

УДК 81'373.612.2:81'42]:659.3-049.2

DOI <https://doi.org/10.24919/2518-1602.2025.10.12>

МЕТАФОРА ЯК ТАКТИЧНИЙ ПРИЙОМ ПРИХОВАНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ ПОЛІТИЧНО-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

ІРИНА ПАТЕН,

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка (Україна, Дрогобич)
irynapaten79@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8706-6149>**Research ID:** N-6942-2018

У статті досліджено метафору як ефективний інструмент комунікативного впливу в політичному та медійному дискурсах. Проаналізовано її роль у формуванні суспільної думки, маніпуляції свідомістю громадян, легітимізації влади та делегітимізації опонентів, особливо в умовах інформаційної війни. Розкрито вплив метафори на емоційне сприйняття й поведінкові установки адресата.

Ключові слова: метафора, комунікативна маніпуляція, політичний дискурс, медійний дискурс, інформаційна війна.

METAPHOR AS A TACTICAL DEVICE OF COVERT MANIPULATION IN POLITICAL-MEDIA DISCOURSE

IRYNA PATEN,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor; Associate Professor at the Department of Ukrainian Language, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University (Ukraine, Drohobych)
irynapaten79@gmail.com

The article explores metaphor as an effective tool of communicative influence in political and media discourse. It analyzes its role in shaping public opinion, manipulating citizens' consciousness, legitimizing authority, and delegitimizing opponents – especially in the context of information warfare. The impact of metaphor on the emotional perception and behavioral attitudes of the audience is revealed.

Purpose of the article is to analyze metaphors in political and media discourse as an effective tool of communicative influence on ordinary citizens who do not participate in «professional» politics.

The main task of the article. It is emphasized that manipulative techniques and linguistic strategies can easily produce the effect of «communicative blindness» in the recipient. It has been demonstrated that verbal manipulation exerts a covert influence: the addressee remains unaware of the speaker's true intentions. The manipulator acts indirectly, subtly transferring responsibility for the resulting actions to the recipient, who is left with the illusion of freedom in making decisions.

The shift of power relations into discursive form signifies that power manifests itself in the right to speak – and in the right to deny others that opportunity. It is argued that metaphor is the most effective tool of communicative manipulation, widely used by politicians and media professionals in political and media discourse.

The analysis shows that metaphor is one of the most powerful expressive means in publicist discourse – a subtle and unobtrusive instrument of hidden influence on the recipient, and an excellent tool for conveying information without direct nomination.

The conclusions. The issue of manipulative influence in political and media discourse is extremely relevant. It serves as a powerful tool for shaping public opinion and significantly contributes to the construction of desired images and ideologies in the public consciousness. In political speeches and media texts, metaphors are employed to enhance persuasive impact. They exert a strong influence on the audience, attract the recipient's attention, and activate associative and figurative thinking. At the same time, metaphors introduce implicit meanings into the text, a feature that manipulators

skillfully exploit. Overall, metaphors are widely used as a means of manipulating consciousness, imposing certain subjective evaluations, establishing desired associative links, and mitigating the audience's potential negative reaction to specific information.

Prospects for further research. *A promising direction for further research is the study of secondary nomination devices as an effective means of verbal aggression in political discourse.*

Key words: *metaphor, communicative manipulation, political discourse, media discourse, information warfare.*

Постановка проблеми. Глобалізація комунікативного простору сучасного суспільства зумовила проблему мовленнєвого впливу на свідомість особистості й масову свідомість. Сферами, де завжди реалізовано спланований комунікативний вплив, є, безумовно, сфера ЗМІ та політика. Позаяк засоби масової інформації – важлива складова частина повсякденного життя, «головний контроль культури», потужний інструмент-регулятор, що формує суспільну думку, вони тісно пов'язані з політикою – мистецтвом керувати державою і суспільством. Комунікація – форма існування влади.

Важливою функцією публіцистичного стилю є функція впливу, яка не просто інформує адресата, а «підказує» йому, які висновки потрібно зробити, яких заходів ужити та як поводитися у тій чи тій ситуації, стимулює процес змін мотивів та установок співрозмовників з метою трансформації їхньої поведінки та дій. Сила впливу полягає у тому, що у людини, яка зазнає дії вербальної маніпуляції, зберігається ілюзія самостійності у прийнятті рішень та виконанні дій, позаяк маніпуляція – це приховування самого факту впливу. За допомогою маніпулятивних засобів та мовних прийомів можна легко досягти «ефекту «комунікативної сліпоті» реципієнта». Отже, вербальна маніпуляція має прихований характер впливу, адресат не здогадується про наміри мовця: маніпулятор впливає приховано, перекладає відповідальність за вчинені дії на адресата, у якого створюється ілюзія свободи в ухваленні рішення.

У сучасних умовах російсько-української війни ми стаємо свідками потужних медійно-політичних атак ворога з відвертим пропагандистським контентом і технологіями маніпулювання, які мають руйнівний вплив на свідомість українців (Кутулюк, 2023, с. 162). Сьогодні інформаційна війна супроводжується масовими комунікативними атаками, що мають на меті послабити морально-психологічну стійкість населення. Тож вивчення мовних засобів маніпуляції стає не лише науковим завданням, а й інструментом національної безпеки.

Аналіз досліджень. Як зауважують В. Зірка та О. Руда, «мовленнєва (мовна) маніпуляція – різновид маніпулятивного впливу, який здійснюється шляхом майстерного використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на когнітивну й поведінкову діяльність адресата» (Руда, 2001, с. 50–51).

Феномен мовної маніпуляції як предмет лінгвістичного дослідження вивчали А. Загнітко, О. Руда, Ф. Бацевич, О. Дмитрук, Л. Ільницька, Л. Киричук, О. Кирилюк, Т. Ковалевська, О. Іссерс, О. Попова, Є. Мажар, Т. Бережна.

Функціонально-стилістичний вияв метафори в газетній періодиці на початку ХХІ ст. докладно проаналізувала А. Овсієнко (Овсієнко, 2022); особливості політичної маніпуляції в сучасному інфопросторі – М. Бородчак (Бородчак, 2012); маніпулятивні технології в сучасному англомовному політичному дискурсі – О. Дмитрук (Дмитрук, 2022), Л. Ільницька (Ільницька, 2010); О. Набока (Набока, 2021), а в промовах сучасних французьких політиків – Ж. Буць, А. Седляр (Буць, Седляр, 2020).

Мета статті – проаналізувати метафори політичного та медійного дискурсів як ефективний інструмент комунікативного впливу на пересічних громадян країни, які не беруть участі у «професійній» політиці.

Виклад основного матеріалу. Упродовж кількох останніх років спостерігаємо підвищену увагу науковців до вивчення мови як важливого потужного інструменту комунікативного впливу, позаяк мова не тільки відображає реальну дійсність, а впливає на людське світосприйняття, оцінку чи погляди особистості. Значно частіше сьогодні в мовознавстві використовують термін «мовленнєвий вплив», під яким розуміють будь-яку мовленнєву комунікацію, яку розглядають в аспектах її цільової зумовленості та прагматичної мети адресанта, що визначає себе як суб'єкт впливу, а адресата повідомлення – як об'єкт, на який і здійснюється мовленнєвий вплив (Семенюк, 2017). Мовленнєвий вплив, як визначають мовознавці, – властивість

мови впливати на свідомість (індивідуальну чи колективну) для того, щоб досягти заданої адресантом мети: змінити поведінку реципієнтів, їхні уявлення, наміри, оцінки, ставлення до об'єкта мовлення. Сила маніпуляції полягає у тому, що у людини, яка зазнає дії маніпулятивного впливу, зберігається ілюзія самостійності у прийнятті рішень та виконанні дій (Мосейчук, 2012, с. 175).

Як зауважує Г. Сюта (Сюта, 2012) політики гнучко вкладають, поширюють, маркують і закріплюють у свідомості адресата певну інформацію / оцінність, формують необхідні / бажані уявлення про події, політичні поведінкові патерни, людей тощо, недоговорюють справжньої мети повідомлення або зміщують домінуючі змістово-оцінні акценти. Якщо врахувати те, що мова політики є інструментом для досягнення такого результату, який є бажаним для влади, то владі зручно поширювати ідеї та цінності з максимально високим ступенем маніпулятивності, й управління масовою свідомістю стає найактуальнішою проблемою сучасності.

Маніпулятори не переконують, а констатують, що вони мають ті ж самі настанови, як і в об'єктів. Вони передають суспільству певні «меседжі» у вигляді нескінченного монологу. Перехід владних відносин у дискурсивну форму означає, що сила виявляє себе в праві говорити і в праві позбавляти цієї можливості інших. «Маніпуляція – це завжди приховане насилля, фактично управління людиною проти її волі. Вона використовує прийоми нечесного переконання, підтасовки фактів, дискредитацію, психологічний тиск тощо» (Чеберяк, 2022, с. 186).

Найефективнішим засобом комунікативної маніпуляції є вторинна номінація, якою активно послуговуються політики та медійники у політичному та медійному дискурсах. З-поміж них особливу увагу акцентуємо на метафорі.

Метафора – ненав'язливий спосіб м'якого прихованого впливу на реципієнта, чудовий інструмент для того, щоб передати інформацію за допомогою безпосередніх номінацій. Це один із найпотужніших засобів вираження в політично-медійному дискурсі. Сучасна когнітивна лінгвістика вважає метафору не тільки прикрасою мовлення, а й формою мислення. У комунікативній діяльності метафора – важливий засіб впливу на інтелект, почуття та волю адресата. Вона «нав'язує» специфічний погляд на світ тим, хто спілкується цією мовою (Климанська, 2010, с. 19). Часто комунікативної маніпуляції досягають через вживання слів та виразів, які мають сильне емоційне забарвлення: *правда переможе; м'ясні генерали; командування бреше; дикі рішення влади*.

Здатність метафори влучно передавати складні ідеї, викликати емоції та формувати певний образ у свідомості аудиторії надає їй вагомого значення, особливо в контексті комунікативної маніпуляції: «*Забужко назвала Кремль «світовим гопником»* (Газета по-українськи, 14.04.2017); «*Президентка Єврокомісії Урсула фон дер Ляєн розкритикувала так звані «миротворчі потуги» прем'єра Угорщини Віктора Орбана»* (Україна молода, 18.07.2024). Публіцистичний текст, у якому використано метафору, не лише інформує, а й впливає на сприйняття реальності, формує суспільну думку і навіть спонукає до певних дій.

Каролін Олів'є-Янів стверджує, що поняття пропаганди, політичної маніпуляції слугує для характеристики циркуляції політичного дискурсу між політиками та громадянами за допомогою засобів масової інформації та з метою переконання чи нав'язування певних ідей та емоцій (Caroline, 2010, с. 31). Безумовно, сьогодні політико-медійний дискурс є глибоко метафоризованим, позаяк «не існує способу уникнути метафоризації мислення, особливо у складних випадках – таких, як проблеми політики», – пише Дж. Лакофф (Lakoff, 1990, с. 9).

У політично-медійному дискурсі часто присутні архетипові метафори. Політики, які хочуть у чомусь переконати адресата, використовують образи світла та тіні, природного циклу, хвороби та здоров'я: «*Ми вийшли з темряви минулого і крокуємо до світлого майбутнього»*; «*Корупція – це темна пляма на нашій державі»*; «*Суспільство прокидається, і світло правди перемагає морок брехні»* (Ю. Тимошенко, 2019; В. Зеленський, 2022) – такі метафори апелюють до архетипу добра і зла: світло – позитив, надія, істина; темрява – зло, обман, ворожість; вони створюють дуалістичну опозицію та моральну перевагу того, хто «зі світлом». Це підвищує довіру до політика, який «веде до світла», і стигматизує опонентів як «носіїв темряви». «*Україна переживає весну оновлення після тривалої зими стагнації»*; «*Стару систему час виправити в політичну осінь»*; «*Сімо зерна майбутнього – наші діти пожнуть урожай змін»* (В. Зеленський, 2021; П. Порошенко, 2014) – ці метафори будуються на природному циклі: зима – застій, смерть; весна – оновлення; літо – процвітання; осінь – завершення. Вони задають позитивну

динаміку, створюють відчуття природності змін і неминучості оновлення. Політик постає як частина природного процесу – отже, його дії легітимні. *«Ми провели операцію – і почалося одужання системи»*; *«Суспільство потребує політичної вакцини від популізму»* (О. Турчинов, 2015; О. Ляшко, 2019; Д. Разумков, 2020); *«Суспільство досі не виликувалося від радянського вірусу»* (Hromadske, 2022) – архетип хвороби асоціюється з дисфункцією, патологією, небезпекою. Політик або реформа в такому разі виступає як лікар чи вакцина, тобто яєдиний засіб порятунку. Такі метафори формують у громадян пасивну позицію: вони – пацієнти, що залежать від «лікаря», тобто влади. Це підвищує авторитарність і виправдовує радикальні дії під виглядом «лікування». *Не розуміють російські нелюди, що ми навіть без світла будемо бачити, що вони «ракова пухлина» на цій планеті. Дивує лише, що Європа і США не вважають за необхідне дати нам достатню ППОшину «хіміотерапію»* (Високий замок, 26.11.2022) – використання образу «вірус» натякає на те, що певна ідеологія (радянська) є шкідливою і потребує «лікування». Це маргіналізує опонентів та посилює легітимність реформ або змін.

Схожі метафори ґрунтуються на універсальних архетипах, є зрозумілими для масової аудиторії, апелюють до емоцій, інтуїції, а не лише до логіки, водночас використовують для легітимізації влади, делегітимізації опонентів, створюють основу для політичного впливу та переконання, формують моральний і емоційний контекст подій, який важко раціонально оскаржити.

Тривалий час об'єктом політичних маніпуляцій було мовне питання: політики вдало використовували українсько-російську «двомовність» для того, аби сформувати для себе електорат. А вітчизняні ЗМІ, радіо, телебачення, які також були переважно російськомовними, вдало «підігравали» політикам.

З 2012 р. мовна ситуація в країні загострилася, позаяк закон «Про мови в Українській РСР» відчинив двері двомовності в Україні через прийняття регіональних офіційних мов. Окрім того, мешканці Сходу та Півдня України, підігріті політичною демагогією, сприймали українізацію як примусову, а розширення сфери функціонування української мови загрозливою. Саме в цей час виникає метафора «мовна шизофренія», яка поступово втрачає образне значення та термінологізується у «послідовну культурну політику, що передбачає змішування української та російської мови» (Хомінський, 2016, с. 21–29): *«У нас мовна шизофренія: думаємо українською, говоримо російською»*; *«Мовна шизофренія від псевдоукраїнської влади»* (Українська правда, 20 лютого 2015). З початку 2021 року виникає чимало конфліктних дискусій щодо функціонування української мови як державної, тож медійники активно використовують такі ворожі наративи, як: *русофобська істерія, печерна русофобія, прихлебателі Заходу: «Єдине, чим займається київський режим – це спекулює на заступництві своїх західних спонсорів. Як тільки ця русофобська істерія припиниться – усі побачать неспроможність цього режиму. Настав час припинити потурати київському режиму»* (Главком, 21 січня, 2022). Необережне слово може призвести до хаосу, а правильно побудована стратегія досягти поставленої мети: *«Все це не більше ніж робота «п'ятої колони», те, що називається антиукраїнська підривна діяльність»*.

Особливої уваги заслуговує метафора війни, яка втілює агресивність, конфлікт, стратегію. Воєнізованість політичного та медійного спілкування Л. Климанська пояснює впливом на формування психіки людини мілітаристської ідеології (Климанська, 2010): *Не потрібно бомбити міста. Досить розбомбити мізки* (Газета по-українськи, 14.04.2017) і несе у собі очікування, що ворога можна побороти: *«Орки бояться і готуються до наступу ЗСУ» – Братчук про дії окупантів на Херсонщині* («Газета по-українськи», 03.07.2022); *«Очистимо святу українську землю від російських орко-бомжів» – Ющенко написав про трибунал над Путіним* («Газета по-українськи», 03.06.2022). Тут сполука «свята українська земля» пробуджує почуття патріотизму й надає впевненості в перемозі. *«Російські іроди влаштували істеріку: “Чому до вас ритуальна служба приїхала? Кого ви вбили?”»* («Газета по-українськи», 05.05.2022). Вона передає відтінки зневаги, осуду, злості до російських військових, передає негативне ставлення мовця до загарбників.

За словами М. Едельмана, метафора у політиці пробуджує приховані тенденції та імпульси у громадських масах (Edelman, 1971). Тобто вона спонукає реципієнтів до певних дій. Так, на вибір президента 2019 року мав неабиякий вплив фільм «Слуга народу». Трансцендентний образ Голобородька став плацдармом для Зеленського: телешоу стало не просто розважальним продуктом, а суспільною метафорою, яку реальні люди сприйняли як політичну програму. Це

не класична реклама – це маніпуляція через образ, де персонаж і кандидат сплетені в один постмодерний політичний конструкт.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Питання маніпулятивного впливу в політично-медійному дискурсі є надзвичайно актуальним. Це потужний інструмент формування суспільної думки, який суттєво позначається на створенні потрібного образу та ідеології у свідомості громадськості. У політичних промовах та медіатекстах для посилення впливу використовують метафору. Вона суттєво впливає на адресата, привертає увагу реципієнта, активізує асоціативне та образне мислення. Водночас за допомогою метафори у текст закладено імпліцитний зміст. Цією властивістю вдало користуються маніпулятори. Загалом, метафору широко використовують як спосіб маніпулювання свідомістю, нав'язування певних суб'єктивних оцінок, встановлення необхідних асоціативних зв'язків та послаблення небажаної реакції аудиторії на певну інформацію.

Перспективою вважаємо дослідження засобів вторинної номінації як ефективного засобу вербальної агресії у політичному дискурсі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Бородчак, М. (2012). Особливості політичних маніпуляцій у сучасному інформаційному просторі та способи протистояння їм. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 30, 283–293.
- Буць, Ж., Седляр, А. (2020). Маніпулятивний потенціал політичної метафори у промовах сучасних французьких політиків. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*, 2, 22–27.
- Дмитрук, О. (2002). Маніпулятивні прийоми у сучасних англомовних ЗМІ. *Мовні і концептуальні картини світу*, 7, 143–150.
- Ільницька, Л. (2010). *Особливості використання сугестивних та маніпулятивних технологій у сучасному англомовному політичному дискурсі*. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. Київ : Логос.
- Климанська, Л. (2010). Потенціал метафори в політиці вирішення соціальних проблем. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Політологія, Соціологія, Філософія»*, 14, 18–24.
- Мосейчук, О. (2012). Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*, 65, 174–177.
- Набока, О. (2021). Феномен політичної метафори в англомовних текстах політичного дискурсу. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*, 9, 148–153.
- Овсієнко, А. (2022). *Функціонально-стилістичний вияв метафори в газетній періодиці на початку XXI ст.* (Дис. доктора філософії). Дрогобич.
- Руда, О. (2012). *Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі* : монографія. Київ.
- Семенюк, Т. (2017). *Когнітивно-семантичні та прагматичні особливості німецькомовних полікодових текстів (на матеріалі комерційної реклами)*. (Дис. канд. філол. наук). Луцьк–Запоріжжя.
- Сюта, Г. (2019). Прецедентні висловлення в українській політичній риторичі. *Культура слова*, 90, 120–131.
- Хомінський, С. (2016). *Чи можна любити Україну російською мовою*. Український смисл : науковий збірник. Дніпропетровськ : Ліра.
- Чеберяк, А. (2022). Засоби персуазивності у політичних промовах президента України В. Зеленського. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 58, 185–189.
- Caroline, O. (2010). *Discours politiques, propagande, communication, manipulation*. Mots: les langages du politique. Lyon, 94 p.
- Edelman, M. (1971). *Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence*. Chicago : Markham, 1971. 198 p.
- Kyryliuk, O., Shulska, N., Zinchuk, R., Demeshko, I., Nesterenko, T., Volchanska, H., & Fenko, N. (2023). Toolkit for the Formation of Narrative Strategies of the Russian-Ukrainian War (Using the 2022–2023 Media Language as an Example). *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 1, 13/01-XXXIV.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago : The University of Chicago Press.

REFERENCES

- Borodchak, M. (2012). *Osoblyvosti politychnykh manipulyatsii u suchasnomu informatsiinomu prostori ta sposoby protystoiannia yim* [Peculiarities of political manipulations in modern information area and means of opposition to them]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii*, 30, 283–293. [in Ukrainian].
- Buts, Zh., & Sedliar, A. (2020). Manipulyativnyi potentsial politychnoi metafory u promovakh suchasnykh frantsuzkykh politykiv [Manipulative potential of political metaphor in the speeches of modern french politicians]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Filolohichni nauky*, 2, 22–27. [in Ukrainian].

- Dmytruk, O. (2002). Manipulyatyvni pryomy u suchasnykh anhlomovnykh ZMI [Manipulative techniques in modern English-language media]. *Movni i kontseptual'ni kartyny svitu*, 7, 143–150. [in Ukrainian].
- Ilnytska, L. (2010). *Osoblyvosti vykorystannia suhestyvnnykh ta manipulyatyvnykh tekhnolohii u suchasnomu anhlomovnomu politychnomu dyskursi* [Peculiarities of the use of suggestive and manipulative technologies in modern English-language political discourse]. *Linhvistyka XXI stolittia: novi doslidzhennia i perspektyvy*. Kyiv : Lohos. [in Ukrainian].
- Klymanska, L. (2010). Potentsial metafory v politytsi vyrishennia sotsialnykh problem [The potential of metaphor in the politics of solving social problems]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu Serii: Politolohiia, Sotsiolohiia, Filosofiia*, 14, 18–24. [in Ukrainian].
- Moseichuk, O. (2012). Publitsystychnyi dyskurs yak kontekst realizatsii komunikatyvnoho vplyvu na masovoho adresata [Journalistic Discourse as a Context of the Communicative Impact Realization on the Mass Addressee]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu. Filolohichni nauky*, 65, 174–177. [in Ukrainian].
- Naboka, O. (2021). Fenomen politychnoi metafory v anhlomovnykh tekstakh politychnoho dyskursu [Political metaphor phenomenon in English texts of political discourse]. *Naukovyi zhurnal Lvivskoho derzhavnoho universytetu bezpeky zhyttiedialnosti "Lvivskiy filolohichnyi chasopys"*, 9, 148–153. [in Ukrainian].
- Ovsienko, A. (2022). Funktsionalno-stylistychnyi vyiv metafory v hazetnii periodytsi na pochatku XXI st. [Functional and stylistic display of metaphor in newspaper periodicals at the beginning of the XXI century]: dys. ... doktora filosofii. Drohobych. [in Ukrainian].
- Ruda, O. (2012). *Movne pytannia yak ob'ekt manipulyatyvnykh stratehii u suchasnomu ukrainskomu politychnomu dyskursi* [The language issue as an object of manipulative strategies in modern Ukrainian political discourse]: monohrafiia. Kyiv. [in Ukrainian].
- Semeniuk, T. (2017). Kohnityvno-semantychni ta prahmatychni osoblyvosti nimetskomovnykh polikodovykh tekstiv (na materialii komertsii noi reklamy) [Cognitive-semantic and pragmatic features of German-language polycode texts (based on commercial advertising)]. *Candidate's thesis*. Luts'k – Zaporizhzhia. [in Ukrainian].
- Siuta, H. (2019). Precedentni vyslovlennia v ukrainskii politychnii rytorytsi [Precedent statements in Ukrainian political rhetoric]. *Kultura slova*, 90, 120–131. [in Ukrainian].
- Khominskyi, S. (2016). *Chy mozha liubyty Ukrainu rosiiskoiu movoiu. Ukrainskyi smysl: naukovyi zbirnyk* [Is it possible to love Ukraine in Russian? Ukrainian meaning]. Dnipropetrovsk : Lira. [in Ukrainian].
- Cheberiak, A. (2022). Zasoby pershuazyvnosti u politychnykh promovakh prezydenta Ukrainy V. Zelenskoho [Means of persuasion in political speeches of the President of Ukraine V. Zelensky]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Filolohiia*, 58, 185–189. [in English].
- Caroline, O. (2010). *Discours politiques, propagande, communication, manipulation*. Mots: les langages du politique. Lyon, 94. [in English].
- Edelman, M. (1971). *Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence*. Chicago : Markham, 1971. 198 p. [in English].
- Edelman M. *Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence*. Chicago : Markham, 1971. 198 p. [in English].
- Kyryliuk, O., Shulska, N., Zinchuk, R., Demeshko, I., Nesterenko, T., Volchanska, H., & Fenko, N. (2023). Toolkit for the Formation of Narrative Strategies of the Russian-Ukrainian War (Using the 2022–2023 Media Language as an Example). *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, I, 13/01-XXXIV. [in English].
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago : The University of Chicago Press. [in English].