

ПОЛІТИЧНА МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ

Т. Б. Мадрига

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника;
76025, м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57;
тел. (0342) 596-146; e-mail: tetiana_madryga@ukr.net*

У статті розглянуто сутність поняття політичної мови та її маніпулятивних можливостей, проаналізовані методи лінгвістичного маніпулювання свідомістю та маніпулятивні стратегії, в основі яких лежить використання мовних засобів. Політична мова розглядається як засіб формування, функціонування і передачі політичної інформації та як інструмент впливу у процесі завоювання влади, який спонукає до певних дій або, навпаки, їх гальмує і навіть дестабілізує.

Ключові слова: *маніпулятивна стратегія, мовленнєвий вплив, мовленнєва маніпуляція, політична мова.*

Вивчення політичних комунікацій та проблем політичної мови стало одним з основних напрямків розвитку політичної науки в Україні в останнє десятиліття. Зростання наукового інтересу до проблем політичної мови пов'язане, перш за все, із загостренням конкурентної боротьби між політиками і політичними силами, що й зумовило необхідність здійснення цілеспрямованого впливу на формування громадської думки. Сфера мовних відносин дедалі частіше перетворюється на арену мовних спекуляцій. Політична мова – це інструмент впливу у процесі завоювання влади, який спонукає до певних дій або, навпаки, їх гальмує і навіть дестабілізує. Мова виступає дієвим засобом комунікативного впливу, що забезпечує не тільки можливість описувати певні об'єкти чи ситуації зовнішнього світу, а й інтерпретувати їх, задаючи необхідне адресату світосприйняття політичної боротьби і нав'язуючи політичним реципієнтам їх позитивну чи негативну оцінку.

Різним аспектам питання застосування мовно-інформаційних методів впливу на громадськість присвячені праці зарубіжних дослідників – Р. Барта, Р. Бахема, Л. Блакара, Д. Болінджера, Т. А. ван Дейка, М. Еделмана. В Україні цей аспект досліджують Б. Базилев, Т. Бережна, К. Горюнов, І. Рогозіна, А. Стриженко. Значний внесок у розробку проблеми мовного маніпулювання здійснили А. Баранов, В. Бебик, Т. Белт, О. Бойко, І. Генералюк, С. Кара-Мурза, М. Клинцева, Л. Нагорна, В. Петренко, Я. Підстригач, Г. Подшивайлова, Г. Почепцов, О. Сисун, А. Стриженко, О. Шавардова, Е. Шейгал, Г. Яворська та інші.

Багатогранність феномена політичної мови породжує і неоднозначність його трактування. Можна говорити про вузьке й широке розуміння політичної мови. Інколи, вживаючи це поняття, мають на увазі якусь вузьку сферу, як, наприклад, «мову виступів політичних діячів», «адміністративну мову» тощо. Деякі ж автори, навпаки, вживають це поняття в дуже широкому розумінні. Так, В. Бергедорф під політичною мовою розуміє «всі мовні висловлювання, в яких йдеться про політику, а також висловлювання, що продукуються з позицій влади» [6, с. 43]. Д. Місюров, розглядаючи політичну мову як один з видів політичної символіки, теж схиляється до широкого розуміння і трактує її як спеціальну термінологію, особливі мовні конструкції, що застосовуються в політичній практиці. Крім того, на його думку, політичною мовою можна вважати будь який текст, присвячений політичному життю. Це можуть бути звернення до народу, стенограми засідань, аналітичні статті, гасла. До політичної мови він відносить і закони, конституції, декларації прав тощо [8, с. 49].

Незважаючи на те, що дослідники аналізують різні аспекти функціонування мови в політиці, на сьогодні не вироблено єдиного підходу до розуміння поняття «політична мова». На думку В. В. Петренко, політична мова – це сукупність вербальних структур, які використовуються у мові політики і здійснюють вплив на політичну свідомість індивідів та їх участь у перебігу політичних процесів [12]. Дослідниця Л. П. Нагорна визначає політичну мову як сукупність дискурсивних практик, що формують сферу політичної комунікації [10, с. 72]. За визначенням А. П. Чудінова, політична мова – це «особлива підсистема національної мови, призначена для політичної комунікації, тобто для пропаганди тих чи інших ідей, емотивного впливу на громадян, вироблення суспільного консенсусу» [22, с. 3].

Політична мова завжди охоплює не тільки повідомлення про політичну дійсність, а й її інтерпретацію. Вона орієнтована на те, щоб викликати бажану для суб'єкта мовну чи поведінкову реакцію з боку об'єкта комунікації. Особливо яскраво її роль проявляється під час передвиборчих кампаній, оскільки мова не здатна виступати суто нейтральним засобом передачі інформації. Мовні маніпулятори використовують «мовні пастки», коли за допомогою мови можна виділити не лише значущі питання чи вирази, але й очікувані відповіді. Це, в першу чергу, відображається у своєрідній «грі» між політичним суб'єктом і виборцем, основними елементами якої є необґрунтовані обіцянки з їх подальшим невиконанням, уникнення дієвих програм і планів, швидкий темп обговорення важливих проблем, активізація стереотипів. З іншого боку, політична свідомість, яка часто віддає перевагу емоціям над тверезим розумом, і виступає об'єктом політичної комунікативної технології. Кожен кандидат, за допомогою прихованого емоційного впливу, на-

магається переконати електорат у тільки йому вигідних ідеях та цінностях [7, с. 222-223].

Політична мова може виступати як засобом об'єднання людей, так і бути причиною їх роз'єднання. Взагалі політична мова насичена різноманітними прийомами, які покликані ввести в оману політичних опонентів чи цільову аудиторію. Саме тому політична мова забезпечує навіювання на масову аудиторію певних думок, оцінок, ідей, поглядів, виступаючи, по суті, засобом формування і управління суспільною свідомістю та інструментом завоювання й утримання влади.

Маніпулятивний потенціал політичної мови найяскравіше проявляється у передвиборчій боротьбі і дозволяє створити певну символічну реальність, яка ніколи не буде втілена у життя. На думку В. Петренко, маніпулятивний потенціал політичної мови чітко простежується в політичних міфах та стереотипах, політичній рекламі та пропаганді, у функціонуванні засобів масової інформації та в публічному мовленні політичних діячів [13, с. 11].

Мовленнєвий вплив у широкому значенні – це будь-яка мовленнєва комунікація, взята в аспекті її цільової обумовленості, це вербальне спілкування, описане з позиції одного з комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкт впливу, а свого співрозмовника – як об'єкт [21, с. 5]. Вербальний вплив у вузькому значенні використовується в сфері так званих координативних відносин рівноправного співробітництва, а не відносин субординації (формальних чи неформальних). Як вважає О. С. Іссерс, такий тип мовленнєвого впливу передбачає, що суб'єкт регулює діяльність іншої людини, що певною мірою вільна у виборі своїх дій та орієнтується на свої потреби [17, с. 157].

Р. М. Блакар розглядає мовленнєвий вплив як засіб влади, оскільки будь-хто, хто опиняється в ситуації впливу на іншу людину, проявляє владу, а влада може здійснюватись через мову [2, с. 91]. Е. Г. Гришечко ототожнює мовленнєвий вплив з впливом людини на іншу людину (чи групу людей) за допомогою мови та супроводжуючих мову невербальних засобів для досягнення поставленої мети мовця – змінити поведінку реципієнта, його настанови, наміри, уявлення, оцінки та ін., що досягається в комунікативній взаємодії з ним [3, с. 55]. Бути суб'єктом вербального впливу означає регулювати поведінку свого співрозмовника, бо за допомогою мови ми спонукаємо іншу людину почати, змінити, закінчити будь-яку діяльність.

Мовленнєвий вплив на адресата відбувається з використанням маніпулятивних стратегій, в основі яких лежить використання мовних засобів у поєднанні з позалінгвальними, певними прийомами організації тексту, структурування та подання інформації за посередництвом ЗМІ. Маніпулятивна стратегія – це оптимальна реалізація інтенції маніпулятора щодо конкретної мети, здатність контролювати й редагувати комунікацію на рівні тактичних прийомів з метою впливу на об'єкт маніпу-

лювання, його політичні стереотипи, ціннісно-моральні настанови та поведінкові реакції [23, с. 22]. Це дає підстави Т. А. ван Дейку стверджувати, що в рекламному дискурсі класична комунікативна стратегія «хто-ЩО-кому каже» поступово змінюється на «хто-ЯК-кому каже» [4, с. 35].

О. Михальова виокремила три маніпулятивні стратегії, здійснені за допомогою певних тактик: стратегія на зниження, стратегія на підвищення і стратегія театральності. Перша стратегія здійснюється за допомогою тактики звинувачення опонента, формування негативного образу. Стратегія на підвищення заснована насамперед на створенні позитивного образу адресанта, на тактиці самовиправдання і піднесення. Стратегія театральності пов'язана з тим, що одна із сторін комунікації – народ – виконує роль не прямого адресата, а адресата-спостерігача, який сприймає політичні події як певне розігруване дійство [9, с. 12, 14].

Так, у промові Д. Медведєва про військовий конфлікт Грузії з Південною Осетією і Абхазією реалізується стратегія на зниження, що створює негативний образ грузинської влади. Цікавим є той факт, що реалізація цієї стратегії починається одразу зі слів: «вы...знаете о трагедии Южной Осетии». Прийоми, використовувані в промові – це короткий аналіз історичних подій та висновки на основі екскурсу в історію. Мовні засоби «підтримують» обрану стратегію на зниження – це експресивно забарвлені лексичні одиниці (истребление народа, уничтожение, геноцид), велика кількість кліше (срыв переговорного процесса, игнорирование достигнутых договоренностей, сделали свой выбор, признание государственного суверенитета, учитывая волеизъявление осетинского и абхазского народов), використання градацій (срыв переговорного процесса, игнорирование достигнутых договоренностей, политические и военные провокации, нападения на миротворцев), протиставлення (президент Грузии... приказал штурмовать Сухуми и Цхинвал – Россия проявила выдержку и терпение; это нелегкий выбор, но это единственная возможность сохранить жизни людей); евфемізми (внешние покровители, политические и военные провокации). Отже, у цьому виступі використовується стратегія на пониження через тактику звинувачення опонента, викриття його дій. Одночасно в промові використовується стратегія на підвищення через тактику подання адресанта у вигідному світлі, тактику наведення аргументів, які виправдовують дії адресанта. Використання зазначених тактик обумовлює наявність певних мовленнєвих прийомів та відбір мовних засобів [5, с. 103-104].

В умовах збройної агресії Росії проти України на Донбасі також реалізується стратегія на зниження, що створює негативний образ сучасної української влади, яка нібито проводить імперську політику стосовно населення південного сходу, яке чинить опір «фашистському режимові» (у визначенні російської пропаганди) і європейському шляху розвитку України, що нав'язується населенню. З таких інформаційно-

пропагандистських мовних маніпуляцій Росія, власне, розв'язала і продовжує вести гібридну війну проти України, намагаючись демонізувати в очах російського і світового суспільства, діюче українське керівництво. Російською владою та ЗМІ, за допомогою використання різноманітних мовних маніпуляцій, насаджується політичний дискурс щодо геополітичної підтримки Росії мешканцями Східної України, які, таким чином, прагнуть реалізувати право на самовизначення.

Мовні засоби, за допомогою яких в період Революції Гідності, створювався негативний образ української влади включали тиражування повідомлень про присутність прихильників «фашистської ідеології» та «фашистських методів» серед протестувальників Євромайдану («на киевских улицах бесчинствовали фашисты»). Протягом 2014-2016 рр. постійно наводились «прикладні», «докази», «свідчення» про різні форми та величезні масштаби західного втручання у внутрішні справи України. Під час військової операції із захоплення Криму поширювались повідомлення про масовий та «народний» характер опору новій українській владі в Криму, тиражувались заяви зрадників, які закликають військових перейти «на бік народу» і знищити «київську хунту» [15].

Як стверджує Т. Нагорняк, у політичній мові найчастіше використовують такі методи лінгвістичного маніпулювання свідомістю, котрі мають символічну природу [11, с. 190]:

- Мовні символи емоційно-вольового навіювання, для яких притаманні лозунговість і малозмістовні словникові конструкції: «Україна – для людей» (В. Янукович, 2010 р.), «Час Литвина – час народу» (В. Литвин, 2010 р.), «Здобули волю – здобудемо й долю!» (Український народний блок Костенка-Плюща, 2007 р.), «Перший. Непрохідний» (А. Гриценко, 2010 р.), «Вони обіцяють, Вона-працює. Вона – Україна!» (Ю. Тимошенко, 2010 р.), «Жити по-новому» (П. Порошенко, 2014 р.)

- Мовні символи переконання: «Якщо один голос може змінити ДІМ, він може змінити і МІСТО. Якщо він може змінити місто, він може змінити й ШТАТ. Якщо він може змінити штат, він може змінити КРАЇНУ. Якщо він може змінити країну, він може змінити СВІТ!» (передвиборче гасло Б. Обама, 2008 р.).

- Багаторазові повтори або «метод Геббельса» (як символ мовного тиску задля нав'язування слів-маркерів): «Ми найвеликодушніша країна у світі. Ми дуже великодушні. Я пишаюся тим, що ми такі великодушні. Але, попри нашу великодушність, ми не повинні хвалитися своєю великодушністю» (Дж. Буш).

- Створення подій-символів і містифікація реальності (пандемія грипу в Україні в 2009 році).

- Нав'язування ярликів-символів («залізна леді», «газова принцеса», «проФФесор»).

• Подвійне заперечення як символ неправди, невпевненості або некомпетентності: «Я не хочу і не буду принижувати нікого з кандидатів, ставити їх у незручне становище перед виборцями», – сказав В. Янукович, відповідаючи на запитання журналістів про можливість домовленості з С. Тігіпком для перемоги в 2-му турі президентських виборів-2010 в Україні.

• Мовні символи агресії як форма політичного насилля:

– слова з яскраво вираженим негативним забарвленням, що позначають у прямому чи переносному значенні антисоціальні речі (бандит, шахрай, расист, ворог народу), назви професій, тварин (кат, різник, свиня), ярлики і слова-образи (фашист, злодій, хам), слова-маркери, що відображають негативне ставлення до явища або людини (комуняка, помаранчевий, Янек, Юлька): «Бандитам – тюрми. Влада-народу!» («Сила народу», 2004 р.), «Донбас порожняк не гонить» (ПРУ, 2004 р.).

– питання або твердження, мета яких – принизити адресата. Використання лінгвістичних зворотів для висловлення несхвалення, недовіри, сумніву в іронічній чи негативній формі: «Ви хочете, щоб вашим президентом став чоловік, який плутає А. Ахматову з Ахметовою, а А. Чехова називає українським поетом?» (Ю. Тимошенко, телепрограма «Велика політика з Євгеном Кисельовим», 29.01.2010 р.)

– використання мовних конструкцій, у яких містяться приховані загрози внаслідок дій реципієнта: «Обирай Ющенко і приведи Україну в НАТО!»; «Голосуй або програєш!» (Гасла на президентських виборах-2004 в Україні).

Україна початку XXI століття має свою специфіку символічної політики і політичної мови, що обумовлено відсутністю у людей давніх політичних традицій (як наприклад, у США і Великій Британії) та політичної коректності учасників виборчого процесу, який активізує символічне. Тому українська політика більш агресивна, беззмістовна і часто примітивна у своїх символіко-лінгвістичних формах прояву [11, с. 191].

Окрім того, у суспільствах перехідного типу маси підсвідомо тяжіють до швидкого вирішення всіх наявних проблем і більше прихильні до політиків, які обіцяють «краще» життя вже сьогодні. За таких обставин у політиків спрацьовує природний владний інстинкт, який допомагає звабити електорат і підказує на яких стереотипах можна зіграти, які психологічні важелі впливу використати для мобілізації суспільної підтримки. Тому часто перемога на виборах можлива завдяки вмільй, психологічній та інформаційній обробці електорату, а маніпулятивність стає важливою характеристикою політичного дискурсу. Для підтвердження цієї тези проаналізовано мову публічних політичних виступів, зокрема інавгураційних промов, чинних Президентів України та США Петра Порошенка [14] і Дональда Трампа [19]. Варто сказати, що політична промова є дієвим засобом демонстрації лідерства і отримання визнання.

В інавгураційній промові П. Порошенка програмні тези мають переважно характер семантичних блоків або окремих висловлень, а також містяться чіткі меседжі про необхідність встановлення миру в Україні, план нормалізації ситуації на Донбасі («Я йду на посаду Президента, щоб зберегти і зміцнити єдність України», «Знаю: мир – найголовніше, чого прагне сьогодні український народ», «Я прагну миру і доб'юся єдності України. Тому розпочинаю свою роботу з пропозиції мирного плану»), готовність продовжити євроінтеграцію країни («Європейська демократія для мене – найкращий спосіб державного правління, винайдений людством. Саме європейський досвід підказує нам, що значну частину повноважень вже зараз треба делегувати з центру місцевим органам влади) і прихильність унітарного устрою держави («Марення про федерацію не має ґрунту в Україні»). Промова починається із посилянь на цитати і вирази відомих людей, які часто вживаються: Ми, українці, «живий вогник у сім'ї європейських народів і діяльні співробітники європейської цивілізаційної праці». Так казав Іван Франко. «Стояти ногами й серцем на Україні, свої голови держати в Європі», – заповідав Михайло Драгоманов. Це дало можливість зробити висновок про використання можливостей впливу лінгвістичних засобів на громадську думку, зокрема підтвердження тотожності думок П. Порошенка з видатними українцями [16, с. 237].

Варто зазначити, що виступ П. Порошенка був дуже емоційним і понад 30 раз переривався оплесками («Армія та її переозброєння зусиллями вітчизняного військово-промислового комплексу – це наш найголовніший пріоритет». «Слово генерал має асоціюватися не зі словом «корупція», а зі словом «герой». «Я використаю свій дипломатичний досвід, щоб забезпечити підписання міжнародного договору, який прийшов би на заміну Будапештському меморандуму». «Будь-який агресор на кордоні України має згадати Євангельську мудрість: хто з мечем прийде, той від меча і загине!». «Росія окупувала Крим, який був, є і буде українським. Я про це твердо заявив російському керівництву в Нормандії на святкуванні 70-річчя: Крим є і буде українським. Крапка») [14].

Промова завершується вербалізацією комунікативної інтенції П. Порошенка на успішне майбутнє, що свідчить про прагнення об'єднати народ навколо себе («Немає сумніву в тому, що ми здолаємо всі труднощі. Відстоїмо територіальну цілісність нашої держави, забезпечимо мир та спокій»). Отже, інавгураційна промова П. Порошенка містила таке наповнення, яке було очікуване у той період української історії та продемонструвала, що його пріоритети збігаються з інтересами громадськості і доповнила його політичний портрет такими рисами як бойовий, патріотичний та рішучий. Однак, не було жодної конкретики чи хоча б загальних штрихів з приводу того, як реалізувати заявлені ре-

форми, що дозволяє стверджувати про маніпулювання громадською думкою за допомогою лінгвістичних засобів.

Якщо проаналізувати інавгураційну промову Д. Трампа, то можна помітити використання певних стратегій маніпулятивного впливу. Зокрема, на початку виступу Д. Трамп пафосно заявив наступне: «Сьогоднішня церемонія має особливе значення, тому що сьогодні ми не просто передаємо владу від однієї адміністрації іншій, або від однієї партії іншій – ми передаємо владу з Вашингтона, округ Колумбія, і повертаємо вам, народ... Все це зміниться з цього дня. Саме тут. Цей момент – момент. Він належить вам. Він належить усім, хто прийшов сюди, і всім, хто дивиться нас по всій Америці. Це ваше свято. Сполучені Штати Америки – ваша країна. Те, що має сенс, – не те, яка партія контролює уряд, а те, що народ контролює уряд. 20-е січня 2017-го року увійде в історію як день, коли люди стали власниками цієї країни знову [19]. Текст промови свідчить про дуже чітку орієнтацію політики адміністрації президента на американські національні інтереси у зовнішній політиці. «Ми робили інші країни багатими, але сила і впевненість нашої країни випаровувалася протягом багатьох років. Ми захищали кордони інших держав, але відмовлялися захищати свої. З цього дня в управлінні країною буде новий принцип: «Спершу – Америка». Два простих правила, за словами Д. Трампа, сприятимуть реалізації цього принципу – «купуй американське і наймай американця». Д. Трамп пообіцяв повну лояльність і відданість інтересам Америки, відновлення її процвітання та величі [20, с. 6].

Стисло торкаючись зовнішньої політики, Д. Трамп наголосив: «Ми хочемо встановлювати добрі стосунки з іншими країнами світу. Але право кожної нації – піклуватися, насамперед, про власний інтерес. Ми не хочемо нав'язувати наш спосіб життя нікому. Але нехай він сяє, як ми будемо сяяти, – і кожен зможе брати з нас приклад». Так, Д. Трамп виказує бажання єднання з аудиторією і під час виступу кілька разів апелював до Біблії і Творця, до єдності, говорив про «один дім, одне серце» та патріотизм американців незалежно від кольору шкіри громадян. «Ми всі маємо однакові свободи і поважаємо американський прапор. Коли народжуються діти – у Детройті чи Небрасці – вони дивляться на одні й ті ж зірки і мріють про одне й те ж. І в них є життя одного і того ж Всевишнього Творця» [19].

На фоні обіцянок ставити інтереси США понад усе, завершення промови зверненням до родинних цінностей закріплює маніпулятивний вплив на аудиторію. Загалом, аналіз промови показав, що чітко простежуються акцентування уваги аудиторії на готовності прислухатися до опонентів, на необхідності розбудови сильної держави, на важливості американських інтересів, що посилюється використанням тактик та стратегій маніпулятивного впливу [18, с. 127].

Таким чином, виходячи з меседжів, оприлюднених президентом США Д. Трампом, можна стверджувати про прагнення загравати з американцями, вдаючись до популістської риторики і використовуючи маніпулятивні можливості мови у досягненні поставлених цілей.

Отже, мета мовної маніпуляції полягає в тому, щоб схилити об'єкт, яким маніпулюють до того, щоб прийняти певні висловлювання суб'єкта за істинні та правдиві. За допомогою мовного маніпулювання можна змусити адресата некритично сприймати мовне повідомлення і сформувані у нього певні потреби, переваги, стереотипи та уявлення, вигідні маніпулятору. Вивчення механізму маніпулювання з допомогою мовних засобів дасть змогу виробити стратегії фільтрування інформації та уникнути мовної демагогії.

Література

1. Бессонов Б.О. Пропаганда и манипуляция / Б.О. Бессонов; под ред. Д.Я. Китайгородской. – Самара: БАХРАХ-М, 2001. – С. 703-726.
2. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти (теоретическо-эмпирическое исследование языка и его использования в социальном контексте) / Р.М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88-125.
3. Гришечко Е.Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия [Электронный ресурс] / Е.Г. Гришечко // Гуманитарные и социальные науки. – 2008. – № 4. – С. 53-59. – Режим доступа: http://www.hses-online.ru/2008/04/10_02_04/10.pdf
4. Дейк ван Т.А. Язык, познание, коммуникация / Т.А. ван Дейк – Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
5. Зайцева М.О. Засоби маніпулятивного впливу в сучасному політичному дискурсі (лінгвістичний аспект) [Електронний ресурс] / М.О. Зайцева // Лінгвістичні дослідження. – 2012. – Вип. 34. – С. 101-104. – Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2012_34_21
6. Крючкова Т.Б. Особенности формирования и развития общественно-политической лексики и терминологии / Т.Б. Крючкова. – М: Наука, 1989. – 151 с.
7. Купрій Т.Г. Політична мова у виборчій кампанії як засіб впливу та маніпуляції / Т.Г. Купрій, А.В. Тарнавська // Гілея: науковий вісник (121(6)). – С. 222-226.
8. Мисюров Д.А. Политическая символика: структура и функции / Д.А. Мисюров // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 1999. – № 1. – С. 43-57.
9. Михалева О.Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: автореф. дисс. на соискание учёной степени канд. филол. наук / О.Л. Михалева. – Кемерово, 2004. – 24 с.
10. Нагорна Л.П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики / Л.П. Нагорна. – К.: Світогляд, 2005. – 315 с.

11. Нагорняк Т.Л. Символічний вимір політики і політичної мови / Т.Л. Нагорняк // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2010. – Вип. 19. – С. 183-192.
12. Петренко В. В. Особливості визначення політичної мови / В. Петренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=69&c=1588>.
13. Петренко В.В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / В.В. Петренко. – К., 2003. – 17 с.
14. Промова Президента України Петра Порошенка на інавгурації (повний текст) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/politika/promova-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-inavnuraciyi-rovniy-tekst-353552.html>
15. Російська пропаганда про події в Україні: тенденції 2014-2016 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/rosiyska_propaganda_pro_podii_v_ukraini_tendentsii_20142016_rokiv/
16. Самойлова І.В. Лексичні особливості політичних промов [Електронний ресурс] / І.В. Самойлова, О.В. Подвойська // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки. – 2016. – Кн. 1. – С. 235-238. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzfn_2016_1_47
17. Сорокіна Л.Є. Мовленнєва маніпуляція та інші види мовленнєвого впливу: термінологічне розмежування понять / Л.Є. Сорокіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – Одеса: Вид. дім «Гельветика», 2014. – Вип.8 т.2. – С. 157–159.
18. Сотников А. В. Маніпулятивний вплив в політичному дискурсі (на матеріалі передвиборчих промов) / А. В. Сотников // Лінгвістика XXI століття. – 2016. – С. 123-128.
19. Сьогодні Дональд Трамп склав присягу президента США і виголосив інавгураційну промову [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/mnenie/voiovnycha-inavhuratsiina-promova-trampa-rovnyi-tekst-366612.html>
20. Тарасенко Н. Дональд Трамп вступив на посаду президента США: чого чекати Україні / Н. Тарасенко // Україна: події, факти, коментарі. Інформаційно-аналітичний журнал. – № 3. – 2017. – С. 6-21.
21. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: Методология и теория. Структура сознания в речевом воздействии / Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 5-18.
22. Чудинов А.П. Политическая лингвистика [учебн. пособие] / А.П. Чудинов. – М.: Флинта; Наука, 2007. – 256 с.
23. Юр'єва О.Г. Маніпулювання масовою свідомістю: сутність та механізми реалізації / О.Г. Юр'єва // Журнал «Трибуна». – 2004. – №11-12. – С. 20-21.

*Стаття надійшла до редакційної колегії 24.10.2017 р.
Рекомендовано до друку д.істор.н., професором Марчуком В.В.,
д.політ.н., професором Гоном М.М. (Рівне)*

POLITICAL LANGUAGE AS A TOOL OF MANIPULATIVE INFLUENCE

T. B. Madryga

*Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
57 Shevchenko Str. Ivano-Frankivsk 76025;
tel. (0342) 596-146; e-mail: tetiana_madryga@ukr.net*

The article discusses the essence of the concept of political language and its manipulative possibilities, analyzes the methods of linguistic manipulation of consciousness and manipulative strategies, based on the use of linguistic means. The political language is seen as a tool for the formation, operation and transfer of political information and as an instrument of influence in the process of conquering power, which prompts certain actions or, conversely, inhibits them and even destabilizes them.

Key words: *manipulative strategy, speech influence, speech manipulation, political language.*