціонування адресанта» (оцінювання відправником рекламного повідомлення самого себе). За першим параметром пропонуємо розрізняти дві групи гасел [3, с. 9]: «наївні» (п.\_) – у яких не подано аргументів для обґрунтування представленої інформації – лише суб'єктивні судження і твердження; «фактичні» (f.\_) – які апелюють до фактичного матеріалу для доведення представленої інформації.

За другим параметром виокремлюємо такі гасла: «егоцентричні» (\_e) – ті, у яких адресант повідомлення «описує» лише свої надбання й переваги, створюючи свій позитивний імідж; «критичні» (\_c) – ті, в яких адресант «розповідає» виключно про помилки й вади інших кандидатів, маючи на меті створити їхній негативний імідж.

Отже, при наборі параметрів «п.e» модель тексту подано так: «я хороший, тому що я хороший»; при наборі параметрів «f.e» – як: «я хороший, тому що зробив/роблю/зроблю.....»; при наборі параметрів «п.c» – як: «вони погані, тому що вони погані»; а при наборі параметрів «f.c» – як: «вони погані, тому, що (не) зробили/(не) роблять/(не) зроблять.....».

Для виявлення значення першого параметра набору (наївне або фактичне гасло, «п.\_» або «f.\_») до аналізованого гасла необхідно поставити питання «емоції чи факти?». За варіанту «емоції»

класифікації відповідає параметр «n.\_», за варіанту «факти» – «f.\_». Для виявлення значення другого параметра набору (егоїстичне або критичне гасло, «\_.e» або «\_.c») до проаналізованого гасла необхідно поставити питання: «про себе чи про інших?». За варіанта «про себе» класифікації відповідає параметр «\_.e», за варіанта «про інших» – «\_.c».

Так, при наборі параметрів «n.e» найбільш вживаними процесами Мілтон-моделі є опущення, представлене неспецифічною лексикою, й узагальнення, репрезентоване універсальними квантифікаторами. Загальна модель побудови гасла – комбінована. Особливістю є невикористання фактичної моделі. При наборі параметрів «f.e» найбільш вживаними процесами Мілтон-моделі є опущення, репрезентоване неспецифічною лексикою. Загальна модель побудови гасла – комбінована. Цікава відсутність використання мовних маркерів процесу узагальнення (на відміну від попереднього набору параметрів). При наборі параметрів «n.c» найбільш поширеним процесом є викривлення, представлене «читанням думок», а загальною моделлю – гештальт-модель. Необхідно відзначити відсутність маркерів процесу узагальнення і невикористання фактичної моделі побудови гасла. При наборі параметрів «f.c» здебільшого фіксують маркери процесу викривлення, реалізовані у комбінованій загальній моделі побудови гасла у політичній рекламі.

Основні закономірності лінгвістичної маніпуляції є частиною нашої щоденної мови. Та ефект буде діяти тільки з глибинним розумінням та поступовим застосуванням окремих мовних зразків. До прикладу, модель Мілтона можна розділити на такі підмножини інформації [1]: Інверсія в метамоделі, Припущення, Непрямі шаблони виявлення. Усі ці закономірності є частиною політичного піару. НЛП подає інструменти мовних зразків, які дозволяють нам їх ідентифікувати, і тому ми можемо розпізнавати та використовувати їх, щоб досягти бажаних результатів у політичних перегонах.

Першою особливістю моделі Мілтона є обернена метамодель. Метамодель – це НЛП-техніка, за допомогою якої можна краще зрозуміти подану інформацію, задаючи уточнюючі запитання [6]. Мілтон-модель є протилежністю, адже спрямована на узагальнення. Подана інформація завжди є «хитро розмитою», тобто нібито звучить дуже конкретно, але водночас ці пропозиції є загальними для аудиторії, щоб кожен міг знайти у своєму житті такий досвід. Для створення такого виду повідомлень необхідно пройти три етапи [1]:

*Збір інформації (видалення).* Збір інформації здійснюється за допомогою чотирьох частин [1]: номіналізації, використання інфінітивів, невизначеного довідкового індексу та видалення. *Номіналізація* – ефективний спосіб маніпулятивного спрямування, який дозволяє оратору використовувати розмиті висловлювання, тобто не ризикувати, сказавши, щось таке, що матиме протиріччя із внутрішніми переживаннями аудиторії. Прикладами таких понять є щастя, любов, успіх, контроль – кожен з них для окремих контекстів і людей може трактуватись по-своєму. Це створює ще більшу невизначеність і розмитість, що є плюсом для політиків.

*Використання інфінітивів* – ще один спосіб розмитості інформації. Застосовуючи неозначені форми дієслів, ми не описуємо їхнього відношення до особи, числа, часу й способу. Такі слова, як **рухатись, змінювати, виправляти, робити, переживати** є типовими прикладами, які часто використовують політичні діячі у своїх промовах. *Невизначений довідковий індекс*, або не уточнені іменники – це такі іменники/займенники, коли аудиторія не може визначити, про кого або про що конкретно говорять. «**Усім людям набридло**» – **яким людям?** «**Ці корупціонери набридли**» – **які, кому набридли?** «**Чому ми повинні терпіти це?**» – хто ми, що терпіти? І ще багато тисяч прикладів застосування технології не уточнених іменників.

*Семантична неправильність (спотворення).* Це другий етап застосування інверсії у метамоделі, коли надано інструкції, як потрібно заповнювати інформаційні пробіли у свідомості, що допоможе спрямувати думки аудиторії у вигідний напрям. Етап має три частини: причинне моделювання, читання думок та брак перформативності. *Моделювання причинного зв'язку* – проста техніка, яка допомагає аудиторії вимальовувати причинно-наслідкові зв'язки між тим, що відбувається і тим, що спікер хоче [1]. «**Якщо ми не оберемо справжнього лідера, який візьме корупціонерів у свої руки, то ви знаєте, чим це може закінчитися**», – нам необхідний цей лідер, щоб він узяв під контроль усіх корупціонерів, інакше ситуація буде тільки погіршуватися.

Для маніпулятора важливо викликати довіру в аудиторії як людини, яка буквально *читає думки* своїх слухачів. «**Я знаю, що ви втомилися від безладу в цій країні**», – а і справді втомилися, ось цей політик розуміє мене і мої думки. Найважливіше для політтехнологів – потрапити у ціль неочевидними висловлюваннями, щоб дати розуму слухачів довго «пожувати», зрозуміти, як вони так точно прочитали мої думки. *Брак перформативності* – висловлення оціночних суджень від третьої

особи [6]. У цьому випадку відсутня людина, яка проводить оцінку, все узагальнено і неперсоніфіковано. **«Буде реалізована ця реформа» замість «Я реалізую цю реформу»** – це знімає особисту відповідальність з людини, яка так висловилася.

*Межі моделі спікера (узагальнення).* Останній етап оберненої метамоделі, який є найменш значущим. Для узагальнення спікер використовує універсальні квантори та модальні оператори. *Універсальні квантори* – це такі слова, як: **«усі, кожен, завжди, ніхто»**, які вказують на надмірну генералізацію понять [6]. *Модальність* – властивість висловлювання, що визначає характер об'єктивних відношень між предметами та явищами, про які йдеться у висловлюванні; тип зв'язку між суб'єктом і предикатом у структурі висловлювання й уточнення його логічного статусу [6]. До таких слів належать: «необхідно», «можливо», «насправді», «випадково» та інші.

Залежно від того, яка модальність надає висловлюванню нового сенсу, розрізняють типи модальностей [2]: алетичні («необхідно», «можливо», «насправді», «випадково»); деонтичні («обов'язково», «дозволено», «заборонено»); епістемічні («знає», «вірує», «сумнівається», «відомо», «невідомо», «переконаний»); часові («було», «є», «буде»). Отже, використовуючи етапи збору інформації та семантичної неправильності, за допомогою застосування модальності та універсальних кванторів спікера було видалено та спотворено достатньо інформації, щоб заплутати і надавати власні пропозиції для заповнення думок. Це і є основною відмінністю Мілтон-моделі від інших метамоделей НЛП.

Для Мілтон-моделі одним із патернів спотворення є інструмент пресупозиції. *Пресупозиція* – це припущення чи розрахунок на те, що частина пропонованої інформації очевидна і/чи добре відома адресатові [6]. Пресупозиція протистоїть комунікативно релевантному змісту висловлювання і входить у семантику речення як «фонд спільних знань» співрозмовників, як попередня умова. Політики у конкурентних баталіях часто використовують цей інструмент, щоб знешкодити суперника. Задавши відкрите запитання **«Чому ви не можете подбати про громадян належно»**, комунікатор уже однією фразою впливає на формування думки аудиторії так, що інший кандидат не дбає про громадян.

У пресупозиції, окрім відкритих запитань, використовують заклики, такі як: «зрозумійте», «усвідомте», «оберіть». А також до мовних засобів пресупозиції належать фактивні предикативи, дієслова на позначення стану, повторення дії, суджень, умовні речення, темпоральні й означальні підрядні речення, запитання, чіткі описи, конструкції з наголошеними елементами. Комунікатор звертається до аудиторії так, нібито вона у курсі цієї інформації і володіє базою знань для обговорення. А насправді, це ще більше розмиває поняття і допомагає впливати на індивідів.

Підкатегорією пресупозиції є *припущення*. Це висловлювання, які містять певні прогнози щодо того, що буде відбуватися з комунікантами у майбутньому. Технологія побудови інструменту доволі проста: одна із частин фрази містить опис процесу, який справді відповідає дійсності, а друга частина описує бажані для маніпулятора психологічні зміни, які будуть відбуватися із слухачами. Для побудови припущень використовують такі звороти, як: «в той час, як», «поки», «коли», «водночас» тощо. **«Читаючи мою передвиборну програму, ви можете переконатися, що мої наміри серйозні і я допоможу змінити країну на краще»** – як приклад, вступу виборної програми кандидата – перша частина є фактом, бо ви справді зараз будете читати, а друга – припущенням, яке підсвідомо може вплинути на подальший вибір.

Для стилістичного та смислового доповнення припущень використовують наступні мовні засоби [1]: 1. *Підпорядковані засоби часу* – залежні речення, що використовуються для вказівки на певне припущення за допомогою зв'язок: «раніше», «після», «під час», «поки», «як тільки» тощо. Приклад: **«Ви готові жити у бідності, поки інші політики крадуть?»** 2. *Порядкові числівники* – допомагають розставити правильні акценти, показати послідовність, важливість та хронологію за допомогою зв'язок: «по-перше», «по-друге», «перший» тощо. 3. *Використання зв'язки «або»* – створює ілюзію вибору для адресатів, надаючи вибір А або Б. 5. *Принципи обізнаності* – роблять акцент аудиторії на тому, що важливо для усвідомлення з використанням таких слів, як: «проінформований», «усвідомлені», «зауважте», «ви помітили, як». Приклад: **«Ви помітили, як покращилась інфраструктура міста під час каденції цього мера»**. 6. *Прислівники та прикметники* – для підсилення ефекту припущення. 7. *Зміна дієслів та прислівників часу* – щоб передбачити подальшу поведінку аудиторії. Приклад: **«Ви можете продовжувати довіряти мені»**, – тобто це речення передбачає, що ви вже довіряєте.

У Мілтон-моделі непрямі шаблони допомагають пом'якшити спілкування. Їхнє використання призводить до бажаної реакції опосередковано. Ці гіпнотичні мовні зразки покладаються

на вербальну та невербальну мову, до прикладу на тембр голосу комуніканта. Шаблони непрямого виявлення поділяються на такі схеми [1]:

**Негативні команди.** Негативні команди є корисним способом приховати те, чого хоче комунікант. Аудиторія несвідомо буде ігнорувати негативну частину команди, тому, попросивши, наприклад, громадськість не думати про недоліки інших кандидатів. **Вбудовані запитання.** Це потужний спосіб приховано поставити запитання, отримати відповідь, і слухач не зрозуміє, що питання не задавали безпосередньо. В основі, цей прийом зводиться до того, що слухач або одержувач цього повідомлення не відмовляється від запитання, оскільки вони закладені у твердження про цікавість промовця. **Розмовні постулати.** Розмовний постулат – це питання, яке має дати відповідь або «так», або «ні», але, як правило, викликати іншу відповідь [6]. Перш ніж ви потрапите в область застосування цієї техніки, слід спочатку подумати про відповідь, яку комунікант хоче отримати.

**Вбудовані команди.** Існує припущення, що комунікант, використовуючи Мілтон-модель, насправді хоче, щоб клієнт підкорявся. Якщо використовувати вбудовані команди, важливо виділити команду (але неочевидно). Зазвичай, це робиться шляхом зниження голосу у правильній точці висловлювання, як це було б, якби ми давали пряму команду, або за допомогою аналогового маркування. **Аналогове маркування.** Аналогове маркування – це процес виділення команд у невербальності [1]. Це може бути трохи інший тон голосу, або певний жест чи погляд. Контроль голосу допомагає доносити повідомлення до аудиторії легше та плавно. Аналогове маркування означає, що виділяється директива певною невербальною аналоговою поведінкою.

Шаблони непрямого виявлення включають у себе НЛП-неоднозначності. Сюди входить фонологічна двозначність, синтаксична двозначність, двозначність сфери та пунктуаційна двозначність. Неоднозначності змушують мозок замислитись на мить, що відкриває шлях до підсвідомого. Розглянемо детальніше [2]: **Фонологічна неоднозначність** – це коли два слова звучать однаково, але мають різні значення. **Синтаксична двозначність** – використання неповних речень або незрозумілих словосполучень, що заважає одразу визначити синтаксичну функцію висловлювання із поданого контексту. **Неоднозначність сфери діяльності** – розмитий обсяг посилань. Наприклад, «У списку кандидатів високоосвічені чоловіки та жінки?», – питання полягає у тому, чи «високоосвічені» належить одразу до чоловіків та жінок, чи тільки до чоловіків. **Пунктуаційна неоднозначність** – це стосується неоднозначності розстановки пунктуаційних знаків та створення складнопідрядних конструкцій речень для заплутування слухачів. Неоднозначність або нечітке використання мови означає відсутність конкретності.

У кожній технології Мілтон-моделі можна пояснити її основу. У таблиці 1 подані види психотехнологій та їхнє пояснення як оберненої метамоделі.

Перевага використання неоднозначних слів НЛП полягає у тому, що мозок обчислює все, що можливо. Отже, обернена метамодель Мілтона є найбільш популярною серед технологій нейролінгвістичного програмування. Її основними підмножинами інформації є інверсія у метамоделі, що включає у собі видалення інформації, семантичне спотворення та межі моделі спікера; стратегії навіювання, а саме інструмент пресупозиції/припущення; непрямі шаблони виявлення разом з вбудованими запитаннями, розмовними постулатами, негативними командами та всім тим, що включає в себе неоднозначність.

**Висновки та перспективи подальших пошуків.** Базуючись на теоретичній, історичній та практичній складовій, виокремлено особливості НЛП – циклічне використання (індивід – група – маси), основний акцент на маси, деструктивно-маніпулятивний вплив на поведінку, низький моральний поріг, відсутність «екологічності» застосування, постійна зміна важелю гуманності та відсутність методів оцінки впливу на суспільні процеси. Надважливими ознаками НЛП є генералізація, розмитість інформації та спрощення.

Для розуміння структури застосування нейролінгвістичного програмування здійснена спроба прописати алгоритм лінгвістичної маніпуляції з переліком технік оберненої метамоделі Мілтона як найбільш поширеної технології НЛП. Враховуючи усі напрацювання, було виокремлено такі категорії як: інверсія у метамоделі, стратегії навіювання та непрямі шаблони виявлення. Для Мілтон-моделі необхідно враховувати стратегії навіювання, основною з яких є інструмент пресупозиції. Непрямі шаблони виявлення використовують для створення бажаної реакції опосередковано за допомогою вербальних та невербальних технік – вбудованих запитань, розмовних постулатів, негативних команд, аналогії маркування.

## Психотехнології Мілтон-моделі [7, с. 13]

<i>Семантичні психотехнології</i>	
<i>Референція (позначення учасників комунікації)</i>	Впровадження невизначеності, яке призводить до переоцінки об'єктів впливу небезпеки та авторитетності об'єкта
<i>Позначення наявних об'єктів</i>	Введення неоднозначності і багатозадачності в об'єкти, пред'являючи їм невластиві функції для передбачення наряду умовиводів в об'єктів впливу
<i>Позначення характеристик прагматичного контексту</i>	Невизначена подача контексту і штучне формування специфічної авторитарності
<i>Використання модальних семантичних операторів можливостей</i>	Використання операторів «можеш» і «повинен» без розшифрування причин і наслідків
<i>Знання фреймів, моделювання трюїзмів</i>	Використання трюїзмів у розмитій інформації, забезпечуючи можливість суб'єктивного створення образів.
<i>Рефреймінг (Переформування по контексту)</i>	Свідоме висловлювання подвійного змісту для створення в аналоговій формі програми бажаної дії у випадку
<i>Моделювання на рівні лексики</i>	Використання слів і виразів, які мають декілька значень
<i>Синтаксичні психотехнології</i>	
<i>Причинно-наслідкове моделювання</i>	Створення причинно-наслідкових зв'язків, не пов'язаних між собою понять
<i>Використання попередніх припущень</i>	Приписування у прихованій формі іншого внутрішнього стану чи дії, при позбавленні можливості обговорювати чи помічати невідповідність представленої інформації та реальності об'єктивного світу
<i>Зняття важливості значимого запитання</i>	Зміна смислового акценту з внутрішнього на зовнішній, незначне запитання
<i>Метафоризація</i>	Використання чужих слів для вираження своїх думок, щоб одночасно захиститись цитуванням, зняти відповідальність. Успіх належить тому, хто говорить, а можливі докори адресуються авторам
<i>Приховані команди</i>	В об'ємну комунікаційну конструкцію заховується програмна інструкція для підсвідомого впливу на поведінку людини. За допомогою цього можна викликати бажану відповідь на запитання, яке задано у непрямій формі
<i>Технології трансу</i>	
<i>Потрійна спіраль</i>	Розказують історію №1, посередині розповідь переривають і починають розказувати історію № 2, теж переривають посередині. Після цього повністю розказують історію № 3, а вже пізніше розказують повністю історії №1 та № 2. В результаті історії 1 і 2 повністю запам'ятовуються комунікатам, а історія № 3 забувається – в неї і закладена необхідна текстова маніпуляція.
<i>Історії, метафори, притчі</i>	Розповідаючи історію, політик не робить висновків сам, не пояснює сенс історії. Дає можливість зробити висновки аудиторії – тоді вони будуть вважати цей вибір самостійним. Основна ціль – закласти необхідний ефект в розповідь історії.
<i>Техніка розсіювання</i>	Постійне повторення, вставлення маніпулятивного тексту в нейтральні історії.
<i>«Якірна» техніка</i>	В термінах НЛП «якорями» є візуальні, аудіовізуальні та кінестетичні рефлексії.
<i>Рефреймінг наповнення</i>	Зміна емоційного ставлення до проблеми через зміну словесного пояснення цієї проблеми.

**Бібліографічний список:**

1. Neuro Linguistic Programming: Mind Tools Co., Ltd. [online]. Available at: <https://www.mindtools.co.th/>.
2. Карамишева, Н. В. Модальна логіка. [online]. Available at: <https://textbook.com.ua/logika/1473448800/s-21>.
3. Ковалевська, А. В. Метамодель лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.01 «українська мова». Одеса. 2011. С. 8.
4. Ковалевська, Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування: монографія. Одеса. 2011. С. 10.
5. Кутуза, Н. В. Гіпноіндуктори впливової формули позитивації у комерційному рекламному дискурсі: *Записки з українського мовознавства*. 2019. Вип. 26 (2). С. 234.
6. Модель языка или метамодель НЛП. 4BRAIN. [online]. Available at: <https://4brain.ru/nlp/model-jazyka.php>.
7. Шульц, В. Л. Информационные войны. *Научно-практический междисциплинарный журнал*. Москва. 2013. С. 13.

**References:**

1. Karamysheva, N. V. Modalna lohika. [Modal logic]. [online]. Available at: <https://textbook.com.ua/logika/1473448800/s-21>. (in Ukrainian)
2. Kovalevska, A. V. Metamodel linhvistychnoi suhestyvnosti politychnykh reklamnykh slohaniv: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. fil. nauk : spets. 10.02.01 «ukrainska mova». [Metamodel of linguistic suggestiveness of political advertising slogans: author's ref. dis. for science. degree of Cand. phil. Science: special. February 10, 2001 «Ukrainian language»]. Odessa. S. 8. (in Ukrainian)
3. Kovalevska, T. Yu. Komunikatyvni aspekty neirolinhvistychnoho prohramuvannia: monohrafiia. [Communicative aspects of neurolinguistic programming: a monograph]. Odessa. 2011. S. 10. (in Ukrainian)
4. Kutuza, N. V. Hipnoinduktory vplyvovoi formuly pozytyvatsii u komertsiiinomu reklamnomu dyskursi [Hypnoinducers of Influential Positivity Formula in Commercial Advertising Discourse: *Notes on Ukrainian Linguistics*]: *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva*. 2019. Vyp. 26 (2). S. 234.
5. Model yazyka ili metamodel NLP. 4BRAIN. [Language Model or NLP Metamodel]. [online]. Available at: <https://4brain.ru/nlp/model-jazyka.php>.
6. Neuro Linguistic Programming: Mind Tools Co., Ltd. [online]. Available at: <https://www.mindtools.co.th/>.
7. Shults, V. L. Informatsionnye voyny. [information wars. *Scientific and practical interdisciplinary journal*]. *Nauchno-prakticheskii mezhdistsiplinarnyy zhurnal*. Moskva. 2013. S. 13.

**Pavliukh M. V., Telefus S. O. Algorithm of neurolinguistic manipulation in political forecasting on the example of the Milton's model**

*The scientific article investigates techniques and models of neurolinguistic programming. Particular attention is paid to the Milton's popular metamodel, which is often used in politics. The manipulative nature of modern NLP expert techniques during election campaigns increasingly indicates the use of metamodels in politics. The relevance of the research topic is due to the great need to study the manipulative technologies used during election races, in particular the linguistic system of manipulation. The aim of the research is to study the basic techniques of neurolinguistic programming used in politics. Objectives: to analyze the linguistic elements of Milton's metamodel on specific examples; to find out the theoretical basis and the basis of the metamodel; explore the strategies and stages of Milton's model. Research methods: a set of methods is used in the work, namely: synthesis and analysis in clarifying the basic terminology used in the field of neurolinguistic programming; comparative analysis in the study of NLP models; discourse analysis in the application of Milton's model on specific examples. To achieve the goals in the work, discourse analysis is chosen as the main research method. Additionally, general scientific and special scientific methods, classification and grouping, system-structural, hermeneutic, prognostic were used. Research has attempted to investigate, analyze, and structure neurolinguistic programming techniques, namely Milton's models. This paper substantiates the theoretical and practical foundations of NLP technologies on the example of use in politics. The practical significance of the obtained results of the work is that they can be used in research for further research on this topic, as well as used for NLP analysis for other political campaigns. The study presents the main suggestion strategies used in Milton's model, as well as analyzed linguistic techniques. Techniques and techniques of linguistic manipulations are considered on concrete examples (speeches, slogans of politicians and political campaigns). The psychological features of Milton's model and inverse metamodel are indicated. The main stages of inversion and patterns of indirect detection are studied. The article is devoted to the algorithm of linguistic manipulation in politics on the example of Milton's model. The concept of Milton's inverse metamodel, its advantages and place in the political sphere are revealed, the material on the main subsets of information of Milton's model and their subcategories is presented.*

**Keywords:** neurolinguistic programming, Milton model, political advertising, discourse analysis, linguistic manipulation.