

Невельська-Гордєєва Олена Петрівна, кандидат філософських наук,
доцент, доцент кафедри філософії, Національний юридичний університет
імені Ярослава Мудрого, м. Харків, Україна
e-mail: neveelena@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-4183-6379

Собещанська Єлизавета Сергіївна, студентка факультету прокуратури,
Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого,
м. Харків, Україна
e-mail: lizasobeshanskaya@gmail.com

ЧОРНА РИТОРИКА В ЛОГІЧНОМУ КОНТЕКСТІ

Статтю присвячено дослідженню чорної риторики, що розглядається як застосування комплексу риторичних, діалектичних, полемічних та рабулістичних прийомів, що дозволяють направити бесіду в бажане русло. Запобіганням застосуванню чорної риторики виступає логічна несуперечність та логічна правильність, які досягаються поширенням логічних знань.

Ключові слова: чорна риторика, рабулістика, логіка, маніпуляція, маніпулятивна техніка, мислення.

Постановка проблеми. Логіка є наукою, що спрямована на пошук методів міркування, які здатні забезпечити розкриття істини. Твори Аристотеля поєднані в збірку, що отримала назву «Органон», тобто «Знаряддя пізнання», саме тому, що фундатор логіки досліджував методи пошуку істини й чітко визначав правильні та неправильні міркування. Останні розглядаються як помилкові, і логіка націлена на їхнє подолання.

Логіка тісно пов'язана як з міжособистісною, так й з публічною комунікацією, а комунікація сприяє забезпеченню однієї з базових потреб людини – потреби у спілкуванні та взаємодії з іншими людьми, що є найважливішим складником суспільства в цілому. Комунікація вимагає ефективних навичок спілкування, опануванню яких допомагає риторика [1, с. 7–8]. Вузьке визначення терміна «риторика»: правильна побудова мовного апарату, а саме правильна вимова звуків, чіткість тощо. Безумовно, побудувати ефективну співбесіду, якщо розмовляти неправильно чи незрозуміло, є неможливим. Проте більш доречно визначення «риторики» є таким: наука про якісне використання мовних засобів, фраз та слів з метою побудови ефективної комунікації.

Отже, риторика є мистецтвом спілкування; наукою про ефективне застосування мовних засобів під час публічного спілкування; сукупністю технічних прийомів, які безпосередньо дають змогу домогтися колегіального рішення на свою користь.

Ю. Ж. Шайгородський зауважує: кожна культура має своєрідний культурний «код», притаманну лише їй ціннісну систему [2, с. 41]. Комунікація, опосередковуючи всі види соціальної діяльності, тісно пов'язана з культурою. Е. Холл, один із фундаторів теорії міжкультурної комунікації, наполягав на положенні: культура – це комунікація, а комунікація – це культура [3].

Ще за часів античності Аристотель зазначав, що риторика є здатністю знаходити оптимальні способи переконання щодо кожного предмета [4]. Риторичні знання, які було сформовано ще за часів еллінської культури, набули статусу правил публічного спілкування та аргументування загалом. Трансформація риторичних мотивів, нехтування логічними правилами доведення – знак історично зумовленої зміни суспільної свідомості, а також зменшення ролі моральних принципів у всіх видах соціальних комунікацій [5]. Чорна риторика та чорний піар спираються на комунікативні властивості мови, її різнопланові та багатосторонні можливості. Чорна риторика, за визначенням К. Бредмаєра, – маніпулювання всіма необхідними риторичними, рабулістичними, діалектичними та еристичними прийомами з метою спрямування бесіди в потрібне русло та підведення опонента чи публіки до бажаного висновку та результату [6]. Чорну риторіку називають «домінантою переможця, убрану в слова», бо переконливість з'являється саме завдяки послідовному застосуванню всіх засобів та інструментів, які є доступними в мовній сфері [7, с. 39]. Для риторики ключовим є вербальне мислення, але увага приділяється й невербальним засобам впливу на аудиторію, хоча найважливішими, безумовно, виступають аргументи, спрямовані на переконання публіки. У цьому випадку кожна вимовлена фраза є мовним вчинком – проявом поведінки людини через мову, що відображає її внутрішні настанови та переконання [8, с. 153]. Мова як діяльність, мова як вчинок – ця ідея широко розвивалась у рамках методологічного руху та організаційно-діяльнісних ігор, які охопили вітчизняну інтелігенцію останньої чверті ХХ ст. [9, с. 87–100]. Зазначений підхід ґрунтується на таких положеннях: 1) вимоги, які знаходяться в мові, ініціюють дію, що є самою основною функцією мови [10, с. 15]; 2) мова забезпечує послідовне керування діями особи шляхом внесення оцінок та суджень через використання певної маніпуляції або ж ефективної мотивації; 3) мова може підмінити собою дію – далеко не завжди слово підтверджується справою; 4) мова сама є дією: всяка неправда, лжесвідчення, образливе висловлювання утворює ситуацію дії та ініціює дії у відповідь на ці слова.

Для розуміння технік і прийомів чорної риторики необхідно з'ясувати низку понять, а саме: 1) діалектика – здатність вибудовувати діалог, переконуючи партнера по дискусії у своїй правоті; мистецтво переконувати та водночас і готовність розв'язати проблему спілкуванням, де консенсус досягається саме шляхом взаємного пізнання; 2) еристика – методи ведення суперечки, техніки надання аргументації, які дозволяють здобути перемогу в суперечці; 3) рабулістика – як мистецтво надзвичайно витонченої аргументації, яке безпосередньо надає можливість висвітлити як предмет обговорення, так і послідовність чийось думок у вигідному світлі, що в реалії не відповідатиме дійсності [8, с. 155]; 4) пейрастика – як мистецтво випробування, мистецтво ведення бесіди без завдання отримати певні кінцеві результати; 5) софістика – як мистецтво вводити в оману [5, с. 72].

Перші згадки про риторичку з'явилися в Стародавньої Греції. Знання ще не було поділено на філософію та окремі спеціальні галузі, і філософи-софісти, які навчали техніки політичної та юридичної діяльності, розглядали цю техніку в поєднанні з філософським світоглядом. Риторика в повній мірі виступала як філософське знання, яке в той час здійснювало переорієнтацію своєї ж проблематики з дослідження субстанціальних природних основ на аналіз підґрунтя людського буття та його безпосередніх культурних засад. Класичну риторичку, що ґрунтується на принципах Аристотеля, недоцільно розглядати виключно як засіб естетичного та логічного переконання. Крім логосу, топосу і пафосу – основних понять риторичного мистецтва – її невіддільною частиною є етос. Аристотель вважав риторичку корисною дисципліною, оскільки її логічність і доцільність пов'язано з досягненням істини [4]. Корисність риторички як раціонального засобу полягає в її доброчесності: риторика вважається чесним засобом справедливого діяння. Правилком античної риторички загалом стало визнання узгодження «знарядь» риторика з принципом етичності. В античній риторичці було прийнято визнання відповідності «знарядь» риторика до етичних принципів. Для класичної риторички, етос визначав основоположну суспільну та особисту морально-етичну поведінку оратора, без якої промовець не зміг би переконувати та впливати на інших. Аристотель вважав, що промовець, звертаючися до розуму і почуттів людей, повинен сприйматися ними як моральна особа [4]. Слухачі складають уявлення про етос оратора саме завдяки його промові. Аби володіти мистецтвом переконання та вміти надавати корисні моральні поради, оратор має не тільки належним чином розумітися на предметі розмови, а ще і скласти про себе потрібне враження, для того щоб бути гідним довіри публіки, у тому числі й завдяки своїм красномовним вчинкам та доброчесності. Безперечно, ключовим у промові оратора є слухач, бо він певним чином обирає «переможця», і саме тому доречно застосувати прийоми, які краще впливають на аудиторію. Глибокою

вважається думка Аристотеля про те, що здатність переконувати безпосередньо залежить від уміння використовувати умовиводи, досліджувати характери, чесноти та пристрасті кожної особи [11, с. 165]. Таким чином, з точки зору логіки, риторика виступає як діалектика та аналітика, а з погляду естетичного та практичного – риторика вбирає в себе етику та психологію. До софістики своєю чергою вели недобрі наміри і зловживання логічними та мовними риторичними здібностями [5, с. 70].

Сучасна ситуація характеризується проявом низки технік чорної риторики, де, крім класичних методів, спостерігаються нові й найновітніші методи, що чекають на своє дослідження. З одного боку, чорна риторика не є забороненою риторикою, з іншого – там, де примус підпорядкування чужій волі виступає як замаскований та прихований, проявляється зневага та лицемірство. Останнє порушує питання про моральну сторону використання прийомів чорної риторики [10, с. 41].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Автор першого підручника з риторики Коракс стверджував: красномовство – це служниця переконання. Риторика – це мистецтво переконання, це мистецтво красиво говорити – вважали Цицерон і Квінтіліан [12, с. 97]. Риторика – мистецтво прикраси (тропи, риторичні фігури), це взаємозв'язок думки та слова [12, с. 97]. Отже, риторика – ораторське мистецтво, мистецтво прикрашати мовлення, мистецтво переконувати за допомогою слів. Аналіз визначень свідчить про те, що всі вони наголошують на сутності риторики як мистецтва. Але ж одночасно вона є наукою: завдяки риторичній оратор використовує правильні доводи та аргументи в суперечці, грамотно будує промову, успішно та ефективно здійснює необхідні домовленості. А якщо риторика є наукою, то вона повинна розробляти чесні прийоми переконання, взаємоповагу між учасниками мовного процесу, застосовувати логічні закони та правила у процесах міркування та переконання.

Н. Колотілова стверджує, що стрімкий розвиток логіки та риторики в минулому призвів до виникнення труднощів у сьогоденному їхньому тлумаченні, хоча спочатку вони мали спільний об'єкт – вербальне мислення, а згодом аргументацію як специфічний вид діяльності [13]. Наука логіка фокусувалась на безпосередній формі міркувань, у той час як риторика поєднувала міркування (логос) з етосом і пафосом. Н. Колотілова, на відміну від багатьох інших дослідників, визначає риторику як науку логічного циклу і вважає, що витлумачення логіки та риторики повинно здійснюватися не стільки через їхній предмет, скільки через їхнє призначення [13].

Як сукупність методів риторику можна застосовувати з різною метою: для суспільного прогресу або задля корисних егоїстичних підстав. Під чорною риторикою розуміється метод демагогії, при якому оратор вміло нав'язує опо-

нентові власну думку. Суть маніпуляції полягає в тому, що головною зброєю є саме звернення до підсвідомості співрозмовника, а не розумні доводи. Мистецтво переконання, уміння ненав'язливо підвести опонента до певного результату та маніпуляція і є основою чорної риторики. Бажання опанувати корисну техніку красномовства призводить до вивчення негласних правил та нюансів, які досить часто можуть суперечити законам та правилам логіки.

Сучасна ситуація відображає процес знецінення моральних принципів: більше шансів успішно володіти мистецтвом переконання мають не ті, хто дотримується принципів класичної риторики, таких як «не перебивай», «будь чемним», «поважай думку іншого», «будь уважним до слів співрозмовника» тощо, а ті, хто майстерно маніпулює всіма риторичними методами впливу на аудиторію чи особистість, вміючи швидко схилити до визнання їх сторони. Це проявляється в усіх сферах людського буття. У прагненні досягти успіху багато сучасних журналістів, менеджерів, експертів та блогерів постійно вдаються до «нових» (а насправді часто забутих старих) витончених інструментів впливу на публіку. Звичайне красномовство, за визначенням американського журналіста А. Бірсона, – це «мистецтво переконувати дурнів, що біле є біле» [7, с. 41]. Але навіть таке мистецтво переконання вже не є вирішальною силою досягнення успіху, бо маніпулятивні техніки чорної риторки виявляються більш ефективними.

Найбільш повно маніпулятивні інструменти чорної риторики зібрані К. Бредмасром. Науковець показав, що сила мовних засобів полягає саме в умінні дискутувати й аргументувати, пропагувати та акцентувати увагу таким чином, щоб оратор, завжди перемагав, незалежно від того, наскільки правдиві факти та логічно правильні міркування [6]. Для демонстрації власної переваги під час співбесіди можна користуватися різноманітними прийомами, здатними викликати у партнера певне невдоволення та навіть роздратування. К. Бредмаср зазначав, що всі комунікативні технічні прийоми самі по собі є нейтральними та вже залежно від мети, саме під час використання, вони можуть стати як чесними, так і нечесними, таким чином перетворюючись на білу чи чорну риторіку. Як будь-яка зброя може слугувати як силам добра, так і зла, як прогресу, так і регресу, так і риторика може слугувати як правді, так і кривді. Отже, впливати за допомогою слова можна, виходячи з різної мотивації. Таким чином, риторика виступає як гра; як особливий вид комунікативної гри. І тут ідеться не лише про традиційне протиставлення так званої «риторики відкритої руки», що характеризувала коректне, толерантне, конструктивне спілкування, та «риторики стиснутого кулака» – тобто чорної риторики, але й прояв усіх видів гри: play (гра за правилами, які легко змінюються учасниками), game (гра за правилами, що не змінюються), performance (гра собою, акторська гра) [9, с. 109; 14, с. 186]. Крім указаних видів, можна

побачити ще один вид гри, що випадає з наданої класифікації, але, безумовно, присутній на практиці – гру розуму, або ментальну гру [14, с. 187–188].

У результаті проведення ефективної гри на маніпулятивний вплив особа починає усвідомлювати нав'язані їй думки та погляди, як свої власні. Отже, особа стає частиною «психологічного натовпу». Риторика свій чорний бік показує там, де під маскою ділової й заснованої на фактах інформації апелюють до відчуттів; там, де за допомогою мовних засобів майстерно маніпулюють розумом. Тобто спостерігається повне відключення логічних засад.

Формулювання цілей. Мета роботи полягає у з'ясуванні сутності чорної риторики, у дослідженні відповідності методів чорної риторики до логічних правил, у висвітленні нових сучасних методів чорної риторики.

Виклад основного матеріалу. Безумовно, влучне і живе застосування мовних засобів – є ключем до комунікативного успіху. Сила мови може розглядатися не тільки як ясність простих розумових ходів, але і як витонченість тонких висновків, мета застосування яких, зрештою, одна: бути гранично переконливими. Важливим є чітке виділення в тексті або промові основних положень. Переконлива головна думка фокусує в собі сенс послання. Чітко сформульована основна теза – важливий момент доведення або спростування. Той, хто користується чорною риторикою, неодмінно вдається до порушення цих правил звичайної риторики. Маніпулятор будь-якими способами нав'язує співрозмовнику думку про те, що діалог ведеться з урахуванням інтересів обох сторін, стверджує, що застосовує принципи відкритості, партнерства та дружності. При цьому він послідовно усуває будь-яку ймовірність опору опонента. Оратор, який використовує чорну риторіку, постійно шукає нові шляхи й методи впливу, які можна застосувати, коли наявні методи будуть викриті та втратять свій ефект.

Маніпулятор має в арсеналі низку різних моделей побудови свого мовлення і відточених прийомів, за допомогою яких він веде діалог. Головне для нього – досягти поставленої ним самим мети, не зважаючи на загальноприйнятні та моральні норми ведення розмови.

Чорний оратор руйнує старі межі ведення розмови та створює свої, враховуючи надумані проблеми та нові логічні конструкції, не зважаючи на попередні. Він діє не тільки з конструктивними пропозиціями, але і з руйнівними запереченнями.

Уся чарівність та сила чорної риторики полягає у вмільому володінні словами, використанні всіх можливостей мови, а також у застосуванні технік, спрямованих на порушення звичайного ходу думок опонента. Класична фраза Катона: «Вважаю, що Карфаген повинен бути зруйнований», – свідчить про те, що задля того, щоб закріпити свою головну думку у свідомості співрозмовника, роблячи її найбільш привабливою та переконливою, необхідне

постійне повторення цієї головної думки. У низці випадків цей прийом застосовують батьки по відношенню до своїх дітей або один із подружжя по відношенню до подружжя.

Не претендуючи на створення класифікації, окреслимо типи технік чорної риторики:

1. Використання стереотипів та емоцій. У більшості випадків чорна риторика використовує логічні помилки, щоб переконати аудиторію у своїй правоті. Застосування скороченого силогізму – ентимеми, відтворення якого до повної форми свідчить про неспроможність цього умовиводу; використання розділово-категоричного силогізму, у якому не вичерпано всі можливі диз'юнкції; наведення розділово-категоричного силогізму, у якому першій засновок є слабкою диз'юнкцією замість суворої диз'юнкції; запропонування категоричного силогізму з порушенням правил; надання неправильного модулю умовно-категоричного силогізму. Просте цитування без доказів навіть авторитетних джерел може використовуватись для того, щоб переконати аудиторію у правильності думки авторитетної особи, хоча ця думка може бути необґрунтованою. Використання аргументів, які не мають наукової підтримки, також є прикладом логічної помилки.

Багато прийомів чорної риторики базуються на впливі на емоційний стан аудиторії та одночасно уникають логічних міркувань. Це може зробити аудиторію більш схильною до прийняття певних думок або переконань, незалежно від того, наскільки логічними вони є. Особливий вплив мають негативні емоції: нагнітання страху серед аудиторії приводить до підтримки будь-яких безрозсудних рішень. Наприклад, рекламодавці можуть використовувати почуття провини або страху, щоб змусити людей купувати якісь товари або послуги. Інший прийом пов'язано з намаганням переконати інших у тому, що певні погляди є правильними, тому що вони збігаються з моральними або релігійними нормами. Це дуже ефективно, оскільки багато людей спираються на непохитність моральних та (або) релігійних норм. Іншим прикладом логічної помилки, яку використовують у чорній риториці, є намагання переконати слухачів та читачів у тому, що наведений погляд є правильним, тому що він є популярним або масовим. Це також надзвичайно ефективно, оскільки багато людей вважають, що те, що популярне або масове, є беззаперечним. Таке керування поведінкою аудиторії легко впливає на думки та переконання людей. Отже, логічне підґрунтя чорної риторики полягає в тому, що вона використовує логічні помилки для того, щоб переконати людей у своїй правоті. Це може бути ефективно, але водночас дуже шкідливо, оскільки це може призвести до поширення неправдивої інформації та створення негативних стереотипів про інших людей або групи. Тому важливо бути обачними та критично оцінювати інформацію, яку ми отримуємо, та не піддаватися маніпуляції.

2. *Запитання як інструмент чорної риторики.* За допомогою альтернативних питань ритор спроможний поставити співрозмовника в ситуацію, де його вибір обмежений, але все ще добровільний, тобто з двох фактів, можливостей або аспектів пропонується вибір у формі «або-або»: респондентів просять обрати між двома або декількома предметами, об'єктами, речами (дихотомія, фальшива дилема або ж біфуркація – логічна помилка, суть якої в нав'язуванні вибору між двох альтернатив так, начебто вони вичерпують усі можливості) [15]. Позитивна мета таких питань – обмежити спектр можливих відповідей, щоб сфокусувати розмову на певному предметі. Негативна мета – сформулювати хибну альтернативу, щоб будь-яка відповідь співрозмовника надала розмові не вигідний для нього напрям. Негативні цілі закритих питань полягають у бажанні отримати потрібну відповідь або спонуканні співрозмовника до неправильних висновків. Щодо відкритих питань, то їх позитивна риса полягає в тому, що співрозмовник має можливість детально і ґрунтовно відповісти, не обмежуючись короткими «так» або «ні». Водночас цей вид питання стимулює мотивацію співрозмовника, його включеність у розмову, робить людину красномовнішою.

Відомим є прийом Сократа, що полягав у постановці послідовних питань, які підводили співрозмовника до важливого висновку, зробленого самостійно. Шлях пошуку істини через активну розумову діяльність під час діалогу надавав можливість особистості бути впевненим у результаті, як самостійно виведеному, а не нав'язаному зовні. Позитивні цілі сократівських питань – допомогти співрозмовнику, відповідаючи на запитання, дійти до розуміння істини, яку він раніше не міг досягнути, і сформулювати світогляд, що поєднує новий погляд на певні ідеї та речі, не суперечачи при цьому важливим для людини цінностям, нормам і уявленням про світ. Фахівці чорної риторики спроможні самотужки формулювати необ'єктивні альтернативи, вимушуючи аудиторію зробити потрібний їм вибір. «Імідж – ніщо, спрага – усе» – популярний рекламний слоган, який побудовано на цьому прийомі. «Ти – з нами, або – ти програєш»; «Ти – за цю пропозицію, або ти – ретроград»; «Ти погоджуєшся з запропонованою думкою, або ти противник прогресу» – це приклади нав'язаних альтернатив.

3. *Чорна риторика і чорний піар.* Для реалізації масштабних піарівських заходів важливі як психологічні властивості особистості, так і психологічні властивості самої PR-команди в цілому. Так, типаж «публічної особи» вже є сформованим. Таким чином ця особа здатна створювати етос як ефективний стан в отримувача інформації. Розвинена інтуїція, компетентність, іронічність, чарівність, уміння викликати зацікавленість до будь-якої теми, тактична гнучкість, вміння спиратися на зорові та слухові емоції, здобувати довіру пересічного мешканця та водночас задовольняти інтелектуала – це основа імі-

джу сучасної популярної особи, публічної людини. Однак поняття «публічна особа» не є тотожним поняттю «доброчесна особа», оскільки красномовство не є безумовним проявом моральності людини. Як антична риторика, так і академічна сучасна риторика, що базується саме на традиціях першої, завжди оцінюють образ риторів з огляду на етику та моральність [11; 13]. Цікаво, що антична риторична етика не застосовувала поняття «закулісна фігура» і не прогнозувала, як комунікативний ризик може приносити великі бонуси. Антична риторика вивчала досить різноманітні діалоги, включаючи конфронтаційний. Проте існувала одна обов'язкова умова: у комунікації, незалежно від ступеня розбіжностей, учасники мали уявну домовленість вислуховувати всіх. Діалектичний діалог будується на уважності до аргументів співрозмовника, оскільки єдність двох «Я» – мовця і слухача, який поставив запитання і відповідає на них, забезпечує пошук істини. Ритор, залучений до чорного піару, діє винятково монологічно, бо в нього зникає цікавість до поглядів іншої особи, тому й діалог переходить в еристичний. Еристичний діалог – є витонченим діалогом, який не прямує до пошуку істини, а організований на принципах, протилежних етиці суперечки [16, с. 16–30].

Метод «перекручення» правил риторичного діалогу в чорній риторичній діяльності проявляється в небажанні слухати та чути співрозмовника, у нав'язуванні йому свого ритму та форми спілкування, у постійному припущенні недовіри до опонуючої особи, у небажанні знаходити спільний компроміс у думках обох сторін.

Вольф Шнайдер описує сутність процесів, які трансформують риторичну діяльність в чорну риторичну: «...техніка зваби – головними користувачами якої сьогодні є реклама й пропаганда – спочатку звалась риторикою, винайденою греками. Найголосніше вона звучала саме на римських та афінських форумах, пізніше – у французьких національних зборах, у британській палаті громад та берлінському Палаці спорту. Водночас той факт, що мистецтво говорити є мистецтвом вмовляти, не тільки не заперечували, але й підносили як щось таке, що повинно розумітися саме собою, у будь-який час..., єдине, що потрібно було від оратора, – слугувати справедливості. Таким чином, після молитви й наказу риторика становить третю більшу сферу мови, що не інформує, а утворює прірву, яка породжує страх» [8, с. 142].

Сьогодні теорія комунікацій пропонує принципи чорної риторичної діяльності, що розроблені саме для ефективних PR-кампаній. Такі принципи знаходимо в книзі «Чорна риторика» Карстена Бредмаєра, де вони сформульовані найбільш повно [6]. Автор показує чорну риторичну діяльність як віртуозне вміння застосовувати риторичні методи для маніпулювання особистістю та аудиторією. Серед методів: застосування аргументів, що нічого не значать, які за певних обставин набувають вирішальної ролі; вводити суперечності там, де їх немає; усувати

суперечності через проведення «червоної лінії» в розмові; переведення негативної думки співрозмовника в позитивну, негативного мислення в конструктивне; створювати або усувати пастки; конфронтаційність переводити в креативність. Карстен Бредмаєр переконує читачів, що чорна риторика виступає способом інформаційно-психологічного впливу на аудиторію, яким володіє кожна публічна особа, незалежно від того, як часто остання застосовує цей вплив [6].

4. *Чорна риторика і ток-шоу.* Жанр ток-шоу виникає на американському телебаченні з 60-х рр. ХХ ст. Поки ток-шоу не мали певних сценічних меж, у них було присутнє суспільне і духовне напруження, відбувалися серйозні відкриття, як творчі, так і психологічні, і соціальні [17]. Для сучасного ток-шоу характерне поєднання прийомів журналістики та сценічних прийомів. Кожен учасник ток-шоу, незалежно від його службових обов'язків та функцій у програмі, також є персонажем із визначеною авторами роллю. Структура такого жанру проста та ефективна – ведучий, герої, глядачі, питання та відповіді. Хитрість же сучасного ток-шоу полягає в тому, що насправді глядачам певним чином нав'язують яку-небудь суворо обмежену у своїх параметрах позицію за допомогою начебто вільної дискусії. Істотними є і зовнішні обставини: певне місце, циклічність – чітке дотримання цих моментів розраховано саме на досягнення глядачем підсвідомого стану «очікування зустрічі». Досить цікавим також є те, що вигляд, форма, якість та логіка послідовності поставлених питань додають інтриги та динаміки розвитку відповідної сюжетної лінії такої програми. Основні питання ставить ведучий, а відповідати на них можуть різні категорії учасників ток-шоу (експерти, герої, глядачі тощо). Залежно від завдань на різних етапах програми, ведучий використовує різні типи питань. Сьогодні ток-шоу займають досить високу сходинку в рейтингах передач, тому їхні автори зацікавлені у збереженні аудиторії. Для досягнення своєї мети автори досить часто застосовують методи маніпулятивного впливу на телеглядачів, що і є чорною риторикою. Типи впливу, виділені при вивченні телевізійної комунікації: вторгнення, відхід, саморозкриття, залучення. Вторгнення – це тип активного впливу, який не передбачає готовності глядача до сприйняття інформації. Відхід – це тип впливу, який характеризують взаємною відчуженістю між аудиторією та комунікатором, тобто глядач не намагається зрозуміти автора передачі, а автор не намагається проникнути в душу глядача. Саморозкриття – це тип впливу, який характеризують активним самовираженням комунікатора, чия позиція адресується глядачу. Залучення – передбачає єдність комунікатора і глядача, їхню співучасть, спільне переживання події. До речі, відповідні типи впливу можна виявити при розгляді будь-яких форм масово-комунікативного впливу [17].

Спілкування – це такий діалог, який обом сторонам надає однаково значущі позиції. Прагнучи створити акт комунікації, подібний до міжособистісного спілкування, комунікатор намагається залучити учасника до створення якихось нових значень, одночасно загублюючи старі. Таке залучення учасника ток-шоу є самим ефективним впливом, адже видимість діалогу та уявної близькості комунікатора настановам та проблемам аудиторії може досить ефективно усунути психологічний бар'єр опору, який виникає в особі при відчутті примусу. Важливими є психологічні властивості комунікатора для налагоджування привабливого контакту з аудиторією: творчі здібності, імідж, поведінка, артистизм. Головне завдання ток-шоу полягає в перетворенні буденної теми у цікаву виставу, яка містить елементи інтриги, певну скандальність, явну провокаційність, тобто робить її неординарною, захопливою. Основний принцип ток-шоу – це створення реальності тієї ситуації, яка відбувається на екрані телевізора. Прийоми чорної риторики: добір аргументів, псевдопояснення, альтернативний вибір. Методи: «сценарій – проблема – рішення», «антирекламна реклама», «порівняння», «закріплення позитивного образу», «закріплення авторитетної думки», «зіставлення думок експертів», «причинно-наслідковий аналіз подій» [17]. Для того щоб в аудиторії не з'являлося відчуття односторонності впливу, сучасні ТВ-програми практикують використання способів «зворотного зв'язку» в досить різноманітних формах – це можуть бути дзвінки в студію під час прямого ефіру, допомога аудиторії, вибір одного варіанта з декількох відповідей на поставлене запитання по телефону тощо. Телевізійні ток-шоу можуть слугувати взірцем маніпулятивного впливу, бо вони створюють альтернативну реальність.

5. *Чорна риторика та мовні травми.* Аналіз сучасної комунікації свідчить про існування процесів спотворення мовних повідомлень як у традиційних документальних, так і в мережевих каналах мовної комунікації [18, с. 68–69]. Інформація в соціальній комунікації впливає як на стабільність суспільства, так і на психіку та свідомість людей [19], що призводить до особистісних травм, які проявляються також у мовних травмах. Термін «травма» застосовується для дослідження будь-якої форми фруструючого та хворобливого досвіду. Дискурс травми проявляється через презентацію мовцем певної травматичної події та її оцінки. Як показує дослідження Л. В. Гармаш та Л. Туса Ілеа [20, с. 190], маніпуляції провокують появу мовних травм, які проявляються насамперед через табування лексики, що безпосередньо стосується сучасної ситуації військового конфлікту, заміни низки термінів ефемізмами, які покликані завуалювати, пом'якшити, нівелювати та, врешті-решт, деформувати реальність. Дослідниці показали, що описані мовні травми впливають на змінення самоідентифікації особистості [20].

Мовна травма є складною та багаторівневою проблемою, що досить тісно пов'язана з особистісною самоідентифікацією, засобами маніпуляції свідомістю суспільства, лінгвістичними інструментами політичного впливу та психологічною агресією.

Усі вказані прийоми «чорної риторики» активно залучаються і в сучасній ситуації; водночас спостерігаються найновітніші методи, що ґрунтуються на застосуванні психологічних впливів на масову аудиторію через інтернет-групи, інтернет-комунікацію. Групова комунікація в інтернет-просторі, як пасивна (читання, отримання інформації), так і активна (надання інформації, участь у коментарях, в обговоренні) створює певну психологічну спрямованість особистості як реципієнта маніпулятивного впливу.

Людина, з одного боку, націлена бути як усі, а з іншого – вона повинна відрізнятись від багатьох інших, бути найпрогресивнішою, найсучаснішою тощо. Це веде до поступової зміни особистості. Наприклад, активне розповсюдження інтернет-мемів приводить до створення нової, а в низці випадків – альтернативної, реальності. Інтернет-меми – це інформація у вигляді короткого тексту, картинки, фотографії або «фотожаби», яку користувачі поширюють між собою через мережу. Зазвичай це робиться для розваги, але таким же чином може поширюватися й інша інформація, включаючи інформацію провокаційного або агітаційного характеру. Знайомство з мемами на дозвіллі створює нову реальність, у якій усі люди ненавидять свою роботу (наприклад, «Заведу kota, назву його Температурою та на телефонний дзвінок начальника: «Чому не прийшла на роботу?», відповідь: «Я лежу з температурою»), усі люди мають коханців або коханок, і при цьому ними незадоволені (наприклад: «– Я покидаю тебе. – Яка приємна новина. – Другого такого не знайдеш. – Одна новина приємніша за іншу»; «– Коханий, я в тебе одна? – Безумовно! Але, ви що змовилися сьогодні?»), усі обожають котів (наприклад, «Без kota життя погане, а без двох котів хата зовсім пуста»; «– Мій будинок у котичному стилі. – Може у готичному? – Ні, у котичному: збираємо шерсть з меблів»), кожен мріє випити алкоголю (наприклад: «– Як життя? – Все добре, я живу припиваючи. – Приспівуючи? – Ні.») й кожен незадоволений своїм життям на всі 100 відсотків (наприклад: «– Мама, якою ти була, коли зустріла тата? – П'яною»). Водночас життя втрачає серйозність, перетворюється на жартівливу реальність, наслідки цього процесу чекають філософського аналізу.

Іншим сучасним методом маніпулювання виступає модель чотирьох каналів (чотирьох вух), запропонована німецьким психологом Фрідеманом Шульцем фон Туном, яка розкриває різну мету комунікацій [18]. Науковець розділяє спілкування на чотири рівні сприйняття комунікативного повідомлення: по-перше, це факти; по-друге, спонукання до певної дії або, навпаки, відмови від дії; по-третє, розкриття різних нюансів міжособистісних відносин;

по-четверте, одкровення. Наприклад, ситуація: чоловік за кермом, жінка сидить поруч. Жінка каже: «Попереду з правого боку чоловік». Це факт. Таким повідомленням жінка спонукає до дії: «Гальмуй!». Відношення до водія: «Ти неухажливий». Одкровення: «Ти неспроможний самостійно це зробити». Застосування цього методу приводить до того, що отримане повідомлення викликає в адресата умотивованість робити певні речі, думати, відчувати. Як правило, така спроба вплинути на співрозмовника є прихованою.

Висновок. Сучасні методи чорної риторики активно застосовують багатосторонні можливості впливу через інтернет-простір, створення альтернативної реальності, віртуозну маніпулятивну гру через психологічні властивості. Шляхи подолання маніпулятивного впливу чорної риторики полягають у засвоєнні логічного знання, яке дозволяє розпізнавати помилки міркування та ефективно використовувати аргументацію. Методи критичного мислення [21], інструментарій сучасного логічного знання [22] сприяють активному протистоянню чорній риторичі. Чорна риторика може бути корисним інструментом для досягнення певної мети, але важливо залишатися уважним та критичним до прийомів, що використовуються.

Застосування логічних правил та законів може допомогти розпізнати та відхилити маніпулятивні техніки чорної риторики:

1. Необхідно аналізувати логіку комунікації та психологію спілкування.
2. Аргументативні техніки акцентують увагу на логіці, а не на емоціях. Зняття емоцій допомагає подолати маніпулятивні впливи, бо чорна риторика використовує саме стереотипи та емоції, щоб впливати на аудиторію. Застосування фактів та доказів може допомогти підтвердити свої думки та переконання.
3. Чорна риторика будується на логічних помилках, тому розуміння логічних законів та правил дозволяє уникнути маніпулятивних впливів.
4. Використання логічних аргументів є найкращим способом захистити свої думки та відштовхнути маніпулятивні техніки. Правильно побудоване доведення або спростування є гарантом уникнення маніпуляцій.
5. Вивчення маніпулятивних технік чорної риторики дозволяє розпізнати їх використання та зрозуміти, як на них відповідати.
6. Вміння ставити запитання сприяє тому, що опонент вимушений зробити свої аргументи більш зрозумілими. Питання можуть також допомогти розібратися в тому, що саме використовується для маніпулювання.
7. Застосування критичного мислення. Необхідно критично оцінювати аргументи, які висуваються опонентом.

Розуміння та вивчення маніпулятивних технік чорної риторики допоможе розпізнавати їхнє використання та знаходити шляхи знешкодження маніпулятивного впливу. Критичне мислення, використання фактів, застосування

логіки доведення і спростування забезпечують захист особистих думок та переконань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Getman A., Danilyan O., Dzeban A., Kalinovskyy Y., Hetman Y. Information security in modern society: Sociocultural aspects. *Amazonia Investiga*. 2020. Vol. 9, Núm. 25. P. 6–14. URL: <https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/download/1021/946> (дата звернення: 21.10.2024).
2. Шайгородський Ю. Ж. Ціннісний конструкт міжкультурної комунікації. *Український соціум*. 2002. №1. С. 41–48. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-1-1-2002/cinnisnij-konstrukt-mizhkulturnoi-komunikacii/> (дата звернення: 21.10.2024).
3. Traeger G. L., Hall, E. Culture and Communication: A Model and an Analysis. *Explorations. Studies in Culture and Communication*. N. Y., 1954. Issue 3. P. 137–149. URL: https://beckassets.blob.core.windows.net/product/readingsample/10879297/9783825237394_excerpt_001.pdf (дата звернення: 21.10.2024).
4. Aristotle Rhetoric Written 350 B. C. E. URL: <http://classics.mit.edu/Aristotle/rhetoric.1.i.html> (дата звернення: 21.01.2023).
5. Невельська-Гордєєва О., Корнева К. Софізми в аргументації: логічний аналіз. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2023. №2 (57). С. 68–81. DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.56.274318>.
6. Бредмайер К. Черная риторика: власть и магия слова. Киев : Альпина Паблшер, 2018. 192 с.
7. Грищенко Н. В. «Домінанта переможця»: чорна риторика в сучасному комунікативному просторі. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави* : тези доп. VI Міжнар. наук. -практ. конф. (м. Харків, 1 груд. 2017 р.) / МВС України, Харк. нац. ун-т внутр. справ. Харків : ХНУВС, 2017. С. 38–41. URL: <file:///C:/Users/Admin/Documents/5I440uctWFJQfdoYPqRCEaANmerKWA5x.pdf>.
8. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева та ін. ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. Київ : ВППОЛ, 2011. 248 с. URL: https://dut.edu.ua/uploads/l_1353_77641912.pdf (дата звернення: 27.06.2023).
9. Grigorishin S. Philosophical quest of georgy Šchedrovickij and methodological school. *Ideology and politics journal*. 2022. №1 (20). С. 44–142. DOI: <https://doi.org/10.36169/2227-6068.2022.01.00002> (дата звернення: 21.10.2024).
10. Середа Н. В., Квасник О. В. Основи ораторської майстерності : навч. посіб. Харків : НТУ «ХП», 2019. 304 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/9f156b39-e7dd-462b-8db1-7b4ac7ac4956/content> (дата звернення: 27.06.2023).

11. Шоріна Т. Г. Класична та «чорна» риторика: мовно-комунікативні та філософські трансформації принципів. *Вісник НАУ*. Серія: Філософія. Культурологія. 2019. № 1 (29). С. 163–170. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.29.14082> (дата звернення: 21.10.2024).
12. Тягнирядно Є. В. До питання про сутність поняття риторики. *Наука і освіта* : наук.-практ. журн. 2005. № 1/2. С. 96–97. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4402/1/30.pdf> (дата звернення: 27.06.2023).
13. Колотилова Н. Логіка і риторика – ретроспектива взаємозв'язку : монографія. Київ : ЦУЛ, 2019. 272 с.
14. Nevelska-Hordieieva O., Melikhova Y., Sliusarenko T. Playing Essence of Human Thinking: Philosophical and Cultural Aspects. *Revista de Filosofia*. 2022. Vol. 39, Iss. 100. P. 183–194. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5979900> (дата звернення: 21.10.2024).
15. Dunayevska Y., Sushko S. The dichotomy of the 'manipulative versus counter – manipulative impact': does it exist in the english – written mass media texts on climate change? *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Журналістські науки». 2018. Вип. 896. № 2. С. 161–170. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.161>.
16. Хоменко І. В. Еристика: мистецтво полеміки : навч. посіб. Київ : Юрінком Інтер, 2001. 192 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Khomenko_Iryna/Erystyka.pdf (дата звернення: 16.10.2024).
17. Paz Perez Elisa Gender representation and television talk show: An analysis of prime time and late-night shows in Europe and the United States. Doctorate programs Universitat Autònoma de Barcelona. Programa de Doctorat en Comunicació Audiovisual i Publicitat. Barcelona : Universitat Autònoma de Barcelona, 2020, 402 p. URL: <https://www.tdx.cat/handle/10803/670726#page=6> (дата звернення: 29.06.2023).
18. Риторика: теоретичні та практичні аспекти комунікації : монографія / ред. кол.: проф. В. М. Вандишев, проф. Я. З. Ліханський, проф. О. С. Переломова ; відп. ред. проф. В. М. Вандишев. Суми : СумДУ, 2015. 112 с. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/3043/1/%D0%92%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%88%D0%B5%D0%B2%20%D0%92.%20%D0%9C.%20%D0%A0%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B8%20%D1%96%20%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%83.pdf> (дата звернення: 28.06.2023).
19. Данильян О., Дзьобань О. Інформаційна війна у медіапросторі сучасного суспільства. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2022. № 3 (54). С. 11–29. DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.54.265589> (дата звернення: 27.05.2023).
20. Гармаш Л. В., Туса Ілеа Л. Мовна травма в сучасному українському дискурсі: досвід війни. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Літературознавство*. 2022. Т. 2, № 100. С. 183–196. DOI: <https://doi.org/10.34142/2312-1076.2022.2.100.13>.

21. Тягло О. В. Досвід засвоєння критичного мислення в українській вищій школі. *Філософія освіти*. 2017. №2 (21). С. 240–257. URL: https://www.researchgate.net/publication/324840890_Dosvid_zasvoenna_kriticnogo_mislenna_v_ukrainskij_visij-skoli (дата звернення: 21.01.2023).
22. Хоменко І. Неформальна логіка та аргументативне міркування. *Філософська думка*. 2016. №3. С. 34–46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Philos_2016_3_6 (дата звернення: 21.10.2024).

REFERENCES

1. Getman, A., Danilyan, O., Dzeban, A., Kalynovskyi, Y., Hetman, Y. (2020). Information security in modern society: Sociocultural aspects. *Amazonia Investiga, issue 9(25)*, 6–14. URL: <https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/download/1021/946>
2. Shayhorods'kyu, Yu.Zh. (2002). Tsinnisnyy konstrukt mizhkul'turnoyi komunikatsiyi. *Ukrayins'kyu sotsium – Ukrainian Society, issue 1(1)*, 41–48. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-1-1-2002/cinnisnij-konstrukt-mizhkulturnoi-komunikacii/> [in Ukrainian].
3. Traeger, G.L. & Hall, E. (1954). Culture and Communication: A Model and an Analysis. *Explorations. Studies in Culture and Communication*. N. Y., issue 3, 137–149. URL: https://beckassets.blob.core.windows.net/product/readingsample/10879297/9783825237394_excerpt_001.pdf
4. Aristotle (2012). Rhetoric Written 350 B. C. E. URL: <http://classics.mit.edu/Aristotle/rhetoric.1.i.html>.
5. Nevel's'ka-Hordyeyeva, O., Korniyeva, K. (2023). Sofizmy v arhumentatsiyi: lohichnyy analiz. *Visnyk NYUU imeni Yaroslava Mudroho. Seriya: Filosoftiya, filosofiya prava, politolohiya, sotsiolohiya – Bulletin of the Yaroslav Mudryi National Law University. Series: philosophy, philosophy of law, political science, sociology, issue 2(57)*, 68–81. doi: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.56.274318> [in Ukrainian].
6. Bredmayyera, K. (2018). Chornaya ritorika: vlast' i magiya slova. Kyiv: Al'pina Publisher [in Ukrainian].
7. Hryshchenko, N.V. (2017). «Dominanta peremozhystya»: chorna rytoryka v suchasnomu komunikatyvnomu prostori. *Suchasni problemy pravovoho, ekonomichnoho ta sotsial'noho rozvytku derzhavy : tezy dop. VI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kharkiv, 1 hrud. 2017)*. MVS Ukrainy, Khark. nats. un-t vnutr. sprav. Kharkiv: KHNUVS, 38–41. URL: <file:///C:/Users/Admin/Documents/5I440uctWFJQfdoYPqRCEaANmerKWA5x.pdf> [in Ukrainian].
8. Suhestivni tekhnolohiyi manipulyativnoho vplivu: navch. posib. (2011). V.M. Petryk, M.M. Prysyzhnyuk, L.F. Kompantseva, Ye.D. Skulysh et al; za zah. red. E.D. Skulysh (ed.). 2-he vyd. Kyiv: VIPOL. URL: https://dut.edu.ua/uploads/l_1353_77641912.pdf [in Ukrainian].
9. Grigorishin, S. (2022). Philosophical quest of georgy Šchedrovickij and methodological school. *Ideology and politics journal, issue 1(20)*, 44–142. DOI: <https://doi.org/10.36169/2227-6068.2022.01.00002>

10. Sereda, N.V., Kvasnyk, O.V. (2019). Osnovy orators'koyi maysternosti: navchal'nyy posibnyk. Kharkiv: NTU «KHPI». URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/9f156b39-e7dd-462b-8db1-7b4ac7ac4956/content> [in Ukrainian].
11. Shorina, T.H. (2019). Klasychna ta «chorna» rytoryka: movno-komunikatyvni ta filosofski transformatsiyi pryntsyviv. *Visnyk NAU. Seriya: Filosofiya. Kul'turolohiya – Bulletin of NAU. Series: Philosophy. Culturology, issue 1(29), 163–170*. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.29.14082> [in Ukrainian].
12. Tyahnyryadno, YE.V. (2005). Do pytannya pro sutnist' ponyattya rytoryky. *Nauka i osvita: nauk.-prakt. Zhurnal – Peer-reviewed academic journal «Science and Education», issue 1–2, 96–97*. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4402/1/30.pdf> [in Ukrainian].
13. Kolotilova, N. (2019). Lohika i rytoryka – retrospektyva vzayemozv'yazku: monohrafiya. Kyiv: Tsentri navchal'noyi literatury [in Ukrainian].
14. Nevelska-Hordieieva, O., Melikhova, Y., Sliusarenko, T. (2022). Playing Essence of Human Thinking: Philosophical and Cultural Aspects. *Revista de Filosofia, issue 39(100), 183–194*. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5979900>
15. Dunayevska, Yuliana, Sushko, Serhii (2018). The dichotomy of the 'manipulative versus counter – manipulative impact': does it exist in the english – written mass media texts on climate change? *Bulletin of Lviv Polytechnic National University series: «Journalistic sciences», issue 896(2), 161–170*. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.161>
16. Khomenko, I.V. (2001). Istoriya: mistetstvo polemiki: Navch. posib. Kyiv: Yurinkom Inter. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Khomenko_Iryna/Erystyka.pdf [in Ukrainian].
17. Paz Perez, Elisa (2020). Gender representation and television talk show: An analysis of prime time and late-night shows in Europe and the United States. Doctorate programs Universitat Autònoma de Barcelona. Programa de Doctorat en Comunicació Audiovisual i Publicitat. Barselona: Universitat Autònoma de Barselona. URL: <https://www.tdx.cat/handle/10803/670726#page=6>
18. Rytoryka: teoretychni ta praktychni aspekty komunikatsiyi: *monohrafiya* (2015). red. kol.: prof. V.M. Vandyshev, prof. YAZ. Likhans'kyi, prof. O.S. Perelomova; vidp. red. prof. V.M. Vandyshev. Sumy: SumDU. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/3043/1/%D0%92%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%88%D0%B5%D0%B2%20%D0%92.%20%D0%9C.%20%D0%A0%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B8%20%D1%96%20%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%83.pdf> [in Ukrainian].
19. Danyl'yan, O., Dz'oban', O. (2022). Informatsiyina viyna u mediaprostori suchasnoho suspil'stva. *Visnyk NYUU imeni Yaroslava Mudroho. Seriya: Filosofiya, filosofiya prava, politolohiya, sotsiolohiya – Bulletin of the Yaroslav Mudryi National Law University. Series: philosophy, philosophy of law, political science, sociology, issue 3(54), 11–29*. DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.54.265589> [in Ukrainian].
20. Harmash, L.V., Tusa Ilea L. (2022). Movna travma v suchasnomu ukrayins'komu dyskursi: dosvid vyiny. *Naukovi zapysky Kharkivs'koho natsional'noho pedahohichnoho*

universytetu imeni HS Skovorody. *Literaturoznavstvo – Scientific notes of Kharkiv National Pedagogical University named after GS Skovoroda. Literary studies, issue 2(100), 183–196.* doi: DOI 10.34142/2312-1076.2022.2.100.13 [in Ukrainian].

21. Tiaglo, O.V. (2017). Dosvid zasvoyennya krytychnoho myslennya v ukrayins'kiy vyshchiy shkoli. *Filosoftya osvity – Philosophy of Education, issue 2(21), 240–257.* URL: <https://www.researchgate.net/publication/324840890> [in Ukrainian].
22. Khomenko, I. (2016). Neformal'na lohika ta argumentatyvne mirkuvannya. *Filosoofs'ka dumka – Philosophical thought, issue 3, 34–46.* URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Philos_2016_3_6 [in Ukrainian].

Nevelska-Hordieieva Olena Petrivna, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Philosophy Department, Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv, Ukraine

Sobieshchanska Yelyzaveta Serhiivna, student of the faculty of prosecutor's office, Yaroslav Mudryi National Law University, Kharkiv, Ukraine

BLACK RHETORIC IN A LOGICAL CONTEXT

The article is devoted to the study of black rhetoric, which is considered as the application of a complex of rhetorical, dialectical, polemical and rabble-rousing techniques that allow you to direct the conversation in the desired direction. The prevention of the use of black rhetoric is logical consistency and logical correctness, which are achieved by the spread of logical knowledge.

Keywords: *black rhetoric, rabulistics, logic, manipulation, manipulative technique, thinking.*

