

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ВПЛИВ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: ТАКТИКИ ТА СТРАТЕГІЇ

У статті досліджуються техніки та тактики маніпулятивного впливу на цільову аудиторію в політичному дискурсі. Проаналізовано останні напрацювання вітчизняних та іноземних дослідників маніпулятивного впливу в ритуальному дискурсі. Розглядаються параметри маніпуляції свідомістю аудиторії, складові провокативної стратегії.

Ключові слова: маніпуляційна стратегія, комунікативна провокативна стратегія, ритуальний дискурс.

Статья посвящена исследованию техники и тактике манипуляционного влияния на целевую аудиторию в политическом дискурсе. Проанализированы последние наработки отечественных и иностранных исследователей манипуляционного влияния в ритуальном дискурсе. Рассматриваются параметры манипуляции сознанием аудитории, компоненты провокационной стратегии.

Ключевые слова: манипуляционная стратегия, коммуникативная провокационная стратегия, ритуальный дискурс.

The article deals with the tactics and techniques of manipulative impact on the target audience in the political discourse. The recent findings of domestic and foreign scholars of the manipulative impact in the ritual discourse have been analyzed. The parameters of the manipulation with the audience's consciousness as well as the edgy strategy components are under discussion.

Key words: manipulative strategy, communicative edgy strategy, ritual discourse.

Мовленнєвий вплив може здійснюватися свідомо та несвідомо. У випадку першого, не потребується розробка стратегії такого впливу та використання тактик зміни емоційного стану аудиторії. Щодо свідомого мовленнєвого впливу, він передбачає наявність стратегії, набір тактик та певну мету. Сучасні лінгвокогнітивні дослідження, що спрямовані на пошук кореляції мовних одиниць як в об'єктивній реальності, так і в свідомості мовної особистості, за умови «цілісного аналізу ситуації «сприйняття–свідомість–мова» з урахуванням взаємозв'язку та взаємозалежності всіх її складових» (Лаенко, 2010, с. 93). Оскільки тексти засобів масової інформації, і політичні зокрема, становлять матрицю масово-культурної культури ХХІ століття (Олешко, 2011), що формує міжкультурні смислові та ціннісні установки етносемантичних груп та спільнот, можна стверджувати, що вони є системою інтерпретації інституційного дискурсу. На думку Г. А. Копниної (2010), загальна комунікативна установка ЗМІ можна розглядати як риторико-маніпулятивну модальність, що закладається в медійному тексті незалежно від можливих варіантів його інтерпретації масовою аудиторією, яка створює аргументативний комплекс політичного медіа дискурсу як інформаційного, так й аналітичного характеру. Маніпуляція в політичному дискурсі вивчалася як політична мова, як статусно-орієнтоване спілкування, як сфера мотивованого вживання певних мовних форм та мовленнєвих прийомів.

Мовна маніпуляція розуміється як різновид когнітивно-лінгвального впливу для імпліцитного впровадження в психіку адресата цілей, бажань чи установок, що не відповідають наявним в нього на момент здійснення акту комунікації. Іншими словами, під маніпуляцією в сучасній лінгвістиці розуміється такий мовленнєвий вплив на клієнта, з огляду на який він змінює власну точку зору на ту чи іншу проблему, ставлення до певної політичної групи чи партії тощо.

Політичний дискурс виявляється найпоширенішою сферою використання маніпулятивного впливу з огляду на низку факторів. По-перше, представлені різні види тексту (передвиборча агітація, піар-компанія, політична реклама, аналітичні огляди та коментарі). По-друге, наявність широкої аудиторії. По-третє, найважливіше, практично відсутня цензура/критика (в переважній кількості соціумів правляча політична партія контролює медіапростір, критика з боку опозиції практично відсутня) та практична неможливість використання критичного мовлення з боку аудиторії.

На думку О. С. Иссерс (2003), стратегія маніпулятивного впливу є планом комплексного мовленнєвого впливу для «обробки» співрозмовника (с. 102). Маніпулятивні стратегії спрямовані на перебудову когнітивної свідомості аудиторії, що змінює характер мовних засобів що використовуються, граматичну структуру дискурсу. Ю. М. Урнов (2008) наголошує на тому, що кожен маніпулятивний крок базується на активації певної емоційної реакції адресата, що збільшує ефективність маніпуляції, а у випадку активації саме емоційного спектру, потенціал маніпулятора зростає майже вдвічі. Загальнофілологічна тенденція до антропоцентричності сучасних лінгвістичних студій та міждисциплінарні дослідження сприяють зростанню актуальності дослідження маніпуляції в медіа-дискурсі, оскільки саме людина є його реципієнтом.

Маніпуляція в дискурсі розпочинається з вибору необхідної стратегії. Слід зазначити, що стратегія розглядається як спосіб уявлення та репрезентації реальності (Fairclough, 2005, с. 81) та упорядкування мовлення (Тарасова, 1992, с. 107). Втім, сучасна лінгвістика користується поняттям комунікативних стратегій. Останні пов'язують з вираженням інтенцій мовця (Тарасова, 1992, с. 108; Янко, 2008, с. 29), досягненням мети комунікації (Бацевич, 2004, с. 118), планом комплексного мовленнєвого впливу (Иссерс, 2003), чи типом поведінки одного з комунікантів у певній ситуації спілкування (Макаров 2003, с. 194). Стратегії медіа-дискурсу дозволяють його орієнтаційне прогнозування. В текстах новин, наприклад, використовується принцип перевернутої піраміди, коли найважливіша інформація виноситься на початок повідомлення (Scollon, 1998, с. 197). В текстах газет використовується циклічна будова, тобто, основна інформація виноситься у заголовку, набуває конкретного втілення у вступі і циклічно актуалізується в подальших абзацах.

За прагматичними характеристиками політичні промови можна розподілити на три основні типи, а саме: 1) тексти, що є орієнтованими на вираження оцінки подій; 2) тексти, що є орієнтованими на адресата з метою

змусити його до певної діяльності) змішані тексти. Для визначення доміантних характеристик промов використовують підход професора М. А. Новікової (2006), яка виділяє 6 основних позицій для аналізу будь-якого тексту: ініціальна позиція (вступ), медальна частина (основний блок промови), фінальна позиція (заключний блок), обсяг тексту, обсяг частин тексту та послідовність частин тексту. Таким чином, аналіз тексту політичної промови дозволяє досліднику визначити тип маніпулятивної стратегії чи тактики, визначити прагматичну мету застосування маніпуляції (опираючись на той чи інший блок промови, і навіть, на обсяг тексту, який використовується для маніпулятивного впливу).

За характером основної інтенції політичного дискурсу Е. І. Шейгал (2000) пропонує таку класифікацію ритуального дискурсу: 1) ритуальні жанри (інавгураційні промови, традиційні радіо – та телезвернення); 2) орієнтаційні жанри (тексти інформаційно-прескриптивного характеру, тобто, партійні промови, конституції, звіт, указ); агональні жанри (лозунги, рекламні промови, передвиборчі та парламентські дебати). Усі ці жанри надають можливість маніпулювати свідомістю аудиторії.

Основним параметром маніпулятивного впливу в політичному дискурсі є масова свідомість. Т. С. Злотнікова (2003) вказує на такі ознаки масової свідомості як: 1) маса імпульсивна і її імпульси керовані; 2) легко збуджується і її легко змусити повірити у факти, що повідомляються, до того ж, почуття маси прості; 3) маса категорична, вона не знає ані сумнівів, ані невпевненості; 4) маса знищує особистість (с. 145). Таким чином, основними характеристиками людини маси є: 1) відображення суспільної свідомості; 2) зниження рівня реакції; 3) послаблення інтелектуальної діяльності; 4) неспроможність відкласти дію чи помірковано аналізувати ситуацію; 5) схильність до гіперемоційності та ефективності дій.

В. Н. Степанов (2008) визначає комунікативну провокаційну стратегію як таку, що спрямована на корекцію психологічного стану співрозмовника з метою його зміни (с. 174). Вважаємо доцільним ототожнити провокаційну стратегію із маніпулятивною, адже під маніпуляцією розуміємо мовленнєві дії спрямовані за зміну психологічного стану клієнта, зведення нанівець можливості критичної оцінки та раціонального аналізу фактів, інші прояви маніпуляцій суспільною свідомістю. В. Н. Степанов пропонує розрізняти маніпулятивні стратегії двох рівнів: до перших слід відносити стратегію, що визначає комунікативну поведінку впродовж всього акту комунікації, а до другого – таку, що спрямована на вирішення конкретного комунікативного завдання на певному етапі розгорнення акту комунікації.

Маніпулятивний вплив у ритуальному дискурсі широко використовує міфи та міфологеми. Погоджуючись з Е. І. Шейгал (2000, с. 192–196) щодо запропонованої класифікації міфологем та міфів, зауважимо, маніпуляція в ритуальному (політичному, інституціональному) дискурсі спрямована на зміну статусно-рольових норм, що панують у певному соціумі. Як зазначає М. Ю. Сейранян (2012, с. 29), в маніпулятивному дискурсі чотири способи

навмисного впливу редукуються до двох, а саме, авторитет заміщується силою, а аргументація – маніпуляцією. До прийомів маніпуляції відносять амфіболію (навмисна двозначність), еквівокацію (переведення теми повідомлення в іншу площину), контрастування, заміщення фактів та навішування ярликів. Це дає підстави В. І. Карасику (2007, с. 341) стверджувати, що маніпуляції в політичному дискурсі виявляються як «скрытые образы внедрения в сознание электората образов, понижающих имидж политических оппонентов манипулятора и повышающих его собственный имидж».

Суттєвим є розрізнення природи стратегії та тактики. Семантичні стратегії обумовлюють вибір відповідних мовних засобів та одиниць, тому семантичний хід маніпулятора є функціонально взаємопов'язаним з попередніми та наступними діями мовця. Тактика характеризується відносно незалежністю, тому вона може використовуватися комплексно та ізольовано. Вважаємо, що дослідникам слід звертати увагу само на використання тактик маніпулятивного впливу.

Щодо політичної та соціальної коректності, під ними розуміємо загально прийняті в соціумі правила добору лексичних та стилістичних засобів комунікації. Так, наприклад, в сучасному суспільстві вважається неприйнятним зосереджувати увагу на гендерних, соціальних та принципах толерантності. Тому, у звичайній публічній промові оратор уникатиме лексичних одиниць, які безпосередньо вказують на гендерні ознаки, соціальний стан, порушують принцип толерантного ставлення до особистості. Вважаємо, що в ритуальному (інституційному) дискурсі, якщо метою мовця є здійснення маніпулятивного впливу на аудиторію, він може свідомо піти на порушення цього балансу. При цьому, може бути задіяний увесь спектр маніпулятивних тактик, а саме, хибна аргументація, посилення на знаменитостей, використання психологічного прийому «від противного», використання комплексу провини, використання звукового повтору як засобу прихованого впливу на аудиторію.

Узагальнюючи вищенаведене, зазначимо, що аналіз використання мовленнєвих тактик та стратегій маніпулятивного впливу на аудиторію в політичному дискурсі сприятиме напрацюванню механізмів протидії таким маніпуляціям.

Література

1. Бацевич, Ф. С. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Київ: Видавничий центр Академія.
2. Злотникова, Т. С. (2003). *Человек – хронотоп – культура*. Ярославль: Ремдер.
3. Иссерс, О. С. (2003). *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва: Едиториал УРСС.
4. Карасик, В. И. (2007). *Языковые ключи*. Волгоград: Парадигма.
5. Копнина, Г. А. (2010). *Речевое манипулирование*. Москва: Флинта, Наука.
6. Лаенко, Л. В. (2010). Восприятие – сознание – язык: онтология и гносеология взаимосвязи. *Non multum, sed multa: Немного о многом. У когнитивных истоков современной терминологии*, 92–103. Москва: Авторская академия.
7. Макаров, М. Л. (2003). *Основи теорії дискурса*. Москва: Гнозис.
8. Новикова, М. А. (2006). *Методические аспекты перевода: материалы спецсеминара*. Симферополь.

9. Олешко, В. Ф. (2011). Профессиональная культура журналиста: дискурс глобализационного подхода. *Журналистика в 2010 году: СМИ в публичной сфере*. Москва: Фак-т журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.
10. Сейранян, М. Ю. (2012). *Конфликтный дискурс: социолингвистической и прагматический аспекты*. Москва: Издательство «Прометей».
11. Степанов, В. Н. (2008). *Провоцирование в социальной и массовой коммуникации*. Санкт-Петербург: Роза мира.
12. Тарасова, И. П. (1992). *Речевое общение, толкуемое с юмором, но всерьез*. Москва: Высшая школа.
13. Урнов, Ю. М. (2008). *Эмоции в политическом поведении*. Москва: Аспект Пресс.
14. Шейгал, Е. И. (2000). *Семантика политического дискурса*. Москва; Волгоград: Перемена.
15. Янко, Т. Е. (1999). О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии (на материале русского языка). *Вопросы языкознания*, 4, 28–55.
16. Fairclough, N. (2005). *Critical Discourse Analysis. Marges linguistiques*, 9, 76–94.
17. Scollon, R. (1998). *Mediated Discourse as Social Interaction: A Study of New Discourse*. London: Longman.

References

1. Batsevych, F. S. (2004). *Osnovy komunikativnoi lingvistyky*. Kyiv: Vydavnychiy tsentr Akademiia.
2. Zlotnykova, T. S. (2003). *Chelovek – khronotop – kultura*. Yaroslavl: Remder.
3. Issers, O.S. (2003). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi*. Moskva: Editoryal URSS.
4. Karasyk, V. Y. (2007). *Yazykovye kliuchy*. Volhohrad: Paradyhma.
5. Kopnyna, H. A. (2010). *Rechevoe manipulirovanye*. Moskva: Flinta, Nauka.
6. Laenko, L. V. (2010). *Vospriyatye – soznanie – yazyk: ontolohiya y hnoseolohiya vzaimosvyazy. Non multum, sed multa: Nemnoho o mnohom. U kognitivnykh istokov sovremennoi terminolohii*, 92–103. Moskva: Avtorskaia akademiya.
7. Makarov, M. L. (2003). *Osnovy teorii diskursa*. Moskva: Hnozys.
8. Novykova, M. A. (2006). *Metodycheskie aspekty perevoda: materialy spetsseminara*. Symferopol.
9. Oleshko, V. F. (2011). *Professionalnaia kultura zhurnalista: diskurs hlobalyzatsyonnoho podkhoda. Zhurnalistyka v 2010 godu: SMY v publichnoi sfere*. Moskva: Fakultet zhurnalistiki MGU im. M. V. Lomonosova.
10. Seiranian, M. Iu. (2012). *Konfliktnyi dyskurs: sotsyolinhvistycheskiy i prahmalinhvistycheskiy aspekty*. Moskva: Izdatelstvo «Prometei».
11. Stepanov, V. N. (2008). *Provotsyrovanye v sotsyalnoi i massovoi kommunykatsyy*. Sankt-Peterburg: Roza myra.
12. Tarasova, Y. P. (1992). *Rechevoe obshchene, tolkuemoe s yumorom, no vserez*. Moskva: Vysshaya shkola.
13. Urnov, Iu. M. (2008). *Emotsyi v politicheskom povedenii*. Moskva: Aspekt Press.
14. Sheihal, E. Y. (2000). *Semiotika politicheskoho diskursa*. Moskva; Volhohrad: Peremena.
15. Ianko, T. E. (1999). О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии (на материале русского языка). *Voprosy yazykoznanija*, 4, 28–55.
16. Fairclough, N. (2005). *Critical Discourse Analysis. Marges linguistiques*, 9, 76–94.
17. Scollon, R. (1998). *Mediated Discourse as Social Interaction: A Study of New Discourse*. London: Longman.