

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАНІПУЛЯТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті окреслено проблему формування маніпулятивної стратегії в політичному дискурсі України. Основну увагу зосереджено на аналізі мовних тактик, які впливають на переконливість, створюють умови для активного використання маніпулятивної стратегії в межах політичного мовлення.

Ключові слова: маніпулятивна стратегія, політична комунікація, мовні тактики, український політичний дискурс.

Постановка проблеми. Політичну комунікацію вирізняє низка характерних ознак, серед яких особливе місце посідає цілеспрямований маніпулятивний вплив на суспільну свідомість задля формування поведінки реципієнта.

На сьогодні політичний дискурс і політична мова розвиваються стрімко, щороку з'являються не лише нові лексеми, вислови, але й розробляються нові стратегії подання цих лексичних одиниць, використання їх у створенні того чи іншого образу [6, 87]. Прагнення політичних діячів впливати на адресата, бажання переконати у прийнятті їхньої політичної позиції створюють умови для широкого використання маніпулятивної стратегії, дослідження якої видається актуальним, оскільки в сучасній українській лінгвістиці здебільшого аналізують мовлення конкретних особистостей або ж специфіку функціонування маніпулятивної стратегії в іноземних політичних дискурсах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняне мовознавство зосереджує увагу на аналізі різноманітних аспектів маніпуляції. Мовна маніпуляція (маніпулювання) – різновид маніпулятивного впливу, здійснюваного шляхом майстерного використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на когнітивну і поведінкову діяльність адресата [5, 25].

Українські лінгвісти досліджують функціонування цього явища в різних дискурсах: мас-медійному [4], рекламному [7], політичному [1; 2; 3; 8; 10; 11], в умовах білінгвізму [9] тощо. Серед актуальних проблем постають питання диференціації дискурсивних стратегій і тактик мовленнєвого впливу, а також висвітлення специфіки їхньої структури й функціонування. Актуальність дослідження окреслено потребою аналізу вербальної об'єктивації маніпулятивної стратегії, що сприяє втіленню певної комунікативної інтенції.

Метою розвідки є опис і систематизація мовних характеристик маніпулятивної стратегії впливу на адресата в межах сучасного українського політичного дискурсу, що передбачає розв'язання таких **завдань**: 1) з'ясувати особливості функціонування мовних тактик у межах маніпулятивної стратегії в українському політичному мовленні; 2) окреслити їхні основні властивості.

Виклад основного матеріалу. З розвитком антропоцентричної парадигми в мовознавстві з'явилася можливість лінгвістичного аналізу явища маніпуляції. Детальний аналіз формування маніпулятивної стратегії в межах українського політичного дискурсу визначив певні особливості реалізації комунікативних тактик:

1. Орієнтація на національну самоідентифікацію. Досить часто мовлення українських політичних діячів тяжіє до використання патріотичних закликів, спирається на символи національної свідомості. Аналіз публічних виступів досліджуваних політиків дає змогу виявити в них наявність таких стрижневих понять, як *український народ, вільна нація, боротьба, перемога*, напр.: *Ми переконані в тому, що народ перемогти неможливо, але й ошчасливити народ без участі самого народу теж неможливо, тому ми щиро розраховуємо на вашу підтримку, без вас ми ніщо, з вами – ми сила, тому разом переможемо* (Д. Ярош); *Нехай з небес підтримують нас в нашій боротьбі ... за Україну, яка буде вільною, за Україну, яка зможе гордитися тим, що ми українці є нацією, нацією, яка може боронити свою землю* (О. Тягнибок); *Ви робите справжню політику, якщо ви виходите на вулиці, якщо ви боретесь за свої права, якщо Україна для вас не порожній звук. І маючи такий народ, ми переможемо!* (А. Ілленко).

У поданих реченневих ілюстраціях порушено проблему національної ідентичності, що слугує засобом залучення уваги широкого загалу. Українську політичну комунікацію розглядають як більш особистісну й індивідуально орієнтовану. Варто констатувати також, що українські політики усвідомлюють небезпеку втрати державності й територіальної цілісності за умови відриву політичного дискурсу від національної ідентичності. Ось чому представники українського політикуму звертають особливу увагу на питання національної самоідентифікації.

У зазначених виступах оратори використовують фрази, за допомогою яких відповідальність за рішення покладають на українську громадськість: *«без вас ми ніщо, з вами – ми сила»*; *«ми українці є нацією ... яка може боронити свою землю»*; *«ви боретесь за свої права, якщо Україна для вас не порожній звук»*. Викликаючи почуття національної ідентичності, політики сприяють створенню відповідного настрою для заручення підтримкою громадськості.

2. Апелювання до страху. Використання прийому звернення до почуття страху є ще однією особливістю українського політичного дискурсу. Цей прийом полягає у виробленні певної потенційної загрози для громадськості, відвернення якої залежить від її вибору. Проте насправді ці рішення є вибором політика, а не громадськості. Пор.: *Ну яке пережавантаження влади, якщо знову прийде до влади Азаров і його син, прийде Янукович або його син, ще й будуть*

триматися за депутатську недоторканість, прийде, наприклад, той же Пшонка з сином разом ... або якщо, не дай Боже, в Парламент зайдуть відкриті терористи... І ми власне на всіх переговорах між фракціями домовлялися: спочатку голосуємо урядовий блок... (С. Соболев). Як бачимо, політик натякає на те, що змін не відбулося і лише завдяки підтримці їхньої політичної сили загрозу буде подолано.

Аналогічно використано згаданий прийом і у висловленні П. Порошенка: *...зараз не йдеться лише про зміну влади, зараз йдеться про те, що треба боронити нашу державу, треба боронити її суверенітет, треба боронити право українського народу приймати і визначати власну долю* (П. Порошенко). У такий спосіб забезпечують ілюктивну силу виступу й народну підтримку. Основним наміром використання цієї тактики є формування й посилення негативного ставлення аудиторії до тогочасних провладних політичних сил.

3. Оперування фактами. Це один з найбільш поширених методів в українському політичному дискурсі, що полягає в переліку досягнень або вчинків окремих осіб. Візьмемо, наприклад, таке твердження, зроблене С. Соболевим на Громадському ТБ: *Не так давно, в 2012 році, напередодні парламентських виборів, ви не забули, що було за 10 днів до виборів? Коли раптом намалювали соціологи, при чому 4 дуже поважні соціологічні компанії рейтинг партії «Удар» 27 %, а партії «Батьківщина» – 13, а от коли скрили урни для голосувань, рівно через 10 днів, то виявилось все навпаки: партія «Батьківщина» майже 27 %, а партія «Удар» – ледь 13.* Такий прийом може використовуватися для побудови справедливого, збалансованого аргументу, проте, на жаль, його використовують здебільшого для відведення уваги адресата від основного питання.

Фактологічну точність повідомлюваної інформації досить часто підсилює активне вживання складених числівників та наявність відсоткових значень: *Нормальний борг, от подивіться, будь ласка, він складав, коли я, наприклад, здавала уряд в інші руки, він складав в 2009 році 34,8 %, ну вважаємо 35 % валового внутрішнього продукту. Сьогодні він складає 91 % валового внутрішнього продукту ... граничний рівень – 60 %... Борг в 1 трильйон 804 мільярда – це означає, що кожен з вас ... мусить віддати 44,500 гривень, кожен з вас заборгував* (Ю. Тимошенко).

У такий спосіб політики спрямовують зусилля на вираження достовірності інформації. Проте, зазвичай, неможливо простежити, як проводився розрахунок таких досягнень. Політик роз'яснює, що її уряд функціонував краще за теперішній, при цьому нехтуючи можливістю поінформувати громадськість про те, що тодішні економічні «успіхи» теж були граничною межею функціонування.

4. Логічні помилки. Для того щоб підштовхнути громадськість до певних висновків, сучасні політичні діячі також використовують тактику вживання «логічних помилок», або необґрунтованої екстраполяції. У такому разі адресант робить вельми ефектні віщування про майбутнє, засновані лише на кількох дрібних фактах. Наприклад, у своєму виступі Ю. Тимошенко говорить про зниження комунальних тарифів завдяки зниженню рентної плати на газ: *І крім*

того, нами внесений законопроект, який прямо призведе до зниження тарифів на тепло, на гарячу воду і ціну на газ – це закон про скасування або зниження рентної плати на газ власного видобутку. На нашу думку, така вимога є занадто простою, зігнорована потреба перегляду принципів відносин у структурі влади, приділено мало уваги економічним, політичним чинникам та реаліям. Варто зазначити, що цією тактикою часто послуговуються в українському політичному дискурсі для отримання суспільної підтримки, не беручи до уваги те, що такі прогнози повинні використовуватися з обережністю.

5. Навмисне ухилення. Один із найпоширеніших методів, що полягає в ігноруванні будь-яких позитивних характеристик політичних опонентів і зосередженні на їхніх негативних рисах та недоліках, одночасно заперечуючи існування будь-яких негативних аспектів діяльності власної політичної сили. Наприклад, А. Яценюк у своєму виступі на ток-шоу «Шустер-live» стверджує, що провина за нинішню економічну і політичну ситуацію лежить лише на плечах попереднього уряду, тоді як покращення становища і поповнення бюджету можна пояснити винятково старанням його уряду: *Тоді, коли 7 місяців тому ми прийшли разом в уряд... на казначействі був нуль, одні борги були, кредитів десятки мільярдів, які ми маєм до сьогоднішнього дня ... на вулицях тоді були озброєні, дуже багато озброєних людей, влади ніякої, ситуація була надскладна ... Ми крок за кроком почали робити те, що необхідне для країни ... Коли 20 з гаком років нічого не робилося, то приходиться час, коли треба робити і за це треба платити.* Політик концентрує увагу на позитивних моментах економічних досягнень свого уряду, ігноруючи негативний вплив світової економічної ситуації на національну економіку.

А. Садовий також повною мірою використовує політичні можливості цього прийому: *Потім, коли прийшов Янукович, знов почали всіх викидати по принципу «угоден» / «не угоден». Ми бачили дуже багато політиків за 24 роки, як вони красиво починали і чим вони закінчили, тому ми дуже обережні, коли мова йде про персоналії і про людей ... Для нас амбіція № 1 – це об'єднати Блок Порошенка і «Народний Фронт», от ми для цього покладемо все, що маємо, всі наші амбіції. Ми все віддамо, тільки щоб бути разом.* Політик наголошує на непрофесійності попередніх урядів, одночасно вказуючи на можливість створення міцної коаліції завдяки зусиллям політичної партії «Об'єднання «Самопоміч».

6. Звернення до емоцій адресата. У прагненні звернутися до глядацької аудиторії парламентарі досить часто покладаються на емоційність свого виступу. Емоції слугують своєрідними інвестиціями, завдяки яким оратори очікують отримати щедрий прибуток. Названа тактика полягає в застосуванні приглушеної чи занадто голосної інтонації, вживанні коротких питальних речень, а також використанні надмірної жестикуляції. Виступи політиків під час Євромайдану рясніють прикладами цього прийому. Зокрема, в багатьох випадках бачимо підвищену інтонацію в ключових моментах виступів й енергійну жестикуляцію руками: *Закони, які були ганебно прийняті не руками, а копитами*

у Верховній Раді України ганебною провладною більшістю, вони повинні бути скасовані і ми з цієї дороги ні при яких обставинах не сходим. Закони в парламенті у вівторок повинні бути скасовані. Так? (А. Яценюк). Темп останнього речення (повільний, з наголосом на кожному ключовому слові), а також вживання запитання до аудиторії призводить до схвальної реакції аудиторії.

Емоційна агітація найбільш сприяє пропаганді, тому що апелювання до будь-якої емоції соціуму перетворюється в їхню вмילו зманіпульовану діяльність. Поданий нижче уривок промови О. Ляшка ще емоційніше розкриває головну інтенцію: *Повставайте, народ, приїжджайте сюди в Київ, подивіться, що тут відбувається. Революційний Київ сказав: банді Партії Регіонів – кінець! Януковичу – кінець! Так чи ні?* Використання епіфори *кінець* у поєднанні з емоційним запитанням *Так чи ні?* посилює резонанс. Як бачимо, завдяки активній жестикуляції та високій інтонації автору вдається привернути увагу аудиторії, отримати позитивну відповідь і підтримку.

7. Інклюзивність. Ця тактика полягає в зверненні до певної спільноти, пов'язаної громадською, релігійною, професійною чи іншою діяльністю. Звертаючись до шахтарів чи фермерів, освітян або медичних працівників, політичні діячі покладаються на певні забобони й упередження, переконання та ідеали, загальні для групи: *Сьогодні, ви знаєте, що перекривають дороги аграрії, що перекривають, вже практично, дороги науковці, сьогодні шахтарі виходять і заявляють, що їх позбавили права на життя, освіта і охорона здоров'я в регіонах сьогодні має фінансування на 6, максимум на 7 місяців цього року. Все інше не профінансовано. Хаос в країні. І тому сьогодні наша команда підняла питання про негайну відставку уряду в повному складі, тому що на кону стоїть, практично, життя країни* (Ю. Тимошенко). Цей фрагмент виразно ілюструє прийом переконання аудиторії в тому, що вони самі та їхні ідеї «з народу». Основна функція такого включення – заручитися підтримкою членів цих груп, асимілюючись до своєї цільової аудиторії. Пор.: *Давайте окремо поплескаєм фанатам «Шахтаря» в Донецьку, фанатам «Металіста» в Харкові, фанатам «Чорноморця» в Одесі, фанатам «Дніпра» в Дніпропетровську і також всім іншим, які сказали: «Ми разом з українським народом, ми разом з Євромай-даном!»*. *Перемога буде за нами!* (П. Порошенко).

З поданого фрагменту бачимо, що політик звертає увагу на діяльність футбольних уболівальників із різних міст України, хвалить їх за внесок у процес державного будівництва. У такий спосіб він демонструє єднання з міркуваннями кожної соціальної спільноти в країні для успішного досягнення «перемоги».

8. Дискурсивна когерентність. Часто у мовленні політиків використовуються декілька методів для зображення різних тематичних частин тексту, причинних зв'язків, підтримки безперервності виступу, визначення стосунків між суб'єктами дискурсу. Оскільки такі виступи розробляють спеціально для передвиборчих зустрічей, їхній стиль досить вишуканий, добре структурований і характеризується високим рівнем когерентності. Більшість мовців володіють термінологією не лише політичною, а й економічною, соціальною тощо. Мов-

лення В. Гройсмана є яскравим прикладом такого вживання: *Нам потрібно змінити закон про державну службу, оскільки сьогодні прийти нормальним людям працювати у владу майже неможливо ... Безперечно, потрібно сьогодні побороти корупцію, і створення Антикорупційного бюро є дуже важливим. Чиновники мають не тільки декларувати свої доходи, але й видатки. Вони повинні бути абсолютно в цьому контексті прозорі.* Як засвідчує фрагмент промови, політик указує на те, що зміна закону про державну службу та створення Антикорупційного бюро – одні з найважливіших питань на виборах. Це слугує підготовкою аудиторії до осмислення цього питання і дає змогу впливати на їхні погляди, а також на проблеми оподаткування. У наступних реченнях В. Гройсман малює яскраву картину покращення ситуації в разі створення таких умов, намагаючись у такий спосіб генерувати позитивну підтримку населення.

Висновки. Зорієнтовані на різні верстви українського суспільства, політики використовують різний діапазон мовних стратегій і тактик для досягнення своїх політичних цілей. Вони грамотно використовують такі методи риторики, як ухилення, емоційність, апелювання до страху, національної свідомості. Нерідко звертаються до інклюзивності, використання логічних помилок, фактів. Перспектива подальших досліджень полягає в зіставному аналізі механізмів мовного впливу на матеріалі мовлення політичних діячів України.

Література

1. Зайцева М. О. Засоби маніпулятивного впливу в сучасному політичному дискурсі (лінгвістичний аспект) / М. О. Зайцева // Лінгвістичні дослідження. – 2012. – № 34. – С. 101–104.
2. Ільницька Л. Л. Особливості використання сугестивних та маніпулятивних технологій у сучасному англomовному політичному дискурсі / Л. Л. Ільницька // Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи. – К. : Логос, 2010. – С. 115–125.
3. Ковальова Т. П. Комунікативні стратегії і тактики впливу в німецькому політичному дискурсі (на матеріалі слоганів політичної реклами) / Т. П. Ковальова // Мовні і концептуальні картини світу. – 2013. – № 43 (2). – С. 197–204.
4. Козак С. В. Комунікативні стратегії як засіб маніпулятивного впливу в англomовних прес-релізах / С. В. Козак // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна. – 2012. – № 23. – С. 68–70.
5. Копнина Г. А. Речевое манипулирование : [учеб. пособие] / Г. А. Копнина. – М. : Флинта : Наука, 2014. – 176 с.
6. Корнійчук Ю. Р. Маніпулятивний вплив у політичному англomовному дискурсі / Ю. Р. Корнійчук // Студентські наукові записки. Серія «Філологічна». – 2009. – № 2. – С. 83–87.
7. Кутуза Н. В. Риторичні засоби у рекламному тексті як маніпулятивні прийоми / Н. В. Кутуза // Діалог. Медіа-студії : [зб. наук. праць]. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2005. – № 3. – С. 136–143.
8. Маріна О. В. Мовленнева маніпуляція в американському політичному дискурсі / О. В. Маріна // Лінгвістичні дослідження. – 2014. – № 38. – С. 116–120.

9. Руда О. Г. Вибір мови як маніпулятивна стратегія / О. Г. Руда // Мова, культура і соціум в гуманітарній парадигмі // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. – 2009. – № 20. – С. 553–556.

10. Рудик І. М. Маніпуляції в українському політичному дискурсі : «газова війна», «інформаційна війна» і «російсько-грузинський конфлікт» / І. М. Рудик // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2009. – № 58. – С. 82–86.

References

1. Zaitseva M. O. Zasoby manipulyativnoho vplyvu v suchasnomu politychnomu dyskursi (linhivistychnyi aspekt) / M. O. Zaitseva // Linhvistychni doslidzhennia. – 2012. – № 34. – S. 101–104.

2. Ilnytska L. L. Osoblyvosti vykorystannia suhestyvnykh ta manipulyativnykh tekhnolohii u suchasnomu anhlo-movnomu politychnomu dyskursi / L. L. Ilnytska // Linhvistyka XXI stolittia : novi doslidzhennia i perspektyvy. – K. : Lohos, 2010. – S. 115–125.

3. Kovalova T. P. Komunikatyvni stratehii i taktyky vplyvu v nimetskomu politychnomu dyskursi (na materialy slohaniv politychnoi reklamy) / T. P. Kovalova // Movni i kontseptualni kartyny svitu. – 2013. – № 43 (2). – S. 197–204.

4. Kozak S. V. Komunikatyvni stratehii yak zasib manipulyativnoho vplyvu v anhlo-movnykh pres-relizakh / S. V. Kozak // Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Serii : Filolohichna. – 2012. – № 23. – S. 68–70.

5. Kopnyna H. A. Rechevoe manupulyrovanye : uchebnoe posobyе / H. A. Kopnyna. – M. : Flynta : Nauka, 2014. – 176 s.

6. Korniiichuk Yu. R. Manipulyativnyi vplyv u politychnomu anhlo-movnomu dyskursi / Yu. R. Korniiichuk // Studentski naukovi zapysky. Serii «Filolohichna». – 2009. – № 2. – S. 83–87.

7. Kutuza N. V. Rytorychni zasoby u reklamnomu teksti yak manipulyativni pryio-my / N. V. Kutuza // Dialoh. Media-studii : zbirnyk naukovykh prats. – Odesa : ORIDU NADU, 2005. – № 3. – S. 136–143.

8. Marina O. V. Movlenniava manipulyatsiia v amerykanskomu politychnomu dyskursi / O. V. Marina // Linhvistychni doslidzhennia. – 2014. – № 38. – S. 116–120.

9. Ruda O. H. Vybir movy yak manipulyativna stratehiia / O. H. Ruda // Mova, kultura i sotsium v humanitarnii paradyhmi // Naukovi pratsi Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohiiienka. – 2009. – № 20. – S. 553–556.

10. Rudyk I. M. Manipulyatsii v ukrainskomu politychnomu dyskursi: «hazova viina», «informatsiina viina» і «rosiisko-hruzynskyi konflikt» / I. M. Rudyk // Visnyk Khar-kivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina. Serii : Romano-hermanska filo-lohiia. Metodyka vykladannia inozemnykh mov. – 2009. – № 58. – S. 82–86.

Деренчук Наталя. Особенности формирования манипулятивной стратегии в украинском политическом дискурсе. В статье обозначены проблемы формирования манипулятивной стратегии в политическом дискурсе Украины. Основное внимание сосредоточено на анализе речевых тактик, влияющих на убедительность, создающих условия для широкого использования манипулятивной стратегии в рамках политического вещания.

Ключевые слова: *манипулятивна стратегія, політична комунікація, речеві тактики, український політичний дискурс.*

Derenchuk Natalia. Peculiarities of formation of manipulative strategy in the Ukrainian political discourse. *The article outlines the problem of forming of manipulative strategy in Ukrainian political discourse. It focuses on the analysis of main linguistic tactics that have effect on the credibility, create conditions for widespread use of manipulative strategies within political speech.*

Key words: *political communication, Ukrainian political discourse, manipulative strategy, linguistic tactics.*