

3. Сендідж Ч. Реклама : теорія і практика / Ч. Сендідж. – М. : Прогрес, 1989. – 346 с.
4. Уеллс У. Реклама : теорія і практика / У. Уеллс. – СПб, 1999 – 487 с.

#### REFERENCES

1. Zemlyanova L.M. *International communication study on the threshold of the information society : dictionary of concepts* [Zarubezhnaya kommunikativistika v preddverii informatsionnogo obschestva : tolkovyiy slovar terminov i kontseptsiy] / L.M. Zemlyanova. — М. : Izd-vo Mosk. un-ta, 1999. — 301 s.
2. Mozer K. *Psychology of marketing and advertising* [Psihologiya marketinga i reklamy] / М. : Klaus – Harkov, 2004. –105 s.
3. Sendidzh Ch. *Advertising : theory and practice* [Reklama : teoriya i praktika] / Ch. Sendidzh. – М. : Progres, 1989. – 346 s.
4. Uells U. *Advertising : theory and practice* [Reklama : teoriya i praktika] / U. Uells. – SPb, 1999 – 487 s.

Дата надходження до редакції – 9.03.2015 р.  
Дата затвердження редакцією – 29.03.2015 р.

УДК 811.161.2

Филь К.С.

### МАНІПУЛЯЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ: ДО ТА ПІСЛЯ ВИБОРІВ

*Анотація.* У статті розглядаються способи мовної маніпуляції в політичному виступі, аналізується специфіка добору лінгвальних засобів маніпуляції відповідно до екстралінгвістичних чинників функціонування політичної промови в мас-медіа.

*Ключові слова:* мовна маніпуляція, лінгвальний вплив, мовна сугестія, політичний виступ, політична промова.

*Інформація про автора:* Филь Катерина Сергіївна – магістрант; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

*Fyl K.S.*

## TECHNOLOGIES OF MANIPULATION IN POLITICAL COMMUNICATION: BEFORE AND AFTER ELECTIONS

**Abstract.** *The article is devoted to the analysis of the language manipulation in political speech, the specifics of lingual manipulation means according to extralinguistic factors and conditions of the political speech's declaration.*

**Key words:** *language manipulation, lingual influence, linguistic suggestion, political speech.*

**Information about author:** *Fyl Kateryna Serhiivna – postgraduate; Institute of philology; Kyiv national Taras Shevchenko university.*

*Филь Е.С.*

## МАНИПУЛЯЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ: ДО И ПОСЛЕ ВЫБОРОВ

**Аннотация.** *В статье рассматриваются способы языковой манипуляции в политическом выступлении, анализируется специфика лингвальных средств манипуляции в соответствии с экстралингвистическими факторами функционирования политической речи в масс-медиа.*

**Ключевые слова:** *языковая манипуляция, речевое воздействие, языковая суггестия, политическое выступление, политическая речь.*

**Информация об авторе:** *Филь Екатерина Сергеевна — магистрант; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.*

Маніпуляція завжди була і є однією з основних складових частин політичної комунікації. Лінгвістична техніка політичної комунікації зумовлює оптимальний характер вербалізації

політиком інформації, правильність її сприйняття аудиторією, зумовлює сугестивний ефект, забезпечує прихильність електорату та ін.

Значимо, що концептуальне осмислення політичних комунікативних технологій відбулося лише у ХХ ст. завдяки медіалінгвістичній традиції зарубіжних дослідників. В Україні підґрунтя для вивчення проблем політичного мовлення заклали праці вітчизняних учених В. Бебика, М. Томенка, О. Зернецької, С. Кашавцевої, М. Варія, В. Королька, Н. Костенко, В. Полторака, Г. Почепцова, І. Слісаренка, Ю. Ганжурова, Є. Тихомирової, О. Гриценко, І. Шовкуна та ін. [5, с. 32].

У статті розглянуто методи мовної маніпуляції в мовленні українських політиків. Мета дослідження полягає в аналізі політичних промов, виступів, інтерв'ю, коментарів та ін., із увагою до динаміки маніпулятивних прийомів відповідно до різних екстралінгвістичних факторів, таких як час, ситуація, аудиторія та ін. Особливу увагу приділено зміні маніпулятивних векторів до президентських і парламентських виборів в Україні. До уваги беруться публічні виступи політиків на Майдані Незалежності під час Революції гідності, виступи на різних публічних заходах, акціях, конференціях, промови під час передвиборчої агітації, виступи на політичних ток-шоу, промови депутатів із трибуни у Верховній Раді та ін. у період 2013-2015 рр.

Як відомо, промова — це усний виступ із метою висвітлення певної інформації та впливу на реципієнтів, шляхом емоційної насиченості тексту та вольовими імпульсами мовця. Частотним засобом досягнення названої мети є використання прийомів психологічного наближення політика, його образу та його слів до аудиторії. Цей прийом вербалізується в мовних формулах, що в результаті ще більше зближає спікера зі слухачами. Перше враження, а відтак, і перший вплив здійснюється за допомогою використання, передусім, звертань. Зокрема: *"Дорогі бійці, побратими, я вас щиро вітаю..."*, *"Добрий вечір, Україно!"*,

*"Дорогі брати і сестри! Висока достойна громадо!...Я вас вітаю з величезним святом", "Пресвяті отці (довга пауза), вельмишановний пане Прем'єр Міністр, високодостойні представники українського уряду, українського парламенту, української влади (пауза і голосніше) високодостойна й вельмишановна українська громадо (пауза), дорогі брати і сестри (пауза і голосніше)" (П. Порошенко); "Дорога (пауза) і шановна українська громадо!", "Дорогі співвітчизники! В ці непрості дні дозвольте звернутись до вас", "Дорогі українські брати і сестри" (А. Яценюк) та ін. Так, звертання "брати і сестри" по своїй суті має дуже ефективний лінгвальний вплив на аудиторію, оскільки стосується концептуально важливої для людини родинної тематики.*

Загалом важливо звернути увагу на системно відтворювану в аналізованих текстах лінгвальну маніпулятивну базу, яка будується на поняттях, явищах, алюзіях, емоціях, котрі підсвідомо закладені в основи моральних цінностей людини. Такими є тематичні сфери життя-смерті, здоров'я, прав людини, освіти, фінансової забезпеченості, екології, релігії та ін. Зокрема, одним із таких понять є родина. Саме тому сугестія будується на покликаннях до емоційного навантаження даного поняття: *"Дорогі друзі, ми всі у вічному боргу перед матерями і батьками за те, що вони виростили мужніх і прекрасних синів і доньок і схиляємося перед дітьми, що втратили батьків" (П. Порошенко); "Щоб наші діти не плакали за своїми батьками! Щоб наші батьки не плакали за своїми дітьми, як уже сьогодні плачуть" (А. Яценюк); "Я вас дуже прошу, підтримайте ту річ, я вам кажу від своєї сотні, де є мій батько, який приїхав сюда" (В. Парасюк); "Старші жінки! Старші чоловіки! Діти! Їх луплять без розбору на право, на ліво!" (О. Тягнибок) та ін.*

Проте однією з найактуальніших сьогодні маніпулятивних баз є лінгвістична сфера, пов'язана з темою війни, з будь-якими

бойовими діями, насиллям та ін. Підсвідомо в людини закладено негативні відчуття відповідно до цієї теми та пов'язаних із нею подій. Саме тому такі речення супроводжуються ще більшою експресією, гіперболізацією, емоційною синонімічною градацією та свого роду залякуванням. У цьому разі важливо звертати увагу на зміну лінгвальної сугестії відповідно до часу, стану країни, статусу певної особи: "...де ви (пауза) пліч-о-пліч (пауза) боронили країну від дуже страшного і потужного внутрішнього ворога (пауза) від тирана (пауза), від бандитів (пауза), від корупціонерів", "І зараз в першу чергу нам треба покладатися на власні збройні сили! Бо якщо ми себе не будемо захищати – ніхто нам не допоможе!" (П. Порошенко, 5.04.2014 р.); "Нам протистойть потужний ворог, набагато чисельніший, ніж ми, на жаль, краще озброєний. Плани напасти на нас він виношував роками..." (П. Порошенко, 20.02.2015 р.).

Ми бачимо, що ворог характеризується як "страшний і потужний" і в промові, виголошеній як ДО президентських виборів, так і ПІСЛЯ них. Експресивність першого повідомлення навіть більш яскраво виявлена, ніж експресивність другого. Пояснення цього феномену в тому, що в першому випадку П. Порошенко ще не був Президентом України і мав потребу здійснити вплив на аудиторію, реалізований за допомогою емоційного використання синонімічного ряду, прийому відсікання альтернатив, психологічно-вмотивованими паузами в мовленні та ін. Під час другої промови П. Порошенко більше виправдовувався та вибудовував свою промову відповідно до настроїв та емоцій глядачів. Мова політика лаконічна, позбавлена численних епітетів, гіпербол та інших стилістичних конструкцій.

Ще один яскравий приклад фрагмента промови П. Порошенка – під час відкриття четвертого сезону найбільшого у Європі світломузичного річкового фонтану 25 квітня 2014 р. у порівнянні з виступом на Майдані у день

річниці трагічних днів Революції гідності. У 2014 р. кандидат у президенти П. Порошенко говорив: *"Як я і обіцяв (пауза) саме тут, на вінницькій землі ми продемонструємо (пауза), переконаємо, переконаємо весь світ, що 20-го лютого( пауза) на київських вулицях, на Грушевського й Інститутській (голосніше) новий народ України народив нову державу! Нову Україну! В чому новизна цієї країни?(тихіше) Країна більше не буде терпіти корупції! Країна більше не буде терпіти неправди!"*.

У даній промові ми спостерігаємо характеристику лютневих подій 2014 р. як, у певному розумінні, стартового етапу змін на краще. Окрім цього, П. Порошенко використовує фразу "як я обіцяв", що свідчить про певну звітність його виступу. Відповідно, промова Президента 2015-го року демонструє інакші реалії: *"І як би не було складно, які б ще не були випробування (тихіше) я обіцяю вам, я викладуся до максимуму, щоби ті великі жертви, які за останній рік поніс наш народ, не виявилися змарнованими. Зупинимо війну! І вже за кілька років кожен помітить, як змінюється Україна"*.

На відміну від попереднього фрагменту, в промові 2015 р. трагічні події Революції гідності розглядаються як досі незавершений етап, продовжений у військових боях на сході країни. Окрім того, в 2015 р. ми не спостерігаємо звітної констатації фактів, як це було рік тому, натомість лунають нові обіцянки *"я обіцяю вам, я викладуся до максимуму"*. Одразу після цього помічається відтягування термінів обіцянки. Раніше П. Порошенко використовував у своїх виступах такі лексеми як *"зараз, негайно, тепер, сьогодні, скоро, завтра, вже"* та ін. У 2015 р. Президент України говорить: *"І вже за кілька років кожен помітить, як змінюється Україна"*.

Також було проаналізовано різницю використання мовних засобів маніпуляції О. Ляшком. У своїй передвиборчій промові у Полтаві 17.10.2014 р. він відокремлював себе і свою партію від усіх інших кандидатів, позиціонуючи свою кандидатуру як

## Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

єдиноможливу: *"Чому, який би канал ви не включите – всі брешуть про Ляшка? Відповідь одна: тому що бояться, тому що я найсильніший, того і брешуть!... Якщо ви не проголосуєте за радикальну партію... - ваші голоси вкрадуть, фальсифікують і до парламенту прийдуть олігархи. Або ті дармоїди, які тільки язиками вмійють чесати..."*.

Будучи переобраним до нового складу Верховної Ради, де почали свою діяльність нові політичні діячі, котрі мають стійку підтримку електорату, О. Ляшко змінив тактику. Замість відокремлення себе від інших, лідер Радикальної партії часто прирівнює свою діяльність до діяльності політків, які є народними лідерами: *"Попробуй я, чи Філатов, чи Ярош, чи Парасюк полетіти в Москву! Нас там пов'яжуть!"* (3.02.2015 р.).

Актуальним із погляду аналізу засобів маніпулятивного впливу в політичній комунікації, окрім лексики, видається також синтаксис. Ідеться про використання простих окличних речень, спонукальних, питальних конструкцій, риторичних запитань та ін.: *"Ми не боїмося! Бо з нами є правда! З нами весь світ! І з нами Господь Бог! І з нами (!!!) буде перемога! Перемога над терором! Перемога над загарбниками!"* (А. Яценюк); *"Новий рік хочете святкувати? Різдво хочете святкувати? На Майдані Незалежності в крові? У вас совість є? Та ви би мали прийти сюди і покаятися!"* (О. Тягнибок); *"Прощення не буде! Тому вихід один – всім піднімається!...Вони бояться сили! Вони бояться народу!...Бо вони боягузи!"* (О. Ляшко) та ін.

Також ефективним у сугестивному плані є функціонування стилістично-маркованих конструкцій у політичному мовленні. Функція різних тропів скоріше атрактивна, а вже через атракцію — сугестивна. Серед найчастотніших можна виокремити гіперболу, градацію, метафору, порівняння й антитезу: *"Давайте вже спускаємось з небес на землю і розумієм, що відбувається в країні", "На сході вмирають люди*

.....  
 – на заході ділять посади, в Києві вилазять фамілії, в Черкасах грабують озеро...", "ясно, що ви свої літаки – і на Європу, до дітей, де вчать. А нам тут жити, простим людям" (В. Парасюк); "Це є брехня, це є фальш, це є знуцання над людьми, це є доведення людей до відчаю", "А ми з вами, ви, товариство, майданівці! Революціонери гідності! Хто ви є?! Ви є сили світла! Так ?! Це вони сили темряви!" (О. Тягнибок) та ін.

У контексті маніпулятивного впливу на масову свідомість важливими є також екстралінгвальні засоби маніпуляції політиків, зокрема, сила голосу в мовленні О. Тягнибока, тембром та інтонація О. Ляшка, паузи А. Яценюка та ін.

Технологія використання методів впливу постійно змінюється, тим паче зараз, коли пришвидшеним є темп загального інформаційного потоку. Тому в усіх варіаціях та презентаціях інформації в політичних промовах варто індивідуалізувати їх смислові й експресивні доміанти, функціонально тотожні, але і змінні щодо способів і форм вербалізації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Автандил М. Политические манипуляции, или Покорение толпы / М. Автандил. – Москва : Университет, 1999 – 144 с.
2. Литвиненко І.Л. Передвиборна агітація як стадія виборчого процесу / І.Л. Литвиненко // Університетські наукові записки Хмельницького університету управління та права. – Х. : Часопис, 2006. – Випуск № 1 (17). – С. 16-22.
3. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В.Дергач, Д.Ю. Сизонов / за ред. Л.І. Шевченко. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2013. – 247 с.
4. Солганик Г.Я. Язык политики, язык СМИ (газеты) и литературный язык / Г.Я.Солганик // Язык СМИ и политика / под ред. проф. Г.Я.Солганика. – М. : Издательство Московского университета ; Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова, 2012. – С. 245-262.
5. Трухачов О. Політика та мас-медіа : аспекти взаємовпливу в масовокомунікативному просторі / О. Трухачов // Публіцистика і політика : збірник наукових праць політологічної спрямованості. –

Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – Грамота. – 2007. – Вип. 1 (4). – С. 32-40.

#### **REFERENCES**

1. Avtandil M. *Political manipulation, or the Conquest of the crowd* [Politicheskiye manipulyatsyi ili pokoreniye tolpy]. – М., 1999. – 144 s.
2. Lytvynenko I.L. *The election campaign as a stage of the electoral process* [Peredvyborna ahitatsiya yak stadiya vyborchoho procesu] // Universitetski naukovi zapiski Hmel'nitskogo universitetu upravlinnya ta prava. – Н. : Chasopis, 2006. – Vypusk № 1 (17). – S. 16-22.
3. *Medialinguistics : dictionary of terms and concepts* [Medialinguistyka : slovnyk terminiv i poniat] / L.I. Shevchenko, D.V.Dergach, D.Yu. Sizonov / za red. L.I. Shevchenko. – К. : Vidavnychopoligrafichniy centr "Kiyivskiy universitet", 2013. – 247 s.
4. Solganik G. Y. *The language of politics, the language of media (newspapers) and literary language* [Yazyik SMI i politika] / pod red. prof. G.Y. Solganika. – М. : Izdatelstvo Moskovskogo universiteta ; Fakultet zhurnalistiki MGU imeni M.V.Lomonosova, 2012. – S. 245-262.
5. Trukhachov O. *Politics and the media: aspects of interference in mass communication space* [Publitsistika i politika] : zbirnik naukovih prats polltologichnoyi spryamovanosti. – Kyiv. nats. un-t im. Tarasa Shevchenka, Ін-т журналістики. – Грамота. – 2007. – Vyp. 1 (4). – С. 32-40.

**Дата надходження до редакції – 6.03.2015 р.**  
**Дата затвердження редакцією – 26.03.2015 р.**