

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Інститут філології**  
**Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації**

**«МАНІПУЛЯЦІЯ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУСІ»**

**Кваліфікаційна робота**  
освітнього ступня «магістр»  
студентки II курсу  
ОНП «Англійська мова та література»  
Галузь знань 03- гуманітарні науки  
Зі спеціальності 035 «Філологія»

**Федяєвої Юлії**

**науковий керівник:**

к. філол. н., доцент

**Каптюрова Олена Вячеславівна**

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри англійської філології  
та міжкультурної комунікації

Протокол № 5 від 24.11.2020

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ д. філол. н., проф. Белова А.Д.

**Київ 2020**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯЦІЇ У СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЯХ.....</b>	<b>8</b>
1. Маніпуляція: поняття та визначення.....	8
2. Види маніпулятивного впливу.....	11
3. Маніпуляція у політичному дискурсі.....	14
1. Дискурс як середовище комунікативної діяльності політика.....	16
1.3.2. Види маніпулювання у політичному дискурсі.....	17
4. Основні лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу.....	23
Висновки до розділу 1.....	31
<b>РОЗДІЛ 2. МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ПОЗИТИВУ ТА ЇЇ ТАКТИКИ.....</b>	<b>33</b>
1. Тактика позитивного оцінювання політика.....	33
2.1.1. Способи прямого вираження позитивної оцінки.....	40
2.1.2. Способи непрямого вираження позитивної оцінки.....	44
2. Засоби вербалізації тактики підвищення значимості співрозмовника.....	49
3. Засоби вербалізації маніпулятивно спрямованих компліментів.....	53
Висновки до розділу 2.....	56
<b>РОЗДІЛ 3. МАНІПУЛЯТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ ДИСКРЕДИТАЦІЇ ПОЛІТИКА.....</b>	<b>60</b>

3.1 Тактика заниження іміджу політика та способи її вербалізації.....	60
3.2 Тактика мовленнєвої агресії та способи її вербалізації.....	65
Висновки до розділу 3.....	73
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	78
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	84

## ВСТУП

Магістерська робота присвячена визначенню маніпулятивних стратегій і тактик в американському політичному дискурсі.

Проблеми маніпулятивного спілкування знаходяться у центрі уваги багатьох лінгвістів. Можна виокремити роботи присвячені загальним характеристикам маніпуляції [Доценко 1997], маніпулятивний мовленнєвий вплив [Денисюк 2004], маніпулятивні стратегії у політичному дискурсі [Шейгал 2004, Михалева 2004 та ін.].

Вивченню маніпулятивних стратегій і тактик присвячено роботи Л.Ю. Веретенкіної [Веретенкіна, 2004], О. В. Дмитрук [Дмитрук, 2006], Н.В. Василенко [Василенко 2009]. Маніпулятивні стратегії здебільшого використовують на рівні масової свідомості в політичному та рекламному дискурсах, а також міжособистісному рівні.

**Маніпуляцію** визначають як вид міжособистісної взаємодії в ході якої відбувається нівелювання позитивних рис та здобутків особи, на яку спрямований прихований психологічний вплив. Сам процес маніпуляції є негативним явищем, оскільки здійснює руйнівний вплив на особистість.

**Політичний дискурс** – це статусно-орієнтований інституціональний дискурс, його учасники наділені певними соціальними ролями та настановами. Політичний дискурс є поєднанням вербальних та невербальних знаків, орієнтованих на обслуговування сфери політичної комунікації.

**Маніпулятивна стратегія** репрезентована мовними засобами, які використовуються з метою маніпулювання, у поєднанні з певними прийомами структурування та подачі інформації.

**Актуальність** дослідження зумовлена спрямованістю лінгвістичних студій на дослідження політичного дискурсу, способів здійснення мовленнєвого впливу загалом та маніпулятивного зокрема. Вивчення різних

аспектів політичного дискурсу, його жанрових, тактико-стратегічних рис стають все частіше об'єктом сучасних розвідок.

**Об'єктом** дослідження є маніпулятивні стратегії та тактики американського політичного дискурсу.

**Предметом** дослідження є лінгвістичні засоби реалізації маніпулятивних стратегій та тактик американського політичного дискурсу.

**Мета** дослідження полягає у визначенні маніпулятивних стратегій і тактик в американському політичному дискурсі.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

- схарактеризувати поняття «маніпуляція» та визначити види маніпулятивного впливу;
- встановити основні лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу у політичному дискурсі;
- охарактеризувати тактику позитивного оцінювання політика та виявити способи прямого та непрямого вираження позитивної оцінки;
- встановити засоби вербалізації тактик підвищення значимості співрозмовника, маніпулятивно спрямованих компліментів;
- розкрити суть тактик заниження іміджу політика, мовленнєвої агресії та визначити способи їх вербалізації.

**Матеріалом** дослідження стали 350 дискурсивних фрагментів американського політичного дискурсу, у межах якого реалізовано маніпулятивні стратегії та тактики. До матеріалу дослідження ввійшли промови, дебати, інтерв'ю з сучасними американськими політиками, зокрема проаналізовані політичні дебати останніх президентських виборів у США.

**Методологічною** основою дослідження слугували положення про дискурсивну діяльність мовної особистості та положення про дискурс-аналізу.

Для вирішення поставлених завдань використані:

- **загальнонаукові методи:** синтез, аналіз, індукція, дедукція, опис, метод суцільної вибірки;
- **спеціальні лінгвістичні методи:** конверсаційний аналіз, елементи дискурс-аналізу, контекстуальний аналіз.

**Наукова новизна** полягає у тому, що явище маніпуляції трактовано не лише як негативне явище, а виокремлено позитивні тактики маніпулятивного впливу на матеріалі американського політичного дискурсу.

**Теоретичне значення** отриманих результатів зумовлено їхнім внеском в дискурсологію, конфліктологію, комунікативну лінгвістику.

**Практичне значення** отриманих результатів та висновків полягає у можливості їхнього використання у курсах «Граматики англійської мови («Прагматика речення»), «Стилістики англійської мови», «Комунікативної лінгвістики», у спецкурсах з дискурсології, теорії мовної комунікації, політичної лінгвістики.

**Структура роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури та списку ілюстративних джерел.

У вступі визначено актуальність, мету, предмет, об'єкт, методи дослідження, його теоретичну і практичну значущість, наукову новизну.

У першому розділі «**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯЦІЇ У СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЯХ**» визначено поняття маніпуляція, види маніпулятивного впливу, схарактеризовано маніпуляцію у політичному дискурсі, та визначено основні лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу.

У другому розділі «**МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ПОЗИТИВУ ТА ЇЇ ТАКТИКИ**» визначено способи прямого та непрямого вираження позитивної оцінки у межах тактики позитивного оцінювання політика, схарактеризовано засоби вербалізації тактики підвищення значимості співрозмовника та маніпулятивно спрямованих компліментів.

У третьому розділі «**МАНІПУЛЯТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ ДИСКРЕДИТАЦІЇ ПОЛІТИКА**» визначено тактику заниження іміджу політика та способи її вербалізації, а також тактику мовленнєвої агресії та способи її вербалізації.

У висновках підведено результати дослідження та окреслено перспективу подальших наукових пошуків.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯЦІЇ У СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЯХ

## 1.1. Маніпуляція: поняття та визначення

Поняття «маніпуляція» є об'єктом дослідження багатьох суміжних наук. Слово «маніпуляція» походить від латинського слова «manus», що означає «рука». Словники з європейських мов тлумачать слово «маніпуляція» як окреме ставлення до об'єктів із певними намірами або цілями [Чалдини, 2000]. На думку психологів, важливим етапом у розвитку поняття маніпуляції було позначення цим словом фокусників, які працюють без складних пристосувань, руками («фокусник маніпулятор»). Мистецтво цих артистів, що працюють під девізом «спритність рук і ніякого шахрайства», заснована на знаннях психології людини тобто властивостях людського сприйняття та уваги. Фокусники маніпулятори досягають створення певних ефектів через ілюзії сприйняття. Вони задіють психологічні стереотипи глядачів, відволікаючи, переміщаючи і у такий спосіб маніпулюють їх уявою. Програмування думок і прагнень людей, їхніх настроїв і психічного стану здійснюється через певні методики впливу.

Оксфордський словник англійської мови трактує маніпуляцію як "прихований акт впливу на людей або управління ними, що супроводжується зневажливий тоном [Oxford learners dictionary, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>].

Варто зазначити, що проблема маніпуляції свідомістю знаходиться у центрі уваги багатьох дослідників. Однією з перших була книга Герберта Франке "Манипулируемый человек" (1964). Під маніпулюванням в більшості випадків розуміють прихований психічний вплив. Звичайно він, в першу чергу спрямований на нанесення шкоди тим особам, на яких він спрямований.

Реклама є одним з видів такого впливу. Особливість маніпуляції як психічного впливу полягає в тому, що вона спонукає людину, що знаходиться під таким впливом, робити те, чого бажають інші, вона змушує її хотіти це зробити [Кара-Мурза, 2003].

У психології маніпуляція – це різновид соціального впливу, який використовується для прихованого впровадження в психіку жертви цілей, бажань, намірів, відносин або установок маніпулятора, які не збігаються з актуально існуючими потребами жертви [Чалдини, 2000]. Це приховане управління людьми та їх поведінкою.

Як зауважує Г. Шиллер, "Для досягнення успіху маніпуляція повинна залишатися непомітною. успіх маніпуляції гарантований, коли маніпульований вірить, що все, що відбувається природно і неминуче. Тобто, для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не буде відчуватися " [Шиллер, 1980].

У політиці маніпуляція – це політичний прийом, спосіб, що впливає на поведінку індивіда чи групи осіб у суспільстві [Несолена, 2017].

Можна зазначити, що лінгвістичне або мовне маніпулювання є одним з найефективніших засобів прихованого впливу, при якому залучаються мовні ресурси, використання яких детерміновано певними правилами їх зстосування з метою прихованого впливу на адресата. Тобто мовна маніпуляція є різновидом маніпулятивного впливу, який направлений на поведінкову та когнітивну сфери діяльності реципієнта, що актуалізується мовними засобами та проявляється імпліцитно [Бикова, 1999].

Іншими словами мовлення виступає не лише інструментом передачі інформації в просторі та часі, але й передбачає досягнення немовленнєвих цілей [Леонтьев, 1007, с. 278-279], тому мовлення виступає «регуляцією поведінки іншої людини» [Тарасов, 1990, с. 3], оскільки кінцева мета спілкування – управління діяльністю співрозмовника. Вплив завжди реалізується у спілкуванні. Здебільшого не видається можливим

висловлювати свої думки нейтрально. Навіть неформальна розмова передбачає «здійснення влади», впливаючи на те, як інші люди сприймають і структурують світ [Блакар 1987, с.91].

Дослідження психологів та психолінгвістів [див., напр., Виготский 1996; Горелов, Кулиш 1982; Седов 2005; Леонтьев 1999; Ушакова 1986; Шахнарович 1987] доводять, що ефективне висловлювання повинно обов'язково бути ефективним. Безумовно, не можна ігнорувати цілу низку екстралінгвістичних факторів таких як зовнішність, стиль одягу, манеру мовлення, міміку та жестикуляцію мовця; обставини та ситуацію спілкування в цілому, однак максимальне досягнення мети комунікативного акту все ж залежить від вербального оформлення думки [Славова 2009].

Американська дослідниця Р. Лакофф вважає, що усі здійснюють маніпулювання постійно. Прийоми лінгвістичної маніпуляції, дозволяють не лише приховати небажану інформацію, а й досягнути бажаних результатів при мінімальних затратах зусиль [Lakoff].

За родовою ознакою більшість учених розглядають маніпуляцію як духовний, психологічний вплив, а не як фізичне насилля чи його загрозу .

До базових ознак маніпулятивного впливу відносять:

1) ставлення маніпулятора до інших як до засобу досягнення власних цілей;

2) прихований характер.

Від майстерності маніпулятора залежить те, наскільки цей вплив змінить в психіці адресата цілі, бажання, наміри, відношення або настанов на інші, які вигідні маніпулятору [Доценко, 1997, с. 60]. Маніпуляція вимагає активності об'єкта впливу, що є скоріше спокусою, а не насиллям. У такому випадку адресат не просто робить те, чого хочуть інші, але й сам має бажання це робити;

3) застосування психологічної сили, так звана "гра" на слабкостях [Доценко, 1997, с. 58];

4) векторна спрямованість впливу не тільки на сферу свідомого, але й на сферу несвідомого [Попова, 2002, с. 276];

5) інтенційність.

Отже, можна виявити спільне у загальному понятті маніпуляції – це імпліцитний або експліцитний вплив на поведінку окремої людини або групи людей з метою змінити сприйняття певної ситуації, її поведінку або змусити виконувати певні дії за допомогою прихованої і насильницької тактики в інтересах маніпулятора.

Відповідно до досліджень Є. Доценко, виокремлено певну узагальнюючу формулу маніпуляції, де простежуються сім «груп ознак, в кожній з яких виділено узагальнений критерій, який може претендувати на те, щоб увійти у визначення маніпуляції [Доценко 2000]. Визначені родові ознаки маніпуляції Є. Доценко багато в чому схожі, тими, що розглянуті в роботі Г. Шиллера.

Ще одне визначення маніпуляції зводиться до його трактування як виду психологічного впливу. Мішень для дій маніпулятора є психологічні структури людської особистості. Це прихований вплив, який має бути непомічений об'єктом маніпуляції. Аби бути успішною маніпуляція повинна залишатися непомітною. Успіх гарантований, коли об'єкт маніпуляції вірить, що все, що відбувається природно і неминуче.

## **1.2 Види маніпулятивного впливу.**

Одна з основних умов успішної маніпуляції зводиться до того, що у значній кількості випадків люди не усвідомлюють, що і як на них впливає, зокрема через засоби масової інформації, у міжособистісних комунікаціях і т.д. Багато в чому прихований вплив на особистість відбувається тому, що для переважної більшості набагато легше пасивно зануритись у потік інформації, ніж критично переробляти кожен зовнішній сигнал. Кожній людині важливо

опанувати до автоматизму певним набором контролюючих "розумових інструментів", які самі по собі, без додаткових зусиль, аналізують інформацію за одним критерієм, а саме чи присутні в ній ознаки маніпуляції поведінкою чи ні [Кара-Мурза 2003].

Маніпулювання здійснюється у трьох основних сферах:

- 1) ідеологічній (пропаганда);
- 2) економічній (реклама);
- 3) соціальній (виховання, освіта і т.д.).

Розрізняють такі основні види маніпуляції: свідомі та несвідомі. Свідомі маніпуляції відбуваються у випадку коли людина чітко розуміє, що і з якою метою вона робить. Несвідомі маніпуляції – тоді, коли кінцева мета не зовсім зрозуміла, а сам маніпулятор, навіть, не замислюється про методи, до яких він вдається для досягнення результату. У такому випадку дії у напрямку досягнення конкретної мети виконуються несвідомо та без аналізу.

Для уточнення одного з вище перерахованих видів маніпуляції можна виділити такі підвиди [Блакар, 1987]:

- *комунікативні або лінгвістичні* – для психологічного тиску використовується мовна маніпуляція. Під час діалогу, за допомогою лінгвістичних прийомів, маніпулятор намагається змусити співрозмовника виконати необхідну йому дію;

- *маніпуляція поведінкою* – відрізняються від лінгвістичних тим, що управління свідомістю відбувається за допомогою дій і вчинків, без використання мови;

- *маніпулювання людьми* – використання іншої людини в своїх цілях, для отримання власної вигоди.

- *маніпуляція любов'ю* – одна з найпідступніших і жорстоких маніпуляцій, якою часто користуються в сім'ях;

- *маніпуляція страхом* – у таких випадках можуть застосовуватися погрози;

- маніпуляція невпевненістю в собі;
- маніпуляція почуттям провини;
- маніпуляція почуттям гордині;
- маніпуляція почуттям жалю [Веретенкіна, 1999].

Важливим також є спосіб, який використано для досягнення поставленої мети. За цим критерієм виокремлюють [Славова, 2009]:

1) повторення – головний засіб недобросовісної пропаганди. Найчастіше використовується у ЗМІ та політиці.

2) дроблення. У такому випадку людина, яка маніпулює нашою свідомістю, представляє нам інформацію або проблему маленькими частинами, тому у людини немає можливості оцінити ситуацію в цілому і головна проблема у тому, що особистість не володіє всією інформацією;

3) комбінування інформації і думки. Такий прийом маніпуляції, коли людині повідомляють факти та водночас висловлюють думки про ці факти. У такому випадку людині важко об'єктивно оцінити ситуацію і вона піддається впливу маніпулятора;

4) прикриття авторитетом. У такому випадку як аргумент на підтримку, наприклад, ідеологічного або політичного ствердження маніпулятор користується авторитетом, здобутим у зовсім іншій не пов'язаній з цим твердженням сфері;

5) активізація стереотипів. Така ситуація має викликати підозру, адже маніпулятор наполегливо звертається до наших стереотипів, пробуджує наше почуття спільності.

Успішність маніпуляції здебільшого залежить від того, наскільки різноманітними є засоби психологічного впливу, якими користується маніпулятор, а також наскільки маніпулятор гнучкий в їх використанні.

### **1.3. Маніпуляція у політичному дискурсі**

Політична маніпуляція здійснюється здебільшого за допомогою засобів масової інформації. Політичні ідеї того чи іншого політичного лідера або партії поширюють, зокрема через друковану пресу, електронну пресу, телебачення та соціальні мережи [Бойко 2006; Рождественская 2003; Холод 2004 та ін.].

Політична маніпуляція є одним із методів та засобів управління людьми шляхом створення ілюзій або умов для контролювання поведінки. Вплив, спрямований на психічні структури людини, який здійснюється приховано і ставить своїм завданням зміну думок, спонукань та цілей людей у потрібному певній групі людей напромі [Славова, 2009]

Маніпуляція у політиці спрямована на збереження або зміну статусно-рольових норм. Вплив на свідомість у засобах масової комунікації здійснюється завдяки використанню маніпулятивних стратегій, у межах яких реалізовані відповідні тактики. Маніпулятивний характер політичної комунікації породжує безліч маніпулятивних засобів впливу на аудиторію. На думку Кара-Мурзи, головне у політиків, які маніпулюють свідомістю мас – це мовчання, а слова – це відволікаюча "стрілянина" [Кара-Мурза, 2003].

Маніпуляції у політичному дискурсі виражаються як приховані способи нав'язування електорату образів, що спрацьовують на пониження іміджу політичних опонентів маніпулятора та підвищують свій власний імідж, з одного боку, та переконують аудиторію у тому, що політичні опоненти маніпулятора є чужими для виборців, а сам маніпулятор є для них своїм, з іншого боку [Карасик 2009].

Пересічні громадяни сприймають імідж особи через її презентацію в ЗМІ. Громадський діяч набуває популярності лише через засоби масової інформації. Це пояснюється тим, що їх вплив має тривалий характер, рівно

стільки, скільки ця особа обіймає важливу державну посаду чи перебуває в полі зору аудиторії [Giles 2000]. Важливо зазначити, що адресат ЗМІ має справу не з реальною особою, а її образом та іміджем громадського діяча, який створено у медійному дискурсі.

Коли ми говоримо про імідж політика, ми фокусуємо увагу на його зовнішності, професії, посаді, манері говорити та поводитися, його «легенді», іншими словами, образ політика – це публічна сторона його особистості [Максимов 1999: 51], соціальне обличчя [Hoffman 1959]. Імідж визначають як маніпулятивний, спеціально створений психічний образ. Механізм формування іміджу політика широко використовується у передвиборчій кампанії. Важливим є не те, що пропонує політик, а те, як це сприймає аудиторія, яка реагує на умисно створений образ, а не на конкретну людину.

Основними маніпулятивними стратегіями політичного дискурсу є такі:

1. Стратегія ухилення від істини. Зазначена стратегія втілюється через тактику навішування ярликів та тактику «дозування обсягів правди» [Амиров, 2002, с. 192].

2. Стратегія імунізації висловлювань. Зазначена стратегія репрезентована тактиками посилення на авторитети та вживання універсальних висловлювань [Дмитрук, 2006, с. 2].

3. Стратегія викривлення інформації. Зазначена стратегія втілюється через тактики повторення, гіперболізації та применшення, спрощення понять, замовчування, підтасовки і фабрикації фактів, а також подрібнення цілісної картини світу [Белова, 2004].

4. Стратегія групової ідентифікації, реалізовувана в тактиках інклюзивності (зближення) та дистанціювання (віддалення) [Белова, 2009].

5. Стратегія модифікації ілюктивної сили висловлювань. Ця стратегія вербалізується через тактики категоричної та некатегоричної номінації.

7. Стратегія позиціонування, суть якої полягає у створенні свого або чужого позитивного іміджу [Дейк, 1989, с. 277-299], уживанні мовних засобів,

характерних для людей, на яких здійснюється вплив. Маніпулятор, як правило, позиціонує себе як людини з народу.

б. Стратегія структурування відповідно до принципу релевантності, що виявляється в тактиці подання важливої інформації на початку й наприкінці повідомлення, а також у тактиці використання структур з імплікативним потенціалом [Славова, 2009].

Політичні діячі здійснюють маніпулятивний вплив на адресата, використовуючи цілий комплекс стратегій для досягнення своїх цілей.

Важливу роль у політичній маніпуляції також грають супутні атрибути ситуації взаємодії або контекстний фон – фізичні умови спілкування, оточення, антураж, інтер'єр; культурний фон, соціальний статус учасників спілкування, стандартність або екстраординарність події як предмета спілкування.

Як зазначалось вище, ЗМІ впливають на масову політичну свідомість. Питання щодо ступеню та механізму цього впливу наразі є дискусійним. У цьому зв'язку слід зазначити поширене уявлення про те, що політична свідомість і поведінка людей істотно залежать від інформаційного поля, що формується ЗМІ. «ЗМІ "формують" наше мислення, "впливають" на наші думки і установки, "підштовхують" нас до певних видів поведінки, наприклад, до голосування за певного кандидата». Відповідно до думки інших дослідників, вплив ЗМІ на поведінку населення відбувається шляхом формування необхідної думки громадськості. «Преса безпосередньо бере участь як у створенні та поширенні думок, тобто вона не виражає, а створює громадську думку, вона не відображає уявлення людей про світ, а формує самі ці уявлення, а значить, і їх бачення світу ... Створення артефакту, який ми називаємо громадською думкою, досить важлива функція ЗМІ» [Несолена, 2017].

### **1.3.1 Дискурс як середовище комунікативної діяльності політика**

Середовищем комунікативної діяльності політика є дискурс, в якому діють норми та правила певного жанру. Інституційний дискурс – це статусно орієнтований дискурс, що реалізується у спілкуванні представників соціальних груп та інститутів [Карасик 2002]. Різновидом інституційного дискурсу як «тексту в ситуації представницького спілкування» [Карасик 2000: 25] є політичний дискурс, мета якого - збереження та перерозподіл влади.

Важливо зазначити, що у політичному дискурсі політичні лідери представляють конкретний соціальний інститут, а не себе особисто, наприклад: уряд або опозицію, партію, фракцію та ін. Саме тому політичне мовлення як продукт мовної творчості розглядається через призму та як продукт діяльності тієї партії, фракції, того суспільного інституту, який політик представляє, і є статусно-орієнтованим [Карасик 2007: 89; Карасик 2002]. Політик виражає не власні інтереси, а національні, партійні та групові.

### **1.3.2 Види маніпулювання у політичному дискурсі.**

Будь-який політик в процесі своєї діяльності, особливо виборчих компаній, намагається організувати конструктивну взаємодію із засобами масової інформації, щоб сформувати певний імідж і ефективно впливати на масову свідомість. Кандидат може розраховувати на успішний результат передвиборної компанії за умови володіння всіма навичками міжособистісного спілкування. Крім того, важливим є створення сприятливого образу серед виборців та уміле використання засобів психологічного впливу для залучення на свою сторону якомога більшої частини електорату. Під час проведення виборчої компанії вдаються до таких маніпуляцій, як [Шейгал, 2004]:

- **спотворення інформації** – варіюється від відвертої брехні до часткових деформацій, підтасовка фактів;

- **приховування інформації** проявляється в замовчуванні, приховуванні певних тем. У межах цього типу маніпуляції нерідко вдаються до методу часткового висвітлення фактів або вибіркової подачі матеріалу;

- **спосіб подачі інформації.** Цей чинник часто відіграє вирішальну роль у тому, аби зміст повідомлення було сприйнято необхідним його відправнику чином. Наприклад, велика кількість інформації у несистематизованому вигляді «дозволяє заповнити ефір потоками безглуздої інформації». Інформація подана у такий спосіб значно ускладнює для реципієнта пошуки сенсу. Те саме стосується інформації, яка подана маленькими частинами, нею теж неможливо ефективно скористатися. У вищезгаданих ситуаціях метою мовця є приховати певну інформацію;

- **момент подачі інформації.** Найвідоміший прийом – показ в найбільш (найменш) зручний для телеглядачів час. Залежно від того, в якому порядку ставляться на голосування питання або обговорюються важливі питання, підсумковий результат голосування або обговорення буде різним в силу впливу результатів попереднього голосування або обговорення у подальшому;

- **порядок подачі інформації** також грає важливу роль. Величезна вірогідність того, що маніпулятору не відмовлять у більш суттєвому проханні після дрібного;

- **гранична подача інформації.**

Метою передвиборчого дискурсу є отримання перемоги у виборах через переконання необхідної кількості виборців віддати голос за одного кандидата. У боротьбі за владу проявляються й основні функції передвиборчої комунікації: інструментальна (використання мови як інструмента у боротьбі за владу), агональна (боротьба з суперником), інспіративна, агітаційно-пропагандистська (розповсюдження ідей та ідеології, які пропагує кандидат), інформаційна (надання інформації про кандидата і створення стійкого образу політика), маніпулятивна [Шейгал; Гайкова, с. 177].

Найчастіше політичний маніпулятивний вплив здійснюється в умовах сенсаційності і терміновості. Така технологія загальної дії забезпечує шум і необхідний рівень нервозності, що підриває психологічний захист та притуплює увагу та пильність.

За характером інформаційних перетворень у політичному дискурсі розмежовують такі види маніпулювання [Шейгал 2004: 173 – 174]:

1) референційне маніпулювання, пов'язане з перекручуванням денотата/референта у процесі позначення дійсності. Один із видів референційного маніпулювання – фактологічне маніпулювання, тобто перекручування фактів (недомовки, брехня, перебільшування, створення референційної невизначеності);

2) аргументативне маніпулювання, пов'язане з порушенням постулатів спілкування.

Політику, щоб успішно брати участь у комунікації, необхідно володіти певною політичною риторикою. Політичний дискурс накладає обмеження на мовленнєву діяльність, можливості маніпулювання суспільною свідомістю й надає право на певну свободу у виборі способів мовленнєвого впливу [Миронова 2000: 163]

Маніпулятивний вплив на свідомість людини, який здійснюється за допомогою мовних засобів, є звичним явищем у політичному дискурсі, який здебільшого опосередкований ЗМІ.

Аналіз сучасного американського політичного дискурсу демонструє широке використання референційного маніпулювання в діапазоні тактичних засобів:

- **актуалізації пасивних конструкцій** (*be affected, is anchored*):

*Barr's memo authorized prosecutors "to pursue substantial allegations of voting and vote tabulation irregularities prior to the certification of elections in your jurisdictions in certain cases," particularly where the outcome of an election could*

*be affected* [[https://www.washingtonpost.com/national-security/william-barr-election-memo/2020/11/13/6ed06d20-25e4-11eb-a688-5298ad5d580a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/national-security/william-barr-election-memo/2020/11/13/6ed06d20-25e4-11eb-a688-5298ad5d580a_story.html)].

*The resistance to democratic compromise is anchored in what we call an* [harvardmagazine.com2012].

*D. Trump: We have a vaccine that's coming. It's ready. It's going to be announced within weeks. And it's going to be delivered* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

- **використання синтаксичного еліпсису:** *unintended and undesirable change* - not desired and intended by whom?

[...] *bias in politics can result in stasis, but it can also produce unintended and undesirable change. The resistance to democratic compromise is anchored in what we call an* [harvardmagazine.com/2012].

*Those trying to justify discrimination typically point to something socially different or undesirable about the group they target* [huffingtonpost.com /2012].

Використання **слів з дифузною семантикою** є характерним для американського політичного дискурсу (*some, many*):

*Though some election results have yet to be called, Democrats are on track to a House majority of about 16* [[https://www.washingtonpost.com/politics/biden-agenda-republicans/2020/11/14/e0651ef4-25d0-11eb-a688-5298ad5d580a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/biden-agenda-republicans/2020/11/14/e0651ef4-25d0-11eb-a688-5298ad5d580a_story.html)].

*Such messages proved fatal to many Democratic candidates this cycle* [[https://www.washingtonpost.com/politics/biden-agenda-republicans/2020/11/14/e0651ef4-25d0-11eb-a688-5298ad5d580a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/biden-agenda-republicans/2020/11/14/e0651ef4-25d0-11eb-a688-5298ad5d580a_story.html)].

До засобів творення референційної невизначеності у сучасному американському політичному дискурсі належить **уживання слів широкої семантики**, зокрема *issue*:

*And since the day he took office, on issue after issue, crisis after crisis, that's what we've seen in my husband* [whitehouse.gov].

Використання **юридичних, економічних, військово-технічних термінів, які є малозрозумілими для пересічної людини.** Їх використання нерідко слугує засобом вираження маніпуляції:

*Instead, the country appears to have rejected both President Trump and the idea of Democratic control, with the liberal policy overhaul it would have brought — forcing a rapid recalibration by Biden of what remains possible* [https://www.washingtonpost].

**Політики можуть задіювати книжні слова з метою створення ситуації невизначеності:**

*... the final rule was designed to expand access to AHPs to avoid the most stringent requirements of the ...* [https://www.thenationalcouncil.org/].

*“We’re going to talk about denuclearization. We’re not going to legitimize you and we’re going to continue to push stronger and stronger sanctions on you”* [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020].

До **прийомів політичного маніпулятивного впливу** під час електоральних компаній також можна віднести [Несолена, 2016]:

**1.Обмежений збіг точок зору**, що полягає у тому, що точка зору, яку повністю підтримує громадська думка, не підлягає прямій атаці, вона поволі конвертується у доволі прийнятну для політика.

**2.Відволікання** або «копчений оселедець» (red herring). Походження цього терміну пояснюється тим, що запах копченого оселедця збиває собаку зі сліду. Застосовується даний прийом для того, щоб змінити увагу аудиторії з важливої інформації на іншу, подану у надзвичайно сенсаційній формі. Тобто створюється відволікаюча емоційна домінанта.

**3.Спотворення фактів** – поєднання правдивих, неправдоподібних, а також фейкових правдоподібних фактів. Коли сумніви аудиторії щодо фактів другої категорії будуть розвіяні, аудиторія без вагань повірить фактами

третьої категорії. Неправдиві факти можуть бути подані як правдиві і навпаки..

**4.Історичні аналогії** – за допомогою цього прийому пропагандист може показати аудиторії свою ерудованість. Метод історичних аналогій сприяє конструюванню метафор, що програмують об'єкт впливу.

**5.«Закидування брудом»** - грубий політичний прийом, який використовується у політичній боротьбі і передбачає використання жорстко негативних етичних оцінок предмета розмови.

**6.Семантичне маніпулювання**, яке полягає у виборі слів, що викликають чіткі позитивні або негативні асоціації і таким чином організують сприйняття інформації.

**7.«Новина пошепки»** відрізняється ефективною подачею інформації, яка є малоймовірною.

**8. Дезінформація** є дієвим прийомом, коли необхідно ухвалити якесь важливе рішення. Коли правда стане відомою, мета дезінформації вже буде досягнута. Витік інформації, нібито отриманої з надійних, але «анонімних джерел», організовується частіше для того, щоб провести зондування громадської думки з того чи іншого питання. В разі негативної реакції громадська думка піддається додатковій обробці, щоб підготувати її до певної політичної акції. Якщо реакція вкрай негативна, завжди є можливість «спростувати» сенсаційну інформацію, оголосивши її «дозвільними вигадками журналістів» [Несолена, 2017].

Таким чином, основними види маніпулювання у політичному дискурсі є референційне та аргументативне маніпулювання. Перше пов'язане з перекручуванням денотата/референта у процесі позначення дійсності. Останнє полягає у перекручуванні фактів у формі недомовки, брехні, перебільшування, створення референційної невизначеності. Найчастіше політичний маніпулятивний вплив здійснюється в умовах сенсаційності і терміновості.

#### **1.4. Основні лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу**

Крім того, що мовлення виступає засобом передачі інформації, воно передбачає досягнення екстралінгвістичних цілей, отримання певного “стороннього результату” [Леонтьев, 1997, с. 278-279]

Залежно від контексту, ситуації спілкування маніпулятор вибирає відповідні мовні ресурси для здійснення маніпулятивного впливу на свідомість людини. Мовне маніпулювання є однією із форм прояву мовного насильства, характерними ознаками якого є неаргументованість оцінок, псевдоаргументація, однобічне та цілеспрямоване тлумачення фактів, незначна інформативність тексту, надмірне вживання евалюативних реплік [Сереброва 2010: 5-6].

Дослідники визначають мовленнєву маніпуляцію як:

- різновид маніпулятивного впливу, який здійснюється шляхом вмілого використання певних ресурсів мови з метою скритого впливу на когнітивну та поведінкову діяльність адресата [Копнина 2007: 25].

- вид прихованого свідомого комунікативного впливу однієї людини на іншу (його знання, відношення, наміри) з метою змінити їх у потрібному для суб'єкта маніпуляції напрямку за умови введення в оману об'єкта маніпулятивної комунікації [Пирогова 2001: 551].

- вид психологічного впливу, вміле використання якого призводить до того, що в іншій людині з'являються необхідні наміри, про вони не співпадають з її власними бажаннями [Доценко 2000: 59];

- особлива стратегія спрямована на впровадження у свідомість адресата бажань, оцінок, які слугують здійсненню інтересів адресантів [Чернявская 2006: 46].

У рамках реалізації маніпулятивних стратегій виділяють такі тактики: тактик компліменту, тактика неправди, тактика деперсоніфікації опонента

[Кочкин 2003: 2], ухиляння від істини (навішування ярликів), викривлення інформації (повторення, спрощення понять, замовчування, підтасування та фабрикація фактів), імунізація висловлювань (покликання на авторитети), модифікація ілокутивної сили висловлень (категорична та некатегорична номінація), групова ідентифікація (інклюзивність і дистанціювання) та структурування за принципом релевантності (надання важливої інформації на початку та в кінці повідомлення) [Дмитрук 2006: 2-3].

Таким чином, маніпулювання визначається як вид цілеспрямованого прихованого свідомого комунікативного впливу, спрямованого на впровадження у свідомість адресата бажань, оцінок, які слугують здійсненню інтересів адресантів.

Прийоми мовленнєвого впливу використовуються на всіх рівнях мови – графіко-фонетичному, морфолого-синтаксичному, лексичному. До основних прийомів мовленнєвого впливу, які найбільш поширені у політичному дискурсі [інтернет ресурс: [essuir.sumdu.edu.ua](http://essuir.sumdu.edu.ua)], належать:

**1. Фонетичні прийоми мовленнєвого впливу (МВ)** – алітерація, асонанс, каламбур, гомеологія, деформація ідіоми та ін. Асонанс і алітерація, що утворюються за рахунок **повтору та паралельних конструкцій**, посилюють ефект МВ.

*I am proud of the campaign we built and ran. I am proud of the coalition we put together...* [<https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript>].

*The battle to control the virus. The battle to build prosperity. The battle to secure your family's health care. The battle to achieve racial justice and root out systemic racism in this country. The battle to save the climate. The battle to restore decency, defend democracy and give everybody in this country a fair shot.* [<https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript> Joe Biden acceptance speech: Full transcript].

**2. Лексичні та морфолого-синтаксичні засоби.** З метою здійснення прагматичного впливу на аудиторію політики використовують весь арсенал мовних засобів. Вони апелюють до аргументованості, дотримуються логічності побудови промови, використовуючи лексичні одиниці, що належать до офіційно-ділового стилю (*action blueprint, recession, denuclearization*) та відповідні граматичні конструкції:

Joe Biden: *On Monday, I will name a group of leading scientists and experts as transition advisers to help take the Biden-Harris COVID plan and convert it into an action blueprint that starts on January 20th, 2021* [<https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript>].

Vice President Joe Biden: *Because he, in fact, already has costs 10 million people their healthcare that they had from their employers because of his recession. Number one. Number two, there are 20 million people getting healthcare through Obamacare now that he wants to take it away. He won't ever look you in the eye and say that's what he wants to do. Take it away* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>].

President Donald J. Trump: *No, I want to give them better healthcare at a much lower price, because Obamacare is no good.* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>].

Задля досягнення прагматичного ефекту можуть використовуватись також еліптичні конструкції (*And by the way, our military...*), прості (*here's the deal; It's the same process*), непоширені речення (*It's honest*):

Joe Biden: *Yes. And here's the deal. We count the ballots, as you pointed out. Some of these ballots in some states can't even be opened until election day. And if there's thousands of ballots, it's going to take time to do it. And by the way, our*

*military... They've been voting by ballots since the end of the Civil War, in effect. And that's what's going to happen. Why is it, for them, somehow not fraudulent. It's the same process. It's honest [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020].*

Можна виокремити такі стилістичні засоби вираження маніпулятивного впливу:

**Порівняння.** Порівняння слугує засобом здійснення прагматичного впливу на реципієнта. Воно проявляється в уподібненні одного предмета до іншого на основі спільної ознаки; складається з двох компонентів: суб'єкта та об'єкта порівняння, що об'єднуються формальними показниками розумової операції уподібнення.

*Donald J. Trump: It's so sad what's happening in New York. It's almost like a ghost town, and I'm not sure it can ever recover what they've done to New York* [https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript].

У зазначеному фрагменті Д. Трамп використовує порівняння: *like a ghost town*.

**Метафора.** Метафора базується на використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, схожої з нею в якомусь аспекті [Селіванова, 2006]. Метафора допомагає поєднувати несумісне, виявляти нові властивості навколишньої дійсності асоціативно-образним шляхом:

*I believe it is this: Americans have called on us to marshal the forces of decency and the forces of fairness.* [https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript].

У зазначеному дискурсивному фрагменті політик використовує такі метафори, як *the forces of decency, forces of fairness*.

**Метонімія.** Метонімія використовується як стилістичний засіб вираження маніпулятивного впливу в політичному дискурсі. У термінах стилістики метонімія є уподібненням назви одного предмета замість іншого на

основі зовнішньої або внутрішньої суміжності між цими предметами або явищами:

*It's time to put away the harsh rhetoric. To lower the temperature* [https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript].

У вищезазначеному прикладі метонімія (*To lower the temperature*) була використана для здійснення маніпулятивного впливу.

**Алюзія (інтертекстуальність).** За словами І.В. Арнольд: «Під інтертекстуальністю розуміється включення у текст цілих інших текстів з іншим суб'єктом мовлення, або їх фрагментів у вигляді маркованих чи немаркованих, перетворених або незмінних цитат, алюзій та ремінісценцій» [Арнольд 1999]:

*The Bible tells us that to everything there is a season – a time to build, a time to reap, a time to sow. And a time to heal. This is the time to heal in America.* [https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript].

*Hopefully, this hymn gives you solace as well.*

*“And He will raise you up on eagle’s wings,*

*Bear you on the breath of dawn,*

*Make you to shine like the sun,*

*And hold you in the palm of His Hand”*

[https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript].

У зазначених фрагментах політик покликається на біблійні мотиви (*a time to build, a time to reap, a time to sow*).

**Полісиндетон** (багатосполучниковість) є стилістичною фігурою, висловлювання будуються таким чином, що всі або майже всі однорідні члени речення зв'язані між собою одним і тим самим сполучником. Ця фігура використовується для посилення експресії:

*Democrats, Republicans and independents. Progressives, moderates and conservatives. Young and old. Urban, suburban and rural* [<https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript>].

У зазначеному фрагменті політик вдається до використання багато сполучникових конструкцій (*Young and old. Urban, suburban and rural*).

### **Питальні речення як риторичний прийом:**

*Donald Trump: Because you know what happened? They knew they couldn't win so they said, "Let's go to court." And did I predict this, Newt? Did I say this?* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-2020-election-night-speech-transcript>].

У зазначеному прикладі політик уникає прямих маркерів на позначення правильності своєї точки зору, а нібито обговорює все разом з аудиторією та ухвалює рішення спільно з нею.

**Інтенсифікатори** слугують для посилення емоційного фону висловлювання:

*And really, they were teaching people to hate our country And I'm not going to do that* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>].

*Different kind of a guy, but he probably thinks the same thing about me. We have a different kind of a relationship* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

У зазначених прикладах використано такі інтенсифікатори, як *really*, *kind of*.

### **Повтори, паралелізм (синтаксичний), хіазм.**

Повтор – фігура мови, що полягає у повторенні в певній послідовності звуків, слів або ж їх частин, висловів для досягнення відповідного

виражального чи виражально-зображального ефекту [Українська енциклопедія, с. 459].

Синтаксичний паралелізм - це розташування у двох паралельних реченнях однакових членів речення в однаковому порядку, який ускладнюється іншими різноманітними стилістичними засобами: повтором одних і тих же слів, використанням синонімів і т. ін. [Богатирьов 1973, с. 114].

Хіазм визначається як вид синтаксичного паралелізму, коли члени речення другої половини фрази мають зворотний порядок [<http://sum.in.ua/>].

J. Biden : *America isn't just a collection of clashing interests of Red States or Blue States. We're so much bigger than that. We're so much better than that.* [<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>].

President Donald J. Trump: *I want crystal clean water and air. I want beautiful clean air. We have now the lowest carbon... If you look at our numbers right now, we are doing phenomenally. But I haven't destroyed our businesses. Our businesses aren't put out of commission. If you look at the Paris Accord, it was a disaster from our standpoint.* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020/>]

У зазначених вище прикладах політики вдаються до використання різновиду паралелізму – анафори, тобто повтору одних і тих самих елементів на початку. Залучення такого стилістичного прийому збільшує змістову вагу початкової позиції, що веде за собою також збільшення її стилістичної ролі.

**Модальні конструкції підкреслюють** актуальність поданої інформації, її корисність для адресата або для певної соціальної групи, з одного боку, а з іншого – слугують засобом вираження критики, що спрацьовує на пониження статусу опонента:

President Donald J. Trump: *You would have been much later, Joe, much later.* [[https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020](https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020/)].

*This is a great nation. And we are a good people. This is the United States of America. And there has never been anything we haven't been able to do when we've done it together* [<https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript>].

Використання модальних конструкцій є притаманною рисою мовлення політиків. Таким чином, демонструється суб'єктивне ставлення мовця до того, що повідомляється.

Еліпсис – мовленнєве явище як вияв мовної економії або стилістична фігура [Мозгова 2011] що ґрунтується на вилученні з речення структурного компонента, який не впливає на розуміння всього контексту та надає тексту більшої виразності, динамічності, уникнення повторень:

*Donald Trump: We're up 600... Think of this. Think of this. Think of this. We're up 690,000 votes in Pennsylvania, 690,000. These aren't even close. This is not like, "Oh, it's close..."* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-2020-election-night-speech-transcript>].

У зазначеному прикладі використано такі еліптичні конструкції, як *We're up 600; Oh, it's close.*

Таким чином, основними лінгвістичними засобами маніпулятивного впливу є лексичні, морфолого-синтаксичні засоби, а також стилістичні.

## **Висновки до розділу 1**

Під маніпулюванням розуміємо психічний вплив, який здійснюється приховано. Успіх маніпуляції гарантований, коли ті, ким маніпулюють, вірять, що все, що відбувається, є природнім і неминучим. За умови створення

фальшивої дійсності, її присутність не буде відчуватися. У політиці маніпуляція – це політичний прийом, що впливає на поведінку представника влади, опонента чи групи осіб (партії) у суспільстві.

Лінгвістичне маніпулювання є одним з найефективніших впливів прихованого впливу. Для здійснення такого впливу мовець використовує весь арсенал мовних засобів, або досягти мети, здійснити прихований маніпулятивний вплив на реципієнта чи реципієнтів. Мовна маніпуляція є різновидом маніпулятивного впливу, який направлений на аудиторію, і актуалізується імпліцитними мовними засобами.

Основними види маніпулювання у політичному дискурсі є референційне та аргументативне маніпулювання.

Засоби вираження маніпулятивного впливу мають системно-рівневий характер і реалізуються лексичними, стилістичними, морфологічними та синтаксичними засобами.

Інтенсифікація виразності мовного знака відбувається лише в мовленні. Основними образно-стилістичними засобами реалізації мовленнєвого впливу є одиниці номінації, що виникли в результаті певного семантичного зсуву: метафоризації, метонімізації та порівняння.

На синтаксичному рівні виокремлено виразні мовні засоби. До стилістичних фігур належать еліпсис, повтор, синтаксичний паралелізм, тощо і так звані «інтенсифікатори» виразності, тобто порядок слів, використання певних синтаксичних конструкцій і т. ін. Усі ці структури вплетені у політичний дискурс і набувають особливої виразності, що сприяє реалізації його маніпулятивного впливу.

## РОЗДІЛ 2.

### МАНІПУЛЯТИВНА СТРАТЕГІЯ ПОЗИТИВУ ТА ЇЇ ТАКТИКИ

#### 2.1 Тактика позитивного оцінювання політика.

Важливим аспектом лінгвістичних студій у межах функціонального підходу до вивчення мови є всебічне дослідження мовленнєвого впливу та механізмів його здійснення. Коли здійснюється мовленнєвий вплив, зазвичай відбувається зміну стану свідомості адресата, його переконання модифікуються. Зворотна реакція реципієнта проявляється у вигляді немовленнєвої дії або взагалі відсутня. Досліджуючи прояви маніпуляції, лінгвісти часто послуговуються тріадою «стратегія-тактика-прийом» [Мегентесов, 1997].

Маніпулятивній стратегії позитиву притаманна індивідуалізованість, різноманітність мовних засобів, їх контекстуальна варіативність залежно від характеру спілкування, установок мовця, а також стосунків між співрозмовниками [Шкіцька, 2009].

За аксіологічними критерієм маніпулятивні стратегії поділяють на «**позитивні**» та «**негативні**».

«Позитивні» стратегії передбачають схвалення, згоду, демонстрацію солідарності з адресатом. Вони спрямовані на налаштування позитивного ставлення до суб'єкта комунікації, на зміцнення соціального іміджу співрозмовників [ЯКМИСЛ, 2006, с.249]. «Негативні» стратегії спрямовані на створення дискредитуючого соціального іміджу політика. В основі маніпулятивної стратегії позитиву лежить гармонізація стосунків із співрозмовником, використання позитивної інформації для здійснення впливу.

Слідом за Р. Чалдіні виокремлюємо такі принципи (позитивного маніпулятивного впливу):

1) принцип зобов'язання. Якщо людина зробила поступку у дрібницях, то її легше змусити піти на більш суттєві значні поступки;

2) принцип взаємообміну. Він полягає в тому, що людина надає незначну послугу співрозмовникові, хоча про неї ніхто не просив, а потім звертається з проханням про надання взаємної послуги [Чалдини 2000];

3) принцип стереотипів. Цей принцип втілюється у стереотипності людської поведінки;

4) принцип соціального доказу. Ідея або жумка є правильною, якщо її підтримує більшість;

5) принцип доброго ставлення. Відповідно до цього принципу людину засипають компліментами, підкреслюють шанобливе ставлення до неї, підкреслюють спільність інтересів [Міщенко, 2007];

6) принцип підпорядкування псевдо авторитетам. Для здійснення маніпулятивного впливу людина посилається на авторитети; 7) принцип дефіциту (обмеженого часу, ресурсів, можливостей). Люди, зазвичай, схвально сприймають те, що є доступним в обмеженій кількості.

Оцінність політичного дискурсу допомагає скласти уявлення про те, як політики оцінюють дії один одного, а також як засоби масової інформації висвітлюють ті чи інші політичні події та їхню діяльність. Емотивність базується на оцінності [Дементьев, с. 5]. Це дозволяє розподілити оцінну лексику на одиниці з позитивною чи негативною оцінкою в їхній семантиці.

Залежно від наявності / відсутності емотивного компоненту деякі дослідники виділяють раціональну та емоційну оцінки [Болдирев, с. 37]. Раціональна оцінка як когнітивна інтерпретація основних характеристик предметів і явищ орієнтована на відносно об'єктивну, або загальноприйнятну, шкалу норм і стандартів [Болдирев, с. 113].

Поняття оцінки прийшло у мовознавство з логіки оцінок, де оцінка кваліфікувалася як висловлювання про цінності [Івін 2002 с.8]. Під цінністю розуміється все, що є об'єктом інтересу, потреби, прагнення, бажання і т.д.

Однією з характерних рис оцінки є обов'язкова присутність у ній суб'єктивного фактора, який звичайно взаємодіє з об'єктивним. Оцінка показує ціннісне ставлення до чого-, кого-небудь, засноване на визнанні або запереченні гідності і позитивних якостей об'єкта:

*Along with the experience needed to get things done, Joe and Kamala have concrete policies that will turn their vision of a better, fairer, stronger country into reality* [https://edition.cnn.com/2020/08/19/politics/barack-obama-speech-transcript/index.html].

У зазначеному фрагменті позитивна оцінка вербалізована такими позитивно забарвленими одиницями, як *a better, fairer, stronger country*.

Оцінювання передбачає виявлення певного ставлення до суб'єкта [Івін 1970, с.2]. Оцінювання різних явищ дійсності є однією з найважливіших складових когнітивної діяльності суб'єкта. У зв'язку з цим Н.Д. Арутюнова дає визначення оцінки як категорії, яка «задана фізичною і психічною природою людини, його буттям і відчуттям, вона задає його мислення і діяльність, ставлення до інших людей і предметів дійсності, його сприйняття мистецтва» [Арутюнова 1984, с.5]. Є.М. Вольф вважає, що суб'єкт оцінки спирається не тільки на особистісне ставлення до об'єкта оцінки, а й на стереотипні уявлення про об'єкт [Вольф 1985, с. 23].

Своє оцінне ставлення до того чи іншого явища людина висловлює за допомогою оціночних висловлювань. Дослідники оціночної семантики протиставляють дескриптивні і власне оцінні значення. Зокрема, у наступному фрагменті Б. Обама дає оцінку діяльності Д. Трампа:

*I did hope, for the sake of our country, that Donald Trump might show some interest in taking the job seriously; that he might come to feel the weight of the office and discover some reverence for the democracy that had been placed in his care.*

*But he never did. For close to four years now, he's shown no interest in putting in the work; no interest in finding common ground; no interest in using the awesome power of his office to help anyone but himself and his friends; no interest in treating the presidency as anything but one more reality show that he can use to get the attention he craves.*

Donald Trump hasn't grown into the job because he can't.

[<https://edition.cnn.com/2020/08/19/politics/barack-obama-speech-transcript/index.html>]

Як правило, лексику з оцінною семантикою ділять на загальнооцінну та частковооцінну. Н. Д. Арутюнова [2] запропонувала класифікацію частковооцінних значень щодо суб'єкта й об'єкта оцінки.

До першої групи автор відносить сенсорні оцінки, які діляться на дві групи:

- 1) сенсорно-смакові: смачний, ароматний;
- 2) психологічні:
  - а) інтелектуальні оцінки: захоплюючий, цікавий;
  - б) емоційні: радісний, бажаний, приємний.

До другої групи входять сублімовані, або абсолютні, оцінки:

- 1) естетичні (синтез сенсорних і психологічних): гарний, прекрасний;
- 2) етичні, що мають на увазі норми: моральний, добрий.

Третя група представлена раціоналістичними оцінками. Вони включають:

- 1) утилітарні: useful;
- 2) нормативні: correct, normal;
- 3) телеологічні: effective [Арутюнова, 1988 ].

Можна виділити таку класифікацію оцінок [Вольф, 2009]:

- по аксіологічному критерію (позитивні / негативні),
- за типами об'єктів оцінки (предметні / непередметні),

- за характером підстави приватної оцінки (сенсорні / сублімовані / раціоналістичні),
- за впливом контексту (інгерентно / адгерентно),
- за структурою оціночного висловлювання (абсолютні / порівняльні)
- за характером оцінювальної ознаки (загальні / приватні).

Маніпулятивними тактиками оцінювання політика з «позитивним» вектором можна вважати такі:

- «перенесення ставлення / оцінки», що ґрунтується на співставленні з ціннісними стандартами певної групи людей [Попова, 2005, с. 128];
- «тоталітарна гіперболізація», суть якої полягає в перебільшенні можливостей та позитивних якостей того чи іншого політика;
- «позитивно-оцінний тиск», що реалізується шляхом розхвалювання політичного діяча, підкресленням його переваг;
- «рекомендація» («посилання на авторитет»), що передбачає залучення авторитетної людини ;
- «власне коло» - це спроба налагодити дружні взаємини з аудиторією шляхом ідентифікації себе з нею;
- «емоційна надбудова», основою якої є використання емоційних чи оцінних слів для налаштування на доброзичливий лад.
- «комплімент адресату», головною функцією якої є встановлення контакту, налаштування адресата на сприйняття іншої інформації [Попова, 2005, с. 131-147].

У нашому дослідженні виокремлюємо такі «позитивні» маніпулятивні тактики:

1. Тактика «сяючі узагальнення». Її суть полягає в тому, що більш загальне родове поняття використовується на позначення певного явища, яке викликає позитивні асоціації [Дмитрук, 2006, с. 6]. Зокрема, у наступних прикладах такими родовими поняттями виступають спільність цілей,

сподівань, можливості, світло та демократія (*opportunity; democracy; United in our pursuit; United in our dreams; United in our determination*):

*And we have a great purpose as a nation: To open the doors of opportunity to all Americans. To save our democracy. To be a light to the world once again* [<https://www.cnbc.com/2020/08/21/joe-biden-dnc-speech-transcript.html>].

*United in our pursuit of a more perfect Union. United in our dreams of a better future for us and for our children. United in our determination to make the coming years bright* [<https://www.cnbc.com/2020/08/21/joe-biden-dnc-speech-transcript.html>].

2. Тактика **використання універсальних висловлювань**, що базується на бажанні людини належати до певної спільноти. Універсальні висловлювання допомагають створити враження, що інші члени спільноти теж поділяють погляди реципієнта:

*The only way we're going to bring this country together is bring everybody together. There's nothing we cannot do, if we do it together. We can take this on and we can defeat racism in American* [<https://www.cnbc.com/2020/08/21/joe-biden-dnc-speech-transcript.html>].

У цьому фрагменті фокус на спільності дій з громадою переданий за допомогою таких мовних одиниць, як *we, together*.

3. Тактика **використання слів із дифузною семантикою**. Ідеться про слова на кшталт *enhancement, improvement*, тощо; групи слів із генералізованим референтним індексом – універсальні квантифікатори (*everyone, always, never; some, certain, such* і т.д.), за допомогою якої досягається ефект залученості кожного до спільної справи:

*I will stand always for our values of human rights and dignity* [<https://www.cnbc.com/2020/08/21/joe-biden-dnc-speech-transcript.html>].

*That in America, everyone, and I mean everyone, should be given the opportunity to go as far as their dreams and God-given ability will take them* [<https://www.cnbc.com/2020/08/21/joe-biden-dnc-speech-transcript.html>].

*If you look at Pennsylvania, if you look at certain states that have been shut down, they have Democrat governors [...]*  
[<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>].

#### 4. Тактика посилення на авторитети:

*A president our children could -- and did -- look up to*  
[<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>].

*And 12 years ago when Barack Obama made history and told us: “Yes, we can”*  
[<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>].

У зазначених фрагментах зроблено посилення на Б.Обаму, як авторитетної людини, яка гідна наслідування.

5. Тактика **кооперації**, що дає змогу політику створити позитивний імідж завдяки тому, що він використовує у мовленні такі ідеї та поняття, що апелюють до цінностей співрозмовника або співрозмовників [Михалева, 2004, с. 82]:

*Mike Pence: But I really believe with all of my heart, with the extraordinary margins, Mr. President, that you’ve inspired in the states that you just described, and the way that you launched this movement across the country to make America great again, I truly do believe as you do that we are on the road to victory and we will make America great again, again. Thank you, Mr. President*  
[<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-2020-election-night-speech-transcript>].

6. Тактика створення позитивного образу. Ця тактика проявляється у використанні висловлень, які виражають самопохвалу та позитивне ставлення до співрозмовників [Галімова, 2009].

*And speaking of President Obama, a man I was honored to serve alongside for 8 years as Vice President. Let me take this moment to say something we don't say nearly enough.*

*Thank you, Mr. President. You were a great president.*

[<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>].

Ефективність маніпулятивних тактик позитивного оцінювання залежить від уміння політика репрезентувати схвальне висловлювання як щире й завуалювати свої справжні (маніпулятивні) наміри. А. Вежбіцька вважає, що щирість похвальних висловлювань є запорукою успішної комунікації. Відповідно до ідей дослідниці, лише достовірна похвала, а не маніпулятивна, може бути ефективною.

Індикаторами нещирості мовця постають часті паузи, повтори, швидкий темп мовлення, а також, з одного боку, шаблонність позитивно оцінних висловлювань, а з іншого – складність похвальних конструкцій, перенавантаження їх урочистими мовленнєвими оборотами, а також словами пасивного запасу. Така поведінка свідчить про продумування тактики, ретельну підготовку мовця до маніпулювання. За спостереженнями В.В. Леонтєва, ознакою нещирості в компліментах є багатослівність адресанта [Леонтєв, 1997].

Оцінне значення мовних одиниць можна визначити як інформацію про ціннісне ставлення суб'єкта мовлення до певної властивості, виділеної при розгляді того чи іншого об'єкта з певних позицій. Розрізняють експліцитну (виражену) та імпліцитну (невиражену) види лексичної оцінки.

**2.1.1 Способи прямого вираження позитивної оцінки. Засобами прямого вираження оцінки в політичному дискурсі є використання**

прикметників з оцінно-модальним значенням, синтаксичні повтори, парафрази:

*Because I will have a great Vice President at my side. Senator Kamala Harris. She is a powerful voice for this nation*  
[<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>].

У цьому фрагменті політик використовує пряму характеристику, схвально оцінюючи майбутнього віце-президента, використовуючи такі прикметники, як *great, powerful*.

**Пряме вираження позитивної оцінки** реалізується через лексичні засоби, представлені різними частинами мови. Це слова, що мають позитивну оцінну семантику, позитивну конотацію та емоційну забарвленість. Найчастіше для передачі позитивної оцінки вживаються іменники, прикметники, дієслова та прислівники:

прикметники: *And I will work in common purpose for a more secure, peaceful, and prosperous world* [<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>].

Позитивна оцінка вербалізована такими лексемами, як *secure, peaceful, and prosperous*.

дієслова: *As president, I will make you this promise: I will protect America. I will defend us from every attack*  
[<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>];

іменники: *With modern roads, bridges, highways, broadband, ports and airports as a new foundation for economic growth*  
[<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>];

прислівники: *She is incredibly brave*  
[<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>].

До прямих способів вираження позитивної оцінки співрозмовника також відносять такі:

1) ствердження про наявність в адресата таких позитивних рис, що мають соціальну цінність, наприклад, Хіларі Клінтон на президентських дебатах з Д. Трампом, схвально характеризує Б. Обаму:

*I personally believe that the steps that President Obama took saved the economy. He doesn't get the credit he deserves for taking some very hard positions*  
[<https://www.politico.com/story/2016/10/full-transcript-third-2016-presidential-debate-230063>];

2) висловлення переконаності в здатності належно / успішно виконувати певні дії:

*I will do everything that I can to make sure that you have good jobs with rising incomes, that your kids have good educations from preschool through college. I hope you will give me a chance to serve as your president*  
[<https://www.politico.com/story/2016/10/full-transcript-third-2016-presidential-debate-230063>].

Такі висловлювання формулюються за допомогою:

- вставних слів, словосполучень у висловлюваннях, які виражають позитивну оцінку, *of course, sure, certainly, no doubt*:

*H. Clinton: [...] because what I would like to see is for people to come together and say, of course we're going to protect and defend the second amendment*  
[<https://www.politico.com/story/2016/10/full-transcript-third-2016-presidential-debate-230063>].

*H. Clinton: But there is no doubt that I respect the second amendment*  
[<https://www.politico.com/story/2016/10/full-transcript-third-2016-presidential-debate-230063>].

- складнопідрядних з'ясувальних речень, де головна частина виражена модальним компонентом, що передає впевненість, сподівання, позначає процес мислення, наприклад: *I'm sure, I'm convinced, I think, I guess, I hope, I'm absolutely sure, Let's hope:*

*D. Trump: And I think we're going to do well because people are really happy with the job we've done* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>].

– складнопідрядних речень із заперечною головною частиною: *I'll never believe, It can't be, there have (has) never been:*

*And there has never been anything we haven't been able to do when we've done it together* [<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>].

– лексико-граматичних структур зі значенням обізнаності: *You know, I know that; I know your merits; everyone knows, that:*

*You know, I think when we talk about the Supreme Court, it really raises the central issue in this election* [<https://www.politico.com/story/2016/10/full-transcript-third-2016-presidential-debate-230063>].

В англійській мові існує низка засобів для інтенсифікації оцінного значення:

- прислівники, як *absolutely, quite, rather, utterly;*
- дієслівні підсилювальні конструкції типу “do” + дієслово;

До прямих засобів вираження оцінності можна також віднести **оцінні фразеологічні одиниці**. Джерелом оцінної номінації може слугувати оцінна сема у буквальному значенні одного з компонентів, яка поширює оцінне значення на всю фразеологічну одиницю [Бессонова, 2013].

*You can tell that I'm a lame duck, because nobody is following instructions* [<https://time.com/4631007/president-obama-farewell-speech-transcript/>].

У своїй прощальній промові Б. Обама використовує фразеологізм, називаючи себе *lame duck*. У кембриджському словнику він визначається як:

*A lame duck is an elected official whose power is reduced because the person who will replace them has already been elected* [<https://dictionary.cambridge.org>].

В. Обама: *Some in Washington fought tooth and nail to protect the status quo, where billions of dollars were going to banks instead of student* [<https://obamawhitehouse.archives.gov/realitycheck/the-press-office/2012/04/24/remarks-president-college-affordability-university-north-carolina>].

У цьому фрагменті Б. Обама використовує ідіому *tooth and nail*, для позначення бажання деяких політиків залишитись при владі у будь-який спосіб.

**2.1.2 Способи непрямого вираження позитивної оцінки.** Непряме оцінювання зазвичай не виражене в семантиці мовного знаку і в межах реалізації маніпулятивної стратегії позитиву виражається такими способами, як:

1) висловлення припущення про те, що партнер здогадливий, сподівання на правильне розуміння.

2) висловлення прохання про пораду або інформування про необхідність надання такої [Чигирдова, 1999, с. 63].

3) повідомлення інформації про запозичення певної ідеї або думки в співрозмовника. Іншими словами, необхідно розказати співрозмовнику, що його ідеї надихнули, ними скористалися. Це один з ефективних шляхів здійснення комунікативного впливу [Фірстова, 2008, с. 59];

4) доручення адресату виконання певних завдань;

5) висловлення шкоди з приводу нехтування думкою або порадою співрозмовника;

б) висловлення бажання отримати щось, що належить співрозмовнику [Міщенко, 2007];

Емпіричний матеріал дослідження дозволив виділити такі непрямі способи позитивної оцінки:

1. Констатування факту виконання адресатом певної дії, яку можна позитивно оцінити. У такому випадку загальна оцінка адресата подається після оцінювання його дії:

В. Обама: *This I know to be true, Joe and Kamala will protect your healthcare and expand Medicare and make insurance more affordable for everybody* [https://edition.cnn.com/2020/10/22/politics/obama-speech-transcript/index.html].

2. Повідомлення інформації, яка експліцитно чи імпліцитно свідчить про переваги співрозмовника.

*When House speaker Paul Ryan was asked Wednesday to explain the role that President Trump had played in the law's passage, he replied, "He was very good on this ... He just realized being more disciplined and letting the tax writers get this deal done was the best way to go."* [https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html].

On energy, Governor Romney and I, we both agree that we've got to boost American energy production. [https://www.npr.org/2012/10/03/162258551/transcript-first-obama-romney-presidential-debate]

3. Підкреслення ролі співрозмовника у вирішенні певної справи:

*"You described it very well, Mr. President."*

*"You've restored American credibility on the world stage."* [https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html].

4. Повідомлення інформації про затребуваність адресата:

*Joe and I came from different places and different generations. But what I quickly came to admire about him is his resilience, born of too much struggle; his empathy, born of too much grief. Joe's a man who learned -- early on -- to treat every person he meets with respect and dignity, living by the words his parents taught him: "No one's better than you, Joe, but you're better than nobody."*

*That empathy, that decency, the belief that everybody counts -- that's who Joe is.* [<https://edition.cnn.com/2020/08/19/politics/barack-obama-speech-transcript/index.html>].

Формулювання прихованих висловлювань та вибіркові відповіді на питання також можуть використовуватись мовцем з метою висловлення свого ставлення до співрозмовника або до ситуації.

*Is it true that you paid \$750 in federal income taxes each of those two years?*

*President Donald J. Trump: I paid millions of dollars in taxes, millions of dollars of income tax. And let me just tell you, there was a story in one of the papers that paid-*

*Vice President Joe Biden: Show us your tax returns.*

*President Donald J. Trump: I paid \$38 million one year, I paid \$27 million one year.*

*Vice President Joe Biden: Show us your tax returns* [[https://www.wsj.com/talk2020/transcript/CHTS000020200930eg9t00002?mod=theme\\_election-2020-ribbon](https://www.wsj.com/talk2020/transcript/CHTS000020200930eg9t00002?mod=theme_election-2020-ribbon)].

Через символічні засоби також можна виразити оцінку, наприклад через число, колір, простір; акцентуацію різних членів бінарних опозицій (свій – чужий); сприйняття дискурсивних характеристик мовця тощо [Славова, 2012]. У наступному прикладі використання чисел виступає прихованим видом маніпуляції:

*I guess we're going to get the pre-existing condition plan the same time we got the infrastructure plan that we waited for since '17, '18, '19, and 20. I still have a few more minutes. [...] 10 million people have lost their private insurance, and he*

wants to take away 22 million more people who have it under Obamacare and over 110 million people with pre-existing conditions [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020].

За класифікацією О. О. Селіванової деференціюють такі типи непрямого вираження (імпліцитних значень) позитивної оцінки: імплікатура, підтекст, пресупозиція, фонові знання [Селіванова, 1999]. Засобами непрямого оцінного вираження в політичному дискурсі найчастіше виступають метафори, алюзії, фразеологічні одиниці. Оцінний компонент, який міститься у непрямих синтаксичних стилістичних засобах представлений зазвичай в імпліцитній формі. Оцінка може бути виділена за допомогою контекстуальної інтерпретації дискурсу.

Одним із основних способів вираження непрямої оцінки в політичному дискурсі є **метафора**. Найменування практично одних і тих же об'єктів, таких як влада, представники влади, війна і різні політичні явища піддаються метафоризації. Метафора є одним із способів залучення уваги адресатів дискурсу і знаряддям емоційного впливу на них. Метафора як найважливіший риторичний засіб [Barcelona 2002] та засіб формування оцінних уявлень (позитивних, негативних та нейтральних) стає знаряддям агітації у політичному дискурсі. Найбільш фундаментальні цінності культури пов'язані з метафоричною структурою основних концептів культури [Lakoff 2003; 1993].

*To marshal the forces of science and the forces of hope in the great battles of our time.* [https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript].

У зазначеному фрагменті задіяна військова метафора, вербалізаторами якої виступають такі лексичні одиниці, як *marshal the forces, the great battles*.

Також одним з найбільш вживаних прийомів непрямого оцінювання у англомовних політичних текстах є **алюзія**. Дана стилістична фігура містить

указівку, аналогію або натяк на певний історичний, міфологічний, літературний або політичний факт, який закріплений у текстовій культурі або у розмовному мовленні. Алюзія є потужним засобом формування та вираження непрямой оцінки щодо людей, явищ або подій. Наприклад:

*But to paraphrase something that a friend of mine, who I guess people know around here, named Warren Buffett, once said -- (applause) -- no one ever benefitted by betting against America. And because of the grit and the resilience of the American people, because of hard work, because businesses got going, and because, frankly, we made some pretty good policy decisions, we now have the strongest, most durable economy in the world*

*What Lincoln called the better angels of our nature, those are still in us* [<https://www.unomaha.edu/potus/the-transcript-president-obamas-remarks.php>].

У зазначеному вище фрагменті політик використовує і алюзію, згадуючи А. Лінкольна, і його вислів, який містить метафору *angels of our nature*.

У цьому фрагменті Б. Обама цитує відомого американського підприємця Уоррена Баффета.

*I think my favorite movie last year was “The Martian.” And I like space, but there was one line Matt Damon delivered where he said, I’m just going to science the heck out of this. (Laughter.) He didn’t say “heck,” but you get the point. (Laughter.) But that’s the American spirit, right? “Okay, let’s solve the problem.” Sometimes they’re tough problems, but we can figure this out. We can figure this out* [<https://www.unomaha.edu/potus/the-transcript-president-obamas-remarks.php>].

Б. Обама згадує відомий фільм «Марсіанин». Сюжет, який розгортається в недалекому майбутньому, розповідає історію американського астронавта Марка Уотні, члена дослідницької експедиції на Марс. Випадково залишений на планеті, Уотні, проявивши кмітливість і волю, виживає в екстремальних умовах і виявляється нарешті врятований повернувся за ним екіпажем. У таких

спосіб політик відкреслює важливість зазначених якостей аби вийти переможцем і впоратись з усіма викликами.

## **2.2 Засоби вербалізації тактики підвищення значимості співрозмовника.**

Домінантною тактикою маніпулятивної стратегії позитиву є **тактика підвищення значимості співрозмовника**. Ця тактика спрямована на зміну поведінки співрозмовника шляхом повідомлення приємної для нього інформації, демонстрації позитивного ставлення до нього [Шкіцька, 2009]:

*Trump returned these compliments.*

*“All friends — I look at these people,” the president said, gazing out at all the sycophants gathered on the south lawn of the White House. “It’s like we’re warriors together” [https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html].*

Як відомо, мовлення є не лише засобом передачі інформації, а й передбачає досягнення немовленнєвих [Міхальська, 1997]. Оскільки кінцева мета спілкування – управління діяльністю співрозмовника, тому воно постає певною "регуляцією поведінки іншої людини" [Седов, 1996]. Вплив завжди реалізується у спілкуванні, навіть під час неформальної розмови співрозмовники здійснюють вплив один на одного [Блакар, с. 91].

Оцінність як одна із базових характеристик політичної комунікації чітко простежується у дискурсі окремих політичних лідерів з метою дискредитації або підвищення іміджу залежно від місця на шкалі "свій" – "чужий". Засоби вербалізації тактики підвищення значимості співрозмовника мають динамічний характер, і ґрунтуються на мовленнєвих уміннях та комунікативних компетенціях. Кожна тактика спрямована на зміну фрагмента свідомості адресата в потрібному для адресанта напрямку [Селіванова 2006: 239-240].

Мовленнєвий вплив на адресата передбачає інформаційну зміну стану його свідомості, модифікацію структури його переконань. Вплив передбачає "вибір з усього арсеналу мовних засобів саме тих, що уможливають передачу усіх відтінків значення, представляють ситуацію у вигідному для мовця світлі" [Денисюк, 2004]. Мова визначається як система знаків, яка може бути використана для маніпулювання людьми [Шейгал 2004, Михалева 2004, Мегентесов, Мохмад та ін.]. Так, С. О. Мегентесов та І. Мохамад зазначають, що "мова здебільшого призначена для маніпуляції", "вона є також і засобом маніпуляції, а не тільки засобом передачі інформації" [Мегентесов, с. 61].

Розрізняють три типи когнітивних стратегій: вплив на поведінку, образ мислення та шкалу цінностей [Иссерс 2006]. Усі вони є релевантними для політичного дискурсу різних лінгвокультур. До тактик, які *впливають на поведінку особистості*, належать: мовленнєві тактики підпорядкування (прохання, наказ), тактики поради, застереження, погрози. Вивчення закономірностей міжособистісної взаємодії дозволяє виділити в ролі основних механізмів взаємодії категорії "тиску" та "підпорядкування" "тиску", які неминуче реалізуються в таких стратегіях поведінки мовної особистості, як співробітництво, суперництво, конфлікт, відхилення та компроміс [Астафурова 2005, с.25]. До мовленнєвих тактик, спрямованих на *інтерпретацію ситуації*, можна віднести тактику редукації (спрощення) та ускладнення (привнесення в ситуацію додаткових компонентів).

Тактики підвищення значимості співрозмовника реалізується через: *ввічливість, щирість, довіру, похвалу, піклування, заохочення, солідаризацію, компроміс* та вербалізується за допомогою:

- повідомлення про загальну визнаність заслуг адресата. Шляхом використання висловлювань із невизначеним референтним індексом, такий прийом також знаходить вираження у вказівках на анонімне джерело і вважається одним із способів маніпулятивного тиску на співрозмовника [Николаева]:

- *Because of your leadership, Mr. President, and because of the strong support of the leadership in the Congress of the United States, you're delivering on that middle-class miracle* [<https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html>];

- висловлювання компліменту у присутності сторонніх. За спостереженнями психологів, схвальні слова, висловлені публічно, завжди викликають більше довіри й оцінюються вище, ніж комплімент, сказаний під час особистої розмови [Мищенко, 2007, с. 113]. Політики нерідко послуговуються цим прийомом, коли мають намір здійснити вплив на співрозмовника. Використання цієї маніпулятивної стратегії спрацьовує на підвищення значимості співрозмовника.

*MR. ROMNEY: Thank you, Jim. It's an honor to be here with you, and I appreciate the chance to be with the president. I am pleased to be at the University of Denver, appreciate their welcome and also the presidential commission on these debates.* [<https://www.npr.org/2012/10/03/162258551/transcript-first-obama-romney-presidential-debate>];

- висловлення компліменту на фоні антикомпліменту:

*You've actually got the Congress to do, as you said, what they couldn't do with [the Arctic National Wildlife Refuge in Alaska] for 40 years.*"

*"You got the Congress to do, with tax cuts for working families and American businesses, what they haven't been able to do for 31 years."*

*"And you got Congress to do what they couldn't do for seven years, in repealing the individual mandate in Obamacare."* [<https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html>];

- деталізацію або генералізацію компліментарного висловлювання. У таких компліментах мовець докладно описує позитивні якості й заслуги співрозмовника та оцінює його за декількома критеріями.

*So I think she's going to be fantastic. We have plenty of time. Even if we did it after the election itself. I have a lot of time after the election, as you know. So I think that she will be outstanding. She's going to be as good as anybody that has served on that court.*  
[<https://www.wsj.com/talk2020/transcript/CHTS000020200930eg9t00002>].

- Висловлення захоплення з метою акцентувати наявність у співрозмовника позитивних якостей та заслуг:

*“Because of your determination, because of your leadership, the forgotten men and women of America are forgotten no more. And we are making America great again.”* [<https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html>].

- Подвійний комплімент. Під час подвійного компліменту співрозмовник декілька різнопланових позитивних оцінок (*He made me a better president; to make us a better country*):

- *He made me a better president -- and he's got the character and the experience to make us a better country.*  
[<https://edition.cnn.com/2020/08/19/politics/barack-obama-speech-transcript/index.html>]

Використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, мовець прагне відкрито справити позитивне враження на адресата, сподобатися йому і домогтись прихильності.

Слід зазначити, що зазвичай адресат із ввічливості приймає позитивнооцінне висловлювання, про це може свідчити позитивна вербальна реакція на нього у вигляді подяки, зустрічного компліменту, вираження

радості й задоволення від почутого, однак це не свідчить про успіх тактики, у випадку якщо поведінка, ментальний або емоційний стан об'єкта маніпулювання не зміниться в очікуваному мовцем напрямі.

### 2.3 Засоби вербалізації маніпулятивно спрямованих компліментів.

Серед маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань було виокремлено компліменти стосовно вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника. Основними засобами вербалізації маніпулятивно спрямованих компліментів, що маркують успіхи, вміння, навички, здібності та можливості адресата постають лексеми *experienced, capable, powerful, outstanding, gifted, winner, promising, talented, heck of a leader*:

*Mr. President, I have to say that you're living up to everything I thought you would. You're a heck of a leader. And we're all benefiting from it. This president hasn't even been in office for a year and look at all the things that he's been able to get done — by sheer will, in many ways ... I came from very humble roots. And I have to say that this is one of the great privileges of my life to stand here on the White House lawn with the president of the United States who I love and appreciate so much ... We're going to make this the greatest presidency that we've seen, not only in generations, but maybe ever.* [<https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html>].

*I want to thank Mr. Philadelphia, Charlie Mack, his daughter, India Marie. What an outstanding young lady she was* [<https://edition.cnn.com/2020/10/22/politics/obama-speech-transcript/index.html>].

Компліменти, предметом оцінки в яких постають інтелектуальні якості адресата, здебільшого використовуються у мовленнєвих актах запрошення, переконування. Оцінка розумових здібностей у компліментарних

висловлюваннях здійснюється за допомогою лексем *analyst, intelligent, clever, wise, prudent, sensible* м.д:

[...] *that's more concerned and more responsive and more focused on you and your lives and your children and your grandchildren and future generations* [<https://www.unomaha.edu/potus/the-transcript-president-obamas-remarks.php>].

Компліментарні висловлювання можуть супроводжувати прохання. До складу компліментів на позначення моральних якостей співрозмовника входять мовні засоби, що маркують *morality and spiritual strength, kindness, honesty and justice, altruism, generosity, ability to have deep feelings for others, devotion and fidelity*. Їх репрезентують позитивно оцінні прикметники *kind, generous, open, devoted, faithful, caring, kind, benevolent, loving, merciful, reliable, moral, unfaithful, decent, truthful, self-sacrificing*:

*Ben Carson thanked God for giving America a president who is “courageous” and “willing to face the winds of controversy in order to provide a better future for those who come behind us.”* [<https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html>].

*"He was a good and kind and gentle man," Obama said, "and he believed in us, even when we don't believe in ourselves."* [<https://www.npr.org/2020/07/30/897409894/transcript-what-a-gift-john-lewis-was-obama-eulogizes-his-friend-and-hero>].

Частина компліментів, вжитих із метою здійснення маніпулятивного впливу, направлена на позначення зовнішності комунікативного партнера. Серед таких компліментарних висловлювань можна виділити компліменти вербальної та/або невербальної поведінки:

*I want to start off by thanking Lisa for the wonderful introduction -- and her hospitality in her living room. Give her a big round of applause. (Applause.) She*

*did a great job* [<https://www.unomaha.edu/potus/the-transcript-president-obamas-remarks.php>].

*And all of you are here. (Applause.) This is a pretty good crowd!*  
[<https://www.unomaha.edu/potus/the-transcript-president-obamas-remarks.php>].

У зазначених компліментарних висловлюваннях політик використовує такі позитивно забарвлені одиниці: *wonderful introduction, a great job pretty good*.

Компліменти, які направлені на позначення ділових якостей та професійної майстерності адресата зазвичай супроводжують пропозиції про співпрацю, запрошення, настанови. Складниками таких висловлювань постають лексеми *responsible, proactive, competent, reliable, persistent, hardworking, professional, punctual, serious i m.д.*

*Tonight, I am asking you to believe in Joe and Kamala's ability to lead this country out of these dark times and build it back better. But here's the thing: no single American can fix this country alone. Not even a president. Democracy was never meant to be transactional -- you give me your vote; I make everything better. It requires an active and informed citizenry. So I am also asking you to believe in your own ability -- to embrace your own responsibility as citizens -- to make sure that the basic tenets of our democracy endure.*  
[<https://edition.cnn.com/2020/08/19/politics/barack-obama-speech-transcript/index.html>].

У зазначеному фрагменті вибір відповідних лексичних одиниць та конструкцій (*lead this country out of these dark times and build it back better; to believe in your own ability*) сприяє втіленню тактики схвальної оцінки та заохочення.

Можна виокремити компліменти, предметом позитивної оцінки в яких є риси характеру співрозмовника. Предметом позитивної оцінки в таких висловлюваннях постають і характер співрозмовника в цілому, і окремі його

риси: *endurance, diligence, courage (fearless, brave, desperate, courageous), determination, persistence, accuracy, straightforwardness, willpower, strong in spirit.*

Риси темпераменту виступають індивідуальними особливостями людини, які отримують схвальну оцінку: *violent, restless nature, vulnerable, hot, lively, persistent, inflammatory, energetic, zealous, submissive, calm*, а також *sensitivity, sincerity, hospitality, cheerful disposition тощо.*

Можна виокремити також компліменти, що характеризують манеру поведінки співрозмовника. Поодинокі приклади предметів оцінки в таких висловлюваннях становлять *tenderness, sociability, gentleness, sarcasm, gallantry, tact, pride, friendliness і под.*

Отже, різновидами маніпулятивно спрямованих компліментарних висловлювань постають висловлювання, в яких вербалізовані вміння, здібності та заслуги співрозмовника, які функціонують в політичному маніпулятивному дискурсі [Демецька, Вострикова, Мищенко]. Аналіз емпіричного матеріалу демонструє, що серед комплексних компліментів є висловлювання, де моральні та ділові риси співрозмовника оцінюються позитивно.

## **Висновки до розділу 2**

За аксіологічним критерієм маніпулятивні стратегії поділяють на позитивні та негативні. Позитивні стратегії передбачають схвалення, згоду, демонстрацію солідарності з адресатом. Вони спрямовані на налаштування позитивного ставлення до суб'єкта комунікації, на зміцнення соціального іміджу співрозмовників. Негативні стратегії спрямовані на створення негативного соціального іміджу політика В основі маніпулятивної стратегії

позитиву лежить гармонізація стосунків із співрозмовником, використання позитивної інформації для здійснення впливу.

До тактик позитивного оцінювання політика відносимо: 1) тактику «сяючі узагальнення»: використання загального поняття, яке має позитивне емоційне забарвлення і налаштовує співрозмовника на гармонійне спілкування; 2) тактику використання універсальних висловлювань, що базується на бажанні людини належати до певної спільноти. 3) тактику використання слів із дифузною семантикою; 4) тактику посилення на авторитети; 5) тактику кооперації, під час реалізації якої створюється позитивний імідж шляхом апеляції до ідей і цінностей адресата; 6) тактику створення позитивного образу, мовець позитивно себе характеризує.

Засобами прямого вираження оцінки в політичному дискурсі є використання прикметників з оцінно-модальним значенням, синтаксичні повтори, парафрази. Пряме вираження позитивної оцінки реалізується через лексичні засоби, представлені різними частинами мови. Це слова, що мають позитивну оцінну семантику, позитивну конотацію та емоційну забарвленість. Для передачі позитивної оцінки вживаються іменники, прикметники, дієслова та прислівники. До прямих засобів вираження оцінності можна також віднести оцінні фразеологічні одиниці. Джерелом оцінної номінації може слугувати оцінна сема у буквальному значенні одного з компонентів, яка поширює оцінне значення на всю фразеологічну одиницю.

До непрямих способів позитивної оцінки відносимо: 1) констатування факту виконання адресатом певної дії, яку можна позитивно оцінити; 2) повідомлення фактів, що прямо чи опосередковано свідчать про заслуги адресата й позитивно його характеризують; 3) підкреслення ролі співрозмовника у вирішенні певної справи; 4) повідомлення інформації про необхідність адресата.

Домінантною тактикою маніпулятивної стратегії позитиву є тактика підвищення значимості співрозмовника. Зазначена тактика спрямована на зміну поведінки співрозмовника. Це реалізується через компліментарні висловлювання, які підкреслюють значимість особи реципієнта. Тактики підвищення значимості співрозмовника реалізується через: *ввічливість, щирість, довіру, похвалу, піклування, заохочення, солідаризацію, компроміс* та вербалізується за допомогою: 1) повідомлення про загальну визнаність заслуг адресата; 2) висловлювання компліменту у присутності сторонніх. Комуниканти вдаються до маніпулятивної стратегії підвищення значимості співрозмовника з метою здійснення впливу на ту чи іншу людину; 3) висловлення компліменту на тлі антикомпліменту; 4) деталізацію або генералізацію компліментарного висловлювання; 5) висловлення захоплення з метою акцентувати наявність у співрозмовника позитивних якостей та заслуг; 6) подвійний комплімент, суть якого полягає у тому, що компліментарне висловлювання містить декілька різнопланових позитивних оцінок. Використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, мовець прагне відкрито справити позитивне враження на адресата, сподобатися йому і домогтись прихильності.

До засобів вербалізації маніпулятивно спрямованих компліментів відносимо компліменти про вміння, здібності, можливості та заслуги співрозмовника. Основними засобами вербалізації маніпулятивно спрямованих компліментів, що маркують певні успіхи, здібності та можливості адресата, є лексеми: *analyst, intelligent, clever, wise, prudent, sensible m.đ*: До засобів вираження компліментів, які позначають моральні якості співрозмовника, входять, зокрема такі мовні засоби: *morality and spiritual strength, kindness, honesty and justice, altruism, generosity, ability to have deep feelings for others, devotion and fidelity*. Виокремлюють також компліменти, які направлені на позначення ділових якостей та професійної майстерності адресата. У компліментах, які позитивно оцінюють риси

характеру співрозмовника та його індивідуальні особливості, мовець схвально оцінює співрозмовника в цілому та використовує відповідні позитивно забарвлені одиниці.

## РОЗДІЛ 3.

### МАНІПУЛЯТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ

#### ДИСКРЕДИТАЦІЇ ПОЛІТИКА

##### 3.1 Тактика заниження іміджу політика та способи її вербалізації.

Реалізація маніпулятивної стратегії дискредитації політика виконується через такі тактики: тактика неправди, тактика деперсоніфікації опонента [Кочкин 2003: 2], ухиляння від істини (навішування ярликів), викривлення інформації (повторення, спрощення понять, замовчування, підтасування та фабрикація фактів), модифікація ілюктивної сили висловлень (категорична та некатегорична номінація), групова ідентифікація (інклюзивність і дистанціювання) та подача інформації за ступенем важливості [Дмитрук 2006: 2-3]; тактика заниження іміджу політика, тактика мовленнєвої агресії.

Формування публічного іміджу є важливою складовою для політичного лідера. Вдалий імідж допомагає політику стати ближчим до народу та сприяє досягненню основної мети – перемогти у боротьбі за владу. На сприйняття образу, який виникає в аудиторії, значним чином впливають ЗМІ та піар-технології, які сприяють створенню позитивного або негативного образу.

Політичний імідж визначаємо як образ суб'єкта політики, який цілеспрямовано формується з метою здійснення маніпулятивного психологічного впливу на виборців. Важливо розмежовувати образ та імідж політика. Образ політика – це те, як публічна особа сприймається аудиторією. А над іміджем працюють політтехнологи, він ретельно продумується. Політичний імідж несе узагальнену інформацію про реальні та уявні характеристик політичного лідера.

Політичний імідж є соціально зумовленим. Його можуть створювати, як для окремого лідера, так і для цілої партії, або навіть цілого руху. Специфічні

риси іміджу залежать не лише від особистості, а й особливостей цінностей того чи іншого суспільства, політичної системи. Від політичного іміджу залежить те, як лідера буде сприймати громадськість. Відповідно до досліджень Г. Почепцова, 7% успіху політика залежить від того, що він говорить, 55% — від враження, яке він справляє [Почепцов, 1998].

На думку С. Фаєра на формування іміджу політика впливають [Фаєр, 1998]:

— морально-етичні якості (чесність, непідкупність, принциповість, відповідальність);

— компетентність (знання соціально-політичної ситуації в країні та потреб виборців);

— «пробивні якості» (демонстрація наполегливості в досягненні цілей, лідерські якості — уміння згуртувати і вести за собою);

— зовнішність (приємна зовнішність). Кожному комплексу якостей можна протиставити протилежні якості, які часто шукають і знаходять у політика суперники, а іноді йому їх приписують. Під час передвиборчої кампанії виборці звертають увагу на імідж, а не на особистість, бо 99% із них не контактують з конкретним політиком [Фаєр, 1998].

В американському політичному дискурсі до засобів заниження іміджу політика можна віднести актуалізацію пасивних конструкцій, використання синтаксичного еліпсису, використання слів з дифузною семантикою, уживання слів розмитої семантики, використання малозрозумілих термінів та книжних слів, які також виконують роль реферанційного маніпулювання. Деякі з перерахованих засобів використовуються для створення позитивного іміджу політика. Їх використання залежить від ситуації спілкування. Серед засобів маніпулятивного впливу, який направлений на заниження іміджу політика, можна виділити створення комічного, зокрема через використання іронії, яка створює певний іронічний модус сприйняття дійсності, додає

емоційного забарвлення висловлюванню та робить його неоднозначним [Почепцов, 1998].

У наступному фрагменті, який є прикладом заниження іміджу політика, Байден будує висловлювання щодо Трампа у такий спосіб, що політик виставлений не в кращому світлі. Така побудова дискурсу спрацьовує на дискредитацію політичного опонента, де акцентується увага на розбіжності між діями на словами політика.

*No one will say that about the current occupant of the office.*

*What we know about this president is if he's given four more years he will be what he's been the last four years.*

*A president who takes no responsibility, refuses to lead, blames others, cozies up to dictators, and fans the flames of hate and division.*

*He will wake up every day believing the job is all about him. Never about you.*

*The current president has cloaked America in darkness for much too long. Too much anger. Too much fear. Too much division.*

<https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>

**Тактика заниження іміджу** політика переслідує мету предстати у вигідному світлі перед аудиторією, політики нерідко підкреслюють негативні риси та стиль поведінки своїх опонентів, дискредитуючи їх. Для того, щоб указати на те, що діюча адміністрація чинить неправильно, використовуються **заперечні конструкції** :

*President Donald J. Trump: Well, first of all, I guess I'm debating you, not him, but that's okay. I'm not surprised. Let me just tell you something. There's nothing symbolic. I'm cutting drug prices. I'm going with Favored Nations, which no President has the courage to do because you're going against big pharma. Drug prices will be coming down 80 or 90%. You could have done it during your 47 year period in government, but you didn't do it. Nobody's done it. So we're cutting healthcare* [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-2020-election-night-speech-transcript].

Використання таких конструкцій, які побудовані на протиставленні себе іншим, допомагають Д. Трампу виставити себе у вигідному світлі та дискредитувати інших: *no President has the courage to do; You could have done it during your 47 year period in government, but you didn't do it. Nobody's done it.*

Наслідками конфліктного спілкування зазвичай являються негативні емоції та припинення процесу комунікації. Виникнення негативних емоцій є реакцією особистості на перешкоди, які трапляються на шляху до досягнення своєї мети. Пониження іміджу політика (опонента) здійснюється також шляхом применшення авторитету опонента, викриття його негативних якостей та розповсюдження негативної інформації про нього:

*We have no choice. We can't lock ourselves up in a basement like Joe does. He has the ability to lock himself up. I don't know. He's obviously made a lot of money someplace, but he has this thing about living in a basement. People can't do that* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

У політичному суперництві великого значення набуває використання тактики **зниження іміджу політичного опонента**. Через тактику дискредитації політика образами, які сприймаються негативно громадськістю. Різні методи, задіяні для зниження іміджу конкурента і створення негативної компанії проти нього, одержали вже значне поширення і певне теоретичне осмислення. Найефективнішими з них є такі:

- метод «клапана» (зміна суспільної думки з позитивної на негативну);
- метод «живої мішені». Відповідно до цього методу, негатив переноситься з одного об'єкта на інший [<http://ena.lp.edu.ua> 255];
- метод «краплі». Негативний образ формується внаслідок систематичної критики. У такий спосіб у реципієнтів створюється негативний образ;
- метод «підказки»;
- «резонансна технологія». Цей метод ґрунтується на тому, що мовець намагається чимось зацікавити аудиторію.

Усі перераховані методи використовуються політиками з метою заниження іміджу конкурента. Крім того, вони можуть нав'язувати свою думку, впливати на аудиторію при проведенні масових заходів. Усі здобутки та промахи, зазвичай, пов'язують з особою лідера. ЗМІ, впливаючи на громадську думку, моделюють процеси прийняття рішень. Інформаційний простір нерідко порівнюють з театром військових дій, де кожний прагне отримати перемогу. Для позначення інформаційного протистояння з'явилося окреме поняття «інформаційна війна» [Вольф, 2009].

Стратегія «створення негативного іміджу» вербалізується через:

- конфронтаційну агональність: одиниці, що виражають недовіру, сумнів до опонента, наприклад:

Joe Biden: *My response is he is xenophobic, but not because he shutdown access from China. And he did it late after 40 countries had already done that.* [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020];

- звинувачення:

Donald Trump: *Well, let me respond to the first part, as Joe answered. Joe got \$3.5 million from Russia and it came through Putin, because he was very friendly with the former mayor of Moscow and it was the mayor of Moscow's wife. And you got \$3.5 million. Your family got \$3.5 million. And someday you're going to have to explain, why did you get three and a half? I never got any money from Russia. I don't get money from Russia.* [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020];

- плітки:

Joe Biden: *And then what happened was we started talking about using the Defense Act to make sure we go out and get whatever is needed out there to protect people. And again, I go back to this. He had nothing, he did virtually nothing. And then he gets out of the hospital and he talks about, "Oh, don't worry. It's all going*

*to be over soon. " Come on. There's not another serious scientist in the world who thinks it's going to be over soon* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

Плітки можна віднести до знаків дезорієнтації, що перетворюються у конфронтаційну агональність. Тактика дистанціювання від політичного опонента реалізована через усвідомлюваний вибір лінгвістичних одиниць – знаків конфронтаційної агональності (агресії): знаки з елементами протиставлення, боротьби, «знеособлення» опонента або звинувачення опонента у неправді тощо. Отже, можемо констатувати, що тактика заниження іміджу політика – це ілюктивний мовленнєвий акт, при якому внаслідок мовної агресії відбувається зниження соціального статусу адресата шляхом використання прийомів комунікативного тиску.

### **3.2 Тактика мовленнєвої агресії та способи її вербалізації.**

Конфлікт постає як людська взаємодія, спрямована на вирішення наявних або уявних протиріч [Фролова 2009, с.27] Одним із видів прояву комунікативного конфлікту є **мовленнєва агресія**. Мовленнєва агресія – це форма мовленнєвої поведінки, спрямована на образу або навмисне завдання шкоди людині, групі людей, організації або суспільству загалом [Бикова 1999: 96]. Вербальну агресію розуміють як комунікативну стратегію [Седов 2003], спрямовану на нанесення моральної шкоди іншій особі.

Термін "мовна агресія" в сучасних лінгвістичних і психологічних дослідженнях вживається стосовно різноманітних мовних дій, дуже неоднорідних за мотивацією учасників комунікативного акту, ситуацій прояву, форм словесного втілення і цілей, які переслідують співрозмовники.

У сучасних лінгвістичних розвідках під мовленнєвою агресією розуміють: 1) грубе, лайливе спілкування і 2) вербальне втілення негативних

емоцій у неприйнятній формі в тій чи іншій дискурсивній ситуації. Мовленнєва агресія виявляється в формі образи, погрози, грубій відмові, обвинуваченні [Щербініна, 2004]. Агресивні наміри приховано або побічно можуть виражатися в різноманітних формах: від брані до пліток та домислів:

Joe Biden: *Why did he... he's been saying this for four years, show us, just show us, stop playing around. You've been saying for four years you're going to release your taxes.*

Donald Trump: *Everybody knows.*

Joe Biden: *Nobody knows, Mr. President. What they do know is you're not paying your taxes, or you're paying taxes that are so low, when last time he said, what he paid, he said, I only pay that little because I'm smart. I know how to game the system. Come on. Come on, folks.*

Donald Trump: *So... [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020].*

Тактика мовленнєвої агресії характерна для лайливого, образливого спілкування, в якому вербалізовані негативні емоції, почуття або наміри:

Donald Trump: *I don't know. Somebody went through Wall Street. You're the one that takes all the money from Wall Street. I don't take it.*

Joe Biden: *I haven't-*

Donald Trump: *Joe, you have raised a lot of money, tremendous amounts of money. And every time you raise money deals are made [...].* [https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020].

На сучасному етапі виокремлюють декілька класифікації вербальної агресії [Щербініна 2008]:

- за інтенсивністю: слабкі ("стерті", "розмиті") і сильні ("максимальні", "граничні");
- за ступенем усвідомленості дій мовця (усвідомлена vs неусвідомлена);

- за способом вираження: вираз агресії у змісті;
- за кількістю учасників: масова, групова, міжособистісна.

У міжособистісному спілкуванні виділяють такі типи мовної агресії [Щербініна 2008]:

1. Образа – умисне приниження гідності опонента, виражене в непристойній формі. Структурно формула образи виглядає так: "(Ти - це) X", де X - будь емоційно-оцінне слово з від'ємним значенням. X – мовне втілення образи.

В якості найбільш поширених способів образи професор В. І. Жельвіс виділяє наступні: а) зіставлення імені адресата з образливими назвами; б) метафоричний перенос на адресата назви тварини; в) звинувачення в порушенні соціальних норм; г) вживання зниженого слова або виразу для демонстрації негативного ставлення до адресата.

2. Загроза - інтенція заподіяти адресату шкоду у випадку виконання або невиконання певної дії. Формула загрози виглядає наступним чином: "Якщо ти (не) зробиш X, то я зроблю тобі щось погане".

Загроза може мати різні мовні форми: а) речення у наказовому способі у поєднанні з підрядним умови; б) складнопідрядне речення з підрядним слідства; в) констатація факту стосовно майбутнього. Погрози можуть бути приховані або непрямі. Вони вербалізуються висловлюваннями з ілюктивною силою замовчування або натяку.

3. Груба вимога – це наказ, висловлений у категоричній формі. Структурно грубу вимогу практично завжди оформляється як спонукальне за метою висловлювання і окличне за інтонацією речення, смислове ядро якого містить наказову форму дієслова; або форму дійсного способу в значенні наказового.

4. Груба відмова – це висловлення різкої незгоди виконати прохання чи вимогу. Ця форма мовної агресії позбавлена будь-яких форм ввічливості, супроводжується підвищеним тоном і не містить пояснення причини відмови.

Мовне втілення грубого відмови може бути різним: від простого непоширеного до складного речення.

5. Недоброзичливе зауваження – це зауваження, яке зводиться до вираження негативної позиції до адресата або оточуючих. Відмінною особливістю ворожого зауваження слід визнати його клішовану мовну форму.

6. Осуд – це вираження несхвалення, засудження. Структурно осуд складається з звернення до адресата або називання його в третій особі та оціночного дієслова або синтаксично цільного словосполучення.

7. Насмішка – це образливий жарт, висловлений на чийсь адресу з метою сказати співрозмовнику неприємне, піддати його глузуванню. Насмішка передбачає особливу мовну витонченість і дуже часто будується на підтексті або іронічному неспівпаданні сказаного з реальним.

8. Сварка – це складний мовний жанр міжособистісного спілкування, в якому найбільшою мірою проявляється мовна агресія. Структурно сварка має форму діалогу, в якому відбувається періодична зміна ролей мовця і слухача. Якщо ж один з учасників такого діалогу претендує на домінуючу роль, то сварка набуває монологічний характер. Сварки не виникають на порожньому місці: один з учасників комунікації з самого початку розмови вже має якісь претензії до другого учасника і заздалегідь готовий реалізувати свої агресивні наміри.

У наступному фрагменті, недоброзичливого зауваження, який має конфронтаційний характер, мовленнєво організуючі та вербальні засоби поєднані:

*Donald Trump: Number two, I don't make money from China. You do. I don't make money from Ukraine. You do. I don't make money from Russia. You made \$3.5 million, Joe, and your son gave you, they even have a statement that we have to give 10% to the big man. You're the big man, I think. I don't know, maybe you're not, but you're the big man, I think. Your son said we have to give 10% to the big men. Joe, what's that all about? It's terrible.*

[<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

Погроза є одним із проявів конфліктного спілкування загалом, та мовленнєвої агресії зокрема:

*President Donald J. Trump: You know what, Antifa is a dangerous radical group.*

*Chris Wallace: All right, gentlemen we're now moving onto the Trump-Biden record.*

*President Donald J. Trump: And you ought to be careful of them, they'll over throw you* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-2020-election-night-speech-transcript>].

У цьому фрагменті політику погрожують небезпечним радикальним угрупованням та висловлюють застереження: *And you ought to be careful of them, they'll over throw you.*

Причиною конфліктного спілкування є порушення правил мовленнєвої поведінки. У наступному фрагменті порушено максим манери мовлення та якості (*He doesn't want to talk about the substantive issues*):

*My response is, look, there's a reason why he's bringing up all this malarkey. There's a reason for it. He doesn't want to talk about the substantive issues. It's not about his family and my family. It's about your family, and your family's hurting badly* [<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

Як зазначалось вище, засобом вираження мовленнєвої агресії є осуд, який виражає несхвалення, засудження. Так, у наступному дискурсивному фрагменті Дж. Байден засуджує політику Д. Трампа, оскільки її наслідки є трагічними (*220,000 Americans dead. You hear nothing else I say tonight, hear this; We're in a situation where there are a thousand deaths a day now*):

*J. Biden: 220,000 Americans dead. You hear nothing else I say tonight, hear this. Anyone who is responsible for not taking control. In fact, not saying I take*

*no responsibility initially. Anyone is responsible for that many deaths should not remain as president of the United States of America. We're in a situation where there are a thousand deaths a day now*

[<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

Через мовленнєву агресію конструюється ситуативна нерівність позицій комунікантів як тип мовленнєвої поведінки, що проявляється у використанні певних стратегій і тактик. Однією з таких тактик є звинувачення у брехні (*he's saying so far is simply a lie; Everybody knows he's a liar*):

*Vice President Joe Biden: Because here's the deal, here's the deal. The fact is that everything he's saying so far is simply a lie. I'm not here to call out his lies. Everybody knows he's a liar.*

*President Donald J. Trump: But you agree. Joe, you're the liar. You graduated last in your class not first in your class.*

*Vice President Joe Biden: God, I want to make sure-*  
[<https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>].

У наведеному фрагменті політичного дискурсу недобррозичливість комунікантів один до одного проявляється у взаємному звинувачення (*he's a liar; you're the liar*). Вербальна агресія проявляється у використанні стилістичного прийому повторення (*here's the deal, here's the deal*), використанні маніпулятивного прийому генералізації (*Everybody knows he's a liar*).

Використання прямих номінацій у контексті звинувачувального характеру характерно д

як людська взаємодія, спрямована на вирішення наявних або уявних протиріч. Одним із видів прояву комунікативного конфлікту є мовленнєва агресія, яка спрямована на образу або навмисне завдання шкоди людині, групі людей, організації або суспільству загалом. Наслідками конфліктного

спілкування зазвичай являються негативні емоції та припинення процесу комунікації. Пониження іміджу політика (опонента) здійснюється також шляхом применшення авторитету опонента, викриття його негативних якостей та розповсюдження негативної інформації про нього:

У межах тактики мовленнєвої агресії можуть бути задіяні такі ходи, як компрометація, засобами якої є звинувачення, інсинуація, насмішка; підпорядкування через вимогу, умовляння, доказ. Уникання відповіді на питання є одним із засобів маніпулятивного впливу. Мовленнєва агресія може виражатись не тільки використанням емоційно забарвленої лексики та інвективи, а також за допомогою стилістичних синтаксичних конструкцій.

За допомогою мовленнєвої агресії конструюється ситуативна нерівність позицій комунікантів; як тип мовленнєвої поведінки, що проявляється у використанні певних стратегій і тактик. Однією з таких тактик – є звинувачення у брехні. Причиною конфліктного спілкування є порушення правил мовленнєвої поведінки. Нерідко політики порушують максими манери мовлення, релевантості, кількості та якості.

## ВИСНОВКИ

У роботі визначенню маніпулятивні стратегії і тактики в американському політичному дискурсі. Під маніпулюванням розуміємо психічний вплив, який здійснюється приховано. Маніпуляцію визначено як вид міжособистісної взаємодії в ході якої відбувається нівелювання цінності особи, на яку спрямований прихований психологічний вплив. Сам процес маніпуляції є негативним явищем, оскільки здійснює руйнівний вплив на особистість.

Маніпуляцію визначено як вид міжособистісної взаємодії, в ході якої відбувається нівелювання позитивних якостей особи, на яку спрямований прихований психологічний вплив. Сам процес маніпуляції є негативним явищем, оскільки здійснює руйнівний вплив на особистість.

Маніпулятивні стратегії вербалізуються мовними засобами, які використані з метою здійснення маніпулятивного впливу. Важливе значення при цьому має форма та структура подачі інформації.

Мовна маніпуляція є різновидом маніпулятивного впливу, який направлений на корекцію поведінки реципієнта. Основними видами маніпулювання у політичному дискурсі є референційне та аргументативне маніпулювання.

Засоби вираження маніпулятивного впливу реалізуються лексичними, стилістичними, морфологічними та синтаксичними засобами. Основними образно-стилістичними засобами реалізації мовленнєвого впливу є одиниці номінації, що виникли в результаті певного семантичного зсуву: метафоризації, метонімізації та порівняння.

На синтаксичному рівні засобами реалізації мовленнєвого впливу є використання таких стилістичних фігур, як еліipsis, повтор, синтаксичний паралелізм, а також порядок слів. Усі ці структури вплетені у політичний

дискурс і набувають особливої виразності, що сприяє реалізації його маніпулятивного впливу.

Виокремлено позитивні і негативні стратегії. Позитивні стратегії передбачають схвалення дій співрозмовника і демонстрацію шанобливого ставлення до нього. Такі стратегії спрямовані на зміцнення соціального іміджу співрозмовників. Негативні стратегії спрямовані на завдання шкоди соціальному іміджу політика.

До тактик позитивного оцінювання політика відносимо: 1) тактику «сяючі узагальнення»; 2) тактика вираження приналежності до певної спільноти; 3) тактика використання слів із дифузною семантикою; 4) тактика посилення на авторитети; 5) тактика кооперації (створення позитивного іміджу); 6) тактика створення позитивного образу, позитивна самопрезентація.

Засобами прямого вираження оцінки в політичному дискурсі є використання прикметників з оцінно-модальним значенням, синтаксичні повтори, парафрази. Пряме вираження позитивної оцінки реалізується через лексичні засоби, представлені різними частинами мови. Це слова, що мають позитивну оцінну семантику, позитивну конотацію та емоційну забарвленість. Найчастіше для передачі позитивної оцінки вживаються іменники, прикметники, дієслова та прислівники. До прямих засобів вираження оцінності можна також віднести оцінні фразеологічні одиниці. Джерелом оцінної номінації може слугувати оцінна сема у буквальному значенні одного з компонентів, яка поширює оцінне значення на всю фразеологічну одиницю.

До непрямих способів позитивної оцінки відносимо: 1) констатування факту виконання адресатом певної дії, яку можна позитивно оцінити; 2) інформування про заслуги адресата; 3) підкреслення ролі співрозмовника у вирішенні певної справи; 4) повідомлення інформації про потрібність адресата.

Домінантною тактикою маніпулятивної стратегії позитиву є тактика підвищення значимості співрозмовника. Ця тактика спрямована на зміну поведінки співрозмовника шляхом висловлення компліменту, похвали та схвалення. Використовуючи маніпулятивну стратегію позитиву, мовець прагне відкрито справити позитивне враження на адресата, сподобатися йому і домогтись прихильності.

До засобів вербалізації маніпулятивно спрямованих компліментів відносимо компліменти стосовно вмінь, здібностей, можливостей та заслуг співрозмовника. Серед компліментарних висловлювань можна виділити компліменти, у яких дається оцінка ділових якостей та професійної майстерності адресата, а також компліменти, які акцентують увагу на позитивних рисах характеру співрозмовника та на його індивідуальних особливостях.

Одним із видів прояву комунікативного конфлікту є мовленнєва агресія, яка спрямована на образу або навмисне завдання шкоди людині, групі людей, організації або суспільству загалом. Наслідками конфліктного спілкування зазвичай являються негативні емоції та припинення процесу комунікації. Пониження іміджу політика (опонента) здійснюється також шляхом применшення авторитету опонента, викриття його негативних якостей та розповсюдження негативної інформації про нього:

У межах тактики мовленнєвої агресії можуть бути задіяні такі ходи, як компрометація, засобами якої є звинувачення, інсинуація, насмішка; підпорядкування через вимогу, умовляння, доказ. Уникання відповіді на питання є одним із засобів маніпулятивного впливу. Мовленнєва агресія може виражатись не тільки використанням емоційно забарвленої лексики та інвектив, а також за допомогою стилістичних синтаксичних конструкцій.

Причиною конфліктного спілкування є порушення правил мовленнєвої поведінки. Нерідко політики порушують максими манери мовлення, релевантості, кількості та якості.

Перспектива подальших досліджень вбачається у залученні когнітивних механізмів до аналізу маніпулятивного впливу.

## SUMMARY

The master's thesis is devoted to the definition of manipulative strategies and tactics in American political discourse.

Manipulation is defined as a type of interpersonal interaction during which there is a leveling of the value of the person to whom the hidden psychological influence is directed. The process of manipulation itself is a negative phenomenon, as it has a devastating effect on the individual.

Political discourse - a status-oriented institutional discourse, its members are endowed with certain social roles and guidelines. Political discourse is a combination of verbal and nonverbal signs focused on serving the sphere of political communication.

Manipulative strategy is represented by language tools used to manipulate, in combination with certain techniques of structuring and presenting information .

The relevance of the study is due to the focus of linguistic studies on the study of political discourse, ways of speech influence in general and manipulative in particular . The study of various aspects of political discourse, its genre, tactical and strategic features are increasingly becoming the object of modern intelligence.

The object of study is the manipulative strategies and tactics of American political discourse.

The subject of the study is the linguistic means of implementing manipulative strategies and tactics of American political discourse .

The purpose of research is to identify strategies and manipulative tactics in American political discourse.

Material discursive study were 350 pieces American political discourse within which sold manipulative executions strategies and tactics. The research material included speeches, debates, interviews with contemporary American politicians, in particular, analyzed the political debates of the last US presidential election.

The first section defines the concept of manipulation, types of manipulative influence, characterizes manipulation in political discourse, and identifies the main linguistic means of manipulative influence.

The second section identifies ways to directly and indirectly express a positive assessment within the tactics and positive assessment of the policy, characterized by verbalization of tactics to increase the importance of the interlocutor and manipulatively directed compliments.

The third section is defined as tactic in understating the image of politics and ways of verbalization and tactics of verbal aggression and how to verbalization her.

In the work were defining manipulative strategies and tactics in American political discourse. By manipulation we mean mental influence, which is carried out covertly. Manipulation is defined as a type of interpersonal interaction during which the value of the person to whom the hidden psychological influence is directed is leveled. The process of manipulation itself is a negative phenomenon, as it has a devastating effect on the individual.

Manipulative strategy is represented by language tools used to manipulate, in combination with certain techniques of structuring and presenting information.

Speech manipulation is a kind of manipulative influence, which is aimed at the behavioral and cognitive spheres of the recipient's activity, which is actualized by linguistic means and manifested implicitly. The main types of manipulation in political discourse are reference and argumentative manipulation. Means of expressing manipulative influence are realized by lexical, stylistic, morphological and syntactic means. The main figurative and stylistic means of realization of speech influence are the units of nomination, which arose as a result of a certain semantic shift: metaphorization, metonymization and comparison.

Political manipulation is carried out mostly through the media. Political ideas of a political leader or party are disseminated, in particular through the print media, electronic press, television and social networks.

Political manipulation is one way of governing people by creating illusions or conditions to control behavior. Influence aimed at the mental structures of man, which is carried out covertly and aims to change the thoughts, motivations and goals of people in the right direction for a certain group of people

Manipulations in political discourse are expressed as covert ways of imposing on the electorate images that degrade the image of the manipulator's political opponents and enhance their own image, on the one hand, and convince the audience that the manipulator's political opponents are alien to voters and the manipulator himself. is for them their own, on the other hand.

The main manipulative strategies of political discourse are as follows:

1. The strategy of evading the truth, which is most clearly demonstrated by the tactics of labeling and the tactics of "dosing the amount of truth."

2. The strategy of distorting information, which is manifested in the tactics of repetition, hyperbolization and belittling, simplification of concepts, silence, falsification and fabrication of facts, as well as fragmentation of the holistic picture of the world.

3. The strategy of immunization of statements, represented by tactics of reference to the authority and use of universal statements .

4. Strategy of modification of illocutionary force of statements, presented by tactics of categorical and non-categorical nomination.

5. Strategy of group identification, implemented in the tactics of inclusiveness (convergence) and distancing (distance).

6. Strategy of structuring according to the principle of relevance, which is manifested in the tactics of presenting important information at the beginning and end of the message, as well as in the tactics of using structures with implicit potential .

7. Positioning strategy, the essence of which is to create your own or someone else's positive image, the use of language tools specific to the group being influenced, positioning yourself as a "simple" person, "a native".

According to the axiological criterion, manipulative strategies are divided into " positive " and " negative ". "Positive" strategies provide approval, consent, demonstration of solidarity with the addressee, testify to the planned, predetermined positive attitude towards him, aimed at strengthening the social image of the interlocutors. "Negative" strategies aim to avoid threats to the territory or social image of the politician, to prevent speech actions that threaten at least one of the communicators, or to mitigate the consequences of such actions, if any.

Tactics of positive evaluation of the politician include: 1) tactics of "shining generalizations": to denote a particular phenomenon uses a more general generic concept, which has a positive emotional color and causes a friendly attitude of the recipient; 2) tactics of using universal expressions , based on a person's desire to belong to a certain community. 3) tactics of using words with diffuse semantics ; 4) tactics of reference to authorities; 5) the act of cooperation, which allows politicians, appealing to the ideas and values of the addressee, to create a positive image; 6) t aktyka create a positive image, speaking positively characterizes itself.

The means of direct expression of evaluation in political discourse are the use of adjectives with evaluative-modal meaning, syntactic repetitions, paraphrases. The direct expression of a positive assessment is realized through lexical means represented by different parts of speech. These are words that have positive evaluative semantics , positive connotations and emotional coloring. Nouns, adjectives, verbs and adverbs are most often used to convey a positive assessment. Direct means of expressing evaluation can also include evaluative phraseological units. The source of the evaluation nomination can be an evaluation sema in the literal sense of one of the components, which extends the evaluation meaning to the whole phraseological unit.

Indirect methods of positive assessment include: 1) statement of the fact of performance by the addressee of a certain action, which can be positively assessed; 2) communication of facts that directly or indirectly testify to the merits of the addressee and positively characterize him; 3) emphasizing the role of the

interlocutor in resolving a particular case; 4) notification of information about the need of the addressee.

The dominant tactic of the manipulative strategy of the positive is the tactic of increasing the importance of the interlocutor . This tactic is aimed at changing the behavior, mental and emotional state of the interlocutor by communicating pleasant information or information that positively presents the speaker or contains an indication of common ground between communicators in the form of compliments, praise and approval or in expressing a positive attitude towards him. Using the manipulative strategy of the positive, the speaker seeks to openly make a positive impression on the recipient, to please him and gain affection. One of the manifestations of communicative conflict is speech aggression, which is aimed at insulting or intentionally harming a person, group of people, organization or society as a whole. The consequences of conflicting communication are usually negative emotions and termination of the communication process. Lowering the image of the politician (opponent) is also done by reducing the authority of the opponent, exposing his negative qualities and disseminating negative information about him. Within the tactics of speech aggression can be involved such moves as compromise, the means of which are accusation, insinuation, ridicule; submission through demand, persuasion, proof. Avoiding answering questions is one of the means of manipulative influence. Speech aggression can be expressed not only through the use of emotionally colored vocabulary and invective, but also through stylistic syntactic constructions. The cause of conflicting communication is a violation of the rules of speech behavior. Politicians often violate the maxims of speech, relevance, quantity and quality.



## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сборник статей/науч. р. Г.Е. Бухаркин. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999. 444 с.
2. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М. : Наука, 1988. 341 с.
3. Белова А. Д. Комунікативні стратегії та тактики: проблеми семантики. *Мовні і концептуальні картини світу*. – К. 2009, - с. 43-54.
4. Бессонова О. Л. Ієрархія цінностей та її відображення в англomовній картині світу. *Процедури концептуального аналізу в різноструктурних мовах* / О. Л. Бессонова, О. С. Сарбаш, О. В. Трофімова, С. В. Олійник, І. Д. Стоянова ; за заг. ред. Бессонової О. Л. (Типологічні, зіставні, діахронічні дослідження. — Т. 7). Донецьк : ДонНУ, 2012. С. 18—91.
5. Блакар, Р.М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирическое исследование языка и его использования в социальном контексте). *Язык и моделирование социального взаимодействия* : переводы / сост. В. М. Сергеева и П. Б. Паршина : Прогресс, 1987. С. 88-125
6. Богатырев П.Г. Язык фольклора. *Вопросы языкознания*. 1973. №5. С.106–116.
7. Болдырев Н. Н. Структура и принципы формирования оценочных категорий. *С любовью к языку* : сб. науч. тр. М. ; Воронеж : ИЯ РАН, ВоронежГУ, 2002. С. 103—113.
8. Буянова Л. Ю., Мезенцева В. Ю. Публицистический дискурс как аспект моделирования языковой картины мира. *Проблемы концептуализации*

- действительности и моделирования языковой картины мира.*  
Архангельск: Изд-во ПГУ, 2005 . С. 84–87.
9. Быкова О. Н. Языковое манипулирование. *Теоретические и прикладные аспекты речевого общения.* Вып. 1(8). – Красноярск–Ачинск, 1999. С. 99–103.
10. Веретенкина Л. Ю. Лингвистическое выражение межличностных манипуляций (к постановке проблемы) / Л. Ю. Веретенкина // Предложение и слово : Докл. и сообщ. Междунар. науч. конференции, посвященной памяти профессора В. С. Юрченко / Отв. ред. О. В. Мякшева. Саратов, 1999. 350 с.
11. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М.: URSS, 2009. 280 с.
12. Вострикова Е. С. Комплимент как одна из форм фатического общения (на материале английского языка) : автореф. дис. ... к. филол. н. : 10.02.04 “Германские языки” / Е. С. Вострикова. – СПб., 2010. – 17 с.
13. Дементьев В. В. Изучение речевых жанров в России: аспект формализации социального взаимодействия. *Антология речевых жанров: повседневная коммуникация.* М.: Лабиринт, 2007. С. 39 – 61
14. Демецька В.В. Адаптація як поняття перекладознавства та культурології [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/9989/1/Demetska.pdf>.
15. Денисюк Е. В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. Екатеринбург, 2004. 23 с.
16. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 роки): автореферат..... кандидата філол. наук: 10.02.04; Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка. К., 2006. 19 с.

17. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита: [монография]. М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 2000. 344 с.
18. Ивин А.А. Основания логики оценок. М.: МГУ, 1970. 229 с
19. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием: Москва: 2000. / С. Г. Кара-Мурза – Москва 2003
20. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Вологодград: Перемена, 2002. – 477 с.
21. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2009. – 405 с.
22. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. М.: Смысл, 1997. 287с
23. Матвієнко В.Я. Соціальні технології. К.: Українські пропілеї. 2001.
24. Мегентесов С., Мохамад И. Лингвистические аспекты психического воздействия и приемов манипуляции. Краснодар : Изд-во Кубан. ун-та, 1997. 111 с.
25. Медвідь О. М. Лінгвістичні засоби впливу на реципієнта (на матеріалі політдискурсу) / О. М. Медвідь, А. О. Ходцева // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки : Філологічні науки. Мовознавство. - 2012. - № 6. - С. 116-121. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnufm\\_2012\\_6\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnufm_2012_6_28)
26. Миронова П. О. Коммуникативная стратегия редукционизма в политическом дискурсе. *Язык. Человек. Картина мира*. Омск: ОмГУ. 2000. Ч.1. С. 163-165.
27. Михалева О. Л. Специфика манипулятивного воздействия. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.

28. Михалева О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного действия: монография. Иркутск: Иркутский ун-т, 2005. 320 с.
29. Михальская А. К. Основы риторики. Мысль и слово. М.: Просвещение, 1996. 416с.
30. Мищенко В. Я. Комплимент в речевом поведении представителей англоязычных (британской и американской) культур : дис. ... к. филол. н. : 10.02.04 “Германские языки”. Х., 1999. 201 с.
31. Мозгова Я. О. Мовностилістичні засоби експресивності сучасної німецької журнальної публіцистики (на матеріалі текстів-репортажів) : автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови»; Донец. нац. ун-т. Донецьк, 2011. 19 с.
32. Мудрова Е. В. Комплимент как первичный речевой жанр : автореф. дис. ... к. филол. н. : 10.02.01 “Русский язык”. Таганрог, 2007. 27 с.
33. Несолена А.К. Манипуляция. Политическая манипуляция и СМИ: Учебное пособие. М.: РУТ (МИИТ), 2017. 138 с.
34. Попова Е.С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте. *Известия Уральского гос. Ун – та* : Гуманитарные науки. Вып. 5 : Языкознание 2002. No 24. С. 276-288
35. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. — 2-е изд., испр. и доп. — К., 1998.
36. Седов К. Ф. Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения (о риторике бытового конфликта). *Вопросы стилистики. Язык и человек*. Саратов. 1996. Вып. 26. С. 8 – 14.
37. Селіванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики К.: Фітосоціоцентр, 1999. 147 с.
38. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

39. Славова Л. Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсонології: США — Україна : монографія. Житомир : вид-во ЖДУ, 2012. 360 с.
40. Славова Л. Л. Монологічні форми спілкування американського та українського політичного дискурсу. *Мова. Культура. Комунікація*. Чернігів, 2009. С. 97-101.
41. Словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/>.
42. Українська мова: енциклопедія. К. : Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.
43. Фаер С. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы. — СПб., 1998.
44. Фирстова Л. А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса (на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ. Саратов, 2008. 20с.
45. Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер. 2000.
46. Чигирдова Н. И. Речевое поведение и коммуникативные роли авторов деловых писем. *Личность, речь и юридическая практика: сб. науч. тр.* Ростов-на-Дону: ДЮИ. 1999. Вып.2. С. 77 - 82.
47. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДК "Гнозис", 2004. 326 с.
48. Шейгал Е. И. Театральность политического дискурса: [электронный ресурс] *Единицы языка и их функционирование: межвуз. сб. науч. тр.* Вып. 6. Саратов : СГАП, 2000. Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-00.htm>.
49. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием/Науч. ред. Я. Н. Засурский. М.: Мысль, 1980.
50. Шкіцька, І. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву : специфіка та місце серед інших комунікативних стратегій [Текст]. *Мова і культура* :

наук. вид. К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. Вип. 12. Т.ІІ (127).  
С. 42-49.

51. Шкіцька, І. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву : специфіка та місце серед інших комунікативних стратегій [Текст]. *Мова і культура* : наук. вид. К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2009. Вип. 12. Т.ІІ (127).  
С. 42-49.

52. Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. М. : Изд-во ЛКИ, 2008.  
360 с

53. Щербинина Ю. В. Речевая агрессия и пути её преодоления. 2004.

54. Lakoff G. Women, fire and other dangerous things. What categories reveal about mind. Chicago; L.: Univ. of Chicago Press, 1990. 635 p.

55. [www.oxfordlearnersdictionaries.com/](http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/)

#### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

56. <https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript>.

57. <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>

58. [https://www.washingtonpost.com/national-security/william-barr-election-memo/2020/11/13/6ed06d20-25e4-11eb-a688-5298ad5d580a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/national-security/william-barr-election-memo/2020/11/13/6ed06d20-25e4-11eb-a688-5298ad5d580a_story.html)

59. [harvardmagazine.com](http://harvardmagazine.com)2012

60. [huffingtonpost.com](http://huffingtonpost.com) /2012

61. [whitehouse.gov](http://whitehouse.gov)

62. <https://www.thenationalcouncil.org/>

63. <https://www.aljazeera.com/news/2020/11/8/joe-biden-acceptance-speech-full-transcript>

64. <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>
65. <https://edition.cnn.com/2020/08/20/politics/biden-dnc-speech-transcript/index.html>
66. <https://www.cnbc.com/2020/08/21/joe-biden-dnc-speech-transcript.html>
67. <https://www.politico.com/story/2016/10/full-transcript-third-2016-presidential-debate-230063>
68. <https://time.com/4631007/president-obama-farewell-speech-transcript/>
69. <https://dictionary.cambridge.org>
70. <https://obamawhitehouse.archives.gov/realitycheck/the-press-office/2012/04/24/remarks-president-college-affordability-university-north-carolina>
71. <https://nymag.com/intelligencer/2017/12/all-the-sycophantic-compliments-republicans-gave-trump-today.html>
72. <https://www.npr.org/2012/10/03/162258551/transcript-first-obama-romney-presidential-debate>
73. [https://www.wsj.com/talk2020/transcript/CHTS000020200930eg9t00002?mod=theme\\_election-2020-ribbon](https://www.wsj.com/talk2020/transcript/CHTS000020200930eg9t00002?mod=theme_election-2020-ribbon)
74. <https://www.unomaha.edu/potus/the-transcript-president-obamas-remarks.php>
75. <https://edition.cnn.com/2020/08/19/politics/barack-obama-speech-transcript/index.html>
76. <http://ena.lp.edu.ua> 255.
77. <https://dictionary.cambridge.org>.