

Міністерство освіти і науки України
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ДЯЧЕНКО ОЛЬГА ВІКТОРІВНА

УДК 32.019.5; 659.4 (043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ
ЗАСТОСУВАННЯ ЗАСОБІВ МОВНО-МАНІПУЛЯТИВНОЇ
ПОЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ
ПРОЦЕСАХ

23.00.02 – Політичні інститути та процеси

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата політичних
наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання
ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне
джерело _____

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник – доктор політичних
наук, професор Наумкіна Світлана
Михайлівна

Одеса – 2018

АНОТАЦІЯ

Дяченко О. В. Застосування засобів мовно-маніпулятивної політичної діяльності в сучасних політичних процесах. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття науково ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» – Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Одеса, 2018.

Сучасна модель політичного життя суспільства характеризується великою кількістю різних інформаційних потоків. Це дає можливість змінити рівень політичного процесу та вийти на якісно новий рівень. В цих умовах засоби масової інформації набувають нового змісту, що забезпечує наявність інтерактивного зв'язку між політичною та медійною системами. Нові засоби, інструменти та підходи щодо висвітлення політичної діяльності суб'єктами політичного простору визначають формат реального політичного життя. Відбувається поєднання віртуального та реального у політичному просторі, тому звернення до даної тематики є вельми актуальним та необхідним.

Розвиток політичної науки характеризується досить вагомим доробком щодо тематики дослідження з різних точок зору. Більшість праць стосуються технологічного аспекту маніпулятивного впливу. Що ж до мовного аспекту, то тут є значні прогалини, які вимагають наукового підходу та осмислення, зокрема, це аналіз прийомів мовного маніпулювання, його проявів в політичному процесі, наприклад, визначення процесу розвитку політичного конфлікту, або його протікання в різних політичних режимах тощо.

Термін «мовно-маніпулятивний вплив» впроваджується в політичну науку і є особливо актуальним на етапі стрімкого сплеску

маніпулятивного впливу. Тому сьогодні спостерігається підвищення інтересу науковців до цієї тематики, і цей інтерес спрямований на такі напрямки як: інформаційний, який аналізує інформаційну безпеку та політичну взаємодію; історико-теоретичний, що досліджує проблеми мовно-маніпулятивного впливу, базуючись на теоретико-практичних розробках.

Методологічною основою дисертації стали різноманітні положення, загальнонаукові та спеціальні прийоми. Аналіз природи політичного мовного маніпулювання в різних типах політичних систем і режимах вимагав залучення системного та структурно-функціонального підходів. Звернення до методу порівняльного аналізу та соціокультурного підходу дозволило виявити особливості мовного маніпулювання в різних типах політичних режимів. Розгляд взаємодії політичних інститутів у боротьбі за більш широкий та глибокий вплив на політичну свідомість та дії людини стало можливим завдяки використанню елементів інституціонального підходу. Оскільки політичне мовне маніпулювання прагне визначити та спрямувати політичну поведінку людей, було використано біхевіористський та інші політологічні, соціологічні та психологічні інструменти, засоби та методи.

В дисертаційному дослідженні здійснено аналіз процесу мовно-маніпулятивного впливу в політичному полі, визначено механізм реалізації та рівні проявів маніпуляції.

В роботі проаналізовано особливості застосування та використання мовно-маніпулятивного впливу в процесі розвитку та вирішення політичного конфлікту. Це було здійснено за допомогою застосування діалектичного підходу, структурно-функціонального та порівняльного методу, аналізу та синтезу. В роботі проаналізовано стратегії та універсальні прийоми мовно-маніпулятивного впливу, що застосовуються в процесі політичного конфлікту. Було визначено ознаки мовно-

маніпулятивного впливу на стадії виникнення та назрівання конфлікту і мовні маніпулятивні стратегії та прийоми, що застосовуються як у початковій стадії виникнення політичного конфлікту, так й на стадії його вирішення та у постконфліктній стадії.

Виділено та охарактеризовано основні прийоми мовно-маніпулятивного впливу в рамках політичного конфлікту. Це відповідні перетворення: анулюючі, «фінгіруючі», «індефінітизуючі» та «модальні».

Розглянуті дві стратегії комунікації – конфронтація та кооперація. Визначені провідні стратегії в рамках конфронтаційної моделі комунікації, а саме: дискредитація, підкорення, насильство та агресія. Проаналізовані такі мовно-маніпулятивні стратегії в рамках цієї моделі: стратегія «гри на пониження», стратегія «гри на приниження гідності», стратегія «батьківського заступництва противника», «стратегія щеплення» тощо.

Проаналізовано форми та прояви політичної мови в різних політичних режимах (тоталітарному та демократичному). Окрему увагу приділено характерним рисам мовно-маніпулятивного впливу в зазначених політичних режимах, принципам політичного маніпулювання в рамках політичної мови. В роботі визначаються специфічні риси сучасного мовно-маніпулятивного впливу в контексті демократичного політичного режиму (український та зарубіжний досвід).

Робота має практичне значення. Основні положення, висновки, отримані результати можна використовувати для подальшого аналізу мовного маніпулювання. Наприклад, в рамках аналізу політичної свідомості, культури, поведінки, політичної комунікації, політичної соціалізації, участі та ін. Рекомендації, які представлені в даній роботі, можна застосовувати в публічному адмініструванні, при розробці державної політики та прийнятті відповідних документів у цьому напрямку, діяльності ЗМІ, при проведенні електоральних кампаній тощо. Особливу значущість вони мають для знаходження форм організації ЗМІ, що

запобігають їх перетворення в інструмент політичного панування певних груп.

Дисертація становить інтерес для науковців, лідерів та активістів різних політичних рухів, працівників ЗМІ, співробітників державних організацій.

Ключові слова: політичне маніпулювання, мовна маніпуляція, мовно-маніпулятивні технології, медіа-простір, лінгвістичні стратегії, фейк, пропаганда, інформаційна війна, політична діяльність, політичні технології, політичний процес.

SUMMARY

Diachenko O. V. The use of methods of speech-manipulative political activity in modern political processes. – Scientific qualification thesis retaining manuscript rights.

Thesis to obtain the scientific degree of Candidate of Political Science (PhD) after speciality 23.00.02 – political institutions and processes – South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Odessa, 2018.

The modern model of the political life of society is characterized by a large number of different information flows. This allows you to change the level of the political process and reach a qualitatively new level. In these conditions, the media acquires new content that provides an interactive link between political and media systems. New means, tools and approaches to coverage of political activity is determined the format of real political life by the subjects of political space. There is a combination of virtual and real in the political space, so the reference to this topic is very relevant and necessary.

The development of political science is characterized by a rather significant work on the subject of research from different points of view. Most works refer to the technological aspect of manipulative influence. As for the linguistic aspect, there are significant gaps that require a scientific approach and

comprehension, in particular, an analysis of the methods of political-linguistic manipulation, its manifestations in the political process, for example, the definition of the process of political conflict development, or the occurrence in different political regimes etc.

The term «linguistic manipulative influence» is introduced into political science and is particularly relevant at the stage of a rapid spike in manipulative influence. Therefore, today there is an increase in the interest of scientists in this subject, and this interest is directed towards such areas as information, which analyzes information security and political interaction, and historical and theoretical ones, is the problem of linguistic manipulative influence and theoretical and practical development of the corresponding politological tools and relevant practical recommendations.

The methodological basis of the dissertation was a variety of positions, general scientific and special methods. An analysis of the nature of political linguistic manipulation required the involvement of systemic and structural-functional approaches in different types of political systems and regimes. The appeal to the method of comparative analysis and the socio-cultural approach allowed to identify the features of linguistic manipulation in different types of political regimes. Consideration of the interaction of political institutions in the struggle for a wider and deeper influence on political consciousness and human action has become possible through the use of elements of the institutional approach. It were used as political linguistic manipulation seeks to identify and direct the political behavior of people, behavioral and other sociological and psychological tools, means and methods.

It was determined the analysis of the process of language-manipulative influence in the political field was carried out, the mechanism of realization and the level of manifestations of manipulation in the dissertation

The paper is analyzed the peculiarities of the use of language-manipulative influence in the process of development and solution of political

conflict. This was done through the use of the dialectic approach, structural-functional and comparative method, analysis and synthesis. The paper is analyzed strategies and universal methods of language-manipulative influence that are used in the process of political conflict. The features of linguistic manipulative influence at the stage of the emergence and the emergence of conflict and language manipulative strategies and techniques used both at the initial stage of the emergence of the political conflict, both at the stage of its solution and at the post-conflict stages were determined. The main methods of linguistic-manipulative influence within the framework of political conflict are distinguished and characterized. These are the corresponding transformations: canceling, fingering, indefinite and modal.

There are considered two strategies of communication – confrontation and cooperation. The leading strategies within the framework of a confrontational model of communication are identified, namely: discredit, subjugation, violence and aggression. The following linguistic-manipulative strategies are also analyzed in this model: the strategy of the «game of lowering», the strategy of «play for the humiliation of dignity», the strategy of «enemy patronage», «vaccination strategy», etc.

There are analyzed the forms and manifestations of the political language in different political regimes (totalitarian and democratic). Particular attention is paid to the characteristic features of linguistic manipulative influence in these political regimes, and the principles of political manipulation within the political language. The work defines the specific features of modern linguistic-manipulative influence in the aspect of the democratic political regime. The work has practical importance. The main provisions, conclusions, results obtained can be used for further analysis of linguistic manipulation and with other, broader content problems in this direction. For example, it can be used in the analysis of political consciousness, culture, behavior, political communication, political socialization, participation, etc. The recommendations

presented in this paper can be used in public administration, in developing state policy in the direction of managing various media activities and so on. They have a special significance in finding forms of media organization that prevent them from becoming a tool of political domination of certain groups. The results obtained in this paper can be used for further analysis of the poorly-studied issues of the theory of political communication, the transformation of bureaucracy and the formation of civil society. The thesis is of interest to scholars, leaders and activists of various political movements, media workers, employees of state organizations.

Key words: political manipulation, speech manipulation, speech manipulation technologies, media space, linguistic strategies, fake, propaganda, information war, political factivity, political technologies, political process.

СПИСОК ПРАЦЬ, ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Праці, які відображають основні наукові результати дисертації:

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Дяченко О. (2016) Особливості мовно-маніпулятивного впливу за різних типів політичного режиму. Актуальні проблеми політики. Одеса, 58, 29–40.
2. Дяченко О. В. (2016) Політичне маніпулювання в США та Україні: порівняльна характеристика. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Історія. Філософія. Політологія: зб. наук. праць, Одеса, 12, 122–126.

3. Дяченко О. (2017) Стратегії та прийоми мовно-маніпулятивного впливу в ході політичного конфлікту. Актуальні проблеми політики. Одеса, 59, 41–53.
4. Дяченко О. (2018) Складові механізму реалізації мовної маніпуляції в політиці. Політичне життя, 2, 91–97.

***Статті у наукових періодичних виданнях інших держав з
напрямку, з якого підготовлено дисертацію:***

5. Дяченко О. (2016) Сучасне розуміння мовно-маніпулятивних технологій в політичній діяльності. Evropský politický a právní diskurz, 3–5, 87–92.

Тези і доповіді науково-практичних конференцій:

6. Дяченко О. (2017) Мовні маніпуляційні стратегії у військовому конфлікті. Традиції та новації юридичної науки: минуле, сучасність, майбутнє: Міжнародна науково-практична конференція. Одеса, 1, 210–212. Форма участі: доповідь, тези.
7. Дяченко О. (2017) Загальні засади лінгвістичних стратегій під час військових конфліктів. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів: всеукраїнська науково-практична конференція, Одеса, Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 26–28. Форма участі: доповідь, тези.
8. Дяченко О. (2017) Логічні помилки у районній пресі: типологія, причини їх виникнення й способи усунення. Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації: Міжнародна науково-практична конференція, Одеса. 320–325. Форма участі: доповідь, тези.

9. Дяченко О. (2017) Порухення авторського права в мережі Інтернет. Сучасні видавництва вищих навчальних закладів: всеукраїнська науково-практична конференція, Одеса. 71–77. Форма участі: доповідь, тези.
10. Дяченко О. В. (2017) Використання мовно-маніпулятивних технологій на різних етапах політичного конфлікту: V всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція «Гуманітарний всесвіт: люди, ідеї, події. Львівський державний Університет безпеки життєдіяльності. URL: <http://virt.ldubgd.edu.ua/course/view.php?id=1437> Форма участі: тези.
11. Дяченко О. (2018) Типи маніпуляцій в інформаційному просторі держави. Державне регулювання суспільних відносин: розвиток законодавства та проблеми правозастосування: Міжнародна науково-практична конференція, Київ. Центр правових наукових досліджень, 34–38 (112). Форма участі: доповідь, тези.

Праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

12. Дяченко О. (2012) Правові засади реклами, адресованої дітям. Діалог: Медіа, Одеса, 14, 62–68.
13. Дяченко О. (2012) Правове регулювання дитячої реклами. Медіапростір: збірник наукових статей. Тернопіль, 30–34.
14. Дяченко О. (2013) Средства и приемы воздействия на читателя в фейлетонах В. М. Дорошевича. Діалог: Медіа-студії. Одеса, 17, 82–90.

Зміст

<u>ВСТУП</u>	13
<u>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МОВНО-МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ПОЛІТИЦІ</u>	17
<u>1.1 Стан дослідження проблеми, аналіз джерельної бази</u>	17
<u>1.2 Ознаки мовно-маніпулятивного впливу в політичній діяльності</u>	24
<u>Висновки до Розділу 1</u>	36
<u>РОЗДІЛ 2 МОВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ</u> ..	37
<u>2.1 Складові механізму реалізації мовної маніпуляції в політиці</u>	37
<u>2.2 Види мовно-маніпулятивного впливу та тактика маніпулятивного засобу представлення інформації в політичному дискурсі</u>	56
<u>Висновки до Розділу 2</u>	79
<u>РОЗДІЛ 3 ПОЛІТИЧНИЙ БЛОГІНГ ЯК ФОРМА МОВНО-МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ</u>	81
<u>3.1 Особливості та функції політичного блогінгу в аспекті політичної комунікації в мережі Інтернет</u>	81
<u>3.2 Класифікація маніпулятивних технік в політичному блогінгу</u>	125
<u>Висновки до Розділу 3</u>	138
<u>РОЗДІЛ 4 ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МОВНО-МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОКРЕМИХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСАХ</u>	140
<u>4.1 Трансформація політичної мови за різних типів політичного режиму</u>	140
<u>4.2 Стратегії та прийоми культурно-маніпулятивного впливу в ході політичного конфлікту</u>	155
<u>Висновки до Розділу 4</u>	174

<u>ВИСНОВКИ</u>	175
<u>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:</u>	181
<u>ДОДАТОК 1. СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ</u>	198

Вступ

Актуальність теми дослідження. Сучасна модель політичного життя суспільства характеризується великою кількістю різних інформаційних потоків. Це дає можливість змінити вектор розвитку політичного процесу та вийти на якісно новий рівень. В цих умовах засоби масової інформації набувають нового змісту, що забезпечує наявність інтерактивного зв'язку між політичною та медійною системами. Нові засоби, інструменти та підходи щодо висвітлення політичної діяльності суб'єктами політичного простору визначають формат реального політичного життя. Відбувається поєднання віртуального та реального на політичному просторі, тому звернення до даної тематики є вельми актуальним та необхідним.

Представлений в роботі аналіз мовного політичного впливу відповідає певним соціально-політичним потребам, які полягають в уточненні розуміння маніпулювання, визначенні його ролі, місця та відмінностей в різних системах влади, в засвоєнні досвіду щодо створення та використання механізмів, що перешкоджають мовному маніпулюванню.

Розвиток політичної науки характеризується досить вагомим доробком щодо тематики дослідження з різних точок зору. Більшість праць стосуються технологічного аспекту маніпулятивного впливу. Що ж до мовного аспекту, то тут є значні прогалини, які вимагають наукового підходу та осмислення, зокрема, це аналіз прийомів політично-мовного маніпулювання, його проявів в політичному процесі, наприклад, визначення процесу розвитку політичного конфлікту, або, протікання в різних політичних режимах тощо.

Термін «мовно-маніпулятивний вплив» впроваджується в політичну науку і є особливо актуальним у кризові періоди соціально-політичного розвитку суспільства. Тому сьогодні спостерігається підвищення інтересу науковців до цієї тематики, і цей інтерес спрямований

на такі напрямки як інформаційний, який аналізує інформаційну безпеку та політичну взаємодію, та історико-теоретичний, що досліджує проблеми мовно-маніпулятивного впливу, базуючись на теоретико-практичних розробках.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами. Дана робота виконана на кафедрі політичних наук і права Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» в рамках науково-дослідної теми «Соціально-політичні проблеми України в контексті глобальних процесів» (№ державної реєстрації 0114U007155), одним з виконавців якої є дисертант.

Об'єктом даного дослідження є форми впливу на сучасні політичні процеси. *Предметом* – засоби мовно-маніпулятивної політичної діяльності в сучасних політичних процесах.

Мета та завдання дослідження. *Метою* роботи є визначення впливу мовно-маніпулятивної діяльності на сучасні політичні процеси.

Для досягнення мети слід вирішити наступні *завдання*:

- окреслити рівень наукової розробки та джерельну основу дослідження;
- охарактеризувати мовно-маніпулятивний вплив в політичній діяльності;
- визначити складові механізму реалізації мовної маніпуляції в політиці;
- охарактеризувати види мовно-маніпулятивного впливу та тактики маніпулятивного засобу представлення інформації в політичному дискурсі;
- визначити особливості та функції політичного блогінгу в аспекті політичної комунікації в мережі Інтернет;

- описати та проаналізувати маніпулятивні техніки в політичному блогінгу;
- проаналізувати трансформацію політичної мови за різних типів політичного режиму;
- визначити стратегії та прийоми культурно-маніпулятивного впливу в політичному конфлікті.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертації стали нормативні положення, загальнонаукові та спеціальні прийоми. Аналіз природи політичного мовного маніпулювання в різних типах політичних систем та режимах вимагав залучення системного та структурно-функціонального підходів. Звернення до методу порівняльного аналізу та соціокультурного підходу дозволило виявити особливості мовного маніпулювання в різних типах політичних режимів. Розгляд взаємодії політичних інститутів у боротьбі за більш широкий та глибокий вплив на політичну свідомість та дії людини стало можливим завдяки використанню елементів інституціонального підходу. Оскільки політичне мовне маніпулювання прагне визначити та спрямувати політичну поведінку людей, було використано біхевіористський та інші соціологічні та психологічні інструменти, засоби та методи. Недостатня розробленість проблеми, складність об'єкта вивчення вимагали залучення матеріалів та досліджень не тільки з політології та філософії, а й соціології, психології, економіки та історії.

Наукова новизна отриманих результатів:

- вперше визначено характерні ознаки мовно-маніпулятивного впливу в аспекті блогінгу і обґрунтовано думку, що сучасна політична реальність за допомогою блогінгу замінюється в інтернет-просторі штучними віртуальними моделями, де створюється необхідна картина світу з відповідними образами, символами, реакціями та уявленнями щодо політичних подій та процесів, тобто, формується типова політична

поведінка соціально-політичних груп, щодо яких здійснюється мовно-маніпулятивний інформаційний вплив;

- здійснено компаративний аналіз форм та проявів мовно-маніпулятивного впливу за різних політичних режимів (тоталітарному та демократичному). Представлено характерні риси мовно-маніпулятивного впливу за різних типів політичного режиму; з'ясовано особливості та принципи політичного маніпулювання з використанням політичної мови в тоталітарному Радянському Союзі та за демократичного режиму; окреслені позитивні та негативні риси сучасного мовно-маніпулятивного впливу за демократичного політичного режиму;

- аргументовано особливості застосування мовно-маніпулятивного впливу в ході назрівання, протікання та вирішення політичного конфлікту. Визначені мовні маніпулятивні стратегії та прийоми, що використовуються в стадії розвитку конфлікту; з'ясовані методи маніпулятивного впливу на постконфліктній стадії та ознаки мовно-маніпулятивного впливу на різних стадіях розвитку політичного конфлікту та мовні маніпулятивні стратегії, прийоми, що застосовуються щодо впливу на політичний конфлікт: анулюючі, «фінгіруючі», «індефінітизуючі» та «модальні» перетворення;

- уточнено особливі види маніпулятивних мовних актів, а також показано особливості функціонування цих актів в агітаційному дискурсі на основі нових підходів. Визначено, що абдуктивні мовні акти характеризуються високим рівнем використання суб'єктами політичної діяльності. Саме цей вид мовних актів актуалізує такі маніпуляції як «поріг доступності» та маніпуляції фізіологічного рівня маніпуляції;

- розширено вчення про стратегії комунікативного впливу: конфронтацію і кооперацію та визначені провідні стратегії в рамках конфронтаційної моделі комунікації. Представлено головні мовно-маніпулятивні стратегії в рамках моделі конфронтації: стратегія «гри на

пониження», стратегія «гри на приниження гідності», стратегія «батьківського заступництва противника», «стратегія щеплення» та інші;

– дано оцінку основним інтенціональним компонентам моделі маніпулятивного мовного акту як вербальної політичної інтеракції у формі інтенції: аллокутивна інтенція; інформативна інтенція; комунікативна інтенція; персуазивна і маніпулятивна інтенція.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що основні положення, висновки, отримані результати можна використовувати для подальшого аналізу мовного маніпулювання. Наприклад, в рамках аналізу політичної свідомості, культури, поведінки, політичної комунікації, політичної соціалізації, участі та ін.

Рекомендації, які представлені в даній роботі, можна застосовувати в публічному адмініструванні, при розробці державної політики та прийнятті відповідних документів у цьому напрямку, діяльності ЗМІ, при проведенні електоральних кампанійтощо. Особливу значущість вони мають для знаходження форм організації ЗМІ, що запобігають їх перетворення в інструмент політичного панування певних груп.

Дисертація становить інтерес для науковців, лідерів та активістів різних політичних рухів, працівників ЗМІ, співробітників державних організацій.

Результати даного дослідження можуть бути використані в науковій діяльності та навчальному процесі, зокрема, у викладанні загальних та спеціальних курсів: «Політологія», «Політичні процеси», «Політична реклама», «Політична мова», «Політичні технології», «Політична риторика» тощо.

Апробація матеріалів дисертації. Основні висновки та положення дисертаційного дослідження апробовано на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: Міжнародна науково-практична конференція «Державне регулювання суспільних відносин:

розвиток законодавства та проблеми правозастосування» (Київ, 2018, форма участі – дистанційна); Міжнародна науково-практична конференція «Традиції та новації юридичної науки: минуле, сучасність, майбутнє» (Одеса, 2017, форма участі – очна); всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів» (Одеса, 2017, форма участі – очна); Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації» (Одеса, 2017, форма участі – очна); всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні видавництва вищих навчальних закладів» (Одеса, 2017, форма участі – очна); V Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція «Гуманітарний всесвіт: люди, ідеї, події (Львів, 2017, форма участі – дистанційна).

Публікації. Основні положення й висновки дисертаційної роботи відображені в 14 наукових публікаціях, з яких 4 надруковані у вітчизняних фахових наукових виданнях з політичних наук, 1 – у міжнародному науковому виданні, 9 – в тезах науково-практичних конференцій та інших виданнях.

Структура та обсяг дисертації визначена її змістом, метою та поставленими завданнями. Дисертаційне дослідження складається зі вступу, чотирьох розділів, які поділяються на відповідні підрозділи, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дослідження 200 сторінок. Кількість використаних джерел 209 найменувань.

Розділ 1

Теоретико-методологічні аспекти мовно-маніпулятивного впливу в політиці

1.1. Стан дослідження проблеми, аналіз джерельної бази.

Проблеми комунікації влади та суспільства в сучасній Україні стають найбільш обговорюваною темою суспільно-політичного дискурсу. Актуальність цієї проблематики впливає з фактів соціально-політичної реальності. Це, по-перше, досить помітне зростання протестного руху в останні роки, як в Україні, так і в світі; по-друге, це негативні реакції громадськості на деякі ініціативи влади в різних сферах життєдіяльності суспільства та держави; по-третє, це подальше зниження рівня довіри як до інститутів влади, так й до персоналій нашого суспільства.

Як визначають О. Євлев та О. Калінська, «кожен з нас досить часто користується в різних життєвих ситуаціях прийомами мовного маніпулювання, деколи інтуїтивно, деколи – цілком усвідомлено. Вибір відповідних до ситуації засобів пов'язаний з моральною та психологічною культурою спілкування» [78].

Однією з популярних концепцій, за допомогою яких описують комунікації влади та суспільства, є концепція політичного маніпулювання. На тему маніпуляції, яка останнім часом має широку популярність, опублікований великий обсяг наукових досліджень з філології, психології, соціології, філософії, політології тощо. У політологічному аспекті опорними є роботи А. Грамші, С. Московічі, Г. Шиллера, У. Рікера, С. Кара-Мурзи та ін.

У результаті опрацювання проблематики маніпуляції склалася певна традиція розуміння цього комунікативного феномену та опису його механіки. Але концептуального розкриття проблематики політичного маніпулювання все ще не має. Чітко не визначено місце політичного маніпулювання в системі політичних категорій, немає ясності в питанні про ідентичність понять «політичне маніпулювання» та «маніпуляція свідомістю». Досить довгий час нових ідей, нових концептуальних

розробок у пізнанні політичного маніпулювання практично не з'явилося. Дослідники, у більшості випадків, йдуть шляхом відточування формулювання про приховане управління свідомістю та щодо підбору емпіричних доказів відповідності даного поняття подіям політичного життя. Найбільша частка фактів відноситься до процесів, які відбуваються в період виборчих кампаній та характеризуються різноманітністю політичної активності за підтримкою різних засобів масової інформації.

Політологічні дослідження виявляють найбільш явні зв'язки політичного маніпулювання з виборчих технологій із засобами масової інформації тому, що вивчення цих зв'язків може спиратися на якусь емпіричну базу. Незважаючи на те, що в науці є дослідження, які спростовують незаперечну ефективність технологій політичного маніпулювання під час виборчих кампаній, висновки більшості науковців зводяться до більш менш стереотипних положень: політичне маніпулювання використовується практично всюди та завжди, але це забезпечується засобами масової інформації та спричиняє негативні наслідки щодо реального розуміння політичної ситуації суспільством. Усвідомлення актуальності проблеми теоретичної ідентичності політичного маніпулювання веде до завдання входження його до системи політичних процесів, до визначення зв'язків політичного маніпулювання з різними галузями політологічної спеціалізації та його місця в дослідному полі сучасної політології.

Різні аспекти політичного маніпулювання представлені в дослідженнях як українських, так й зарубіжних вчених. Тут слід вказати таких науковців як М. Бебик, О. Бойко, Л. Дорош, Н. Єфтені, С. Наумкіна, І. Поліщук, Ф. Семенченко та інші. Цікавими є роботи, які стосуються мовних засобів маніпулювання, що використовуються в різних сферах нашого життя. Тут слід вказати таких авторів як Ж. Бодрійяр, Г. Грайс, Ю. Лотман та інші. Щодо безпосереднього аналізу політичної сфери, то

тут важливим є доробки Р. Бахема, Р. Блакара, Д. Болінджера, Є. Кіктева, Є. Ширяєва та ін.

Для нашої роботи актуальним є аспект дослідження політичної мови, якому присвятили свої роботи такі автори як О. Воробйова, М. Горбаневський, Е. Гронська, В. Какорін та інші. В нашому дослідженні політична мова та мовно-маніпулятивний вплив розглядається також і в рамках політичного конфлікту, тому було звернено увагу на праці, які стосуються сутності, специфічних особливостей розвитку політичних конфліктів. Це роботи К. Вітмана, М. Головатого, Л. Кормич, І. Кресіної, С. Наумкіної, Н. Ніколаєнко, С. Ростецької та інших. Особливо слід виділити дисертаційне дослідження Ю. Білецької, яка безпосередньо торкається питань щодо сутності та засобів вирішення політичних конфліктів у політичному процесі сучасної України [12].

В процесі дослідження увагу також було звернено на роботи, які було здійснено в рамках лінгвістичної науки, де питання мовленнєвої маніпуляції посідає одне з провідних місць. Тут існує досить велика кількість підходів щодо дослідження мовленнєвого впливу, і це пояснюється складністю та комплексним характером даного явища. Цікавими є дослідження таких авторів як А. Баранов, О. Іссерс, В. Різун, А. Стернін, Є. Тарасов, В. Чернявська та інші.

Особливої уваги заслуговують роботи в рамках політичного дискурсу, де слід виділити дослідження Д. Берхо, який показав практичне підтвердження того, як політична мова впливає на масову свідомість людей, спонукаючи до прийняття певних рішень [183].

Не менш значущим є аналіз стилістичних прийомів у виступах політичних лідерів США та Великобританії в дослідженнях Дж. Чартеріс-Блека, який виявив кореляцію даних прийомів з вибором відповідного сценарію для оцінки політичної ситуації [188].

Огляд дослідження політичного дискурсу слід продовжити роботою А. Фетзер, в якій розкриваються прагматичні аспекти політичного дискурсу як багаторівневого дискурсу, що включає в себе парламентський дискурс та дискурс мас-медіа [205]. В цьому дослідженні простежується зіткнення політичного дискурсу з дискурсом електронних ЗМІ, які на сьогодні є одними з головних каналів реалізації політичної комунікації.

Слід зазначити, що незважаючи на широку представленість робіт в сфері інституційного дискурсу, в політичній науці спостерігається збільшення розробок у напрямку аналізу медійного дискурсу, який представляє для нашої роботи особливий інтерес з огляду на те, що політичний блог-дискурс є частиною сучасного медійного простору.

Щодо дисертаційних досліджень українських вчених, які присвячені даній тематиці, то варто зазначити, що це представники різних галузей науки – політологи, соціологи, філософи, філологи, психологи. Тут можна відмітити роботу М. Дем'яненка, який розглядав популізм як політичний феномен та маніпулятивну технологію (2016 р.). У дисертації системно досліджено явище популізму, проаналізовано його еволюцію та визначено головні підходи до його трактування, особливості застосування в різних умовах. Автор досліджує популізм як політичний феномен, який характерний для більшості сучасних політичних режимів [42].

А. Філінський та В. Аміров також присвятили свої дослідження аналізу маніпулятивних (в тому числі й мовних) технологій, які застосовуються під час виборчих кампаній [157].

Вивченню різних аспектів застосування політичної мови як засобу маніпулятивного впливу присвячене дослідження В. Петренка [119].

Цікавою є робота Т. Джиги «Методи та технології впливу політичної реклами (на прикладі передвиборчої кампанії)», яка вийшла ще у 2003 році. В роботі дається аналіз методів та технологій впливу політичної реклами в рамках передвиборчої кампанії. Автор розкриває

питання щодо використання в рекламі маніпуляційних технологій, які направлені на вплив на масову свідомість. Автором розглядає різноманітні методи та технології, які використовуються в політичній рекламі в українському політичному полі під час передвиборчої кампанії [44].

Слід також відмітити доробки Л. Кучми, в яких авторка розкриває різні аспекти обмеження маніпулювання свідомістю електорату у виборчому процесі. Дослідниця аналізує правовий аспект даної проблеми з урахуванням моральних та політичних аспектів [94–98].

Систематизацію електронних джерел політичного впливу та конкретні форми політичного маніпулювання свідомістю громадян представлено в публікаціях Г. Осики. Автор аналізує засоби, що можуть подолати негативний вплив таких форм маніпулювання на процеси демократизації політики. Автор акцентує увагу на джерелах політичного впливу, які вводять в оману велику кількість людей задля власних прагматичних політичних цілей [112–114].

Л. М. Городенко в своєму дослідженні «Засоби масової інформації у контексті громадської думки: формування, функціонування, жанрові прийоми» (2003) представив різні засоби впливу на суспільство, громадську думку, які використовують засоби масової інформації. Автор проаналізував приховані та наявні можливості щодо впливу на суспільство та представив приклади застосування такого впливу в українській журналістиці. Автором робиться акцент на визначенні механізму маніпулювання шляхом преси. Цікавою є запропонована автором модель «Комунікативного діалогу», яка відображає зв'язок засобів масової інформації й аудиторією та показує шуми, які заважають аудиторії сприймати відповідну інформацію [30].

Заслуговує на увагу також робота О. Юр'євої «Лінгвістичний вимір політичного маніпулювання» (2007), в якій представлено лінгвістичний аспект політичного маніпулювання та особливості реалізації

маніпулятивних сценаріїв у політичних процесах [173].

Н. Гармаш в роботі «Мас-медіа в демократизаційних процесах перехідного суспільства (на прикладі українських та російських парламентських виборчих кампаній)» (2009) визначає особливості та проблеми процесу демократизації в Україні. Автор представляє різні методи маніпулювання суспільною свідомістю, що дають можливість впливати на суспільство, особливо під час виборів [26].

Певною мірою для теми даного дослідження цікавою є робота Л. Зубрицької щодо міфу в сучасній політиці (2005). Авторка аналізує основні характеристики міфу, які забезпечують його функціонування на політичному полі. Розглянуто аспект застосування певних засобів в процесі міфотворчості. Авторка визначає політичний міф як метод маніпулювання масовою свідомістю [69].

За схожістю проблематики є робота В. Зірки «Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі» (2005), де авторка визначає рекламу, як засіб, що характеризується яскраво вираженим маніпулятивним характером рекламних текстів. В рамках цього, в роботі представлено аналіз мовного маніпулювання відповідно до сучасної лінгвістичної теорії [68].

Також слід відмітити дисертаційні дослідження А. Круглашова, яке присвячене розгляду політичного маніпулювання у президентських виборчих кампаніях в Україні у 2004 та 2010 рр. (2012 р.) [89]; та роботу В. Воротинського, де автор визначає політико-інституційний вимір політичного маніпулювання в Інтернет-просторі України (2016 р.) [22].

Відтак, є досить вагомий доробок щодо тематики дослідження, однак відсутні праці, які б містили аналіз питань, які визначені в завданнях нашої роботи.

1.2. Ознаки мовно-маніпулятивного впливу в політичній діяльності

Політичний вплив є важливим чинником в різних політичних процесах, в здійсненні політичної влади. Суть політичного впливу в тому, що він дає можливість, за ствердженням О. Бойко, «політичному суб'єкту стимулювати процес змін щодо мотивації та установок інших суб'єктів політики з метою трансформації їх поведінки та дій. Політичний вплив... здійснюється як на рівні свідомості та з визначенням відповідної мети щодо зміни поведінки, переконань та установок, так й на несвідомому рівні... ефективним інструментом політичного впливу є політичне маніпулювання» [15, с. 121], яке традиційно відносять до управлінського зовнішнього впливу політичної системи. Якщо взяти до уваги також неявний характер впливу, яким характеризують політичне маніпулювання, то рішення та дії влади до нього віднести не можна. Таким чином, його умовно можна віднести до форм поведінки складових політичної системи, які пом'якшують стрес щодо істотних змін, що відбуваються в політичній системі чи суспільстві. Це, насамперед, пропозиції відповідних цінностей суспільству та проблеми, які викликані зниженням рівня їх визнання. Владі необхідно запропонувати суспільству релевантні цінності, а також домагатися їх підтримки більшістю. Для цього потрібні спеціальні інструменти, до яких відноситься політичне маніпулювання.

Даний вид маніпулювання є одним з засобів, які використовує влада, дії якої направлені на забезпечення підтримки суспільством трансльованих нею цінностей. Тобто, вона мобілізує на свій бік більшість суспільства, отримуючи тим самим право використовувати для підтримки інші групи, але вже іншими засобами.

Існування в науковій літературі багатьох різнотипних найменувань для позначення досліджуваного явища призводить до наукових розбіжностей щодо змістовної сторони. Єдине визначення

«маніпулювання» / «маніпуляції» у відповідній літературі відсутнє. Маніпулятивний вплив за своєю природою в науковому плані є актуальним як для філологів, так і для політологів, філософів, психологів, соціологів. Відповідно, спектр пропонованих дослідниками дефініцій досить широкий.

У більшості випадків для розуміння політичного маніпулювання характерним є нечіткість у визначенні та ототожднення з пропагандою, впровадження стереотипів, ідеологічною боротьбою, соціальною міфологією тощо. Це пояснюється широтою проблемного поля, в рамках якого досліджується маніпулювання, та фрагментарністю досліджень, що концентруються головним чином на окремих проблемах маніпулювання. Тут важливим аспектом є вплив, який здійснюється засобами політичного маніпулювання, – це так званий маніпулятивний вплив, для позначення якого інколи використовують інші терміни: маніпуляція, маніпулювання [53; 166 та ін.]. У науковій літературі вдаються також до таких позначень: «маніпулятивні психотехнології» [133], «оруеллізм» [70], «політична маніпуляція» / «політичне маніпулювання» [70; 136 та ін.], «мовні маніпуляції» [87; 162], «мовна маніпуляція (маніпулювання)» та технологія «мовного маніпулятивного впливу» [87], «мовне насильство» [85], «мовне маніпулювання» [10; 38], «мовний вплив», «маніпуляційна мова», «мова соціально-психологічного впливу», «побудова маніпуляційного висловлювання», «маніпуляційні тексти», «прийоми лінгвістичного маніпулювання свідомістю» [38 та ін.].

Наявність подібної неоднозначності в термінологічному плані стимулює вчених впорядкувати існуючі терміни, об'єднавши їх у відповідну систему понять, серед яких, наприклад, виділяють «маніпулятивний вплив», «психологічні маніпуляції», «маніпулювання», «міжособистісні маніпуляції», «соціально політичне маніпулювання

особистістю» тощо, а родовим для всіх цих понять визначають маніпуляцію [135, с. 55].

В. Шейнов визначає маніпуляцію як «приховане управління адресатом проти його волі, яке завдає адресату збиток». При цьому автор уточнює, що «маніпулювання виступає як окремий випадок прихованого управління, характеризується егоїстичними, непорядними цілями маніпулятора, який завдає шкоди (матеріальної чи психологічної) своїй жертві» [166].

Є. Доценко на підставі характерних ознак, сформульованих різними дослідниками визначень маніпуляції, дає таку дефініцію: «маніпуляція – це вид психологічного впливу, майстерне виконання якого веде до прихованого порушення в іншій людині намірів, які не збігаються з його актуально існуючими бажаннями» [53, с. 53]. Науковець визначає маніпуляцію, «як психологічний вплив, який зорієнтований за зміну напрямку активності іншої людини та виконаний настільки майстерно, що залишається непоміченим цією людиною» [53, с. 60].

Н. Матушевська визначає, що маніпуляція – це «засіб впливу на людей завдяки програмуванню їх поведінки». Авторка наголошує, що «цей вплив націлений на психічні структури комуніканта, відбувається приховано та має на меті скорегувати думки, наміри, поведінку людини в бажаному для адресанта напрямку» [105]. Щодо функцій маніпуляції в комунікації, то Н. Матушевська вважає, що «маніпуляція утворює великий арсенал знань та вмінь щодо впливу на прийняття рішень іншими людьми, великими масами народу для отримання необхідного результату, а також комплекс захисту від цієї небезпечної зброї». На її думку, «маніпуляція досягає бажаних результатів, коли вона виглядає непомітно, а той, ким маніпулюють, вірить, що дії, які відбуваються, є неминучими» [105].

Більшість науковців підтримають таку думку. Наприклад, В. Крисько під маніпулюванням розуміє «засіб психологічного впливу,

який спрямований на зміну напрямку активності інших людей». Автор відзначає, що «такий вплив здійснюється таємно та не помічається людиною, якою маніпулюють» [90, с. 316].

С. Кара-Мурза визначає маніпулювання як «засіб панування шляхом духовного впливу на людей через програмування їхньої поведінки», причому такий вплив направлений на психічну складову людини і здійснюється таємно у напрямку зміни «думок, спонукань та цілей людей у потрібному владі напрямку» [81, с. 31].

М. Желтухіна окреслює характеристики маніпуляції як «мистецтво управляти поведінкою людини за допомогою цілеспрямованого впливу на суспільну психологію, на свідомість на інстинкти людини» [63, с. 75].

Аналогічну точку зору висловлює і В. Зірка, визначаючи це поняття [67; 68]. Німецький соціолог Г. Франке також маніпулювання розглядає як психічний вплив, який здійснюється таємно [159]. Л. Дорош визначає політичне маніпулювання, «як процес, який має певні особливості, які становлять його психологічну та когнітивну базу». Л. Дорош вважає, що «психологічні передумови політичного маніпулювання... можна вважати чинниками спотворення комунікативних процесів у суспільстві». В даному випадку йде мова про «інерційність людської свідомості, схильність до спрощень, уникнення протиріч; прихильність до певної сформованої моделі світу та певного способу життя». Щодо соціологічних передумов, то це, передусім, «переважання конформізму в людській поведінці» [52].

Існують й інші визначення досліджуваного виду прихованого впливу. Слід зазначити, що в науковій літературі можна знайти такі поєднання, як «маніпуляція потребами», «маніпуляція політичною свідомістю» [70, с. 67-68], «маніпуляція образами» [87, с. 17], «маніпулювання інформацією» [133, с. 63] і т. п. Подібне використання

слів маніпуляція та маніпулювання свідчить про активізацію інших значень, пов'язаних не тільки з впливом на людину.

Фокусування уваги вчених на маніпулюванні масами людей досить часто пов'язано з існуючими, в кожний конкретний проміжок часу, ідеологічними протистояннями. Так, Я. Кучера (у другій половині ХХ століття) говорить про «буржуазне маніпулювання мисленням та поведінкою людей» та називає його «системою засобів імперіалістичного духовного гноблення з метою направити дії мас та окремих осіб в напрямку, яки є протилежним їх об'єктивним інтересам» [93, с. 54].

Надання такої ідеологічної наповненості при черговій зміні домінуючої ідеології нерідко викликає відторгнення або здивування наступних поколінь дослідників, в зв'язку з чим слід враховувати, що в науковому плані важливими не політичні уподобання вченого (або політична необхідність), а змістовна цінність самих напрацювань. Так, наприклад, узагальнене визначення маніпулювання / маніпуляції, який надає Б. Бессонова, може виглядати наступним чином: «це фальсифікаторський засіб духовного впливу, система ідейно-психологічної обробки за допомогою засобів масових комунікацій та інших досягнень науки та техніки», яка спрямована на управління «свідомістю та поведінкою» масового адресата; при цьому відзначається «особлива роль у створенні ілюзорності» [10, с. 10, с. 13].

Аналіз лексикографічних джерел, який було здійснено П. Подшиваловою [122, с. 34–37] показує, що «слова маніпуляція та маніпулювання мають кілька значень, а в деяких значеннях присутня негативна конотація». У той же час, у разі вибору вербального оформлення терміну слід ґрунтуватися на двох положеннях: термін повинен мати мінімальну кількість значень (в ідеалі – одне значення); термін повинен бути максимально нейтральним, без негативної конотації. Цим вимогам найбільше відповідає словосполучення «маніпулятивний вплив». Вже в

самому цьому словосполученні присутня вказівка на родове поняття (вплив), що мінімізує можливість інших тлумачень.

Тобто, якщо мова йде про досліджуваний вид прихованого впливу, доцільно використовувати термін «маніпулятивний вплив». Якщо ж мова йде про виконання деяких операцій, то можливе використання слів «маніпулювання» (акцент на процесі) або «маніпуляція». Отже, можна говорити про маніпулювання фактами, цифрами, або про маніпуляції з фактами, цифрами, як про фактори, що сприяють прояву маніпулятивного впливу. Маніпулятивний вплив може проявлятися в деяких технологіях (або техніках), але не перебуває в них.

О. Бойко визначає функції маніпулювання як специфічної форми політичного впливу. На його думку, існує досить багато функцій і кожна є необхідною та суттєвою. Він виділяє інформаційну функцію і відзначає, що вона проявляється в «отриманні пристрасної інтерпретації, упередженому коментуванні та поширенні відомостей про найважливіші для громадян та органів влади події» [15, с. 99]. Наступна функція отримання (посилення) дії. Науковець вважає, що це «стимулювання зміни мотивів та установок партнера по спілкуванню з метою трансформації його поведінки та дій» [15, с. 100]. Далі, функція встановлення контролю над свідомістю: «фіксація в суспільній свідомості необхідних стереотипів, іміджів, міфів і т. д., які в потрібний момент включають дію механізмів психічного автоматизму» [15, с. 101]. Наступна, функція регулювання: «напрямки поведінки та дій об'єкту політичного маніпулювання в потрібному для маніпулятора напрямку, відволікання жертви від достовірної інформації та переорієнтація її на сприйняття фальсифікованої інформації» [15, с. 101]; надалі, провокаційна функція: «інспірації в потрібний момент конфлікту з партнером по політичному спілкуванню або в таборі опонентів» [15, с. 102]. Важливою також є функція маскування, яка проявляється в маскуванні (камуфляжі) реальних цілей, що можливо

здійснити за допомогою замовчування, зміни, трансформації та приховування фактів, які є необхідними для подальшого політичного обговорення між партнерами та прийняття відповідних політичних рішень. Ще одна важлива функція – це функція захисту, яка проявляється у застосуванні відповідних маніпулятивних прийомів та засобів в період активних фронтальних дій з боку противника. При цьому, необхідною умовою є недостатність ресурсів.

Окремо слід виділити адаптивну функцію, яка виражається у пристосування стратегії та тактики маніпулятивного характеру та специфічних рис партнера у процесі політичного обговорення в якійсь політичній ситуації. І остання – мобілізаційна функція, яка виражається у створенні набору різних мотиваційних установок, які є необхідними для діяльності політичного маніпулятора і проявляються або, в дії чи пасивному стані об'єкта маніпуляції.

Доцільно представити розуміння й мовного маніпулювання. Це відбір та використання засобів мови з метою прихованого впливу на адресата, тобто певний мовний вплив. Наука про мовленнєвий вплив вивчає вплив на людину за допомогою мови та, як визначає Дж. Р. Серль «супутніх мові невербальних засобів для досягнення цілей» [139, с. 195].

Аналізуючи процес спілкування з когнітивного боку, Р. Блакар розуміє процес мовного впливу як «здійснення влади, тобто навіть нейтральне використання мови передбачає вплив на світосприйняття та засіб його структурування» [13, с. 91]. На думку І. Стерніна, «при маніпуляційному мовному акті ключовим моментом для адресата є приховування своїх фактичних цілей, мотивів, цілей, прагнення зробити так, щоб реципієнт навіть не здогадувався про них. Саме тоді мова йде про маніпуляції» [143, с. 205].

Теорія мовного впливу, як наука ефективного спілкування, бере свій початок з античної риторики, яка вчила ораторів ефективно публічно

виступати, вести суперечку та отримувати перемогу в дискусії. Антична риторика спиралася на логічні правила роздумів та переконань. Поширення демократії, розвиток засобів масової комунікації, суспільно-економічний розвиток стали каталізаторами виникнення потреби в нових засобах переконання, з використанням не тільки логіки аргументації, а й застосування психологічного та емоційного впливу на слухача.

З точки зору сучасних лінгвістичних досліджень, «мова є не тільки засобом передачі інформації, але й впливає на співрозмовника». Такої думки дотримується Є. Грішечко, який вважає, що вплив мови дає можливість «регулювати особистісні відносини, ментальний стан людини та її поведінку» [35, с. 54]. Саме тому питання мовного впливу стало об'єктом досліджень не тільки лінгвістики, а й інших наук, наприклад, соціології, психології, політології, психолінгвістики, соціолінгвістики, прагмалінгвістики, риторики.

На думку Є. Тарасова «мовний вплив у широкому сенсі – це будь-яка мовна комунікація, яка розглядається в аспекті її цільової обумовленості, це вербальне спілкування, описане з позиції одного з комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкта впливу, а свого співрозмовника – як об'єкта» [147, с. 5]. Таку думку поділяє Л. Сорокіна [142, с. 22].

Вербальний вплив у вузькому сенсі використовується в сфері так званих координативних відносин рівноправного співробітництва, а не відносин субординації (формальних чи неформальних). Як вважає А. Іссерс, такий тип мовного впливу передбачає, що «суб'єкт регулює діяльність іншої людини, яка, певною мірою, є вільною у виборі своїх дій та орієнтується на свої потреби» [77, с. 23].

Р. Блакар розглядає мовленнєвий вплив як «засіб влади, оскільки, якщо людина опиняється в ситуації впливу на іншу людину, то проявляє владу, а влада може здійснюватися через мову» [13, с. 91]. Є. Грішечко

ототожнює «мовленнєвий вплив з впливом людини на іншу людину (або групу людей) за допомогою мови та супроводжуючих мову невербальних засобів для досягнення поставленої мети мовця – змінити поведінку реципієнта, його установки, наміри, думки, оцінки та досягається в комунікативній взаємодії з ним» [35, с. 55].

Бути суб'єктом вербального впливу означає регулювати поведінку свого співрозмовника, тому що за допомогою мови ми спонукаємо іншу людину почати, змінити, закінчити будь-яку діяльність. Мовний вплив на свідомість може здійснюватися в двох формах – може бути відкритий та прихований. Основним видом відкритого впливу на суспільну свідомість є риторичне висловлювання, яке базується на логічних принципах побудови тексту висловлювання, вмінні аргументувати, вести дискусію, переконувати слухачів. Одним з найефективніших видів прихованого впливу, на думку А. Данилової, є мовна маніпуляція [38, с. 11].

В науці розрізняють дві форми мовного впливу: прямий та непрямий, відмінність між якими полягає у виборі прямих або непрямих мовних актів. Для даної роботи інтерес представляє саме непряма форма, адже мова йде про декодування інформації, мовних символів. Існує велика кількість прийомів, пов'язаних із значеннями мовних виразів, які застосовують для того, щоб подати певну інформацію про реальні події у вигідному світлі відповідно до інтересів конкретної людини, соціальної або політичної групи.

Слід зазначити, що досить багато досліджень цього напрямку вивчають маніпулятивний вплив тільки в аспекті інформаційно-психологічної війни. На нашу думку, це значно звужує суть маніпулятивного впливу, сфера застосування якого є набагато ширшою. Тобто, якщо маніпулятивний вплив розглядати в рамках інформаційно-психологічної війни, то не слід обмежуватися вивченням тільки різних протистоянь між об'єднаннями людей. В даному аспекті цікавим є підхід,

який відображає сутність маніпулятивного підходу. Мова йде, насамперед, про стратагемне мислення. Поняття «стратагема» походить, як відомо, від давньогрецького слова *strategema*, що «означає військову справу та військову хитрість». Тобто, «це поняття означає стратегічний план, в якому для супротивника заготовлена хитрість. Стратагемність – це вплив стратегії щодо вміння розставляти для ворога пастки, це школа психологічного протиборства, якій притаманні відповідні правила, закони та вимоги» [100, с. 440]. Стратагеми – це загальнолюдський феномен, який характеризується нетиповими шляхами досягнення військових, громадських, економічних чи особистих цілей.

Маніпулятивний вплив існує незалежно від наявності або відсутності його описів. Поява назв досліджуваного виду прихованого впливу, пов'язаних з мовою, обумовлена активізацією вивчення маніпулятивного впливу вченими і, відповідно, прагненням показати, що цей вплив значною мірою проявляється вербально. При цьому, слід зазначити, що мова як система також знаходиться в основі передумов існування маніпулятивного впливу, але маніпулятивний вплив не проводиться тільки за допомогою мови як такої. Визначити, маніпулятивний цей вплив або інший вид прихованого впливу, можливо, лише досліджуючи дискурс, а вивчення мови покаже наявність прихованого впливу, який потенційно може бути маніпулятивним.

Сам факт того, що маніпулятивний вплив виявляється в центрі досліджень багатьох наук, вказує на багатогранну природу даного виду прихованого впливу. Визначення його з точки зору будь-якої з наук може показати тільки один погляд на проблему. Для повного ж розуміння необхідно визначення маніпулятивного впливу з більш загальних позицій, які б враховували всі можливі аспекти його вивчення. Цілісність сприйняття об'єкту дослідження дає можливість розглядати маніпулятивний вплив, як прояв «помилкової реальності» [169, с. 28], яка

співвідноситься з поняттям ілюзорності [10, с. 10 та ін.]. Цілісність сприйняття реальності називається «картиною світу» [122, с. 48].

При порушенні цілісності сприйняття реальності спотворюється, що призводить до збільшення частини ілюзорності. Іншими словами, «спотворення цілісності сприйняття навколишньої реальності забезпечує появу ілюзорності картини світу. Саме з категорією ілюзорності картини світу співвідноситься поняття модель світу» [141, с. 10]. В наукових дослідженнях іноді використовується поняття «образ світу» [65, с. 28], яке також співвідноситься з ілюзорністю картиною світу. Отже, такий маніпулятивний вплив проявляється в картині світу людини, причому, чим більшою є перевага ілюзорності картини світу в кожній конкретній людині, тим ефективнішим є маніпулятивний вплив. Тобто, маніпулятивний вплив можна розуміти як засіб зміни або коригування картини світу людини, який реалізується за допомогою вербальних складових в сукупності з супутніми невербальними компонентами. Щодо суттєвих ознак маніпулятивного впливу, то він базується на принципах скритності, майстерності, існування / створення ілюзорної реальності.

Якщо виходити з міждисциплінарної природи досліджуваного виду прихованого впливу, то загальне визначення можна представити таким чином: маніпулятивний вплив – це приховане заміщення картини світу людини ілюзорною картиною світу. З огляду на те, що під картиною світу розуміємо цілісність сприйняття навколишньої реальності, то можна сказати, що маніпулятивний вплив – це приховане заміщення цілісності сприйняття людиною навколишньої реальності різними спотвореннями. Ступінь спотворення сприйняття людиною навколишньої реальності визначає потенційну шкідливість маніпулятивного впливу. І навпаки, чим більш цілісним є сприйняття навколишньої реальності, тим меншою є ймовірність, що людина постраждає від даного виду прихованого впливу. При цьому, не має значення, з якою метою люди вдаються до

манипулятивного впливу: формування в самій людині та навколо неї певного манипулятивного простору, в будь-якому випадку, є шкідливим. Зменшенню поширення манипулятивного простору сприятиме незастосування манипулятивного впливу в усіх видах останнього, для чого й необхідно визначення того, що ж собою являє цей вид прихованого впливу.

В цілому, можна сказати, що комунікативний характер політичного маніпулювання додає та конкретизує його статус мобілізації умовами інформаційної, виробленої та інтерактивної взаємодії із зовнішнім середовищем.

Висновки до розділу I.

Сучасна наукова думка різних галузей знань характеризується досить вагомим доробком щодо тематики дослідження манипулятивного впливу в політичному процесі. Однак варто зазначити, що більшість праць стосуються технологічного аспекту цих маніпуляцій. Що ж до мовного аспекту, то тут є значні прогалини, які вимагають наукового підходу та осмислення, зокрема, це аналіз прийомів та засабів політично-мовного маніпулювання, його проявів у політичному процесі.

Термін «мовно-манипулятивний вплив» є особливо актуальним на сучасному етапі у зв'язку з глобальним розвитком інформаційних технологій і комп'ютерного прогресу. Тому сьогодні спостерігається підвищення інтересу науковців до цієї тематики, яка є міждисциплінарною і аналізується фахівцями різних галузей знань.

Визначення процесу політичного маніпулювання, його галузевої, функціональної класифікації, спрямованості процесу дозволяє всебічно представити розташування політичного маніпулювання в сучасному

політичному процесі як важливого феномену сучасного політичного життя.

Розділ 2

Мовні стратегії та тактики маніпулятивного впливу в політичному дискурсі.

2.1. Складові механізму реалізації мовної маніпуляції в політиці.

Інформаційне суспільство характеризується наявністю процесів маніпулювання та застосування мовних політичних маніпуляцій. І ці процеси набувають глобальних масштабів. Все більш актуальною постає проблема безпеки громадських і державних ресурсів в зв'язку з такими явищами, як інформаційна експансія, інформаційна війна, зброя тощо. Ці явища загрожують не тільки побутовим інтересам суспільства, а й самій державі. Ми це спостерігаємо, наприклад, в рамках військових дій з боку Росії, – застосування дезінформації, інформаційний шантаж, використання контролю над суспільством за допомогою засобів масової комунікації тощо.

На думку, Г.Грачова і І.Мельника, «слабка інтегрованість України в світове інформаційне поле, недостатня кваліфікація та активність українських інформаційних служб і використання ЗМІ окремими політичними силами» є головними факторами щодо реальної загрози інформаційного характеру в Україні» [32, с. 95]. Так, «наслідком слабкої інтегрованості України в світове інформаційне поле є відповідна діяльність ЗМІ інших держав, які формують уявлення про Україну, виходячи з власних геополітичних, військових, економічних та інших інтересів» [60, с. 92]. Й досі Україні «складно протистояти інформаційно-пропагандистським акціям інших держав, які намагаються захистити свої політичні та економічні інтереси, що створює загрозу національній безпеці

України. Дана проблема набуває особливої актуальності в умовах російської агресії та ведення проти України військових дій» [60, с. 93].

В Україні сьогодні «державні засоби масової інформації фактично перетворено на знаряддя політичної боротьби між різними політичними силами» [36, с. 225]. З цією метою широко застосовуються технології культурно-маніпулятивного впливу.

Феномен маніпулювання – це завжди дія, це процес, який має свої складові та механізм дії. Для більш повного розуміння сутності мовного маніпулювання в політиці та його особливостей слід визначитися зі структурними складовими механізму мовної маніпуляції. «Маніпулювання є однією з найгостріших проблем сучасності і має широке обговорення як серед учених, так і серед практиків. За допомогою використання широкого спектру маніпулятивних технологій відбувається трансформація суспільної свідомості, руйнування стереотипів і моральних ідеалів, іноді й поширення жорстокості і насильства...» [60, с. 92]. Деякі автори, коли мова йде про прояви маніпулювання, визначають, що під маніпулюванням слід розуміти «вплив на людину, з метою спонукати її здійснити будь-який вчинок або дію, повідомити інформацію, змінити поведінку, думку чи наміри людини» [149, с. 27].

Специфічними ознаками цього виду політичного впливу є «своєрідність об'єкту політичного маніпулювання: їм може бути не тільки окремий громадянин або політична сила, а й усе суспільство в цілому; наявність усвідомленого характеру дії: на відміну від міжособистісного маніпулювання, яке може бути свідомим і несвідомим, політичне маніпулювання є ретельно спланованим, організованим актом; чітка запрограмованість маніпулятивного результату: він спрямований переважно на створення сприятливих умов для виконання одного з трьох завдань – завоювання влади, управління, утримання влади; активне

залучення ЗМІ для впливу на суспільну свідомість: вони ефективно поширюють необхідну маніпулятору інформацію» [15, с. 103].

На думку автора роботи, «процес мовної маніпуляції, з точки зору дій маніпулятора, передбачає використання механізму маніпулювання. Для опису мовної поведінки в ході комунікації в сучасній науці широко поширені поняття мовної (комунікативної) стратегії та тактики. Саме вони головні елементами механізму культурно -маніпулятивного впливу. Однак, на даний момент загальноприйнята система визначення цих понять не сформувалася. Пов'язано це, в першу чергу, з різними підходами до вивчення процесу комунікації» [60, с. 94].

Розгляд мовних стратегій та тактик маніпулятивного впливу в політичному дискурсі слід почати з аналізу розуміння політичного дискурсу.

Термін «дискурс» набув широкого поширення в другій половині ХХ століття і сьогодні його розгляд викликає значні труднощі, що обумовлено потребою даного терміну в межах різних наукових дисциплін і породжуючи різні підходи до трактування його значення та сутності. Найбільш поширеною є думка, відповідно до якої дискурс визначається як «інтерактивна діяльність учасників комунікації, інформаційний та емоційний контакт, який впливає на учасників спілкування» [187, с. 70–73]. В цьому аспекті важливого значення набуває прагматичний потенціал, який представляється як сукупність тих мовних елементів, формальна та змістовна сторона яких безпосередньо залежить від зовнішніх і екстралінгвістичних чинників. Прагматичний потенціал показує взаємовідносини між словами та відповідним контекстом в житті людини та суспільства. Прагматичний потенціал, безсумнівно, проявляється в політичному дискурсі та інтерпретується в різних варіаціях. А. Баранов визначає його як «сукупність всіх мовних актів, які використовуються в

політичних дискусіях, а також правил публічної політики, перевірених досвідом» [6, с. 6].

Є. Шейгал виділяє наступні комунікативно-функціональні характеристики дискурсу: «відсутність чітких структурних обмежень, тобто здатність включати в себе будь-яку кількість мовних актів і подій; системність, що проявляється в дотриманні закономірностей формування будь-якого дискурсу та його компонентів усіма засобами діяльності мови; функціональна завершеність і комунікативна визначеність, які є головним критерієм переходу елементів мовної діяльності до певного дискурсу мовної особистості» [164, с. 16].

Є. Шейгал дає одне з найповніших визначень політичного дискурсу та визначає його як сукупність політичних дискурсів суспільства «дискурсу влади, контрдискурсії та публічні промови, які або закріплюють прийняту систему відносин в суспільстві, або дестабілізують її» [165, с. 175]. На її думку, «політичний дискурс за своєю суттю висловлює всю систему взаємовідносин між людиною та суспільством, формуючи у реципієнтів певний фрагмент світосприйняття та картини світу. Він є видом дискурсу та співвідноситься з певною групою людей – політиків і політичних оглядачів – чия мова має індивідуальні особливості, і в той же самий час відображає тенденції розвитку мови в цілому. За допомогою політичного дискурсу стає зрозумілим, як в різних мовних колективах досягається суспільний порядок, моделюється концептуальна картина світу, притаманна кожному суспільству, які компоненти мовної картини світу залишаються за межею свідомих мовних стратегій» [165, с. 175].

Використовуючи широкий підхід до відбору джерел при дослідженні політичного дискурсу, П. Серіо зазначає «культурну обумовленість політичних текстів, що відбивають характеристики та інтереси, які властиві суспільству» [138, с. 21]. Прагматична спрямованість політичної комунікації вказує на те, що необхідно аналізувати те, що є

підтекстом, а не те, що вказується прямо. Відповідно, «політичний дискурс включає в себе як екстралінгвістичну інформацію (картина світу), так і знакову (картина світу, представлена номінацією або знаком)» [155, с. 45–52].

Як визначає О. Фетзер, «слід виділити таку особливість політичного дискурсу як його доступність для розуміння усіма членами мовного суспільства або так звану деспеціалізацію мови політики, яка обумовлена орієнтованістю політичної комунікації на масового адресата» [Цит. за: 205]. А засоби масової інформації (включаючи електронні) є основним середовищем її існування та позбавляють політичний дискурс властивості корпоративності, яка властива іншим спеціальним мовам.

В. Дем'янков вказує на те, що «дискурс ЗМІ, в тому числі й політичний, є чимось на зразок закускової Мак Доналдс: такий дискурс повинен легко засвоюватися та бути ефективним дуже швидко, що дозволяє імпліцитно маніпулювати свідомістю цільової аудиторії» [42, с. 15]. Відповідно, «мета політичного дискурсу полягає не в описі, а в переконанні адресата та спонуканні його до дії та підкреслює високу експліцитно прагматичну валідність даного виду дискурсу» [142, с. 57]. Тобто, соціальною метою політичного дискурсу є вплив шляхом навіювання суспільству відповідних оцінок та думок політичного характеру.

У політичному дискурсі також проявляється зв'язок прагматики та імплікації, недовомовленості та оціночного ставлення автора до повідомлення. Даний зв'язок здійснюється за допомогою вивчення імплікацій з приводу того, яку мету переслідував адресант, відправляючи повідомлення адресату з урахуванням комунікативно-прагматичного фактору. У свою чергу, ефективність політичного дискурсу визначається ступенем досягнення цієї мети. Політична мова спрямована на те, щоб

зацікавити іншу сторону, застосовуючи вплив на думки та оцінки людини, які споживають політичний дискурс. Саме тому при інтерпретації політичного дискурсу важливими є фонові знання, очікування автора та аудиторії та ціннісні орієнтації в суспільстві, які характерні йому на даний момент часу. І як відзначає Є. Шейгал, «Особливість відбору інформації політичного дискурсу зумовлена домінуванням цінностей над фактами, оцінки над інформуванням» [164, с. 44]. Цю думку продовжує О. Чудінов, зазначаючи, що «в якій би формі не був представлений політичний дискурс, він завжди висловлює боротьбу за владу, і ті, хто краще володіють комунікативною зброєю, й перемагають в цій боротьбі» [163, с. 121].

Вузького визначення політичного дискурсу дотримується Т. Дейк, на думку якого політичний дискурс – «це дискурс політиків, реалізований у вигляді урядових документів, парламентських дебатів, партійних програм, виступів політиків тощо» [41, с. 26]. Обмежуючи політичний дискурс діяльністю політиків, тобто професійними рамками, вчений підкреслює його інституційний характер.

Є. Шейгал в своєму дослідженні пропонує польовий підхід до аналізу структури дискурсу політики та вважає дискурс політичним, якщо до сфери політики відноситься хоча б одна з трьох складових: «суб'єкт, адресат або зміст мовного твору. У центрі знаходяться первинні жанри (програмні документи, заяви, мови, дебати і т. д.), а на периферії – вторинні, або маргінальні жанри, що поєднують в собі елементи політичного та інших видів дискурсу (наприклад, аналітичні статті, побутові розмови, листи до редакції, карикатури, пародії тощо)» [165, с. 244–245]. Таким чином, польовий підхід, на думку вченого, «дозволяє виявити сфери зіткнення політичного дискурсу з іншими різновидами інституціонального дискурсу (науковим, педагогічним, юридичним, релігійним тощо.) з неінституціональними формами спілкування

(художній та побутовий дискурс)». По суті, це «змістовно-тематичний принцип, заснований на характері референції тексту» [165, с. 90].

Розгляд дискурсу з позиції авторства також дозволяє визначити обсяг поняття політичний дискурс. Так, з точки зору суб'єкта мовлення С. Плотнікова пропонує поділити політичний дискурс на «дискурс політиків і дискурс реагування. Дискурс реагування означає будь-який дискурс, вироблений в якості реакції на дискурс політика» [122, с. 19]. «Дискурс реагування є вторинним по відношенню політичного дискурсу в тому сенсі, що реакція виступає в ролі людини, яка відповідає. І якщо дискурс політика є інституціональним, то дискурс реагування носить неінституціональний характер» [122, с. 20].

В цілому, широкий розгляд політичного дискурсу на основі змістовно-тематичного принципу та адресанта може варіюватися та включати наступні його різновиди:

- інституційний політичний дискурс, в рамках якого використовуються тексти, безпосередньо політиками та використовуються в політичній комунікації (політичні документи, парламентські промови та дебати, публічні виступи та інтерв'ю політичних лідерів і т. д.). Сюди ж можна віднести офіційний політичний дискурс, пов'язаний з апаратною комунікацією, в рамках якої створюються тексти, призначені для співробітників державного апарату;

- мас-медійний (медійний) політичний дискурс, в рамках якого використовуються тексти політичної тематики, створені журналістами та поширювані за допомогою преси, телебачення, радіо, Інтернету;

- тексти, створені «пересічними громадянами», які не є професійними політиками або журналістами, але епізодично беруть участь у політичній комунікації. Це можуть бути різного роду листи та звернення, які адресовані політикам або державним установам, листи ЗМІ, пов'язані з політичними подіями та ін.;

– політичні детективи, політична поезія, а також тексти політичних мемуарів і присвячені політиці тексти наукової комунікації. Безумовно, згадані мовні твори можна вважати політичним дискурсом. Викликає деяку дискусію правомірність включення до структури політичного дискурсу таких жанрів як політичний детектив і політична поезія. У більшості випадків такі твори засновані на художньому вимислі і, якщо і відображають реальні події, то крізь призму художнього осмислення дійсності.

Разом з тим до системоутворюючих ознак політичного дискурсу, поряд з такими, як інституційність, інформативність, смислова невизначеність, фатомність, федеістичність, езотеричність, дистанційованість і авторитарність, театральність, динамічність і т. д., доцільно включити параметр «реалістичність», або життєвість (відображення життєвої ситуації, злободенність, нагальність), який характеризує політичний дискурс як актуальний. Крім того, цим жанрам не властиві такі важливі риси, які присутні в політиці і, відповідно, є в політичному дискурсі – універсальність і включеність (тобто, здатність проникати в усі сфери життя).

Що стосується політичних мемуарів, то вони, як правило, описують реальні події та можуть бути віднесені до інституціонального або неінституціонального дискурсів в залежності від того, створені вони чинним або колишнім політиком. Це відноситься й до наукового політичного дискурсу: політолог, який створив текст може представляти певний інститут, а може висловлювати власну думку, яка не збігається з думкою організації або редакції.

Н. Тібінько виділяє такі «види маніпулювання в залежності від характеру інформаційних перетворень в політичному дискурсі: він розмежовує референційоване та аргументоване маніпулювання» [149, с. 135]. На його думку, «референційоване маніпулювання пов'язано з

спотворенням образу денотата / референта в процесі позначення реальності. Воно може здійснюватися за допомогою фактологічного маніпулювання – спотворення фактів (брехня, підтасування фактів, перебільшення, недомовки, створення референціальної невизначеності) фокусировочного маніпулювання (зрушення прагматичного фокусу – змінюється початкова фаза і, відповідно, характер сприйняття денотата, що змушує адресата сприймати його у вигідному для маніпулятора світлі)».

На думку І. Ухвалово, і «аргументоване маніпулювання зв'язується з порушенням основ спілкування: порушення логіки розвитку текстів чи цілісності тексту (відхід від відповіді, зміна теми), ухилення від обов'язку доведення, наприклад, використання стратегії імунізації формулювання точки зору в незаперечній формі, не потребує доказів, або ухилення від повноти подачі інформації, яка б підтверджувала висловлену точку зору, маскування логічних ходів» [155, с. 55], «заперечення під видом згоди» [20, с. 44]. помилкові аргументи тощо.

Зміна інформації про денотат може бути представлена у вигляді оцінок градацій. На думку Н. Тібінько, такими оцінками можуть бути «повідомлення про факт – незговірливість; часткове замовчування – повне замовчування, приховування інформації; правда, повна відповідність фактам, часткове спотворення – відверта брехня, повне спотворення» [149, с. 135].

Деякі дослідники виділяють рівні мовного впливу додатково до стратегій та тактик, а саме – «техніки (або прийоми), як окремі мовні дії, з яких складається тактика» [40, с. 3; 82, с. 5; 127, с. 281], і «мовні засоби» [36, с. 226]. На думку автора дослідження, «такий підхід є вдалим для вивчення мовного впливу тому, що він дозволяє аналізувати текст не тільки на макро–, але й на мікрорівні, враховуючи також стилістичні, риторичні та інші особливості його організації, які можуть бути важливими в процесі мовної маніпуляції» [60, с. 91].

Автор дослідження вважає, що «...під стратегією маніпуляції розуміють загальний задум, сукупну послідовність запланованих і реалізованих актором комунікативних впливів на об'єкт, спрямованих на досягнення кінцевої мети маніпуляції. Відповідно до цього, стратегія мовної маніпуляції полягає в побудові загального проекту (сценарію) мовного впливу, з урахуванням особливостей комунікативної ситуації» [60, с. 91]. Слід зазначити, що такий вплив спрямований на те, щоб створити відповідний перлюкутивний ефект і досягти певного результату. Таким чином, автор доходить висновку, що «вибір стратегії мовної маніпуляції обумовлює системний підхід до організації мовлення (в т. ч. до вибудовування композиції, використання мовних засобів), вибору ракурсу, відбору та подачі інформації» [60, с. 92].

Автор дослідження вважає, що «стратегію та тактику мовної маніпуляції слід розуміти як різного рівня плани змісту, які не виражені на зовнішньому рівні тексту. Якщо вербалізацією стратегії можна вважати лише ціле повідомлення (а в разі, коли маніпуляція має комплексну структуру, кількість повідомлень), то тактика знаходить вербалізовану форму, втілюючись з допомогою прийому в конкретних мовних засобах» [60, с. 92]. Наприклад, якщо використовується політична реклама, то найчастіше використовуються стратегії «самопрезентації та презентації, дискредитації, аргументації та агітації» [60, с. 93]. П. Паршін визначає стратегію самопрезентації як «емоційну самовіддачу оратора, непряму демонстрацію психічних якостей його особистості для формування певного враження про нього самого та його цілі» [117, с. 43]. На думку вченого, «вона реалізується за допомогою таких тактик, як солідаризація, ототожнення (будь з чим), створення свого кола, дистанціювання від політичних конкурентів і тих, хто з ними асоціюється, нейтралізація негативного уявлення про себе, гіпертрофованого власного «я», епатаж, глузування і т. п.» [117, с. 43].

На думку автора роботи, реалізація стратегії маніпуляції передбачає вирішення низки складових її підзадач. «Цю функцію виконує тактика маніпуляції, яка передбачає вибір і застосування технік (прийомів) впливу, спрямованих на вирішення однієї з стратегічних завдань, які сприяють реалізації загальної стратегії маніпуляції. Виконання всієї сукупності тактик покликане забезпечити досягнення поставленої маніпулятором мети. При цьому стратегія маніпуляції може здійснюватися за допомогою різних тактик, а тактики через достатню автономність однієї від іншої можуть застосовуватися як в комплексі, так і окремо» [60, с. 92]. В даному випадку техніка маніпулятивного впливу можна розглядати як структурний елемент загальної тактики маніпуляції. Саме цей елемент виконує функцію здійснення маніпулятивного ефекту на людину або суспільство.

Таким чином, тактика мовного маніпулювання здійснюється за допомогою сукупності різних технік. Тут слід сказати, що «мовні дії в повідомленні, які складені в одну тактику, можуть перебувати окремо один від одного» [60, с. 93]. Прийом мовної маніпуляції можна визначити як єдину повну конструкцію, яка виражається в якомусь повідомленні (якась мовна дія). Її призначенням є здійснення відповідного перлокутивного ефекту.

Слід також окреслити так звану інвентивну риторичну стратегію, яка відкриває текстотворення політичного дискурсу: тут відбувається оформлення мотиву та побудова у внутрішній мові концептуального сценарію. Саме так зароджується текст, здійснюється розробка його задуму. Пропонована реконструкція даної риторичної стратегії пов'язана: з визначенням практичної мети мовця, що значною мірою відбиває уявлення про ті результати, який суб'єкт мовлення передбачає досягти в рамках того чи іншого типу політичної діяльності; з позиціонуванням типу аудиторії,

до якої адресований текст; з виявленням тріади «тема – проблема – теза», що обумовлює диктумний зміст тексту.

Сформована в рамках інвективної стратегії концепція політичного тексту вимагає свого подальшого змістовно-сміслового розвитку та організації в рамках дії диспозитивної стратегії, яка направлена на формування необхідної структури тексту політичному дискурсі. Конструювання текстової структури дозволяє суб'єкту політичного дискурсу експлікувати необхідну комунікативну мету, яка може бути власне переконливою, інформаційною, протокольно-етикетною, розважальною тощо. Тобто, в даному випадку мова йде вже про диспозитивну стратегію, яка диктує необхідність побудови композиції тексту політичного дискурсу, концентруючи комунікативні інтенції мовця.

Сформована в рамках диспозитивної стратегії текстотворення композиційно-аргументаційна структура тексту політичного дискурсу вимагає свого розгорнутого вербального оформлення. Елокутивна стратегія побудови тексту політичного дискурсу направлена на відбір і комбінаторику мовних засобів, які сприяють досягненню запланованого суб'єктом мовлення персуазивного ефекту. Реалізація елокутивної стратегії надає політичному дискурсу діалогічності, без якої в умовах публічного спілкування, політичної риторики продуктивна комунікативна взаємодія є неможливою.

Таким чином, система риторичних стратегій текстів політичного дискурсу задає критерії ефективності політичного тексту: актуальність, перформативність, персуазивність, яка ґрунтується на аргументованості та діалогічності.

Виділити «тактику та її конструктивні елементи дозволяє загальна функціональна спрямованість, наявність одного єдиного сенсу, який може бути виражений різними вербальними та невербальними засобами» [22, с. 63]. На це звертає увагу Є. Верещагін. Вчений вважає, що «як тактика

маніпуляції може бути вербалізованою за допомогою різних наборів прийомів, так і прийом, як конструктивний елемент, може застосовуватися в рамках різних тактик» [22, с. 64].

Спектр прийомів маніпуляції дуже широкий. Набір таких прийомів в конкретній ситуації буде залежати від самого суб'єкта маніпуляції та його мети, сфери суспільного життя тощо. Так, класифікуючи маніпулятивні технології в ЗМІ, І. Дзялошинській виділяє наступні групи прийомів маніпуляції в ЗМІ: «використання механізмів соціального контролю; актуалізація, трансформація або формування ментально-міфологічних конструктів; актуалізація ціннісно-емоційних уявлень; управління інформаційним простором; застосування психологічних автоматизмів; використання психологічних і логічних прийомів, спрямованих на переконання» [44, с. 11].

Щодо класифікації прийомів мовного маніпулювання, то тут можна звернутися до пропозиції А. Бикової, яка поділяє «різні прийоми на різні види засобів мовного впливу», ґрунтуючись «на тому, яким чином відбувається зміна поля значень у свідомості адресата: за допомогою повідомлення невідомої раніше інформації; введення нових компонентів інформації; появи в повідомленнях нових відомостей про вже відомий факт; зміні-трансформації існуючих елементів поля значень в повідомленнях, які коригують ставлення адресанта до вже відомих подій, що характеризується зміною входження компонента в поле значень» [19, с. 99].

П. Паршін пропонує класифікувати «прийоми впливу за допомогою компонентів внутрішнього світу людини, на які може бути спрямована маніпуляція. Виходячи з цього, він виділяє три види маніпуляції – через звернення до емоцій, соціальних установок і уявлень про навколишній світ» [117, с. 63–71].

Таким чином, можна сказати, що загальноприйнятої думки, щодо класифікації різних прийомів та технік маніпуляцій не створено. «Конкретні форми комунікації (мовні форми), безпосередньо сприймаються об'єктом, за допомогою яких маніпулятор реалізує техніку впливу, називають засобами маніпуляції. Вони передають два рівня змісту мовної маніпуляції: маскування та відкритий явний зміст мовної маніпуляції», які Г. Грачов називає «легендою» [32, с. 43]. Вчений визначає, що «при маніпулюванні справжній комунікативний намір не артикулюється комунікантом. Замість цього, на перший план виводиться відволікаючий рівень змісту, який прикриває мету та факт мовної дії. Завдяки цьому виконується необхідний критерій прихованості маніпуляції, тобто, мовні засоби маніпуляції, які реалізують прийоми впливу, вбудовані в легенду, яка їх приховує» [32, с. 44].

Варто підкреслити, що правильний вплив на вразливі особистісні структури та когнітивно-психічна підготовка свідомості об'єкта «за допомогою спеціальних прийомів призводять до запуску механізму маніпуляції, тобто таких когнітивних і психічних процесів у свідомості про об'єкт, активація яких з високою ймовірністю призводить до очікуваного результату, тобто до реалізації маніпулятивного впливу. Мішені впливу можуть відноситися як до раціональних (розум, логіка, здоровий глузд), так і до ірраціональних елементів людської психіки (віра, почуття, підсвідомість)» [60, с. 94]. Таким чином, автор цієї роботи доходять висновку, що «якщо маніпулятору вдається за допомогою обраних прийомів в рамках тактики таємно впливати на правильно обрані мішені, активізувати потрібні механізми маніпуляції та досягти бажаного результату (перлокутивного ефекту), маніпуляцію можна вважати успішною. Якщо ж поставлена мета була досягнута, отже, маніпулятор обрав ефективну стратегію та компетентно провів її реалізацію» [60, с. 95].

Відповідно, загальну структуру процесу мовного маніпулятивного впливу (механізм реалізації мовної маніпуляції) можна представити таким чином: «визначення цілей маніпуляції (інтенція впливу); підготовчий етап (створення вихідних переваг, оформлення контексту комунікації) формування стратегії маніпуляції (стратегічне бачення всього проведення операції, визначення загального плану маніпуляції, вибір векторів впливу); визначення тактик маніпуляції (підбір мішеней і комплексу прийомів впливу на них, виходячи з підзадач стратегії); вибір конкретних прийомів впливу; мовних засобів впливу прийомів (втілення прийомів маніпуляції в тексті); сприйняття повідомлення адресатом; вплив на мішені та запуск механізмів маніпуляції перлокутивного ефекту (наслідки впливу маніпулятора та конкретного адресата)» [60, с. 96].

При наявності ефективних механізмів зворотного зв'язку або спостереження за адресатом, наведену схему можна доповнити заключним етапом оцінки успішності / неуспішності реалізації мети. На думку А. Казакова, «все різноманіття методів (ресурсів) інформаційно-комунікаційного впливу умовно можна поділити на три відносно самостійних рівні: мікро–, мезо– та макрорівень». Підставою для такого поділу вчений пропонує вважати «масштаб того чи іншого засобу впливу». До «мікрорівня слід віднести використання таких засобів, як метаформи, синоніми, евфемізми та дісфемізми, штампи або універсальні істини, тенденційні назви, вживання абстрактних денотативно вільних слів» [79, с. 88].

Зазначені засоби реалізуються в рамках одного або декількох слів. Такий механізм мікрорівня робить їх в порівнянні з більшістю інших методів маніпуляційного впливу майже непомітними. Людина, яка їх сприймає і яка не володіє спеціальними знаннями, практично завжди потрапляє під вплив авторського задуму. У більшості випадків така ситуація не є усвідомленою.

В рамках мезорівня можна виділити два блоки маніпулятивних прийомів:

– «логічні прийоми», за допомогою яких, на думку А. Казакова, здійснюється вплив «на розум у потрібному автору тексту напрямку». Це може бути «підміна аргументу або його відсутність в цілому; спрощення або примітивізація інформації; перенесення силового акценту; використання великої кількості цифр, статистичних та соціологічних даних; публікація думок експертів; лідерів думок і людей з народу». Вчений сюди відносить також «проведення вигідних автору аналогій; обговорення чуток; використання стереотипів і міфів та представлення незначних сюжетів, які не стосуються самої проблеми, та ін.» [79, с. 89];

– «емоційні прийоми». До них відносяться такі засоби, які спрямовані на вплив щодо шляхів сприйняття інформації, але при цьому вони не повинні бути пов'язані з мисленням і розумовою діяльністю. На думку А. Казакова, «це використання різних варіантів повторів і паралельних конструкцій; елементів гумору (іронія, сарказм або висміювання), фразеологізмів і афоризмів; прислів'їв і приказок; невербальних засобів впливу (елементи креолізованного тексту, фотографій, ілюстрацій, карикатур і т. п.)» [79, с. 89].

Вказані блоки мезорівня маніпуляції (як сукупності конкретних прийомів) можна назвати тактиками мовного впливу. Прийоми та засоби мезорівня мають більш широкий спектр дії, однак їх легше розпізнати.

До прийомів макрорівня належать масштабні важелі маніпулятивного впливу на аудиторію. А. Казаков визначає «найпоширенішим механізмом такого напрямку відбір інформації для висвітлення, формування недійсним порядку денного» [80, с. 139]. В даному випадку публікуються тільки ті факти, які безпосередньо впливають на реалізацію комунікативної мети, або ігноруються факти, які перешкоджають цій меті. Саме так автор тексту впливає на свою

аудиторію. І як вважає А. Казаков, «за своїм масштабом і потенціалом впливу на аудиторію, встановлення інформаційного порядку денного цілком може вважатися самостійною стратегією процесу комунікації» [80, с. 140].

Політичні маніпулятори для досягнення мети застосовують закономірності, що характеризують масову поведінку:

1. Масова свідомість відрізняється свідомим і «несвідомим розумінням» суспільно-політичної реальності. Це може бути зростання культурного та освітнього рівня та інформованість населення, які дають можливість розширити «можливості раціонального» осмислення соціальних проблем. З іншого боку, це може бути нерівномірність цих процесів, ускладнення суспільного життя, його суперечності заважають людині створити системний образ громадських проблем і подій. «Відбувається насадження несвідомих політичних поглядів, культивування віри в щось» і т. п. [15]. Дійсно, в багатьох людей відсутній час на осмислення сучасної реальності, і тому в них формується невідповідне, деформоване представлення реальності, якесь несвідоме ставлення до соціально-політичного життя. У політичному житті ці два блоки завжди є, але маніпулювання здійснюється саме шляхом звернення до несвідомого в людині.

2. «Масова свідомість характеризується догматичним і критичним ставленням до реальності. Це необхідно для уніфікації мислення суспільства, для формування однакових стереотипів, міфів, іміджі» [15] тощо. Політичний досвід дає можливість говорити про те, що влада, яка застосовує у своїй реалізації засоби маніпулювання, в більшості випадків, бажає обмеження або заборони будь-якого критичного ставлення до подій політичного життя та культивування догматики для забезпечення власної позиції.

3. Масова свідомість характеризується поєднанням звичайних установок життя, традицій і чогось незвичайного, нетрадиційного, інноваційного. Це формує відповідну ілюзію політичного життя, ілюзію «картини світу і є сприятливим ґрунтом для ефективного маніпулювання» [15]. Саме це дає можливість для виникнення маніпулювання. З одного боку, політичні актори апелюють до звичаїв і традицій, які раніше були основою життєдіяльності суспільства і основою стабільності політичної влади. А якісь нові ідеї, які характеризуються інноваційністю та новизною, стають основою нових міфів, нової політичної нереальності.

Отже, як правильно визначає О. Бойко, «суть маніпулювання як специфічної форми політичного впливу, полягає в штучному створенні додаткових різноспрямованих важелів ефективної дії в процесі боротьби за владу, а зміст – в прихованому коригуванні масової свідомості; у впровадженні в масову свідомість штучних стимулів (мотивацій) дії; в спрямуванні суспільних настроїв і громадської активності в потрібному для маніпулятора напрямку. Залежно від обставин політичне маніпулювання може виконувати інформаційну, регулюючу, провокаційну, захисну, мобілізаційну, адаптивну та інші функції» [15].

О. Бойко пропонує такі етапи процесу маніпулювання: поява зацікавленості у потенційного об'єкту маніпулювання до дій, слів маніпулятора; входження в довіру до об'єкта маніпулятивного впливу; наявність якоїсь інтриги; відволікання, переключення уваги об'єкта маніпулювання на якийсь інші процеси або дії; повідомлення яскравої сенсаційної інформації, яка має відношення до проблеми та т.д.); заміна, приховування чогось, предмета, дії, інформації; констатація сфабрикованого результату; приховане або відкрите спонування об'єкта маніпулювання до якихось дій, вчинків, форми поведінки і т.д., які необхідні маніпулятору» [15].

В цілому, політичні маніпуляції відбуваються на міжособистісному, груповому та масовому рівні. На міжособистісному та внутрішньогрупових рівнях використовують відповідний набір маніпулятивних прийомів, а на міжгруповому та масовому діють вже інші маніпулятивні технології. Як правильно визначає О. Бойко, «технологія загальнодержавного маніпулювання ґрунтується на цілеспрямованому, послідовному та систематичному впровадженні в масову свідомість соціально-політичних міфів, стереотипів, ілюзій, ідей, норм і т. д., які повинні сприйматися без критичного осмислення, застосовуючи тільки віру» [15]. Досягнення маніпулятором своїх цілей обумовлено, на думку О. Бойко, «протиріччями масової свідомості, зростанням рівня витонченості маніпулятивних технологій, методів і прийомів» [15], розвитком новітніх комунікаційних систем, технічних можливостей. І з цим варто не погодитись.

Таким чином, можна зробити висновок, що «механізм мовної маніпуляції включає такі складові елементи: стратегію, тактику, техніки (прийоми) та засоби. Конкретний набір технологій, прийомів і засобів впливу формується в залежності від якісних характеристик суб'єкту, сфери застосування та мети маніпуляції» [60, с. 97]. Щодо структури процесу мовного маніпулятивного впливу, то можна сказати, що вона включає в себе наступні елементи: визначення мети маніпуляції; створення чітко окресленої стратегії маніпуляції; створення системи тактик маніпуляції та конкретних прийомів впливу; визначення мовних засобів впливу (втілення прийомів маніпуляції в тексті), сприйняття повідомлення адресатом, запуск механізмів маніпуляції та отримання перлокутивного ефекту.

2.2. Види мовно-маніпулятивного впливу та тактика маніпулятивного засобу представлення інформації в політичному дискурсі.

Маніпулятивний вплив здатний змінювати суспільну свідомість, регулювати відносини всередині країни і за її межами, навіть призводити до революцій і військових дій. «Маніпулятивний вплив повинен бути направлений на маси так, щоб відбувалася підміна моральних смислів культурного ядра (тобто, коли аморальність, наприклад, сприймається як норма) або модифікація ментальних моделей» [74, с. 83]. Ключову роль в цих процесах відіграють ЗМІ. Як зазначає А. Семенюк, «політичні лідери та засоби масової інформації, коли здійснюють вплив на суспільство чи конкретну особистість, використовують різні прийоми, у тому числі мовний тиск та мовне маніпулювання» [137, с. 279].

А. Іссерс вважає, що маніпуляція є формою «специфічної поведінки, яка здійснюється шляхом професійного використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на когнітивну та поведінкову діяльність адресата» [76, с. 42]. На думку вчених Б. Осіпова та Ю. Щербініна, необхідно чітко розмежувати поняття «мовний вплив, мовне маніпулювання, мовне шахрайство та мовна агресія» [115, с. 216–217; 173, с. 94]. У більшості випадків під мовним впливом розуміють «мовне спілкування, яке розглядається в аспекті його цілеспрямованості, мотиваційної обумовленості та планованої ефективності» [6, с. 53; 144, с. 27].

У роботі О. Почепцова мовний вплив розглядається в аспекті реакції з боку адресата. У зв'язку з цим аналізуються наступні завдання мовця:

1) «зміна ставлення до будь-якого об'єкту, зміна ціннісного значення об'єкта для суб'єкта (виражається в закликах, гаслах, рекламі);

2) формування загального емоційного настрою (лірика, гіпноз, політичний виклик);

3) перебудова категоріальної структури індивідуальної свідомості, введення до неї нових категорій» 130, с. 85–86].

Мовний вплив інколи пов'язують з поняттям мовної маніпуляції, тому що складно провести чітку межу між ними. Мовне маніпулювання, з точки зору О. Бойко, – «це вид впливу, який використовується для прихованого впровадження до психіки адресату цілей, бажань, намірів, відносин або установок, які не збігаються з тими, які є у адресата на даний момент» [15, с. 99].

В основі мовного маніпулювання знаходяться психологічні та психолінгвістичні механізми, які змушують адресата некритично сприймати мовне повідомлення, сприяють виникненню в його свідомості певних помилок, провокують його до вчинення вигідних для маніпулятора вчинків. А. Васильєв під мовним маніпулюванням розуміє «прихований вплив на реципієнта (групу індивідів), метою якого є досягнення певного ефекту» [21, с. 78]. В інтерв'ю, наприклад, питання або журналістські коментарі інколи не мають прямого маніпулятивного характеру, однак випадки непрямой маніпуляції досить численні та мають наслідком синкретизм партнерського та непартнерського стилів спілкування інтерв'юера та інтерв'юйованого. Повідомлення, які з'являються в інформаційній моделі, мають інші ознаки. Так, по-перше, вони не мають маніпулятивного характеру. В даному випадку інформація не перекручується, факти представляються без їх репарації та відповідного конструювання. По-друге, факти, які подаються в інформаційній моделі, відповідають реальним подіям, але інколи вони можуть бути систематизовані за якоюсь ознакою, або задля досягнення якоїсь мети. При чому, ця мета можебути як явною, так і латентною.

Виходячи з вищесказаного, вважаємо, що маніпуляція в сучасних медіатекстах може бути не тільки прямою, наприклад, в тих політичних інтерв'ю, метою яких є створення негативного або позитивного іміджу політика, але й вона може мати латентний характер. Прихований маніпулятивний вплив, який зазвичай застосовують, коли передбачають опір з боку адресата або через переконаність комунікатора в тому, що це в інтересах того, ким маніпулюють, в свою чергу, передбачає майстерне використання мовного інструментарію з урахуванням соціально-політичної стереотипізації.

Враховуючи різні погляди на розуміння та суттєве наповнення мовно-маніпулятивного впливу, можна виокремити такі мовні стратегії культурного напрямку: мовна стратегія, де основою є образи; мовна стратегія із застосуванням знакових систем; мовна стратегія з використанням ролі; мовна стратегія із застосуванням методу експлуатації особистості людини; мовна стратегія з урахуванням в життєвих / духовних цінностей суспільства; стратегія на підвищення / пониження.

Цікавим є співвідношення раціональної та емоційно-суб'єктивної сторін в культурно-комунікативному процесі мовного впливу одного суб'єкта на іншого. Ключовими словами тут є два поняття – персуазивність та сугестивність. Персуазивність (від лат. «Persuadere» – переконувати) трактується науковцями по-різному. У першому випадку, персуазивність ототожнюють з об'єктивною оцінкою мовця в достовірності або недостовірності, вираз впевненості або невпевненості в повідомленні, або як рефлексія автора щодо свого або чужого повідомлення з позиції достовірності або недостовірності інформації повідомлення. В іншому випадку, персуазивність розуміється як сукупність прийомів та засобів, спрямованих на посилення аргументів. Є. Шелестюк вважає персуазивність підкатегорією аргументації, яка

передбачає «використання додаткових риторичних та софістичних прийомів та засобів, які сприяють переконанню» [167, с. 172]. В. Чернявська розглядає персуазивність «як вплив автора усного або письмового повідомлення на свого адресата з метою його переконання, спонукання до вчинення або не вчинення певних дій» [162, с. 24].

Існує інший підхід до тлумачення поняття персуазивності. Оскільки перше тлумачення апелює до об'єктивної модальності, хоча процес переконання обумовлений рівнем впевненості того, хто говорить, то можна також розглядати категорію персуазивності як мовний вплив з метою переконання. Комунікативну ситуацію можна назвати персуазивною, якщо автор застосовує висловлювання, метою якого є бажання викликати певну поведінку реципієнта (або групи реципієнтів) або вплинути на його (їх) погляди.

До основних прагматичних функцій персуазивності відносяться: по-перше, вплив за допомогою мовних засобів на свідомість адресата, на його думки, уявлення; по-друге, спонукання його до певних дій, зміна поведінки реципієнта в потрібному для мовця напрямку.

При дослідженні персуазивності можна говорити про когнітивний аспект її вираження, який реалізується завдяки знанням та власним переконанням автора, а також про комунікативно-дискурсивний аспект, який включає ментальний стан автора як відправну точку та, безпосередньо, сам процес переконання.

Навіювання (від лат. *Suggestere* – вселяти) визначається як різновид маніпулятивного впливу на підсвідомість, емоції та почуття людини, які опосередковано забезпечують вплив на розум, волю та поведінку. На це звертають увагу в своїх роботах такі автори як Л. Сорокіна, В. Чернявська, Є. Шелестюк [142; 162; 167] та ін. Сугестор намагається ввести адресата в певний стан та спонукає його до певних дій. Так, Н. Желтухіна вважає, що «сугестивний мовленнєвий вплив є

невід'ємним компонентом комунікативного акту, який полягає в зміні конфігурацій стандартних та індивідуальних ментальних схем під впливом інформації тексту» [64, с. 20].

Стійкість цих змін може бути різною: мінімальною, коли когнітивна система адресата швидко повертається в початковий стан, та максимальною, коли зміни, що виникли в структурі ментальних схем, зберігаються тривалий період, впливаючи на поведінку адресата. Такої ж думки дотримується М. Желтухіна [64, с. 21].

Як справедливо зазначає А. Данилова, «сугестивний вплив призводить до пониження рівня усвідомлення, аналізу та критичного сприйняття інформації, яка повідомляється людині» [38, с. 23]. Дослідниця звертає увагу на те, що «оскільки в процесі навіювання відбувається зміна нейрофізіологічної динаміки адресанта, характерною рисою сугестивності є придушення раціонального мислення» [38, с. 24]. Автор роботи погоджується з такою думкою. Дійсно, «сугестивний вплив, на відміну від персуазивного, є більш глибоким і його можна порівняти з біопсихологічним стимулом, в той час мовне маніпулювання не пригнічує раціонального мислення, а тільки спрямовує його у потрібний для маніпулятора напрямок» [38, с. 24].

Сугестивність як навіювання, виключає раціональність та спирається на чуттєво-асоціативну складову свідомості, чим суттєво відрізняється від персуазивного впливу. Персуазивний вплив можна вважати вдалим, якщо реципієнт засвоїв мету, наміри, значення повідомлення, перебуваючи в атмосфері реально усвідомлюваної свободи вибору.

Можна погодитися з В. Чернявською, яка зазначає, що «відсутня чітка межа між персуазивністю та сугестією, оскільки персуазивний вплив передбачає досягнення бажаної мети шляхом переконань, основою

яких є раціональне обґрунтування. При цьому слід враховувати емоційно-оціночні засоби впливу» [162, с. 26].

Отже, підбиваючи підсумки, слід відзначити, що в будь-якому комунікативному акті присутній мовний вплив. Порівнюючи поняття «персуазивність» та «сугестія», можна зробити висновок, що хоча між ними і немає чітких меж, проте персуазивність значно відрізняється від сугестивності глибиною дії мовного впливу, спрямованості впливу на свідомість (персуазивність діє на свідомість, сугестія – на підсвідомість), сферами впливу (персуазивність – на раціональну складову свідомості, сугестія – на емоційну складову). Сугестивність здійснює опосередкований вплив на реципієнта, в той час як персуазивність залишає за ним свободу вибору. На думку автора роботи, персуазивність знаходиться ближче до аргументації. У цьому випадку має місце спроба переконати адресата засобами мовного впливу, спонукати його до критичного мислення, направити мислення в потрібне для мовця русло.

Також доцільно зазначити роль стратагемного мислення. Так, на думку Сунь-Цзи, спочатку треба «вести себе так, як невинна дівчина, – і противник відкриє свої двері. Потім, як заєць, починай вириватися – і противник не встигне застосувати засобів захисту». Ця ідея простежується в таких Стратагемах: «якщо ти можеш щось, – покажи противнику, ніби не можеш; якщо ти користуєшся чимось, – покажи йому, ніби не користуєшся; Якщо ти був близько, показуй, ніби ти далеко; Якщо ти був далеко, показуй, що близько; замануй його користю; приведи його в розпач і бери його; якщо його сили свіжі, втоми його, якщо в нього все дружні, внеси роздори; нападай на нього, коли він не готовий; виступай, коли він не очікує» [145].

І. Левицька відмічає, що «в китайській стародавній культурі ставлення до хитрощів та маніпуляції було своєрідним. Там моральна оцінка засобів досягнення цілей взагалі не розглядалася як актуальна

етична проблема, а техніки обману та маніпулювання обговорювалися на рівні з іншими технологіями впливу» [100, с. 441]. Сучасний дослідник стародавніх китайських стратагем як методу маніпулятивного впливу А. Воеводін розглядає «кожну стратагему на прикладі її застосування у військовій справі, бізнесі, спорті, політиці» [23, с. 23]. Він зазначає, що «для стратагем не існувало питання моралі, духовності. Існував єдиний критерій – ефективність в досягненні мети. Моральність розглядалася як інструмент, яким повинен користуватися об'єкт, але не як норма, яку необхідно дотримуватися» [23, с. 24]. Як зазначає дослідник, «основний принцип китайських стратагем – мета виправдовує засоби – не завжди гарантував успіх, багато що залежало від дієздатного лідера» [23, с. 24].

Деякі стратагеми можна розглянути більш ґрунтовно. В реальному житті вони показують, яким чином відбувається застосування маніпулятивних методів у випадку військових дій та різних засобів здійснення політичної діяльності та боротьби. Так, І. Левицька представляє такі стратагеми: «стратагема – вбити чужими руками. Вона означає знищити або послабити противника чужими силами, при цьому організатор процесу виглядає непричетним, а інколи представлений як суддя або миротворець. Відповідно до даної Стратагеми діяв радянський розвідник Р.З орґе, коли сприяв напрямку японської агресії щодо США, а не Радянського Союзу» [100, с. 441]. Наступна стратагема – «очікування стомленого ворога. Вона спрямована на виснаження ресурсів противника, накопичення напруги та втоми, відволікає від основної мети, яку ретельно приховує маніпулятор» [100, с. 442]. Наступна стратагема направлена на «надання послуг, сприяння у вирішенні актуальних питань, розробці вигідних для населення проєктів, розраховуючи на формування прихильного ставлення до адресата впливу і подальше залучення в залежність. Вона називається – «хочеш отримати – спочатку дай» [100, с. 442]. Ще одна стратагема – «прикрасити сухі дерева штучними квітами,

яка означає скористатися сторонньою особою, її ім'ям, авторитетом, можливостями для реалізації поставлених маніпулятором цілей» [100, с. 443].

Слід зазначити, що в західних країнах у XX столітті деякі практики намагалися на фірмах запровадити в дію методи маніпуляції китайського зразка. Це робилося для додаткової мотивації робітників фірми. Але, як зазначає І. Левицька, «будучи частиною загальної культури, маніпулятивний підхід тісно пов'язаний з нормативно-ціннісною системою даної культури і в кожній традиції в нього своя специфіка, свій статус, своя сфера застосування, масштаби поширення та вплив на суспільну та індивідуальну психологію. Тому Сунь-Цзи в Європі не прижився, а досвід китайського менеджменту став для європейців і американців важливою «інформацією до роздумів». Не виключено, що найбільшою відмінністю між європейською та китайською культурами маніпулювання є той факт, що в Європі, на відміну від Китаю, різного роду пастки, інтриги, хитрості, маніпулятивні техніки не були предметом систематичної рефлексії. У той же час ці практики стихійно використовувалися досить широко, а абстрактне теоретизування в цілому в Європі зустрічалося частіше в Китаї. Християнська етика забороняла розглядати ближнього як об'єкт, а будь-які інтриги або хитрощі заслуговували на презирство. Осмислення подібних практик блокувалося, і в системі культурних норм та цінностей їм не приділялося важливого місця. Те, що в китайській культурі було загальнозрозумілим, в європейській сприймалося як таке, що вимагає спеціального виправдання, або є абсолютно неприпустимим» [100, с. 444]. Таким чином, стратагеми є загальнолюдським феноменом і представляють собою відповідні нетрадиційні шляхи щодо досягнення відповідних цілей в різних галузях життя: в політичній, економічній, військовій та особистому житті.

Однак, у зв'язку з деякими культурними та релігійними умовами, на Заході майже відсутні дослідження по цій темі. Наприклад, Грасіан уникав апології та навіть прямого аналізу прийомів маніпулювання людьми. Він вважав, що «маніпулятивні техніки – це зброя не стільки проти ближнього, скільки проти обставин, природи речей, помилок і шкідливих схильностей» [191]. Але мова йшла про те ж маніпулювання. Досить розглянути його сентенції-афоризми: «діяти приховано», «уникати перемог над тим, хто стоїть вище», «нехай відчують в тебе необхідність», «діяти на засадах задуму», «змінювати прийоми, щоб відвертати увагу», «до кожного підбирати відповідний інструмент» [191].

Як визначає І. Левицька, «особливу увагу привертають не стільки зміст афоризмів, скільки той успіх, з яким його зустріли в суспільстві, перш за все в світських салонах». На її думку, «навіть чи люди, які широко застосовували інтриги в придворних або церковних колах, могли взяти з сентенцій Грасіана щось нове. Їм подобався сам факт такої рефлексії, культурна легітимізація їх повсякденних практик» [100, с. 445].

Слід також розглянути приклади даних стратегій в медіадискурсі з використанням такого прийому маніпулятивного впливу, як мовна гра на синтаксичному рівні, яка дозволяє ЗМІ непомітно змінити ставлення читача / глядача до будь-якої політичної ситуації в країні або світі та формує певний емоційний настрій адресата. Для успішної реалізації даного прийому авторами можуть бути використані такі мовні тактики, як тактика «пере акцентуація», тобто акцентування уваги адресата на другорядних фактах, які повинні сприяти формуванню необхідного сприйняття; тактика підміни цілей, коли наміри адресанта «залишаються за рамками тексту», а інтереси адресата виходять на перший план; тактика «надягання маски», коли адресант бере на себе роль співрозмовника, лідера, наставника. На це звертає увагу Є. Попова [127, с. 278].

Аналіз фактичного матеріалу дозволяє говорити про мовні стратегії, що застосовуються авторами англомовних ЗМІ для надання маніпулятивного впливу: стратегія на зниження / підвищення, стратегія з опорою на звернення до життєвих цінностей. Для успішної реалізації даних стратегій автори використовують такі тактики: тактику переакцентуації, тактику підміни цілей, тактику «надягання маски». Однак, найчастіше в англомовних ЗМІ застосовується тактика «надягання маски». Аналіз показує, що засоби масової інформації, як правило, редукують відомості, використовуючи парцельовані конструкції в заголовках.

Таким чином, можна вважати, що мовне маніпулювання – це використання особливостей мови для прихованого впливу на адресата в інтересах мовця. Використовується воно, перш за все, в двох сферах – в мові політики та рекламі, при цьому можна відзначити явну схожість маніпулятивних тактик в політичному та рекламному дискурсі.

Мовне маніпулювання – одна зі стратегій мовного впливу. При застосуванні маніпулятивної стратегії відбувається цілеспрямоване перетворення інформації або вплив на суб'єктивну сферу комуніканта (емоції, ціннісні орієнтири, стереотипи і т. д.). Різниця цих впливів визначає маніпулятивну політичну тактику. З подачею інформації, тобто з особливими мовними та психологічними прийомами організації змісту висловлювання, пов'язана тактика маніпулятивної подачі інформації, яку можна визначити як комплекс мовних актів, призначених, насамперед, для спотворення (трансформації) різної інформації.

Названа тактика враховує роботу з інформаційним потоком, що означає, що саме мовні засоби при її застосуванні є дуже важливими. При цьому втілюється вона в великій кількості різноманітних прийомів: спотворення інформації, приховування інформації, селекції інформації, представленні надмірної кількості інформації, подачі інформації

дрібними порціями, особливого komponування ними, використання специфічного моменту подачі інформації, домислювання в потрібному напрямку, використання авторитетного інформатора, вживання слів із заданою пресуппозицією, експлуатації цифрових даних. Незважаючи на схожість конкретних втілень тактики маніпулятивної подачі інформації, рекламний і політичний дискурс не однакові за набором та ступенем значимості конкретних прийомів, які реалізують цю тактику.

У рекламному дискурсі найбільш часто використовуються прийоми спеціальної компоновки інформації, використання авторитетного інформатора, вживання специфічно експресивної лексики та експлуатації цифрових даних.

Для політичного дискурсу характерні насамперед такі прийоми трансформації інформації, як замовчування, селекція інформації та її спотворення. Конкретні приклади фрагментів рекламного та політичного дискурсу наочно демонструють важливість перерахованих прийомів. Наприклад, важливим засобом спотворення інформації є прийом, який може бути названий вживанням слів із заданою позицією або вживанням специфічно експресивної лексики. Цей прийом пов'язаний з використанням мовних одиниць, які створюють одностороннє (позитивне) сприйняття описуваного об'єкта, суб'єкта або ситуації. Так, словосполучення «вірний політичний союзник» – «досить сильний засіб впливу на об'єкт політичного маніпулювання. Різновид цього прийому – це вживання запозичених слів». На цьому акцентує увагу Л. Балахонська [4, с. 5]. Цей прийом активно використовується для створення ефекту наукової обґрунтованості рекомендацій. Прийом особливого komponування повідомлення досить часто застосовується в рекламному дискурсі при встановленні маніпулятивного мовленнєвого впливу та призводить її одержувача до цілком однозначних висновків.

Маніпулятивна подача інформації здійснюється за допомогою прийому використання авторитетного інформатора, завдяки якому представлена інформація сприймається як значуща і заслуговує на довіру. Використання числових даних, в тому числі позначення відсотків чогось, здійснює досить сильний вплив, створюючи враження обґрунтованості інформації.

У політичному дискурсі важливими та дієвими є й інші прийоми. Показовим є приклад прийому замовчування: «цей проникливий джентльмен проаналізував священні тексти Старого та Нового заповітів на предмет згадки в них органів тіла, а також фізіологічних процесів людини. Статистика вражає: єдиним людським органом, який не було згадано в Біблії, є мозок. І мені часом здається, що в нашому житті він займає не більше місця, ніж в цій священній книзі. Можливо, тут приховано пояснення того, що відбувається» [74]. Автор при відтворенні фактів замовчує про те, що в Біблії зосередженням як духовного життя в цілому, так і інтелектуального зокрема, вважалося серце, а про функції такого органу як мозок стародавні іудеї не знали.

Селекція інформації – це відбір тих відомостей, які надаються одержувачу, з урахуванням насамперед власних інтересів. Приклад селекції інформації, заснований на опущенні принципово важливого факту.

Спотворення інформації – найсильніший засіб маніпулятивного впливу в політичному дискурсі. Спотворення інформації може бути кількісним (перебільшення або применшення, спотворенням пропорцій) і якісним (зосередження уваги тільки до вигідного для маніпулятора аспекту інформації або надання чийось висловлюванням протилежного змісту). Найчастіше при застосуванні подібного прийому використовується метод часткового висвітлення фактів або виборчої подачі матеріалу

Як приклад можна привести маніпулятивну діяльність Ю. Тимошенко, більшість публічних меседжів якої стосуються цін на газ (про це свідчить її передвиборча програма), пенсій, медичної реформи та ринку землі. При цьому, політик часто застосовує саме числові значення щодо цих аспектів. В якості прикладу маніпуляцій або відвертого перекручування інформації, яку Ю. Тимошенко використовувала для отримання народної підтримки, можна привести наступне. Так, прес-служба ВО «Батьківщина» повідомила недостовірну інформацію про виступ Ю. Тимошенко на Національному молитовному сніданку в США. Зокрема, в партії повідомили, що її лідер виступала в присутності Д. Трампа. У повідомленні сказано, що той виступ відбувся саме на Національному молитовному сніданку за участю президента Д. Трампа. Якщо подивитися запис Ю. Тимошенко та запис сніданку за участю президента США, то можна переконатися, що навіть зовні оформлення залу відрізняється. Також слід звернути увагу, що виступ Ю. Тимошенко починається з міркувань про лідерські якості. Це пояснюється тим, що в той раз вона виступала на так званому лідерському ланчі. Він, звичайно, є своєрідним продовженням молитовного сніданку, але він не є сніданком за участю президента США. Так само прес-служба подала виступ Ю. Тимошенко на наступний день на українському молитовному сніданку, який проходив в тому ж приміщенні. Вона так само повідомила, що це спіч на Національному молитовному сніданку. Різниця полягає в тому, що захід за участю Д. Трампа є всесвітньо відомим, про нього пише преса, показує телебачення. Він має значно вищий статус, ніж інші заходи. І виступити саме тут бажає будь-який політики. Тому прес-служба для надання більшої вагомості своєму лідеру, підвищила статус заходу, де відзначилася Ю. Тимошенко [132]. В даному випадку бачимо прийом перекручування фактів та мовну маніпуляцію інформації.

У заявах Ю. Тимошенко нерідко зустрічаються арифметичні помилки. Наприклад, вона говорить, що «скорочення доларового ВВП в 1,7 рази – це мінус 70 %, а коефіцієнт для розрахунку пенсій в 1,35 рази – це мінус 35 %. Насправді в першому випадку – 41,5 %, в іншому – 26 %» [120].

Приклади прийомів тактики маніпулятивної подачі інформації в політичному дискурсі, показують, що в цьому різновиді дискурсу, одна з основних функцій якого – надання актуальної інформації, насправді інформація спотворюється в цілях здійснення маніпулятивного впливу на адресата.

Формування маніпулятивної стратегії в рамках українського політичного дискурсу визначає деякі особливості реалізації комунікативних тактик. На це звертає увагу Н. Деренчук. Так, по-перше:

– «Орієнтація на національну самоідентифікацію. Досить часто мова українських політичних діячів тяжіє до використання патріотичних закликів, спирається на символи національної свідомості. Аналіз публічних виступів досліджуваних політиків дозволяє виявити в них наявність таких стрижневих понять, як український народ, вільна нація, боротьба, перемога» [43, с. 357]. Наприклад: «Ми переконані в тому, що народ перемогти неможливо, але й ошчасливити народ без участі самого народу теж неможливо, тому ми щиро розраховуємо на вашу підтримку, без вас ми нічого, з вами – ми сила, тому разом переможемо» (Д. Ярош) [109]. У представлених реченнєвих ілюстраціях звертається увага на питаннях національної ідентичності, яка є засобом залучення широкої громадськості. «Український політичну комунікацію розглядають як більш особистісну та індивідуально орієнтовану. Слід констатувати також, що українські політики усвідомлюють небезпеку втрати державності та територіальної цілісності при відриву політичного дискурсу від національної ідентичності. Ось чому представники

українського політикуму звертають особливу увагу на питання національної самоідентифікації» [43, с. 358]. В таких виступах оратори використовують фрази, за допомогою яких відповідальність за рішення покладають на українську громадськість, щоб населення відчувало почуття національної ідентичності, а політики сприяють створенню відповідного настрою для залучення підтримки громадськості.

По-друге: «Апелювання до страху. Використання прийому звернення до почуття страху є ще однією особливістю українського політичного дискурсу. Цей прийом полягає у виробленні певної потенційної загрози для громадськості, запобігання якої залежить від її вибору. Однак насправді ці рішення є вибором політика, а не громадськості» [43, с. 358]. Тобто, вони забезпечують ілюкативну силу виступів та народну підтримку. Основним наміром використання цієї тактики є формування та посилення негативного ставлення аудиторії до тодішніх провладних політичних сил.

По-третє: «Оперування фактами. Це один з найпоширеніших методів в українському політичному дискурсі, що полягає в переліку досягнень або вчинків окремих осіб. Такий прийом може використовуватися для побудови справедливого, збалансованого аргументу, однак, на жаль, його використовують в основному для відволікання уваги адресата від основного питання» [43, с. 358]. Фактологічну точність інформації, що повідомляється, досить часто підсилює активне вживання складених числівників та наявність процентних значень.

Таким чином, політики спрямовують зусилля на вираз достовірності інформації. Однак, як правило, неможливо простежити, як проводився розрахунок таких досягнень. Політики пояснюють це, наприклад, тим, що коли вони були при владі, життя суспільства було

кращим ніж зараз, при цьому нехтують можливістю проінформувати громадськість про те, що саме було більш якісними та кращім.

По-четверте: «Логічні помилки. Для того, щоб підштовхнути громадськість до певних висновків, сучасні політичні діячі також використовують тактику застосування логічних помилок, або необґрунтованої екстраполяції. В такому випадку одержувач робить вельми ефектні передбачення про майбутнє, засновані лише на декількох дрібних фактах. Цією тактикою часто користуються в українському політичному дискурсі для отримання громадської підтримки, не враховуючи те, що будь-які прогнози повинні використовуватися з обережністю» [43, с. 359].

По-п'яте: «Умисне ухилення. Один з найпоширеніших методів полягає в ігноруванні будь-яких позитивних характеристик політичних опонентів та зосередженні на їх негативних рисах та недоліках, одночасно заперечуючи існування будь-яких негативних аспектів діяльності власної політичної сили» [43, с. 359].

По-шосте: Використання емоційної складової адресанта. Парламентарії прагнуть звернутися до суспільства і використовують саме емоційність людей та покладаються на власну емоційну складову. В даному випадку емоції є одним з головних ресурсів, завдяки яким політики намагаються здобути важливі позитивні результати. Суть такої тактики в тому, щоб використовувати приглушену або надто гучну інтонацію, застосовують досить прості короткі питання та пропозиції, та емоційно надмірно жестикулюють. У більшості випадків такий прийом застосовується в екстремальних ситуаціях, революціях тощо. Така форма емоційної агітації сприяє пропаганді, і тут вдало емоції перетворюються в реальну політичну діяльність.

По-сьоме: Інклюзивність. Суть даної тактики в тому, що політик звертається до певної групи, яка має спільні релігійні, професійні або

якийсь інші інтереси. Тут політичні діячі намагаються здобути підтримку членів даних груп шляхом інтеграції в ці групи та асимілюючись с ними.

Восьме: Дискурсивна когерентність. В деяких випадках в мові політиків застосовуються декілька методів «для зображення різних тематичних частин тексту, причинних зв'язків, підтримки безперервності виступу, визначення відносин між суб'єктами дискурсу. Оскільки такі виступи розробляють спеціально для передвиборних зустрічей, їх стиль досить вишуканий, добре структурований і характеризується високим рівнем когерентності» [43, с. 361]. Більшість мовців володіють термінологією не тільки політичної, але й економічної, соціальної сфер тощо. Яскравий приклад приводить Н. Деренчук на основі аналізу промов В. Гройсмана: «нам потрібно змінити закон про державну службу, оскільки сьогодні прийти нормальним людям працювати у владу майже неможливо ... Звичайно, потрібно сьогодні побороти корупцію, і створення Антикорупційного бюро є дуже важливим. Чиновники не тільки повинні декларувати свої доходи, але й витрати. Вони повинні бути абсолютно в цьому контексті прозорі ... Як показує фрагмент промови, політик вказує на те, що зміна закону про державну службу та створення Антикорупційного бюро – одні з найважливіших питань на виборах. Це є підготовкою аудиторії до осмислення цього питання і дає можливість впливати на їх погляди, а також на проблеми оподаткування. У наступних пропозиціях В. Гройсман малює яскраву картину поліпшення ситуації в разі створення таких умов, намагаючись таким чином генерувати позитивну підтримку населення» [43, с. 359].

Таким чином, політичний дискурс, як і рекламний, може бути визначений як дискурс маніпулятивний. В цілому, ж тактика маніпулятивної подачі інформації є надзвичайно важливою для здійснення маніпулятивного мовного впливу в двох розглянутих типах дискурсу, оскільки її застосування створює враження обґрунтованості

тверджень та істинності наведених фактів, ускладнюючи захист від маніпуляції.

Політичне життя більшості сучасних держав насичене подіями та залежить від багатьох факторів, одним з яких, безумовно, є здатність політичних та державних лідерів до мовного впливу на зовнішню (зарубіжну) та внутрішню (потенційний електорат) аудиторію в період передвиборчих кампаній.

Передвиборчий агітаційний дискурс є одним з підвидів політичного дискурсу з найбільш вираженою впливовою складовою. Це означає, що маніпулятивна мовленнєва інтенція є в даному виді дискурсу домінуючою, а кількість маніпулятивних мовних актів – переважаючими. Передвиборчий агітаційний дискурс характеризується домінуючою маніпулятивною інтенцією і тому містить велику кількість мовних актів з високим маніпулятивним потенціалом. Одним з різновидів подібних мовних актів стають абдуктивні акти як засіб репрезентації абдуктивного мислення продуцента, що сприяє найбільш повному досягненню потрібного перлокутивного ефекту. Найбільш популярними абдуктивними мовними актами в передвиборчому агітаційному дискурсі є наступні: абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, який містить метафору; абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, які містить порівняння; абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, які містить фразеологізми або інші стійкі вирази (приказку, прислів'я).

Ще однією особливістю передвиборчого агітаційного дискурсу є його реципієнто-центричність, під яким слід розуміти орієнтованість повідомлення на реципієнта – підстроювання під його універсальні характеристики. А. Антонова вказує, що «науковий підхід, при якому особливості мовної маніпуляції в політичному дискурсі та його підвидах вивчаються з точки зору її спрямованості на реципієнта і урахування його

основних характеристик (наприклад, релевантних мішеней маніпуляції), є реципієнто-центричними» [181].

Можна виділити три основні рівні мішеней маніпуляції реципієнтом в передвиборчому агітаційному дискурсі:

1) етофізіологічний рівень, до якого відносяться мішені маніпуляції, пов'язані з етологією і фізіологією реципієнта (інстинкти, рефлекс, відчуття, базові емоції, особливості сприйняття часу та простору і т. п.);

2) соціально-еволюційний рівень, до якого слід віднести мішені маніпуляції, що стосуються ступеня розвитку масової свідомості на момент актуалізації дискурсу, а також деякі універсальні властивості масової свідомості (принцип доцільності, межа доступності, бінарність мислення та оцінки, очікування здійснення соціального ідеалу);

3) рівень жанрово обумовлених мішеней маніпуляції (традиційні дії учасників конкретного дискурсу та відносини між ними, наприклад, в передвиборчому агітаційному дискурсі жанрово зумовленими мішенями маніпуляції можуть бути визнані політик-продуцент, опонент продуцента, масовий реципієнт, агітація масового реципієнта, процес голосування і т. п. [181].

Орієнтуючись на ці мішені маніпуляції і певним чином прогнозуючи реакцію масового реципієнта на свої повідомлення, продуценти передвиборчих агітаційних промов намагаються здобути заплановані перлокутивні ефекти від здійснених маніпулятивних мовних актів.

Варто згадати, що, будучи засобом вираження маніпулятивної інтенції продуцента політичних повідомлень, маніпулятивний мовний акт, безумовно, має свої особливості, зумовлені фактичною ситуацією дискурсу: маніпулятивний мовний акт є прихованим в аспекті демонстрації інтенції на поверхневому рівні; маніпулятивний мовний акт

реалізується в відкритих мовних актах (промиссивах, деклараціях, експрессивах і т. п.), які мають три основних компоненти (інформативний, власне комунікативний та персуазивний). Маніпулятивний мовний акт є багатокомпонентним та має складну структуру, яка відображає рівні мішеней маніпуляції масовим реципієнтом.

Інтенціональний аналіз текстів передвиборчих агітаційних промов провідних світових політиків показує, що самим маніпулятивним потенціалом володіють повідомлення продуцентів, схильних до типу мислення, який називається абдуктивним [47, с. 47], тобто схильним до побудов за принципом аналогії.

Можна припустити, що інформативні компоненти маніпулятивних мовних актів в повідомленнях даних продуцентів містять актуалізатор мішеней маніпуляції різних рівнів, які засновані на принципі аналогії, подібності або порівнянні (метафори, порівняння, метафоричні епітети, фразеологізми і т. п.).

Чисельність мовних актів, які є продуктом абдуктивного мислення продуцентів політичних маніпулятивних повідомлень, говорить про необхідність виділення подібних висловлювань в окрему групу. Всі подібні маніпулятивні мовні акти можна називати абдуктивними.

Розглянемо особливості реалізації маніпулятивної інтенції за допомогою абдуктивних мовних актів на прикладі текстів передвиборчих агітаційних промов британських і американських політиків.

1. Абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, що містять метафору. Такі акти є одним з найпоширеніших засобів реалізації маніпулятивної інтенції. «Використання подібних мовних актів продуцентами-політиками пояснюється, з одного боку, яскравістю та легко запам'ятовується, тому, що подаються за допомогою ключової інформації, яка є популярною [163, с. 62] та використовують функцією пропонованої метафори: яким би складним не був образ, якщо він представлений

продуцентом політичної мови в готовому вигляді, він значно спрощує сприйняття відповідної інформації масовим реципієнтом. Таким чином, «за допомогою метафори актуалізуються не тільки мішені маніпуляції, пов'язані безпосередньо із завданням. Відомо, що масова свідомість не може містити та обробляти складні теоретичні побудови» [37, с. 64]. Найчастіше в маніпулятивних політичних повідомленнях використовуються побутові, фітонімічні, зооморфні, соматичні, технічні, військові, катаклічні метафори та метафори шляху та руху. За допомогою військових метафор в передвиборчому агітаційному дискурсі частіше актуалізується така етофізіологічна мішень маніпуляції масовою реципієнтом, як інстинкт самозбереження. При цьому продуцент та його партія в маніпулятивних повідомленнях з подібними абдуктивними мовними актами навмисно асоціюються з порятунком із загрозою здоров'ю та життю, вразливою ситуацією, опонент і його партія – із загрозою життю і здоров'ю масового реципієнта через ігнорування відповідних проблем або бездіяльності в сформованій небезпечній ситуації.

2. Абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, що містять порівняння. Порівняння в інформативному компоненті абдуктивного мовного акту є явною аналогією, яка виражена за допомогою відповідних порівняльних лексем та лексемних поєднань. За допомогою даних мовних актів також актуалізується соціально-еволюційна мішень маніпуляції масовою реципієнтом «межа доступності» (пропонується готовий образ) і деякі інші супутні мішені.

3. Абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, що містять фразеологізм або інший стійкий вираз (приказка, прислів'я). Слід зауважити, що слід розмежовувати такі категорії, як «обман» та «маніпуляція». Так званими фейками сьогодні переповнений інформаційний простір України, але на відміну від них, маніпуляція – це не брехня, а специфічна подача правди. Власне, специфіка полягає в тому,

що правду подають не комплексно, а частково і однобоко, з замовчуванням всіх непотрібних фактів. З фейками боротися простіше – їх принципово не можна спростувати. А ось маніпуляції генерують в об'єкт ангажовані висновки на основі правдивої інформації. З безлічі інтерпретацій фактажу маніпулятор підводить свою мішень лише до однієї, вигідною йому самому.

Наприклад, це персоналізація ідей – один з найпопулярніших маніпулятивних механізмів, який представлений в підміні предмету обговорення – відхід від суті ідей до їх носіїв. Найчастіше така техніка передбачає «апеляцію до авторитету» або навпаки – «дискретитацію контравторитетом»; історичні паралелі, це прийом, коли політики дорівнюють образи з минулого (персоналіями, подіями, поняттями) із сучасними. Тут застосовується так зване «ретроспективне прогнозування», яке засноване на оцінці сучасних подій у співвідношенні з «наслідками у минулому»; прийом «затемнення», який заснований на тому, що велика кількість людей охочіше вірять в те, що приховане, ніж те, що є очевидним. Людина, яка не може пояснити сучасні події, починає домислювати, а маніпулятор – «затінювати» та підштовхувати об'єкт в потрібному напрямку; наступний прийом – це «гіперболізація», який проявляється у перебільшенні. За основу беруть одиничний істинний факт, подають як якийсь системний тренд; далі, прийом – важливість чисел. В процесі маніпулювання використовують не тільки слова, а й числа, образи, звуки; «заручники динаміки» – даний прийом проявляється в тому, що найчастіше люди використовують числа для порівняння. Для використовують необхідні категорії «багато або мало», та супутні – «більше або менше». Розуміючи ключове значення динаміки для масового сприйняття, зацікавлені суб'єкти використовують це в своїх маніпуляціях; наступний прийом «ефект бази порівняння» застосовує метод порівняння важливих для суспільства фактів в часі. Головним тут є аспект мети – чи

ми хочемо занизити здобутки влади, чи підвищити, і для цього використовуємо відповідні історичні періоди; прийом «геоцентризм» проявляється в виділенні якоїсь окремої позиції, яку ставлять у центр дискурсу, яким посилюють відповідні центричні установки виборці, наприклад, «україноцентрична» установка; прийом «підйом в разі падіння» застосовує посилення на якийсь абсолютні величини, ситуація пояснюється некоректно, без деталізації, впроваджуючи викривлене розуміння ситуації.; прийом «узагальнюй та володарюй» проявляється там, де відбувається порівняння однотипних одиниць, але воно дає небажані результати. Тому, в даному випадку застосовують узагальнення; прийом «рейтинги» містять елемент гри, змагання і активізують відповідні маркери «перемога» та «зрада». В даному випадку відбувається апелювання до рейтингів; «занепад», коли застосовують різні рейтинги, наприклад «індекс світу», «індекс небезпечних країн» [1] і т. п. Акцентується увага тому, що гірше, або небезпечніше.

Як показує аналіз передвиборчих агітаційних повідомлень, досить часто в інформативних компонентах їх абдуктивних мовних актів використовуються фразеологізми, прислів'я або приказки, які засновані на аналогії. Відмінність даних абдуктивних мовних актів від абдуктивних мовних актів з власної метафорою в тому, що при здійсненні метафоричного абдуктивного мовного акту продуцент пропонує масовому реципієнту авторський ситуативний образ (що, можливо, робить даний мовний акт більш яскравим та незабутнім), тоді як в абдуктивному мовному акті зі стійким виразом представлений образ, відомий масовому реципієнту та міститься в його загальній мовній пам'яті. Ефективність подібних мовних актів в тому, що стійкі висловлювання та прислів'я є своєрідним продуктом спільної колективної мудрості народу, чия мова створила такий вислів. Тобто, можна сказати, що, здійснюючи абдуктивний мовний акт з будь-яким стійким виразом, продуцент апелює

до колективної мудрості масового реципієнта, посиляючись на його ж авторитет.

На підставі аналізу текстів передвиборчих агітаційних промов політиків можна сказати, що більшість успішних політиків, які виробляють маніпулятивні передвиборні агітаційні тексти, використовують мовні акти, які є продуктом абдуктивного мислення, тобто мислення, заснованого на принципі аналогії. Успішність даних політиків серед електорату доводить потенційну ефективність абдуктивних мовних актів, що робить необхідним виділення даних актів в окрему групу маніпулятивних мовних актів для їх подальшого детального вивчення. Попередній аналіз текстів передвиборчих агітаційних промов політиків показує, що абдуктивні мовні акти слід поділити на декілька груп: абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, що містять метафору; абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, що містять порівняння; абдуктивні мовні акти з інформативним компонентом, що містять фразеологізм або інший стійкий вираз (приказку, прислів'я). Висока частотність вживання даних мовних актів доводить їх високу ефективність в процесі мовної маніпуляції масовим реципієнтом відповідних повідомлень.

Висновки до Розділу 2.

Визначено, що тільки системний принцип втілення стратегій та тактик в практиці політичного дискурсу дозволяє правильно застосувати технологічні елементи, які дають можливість пройти весь шлях від формування задуму тексту до його усвідомленої вербалізації в політичному дискурсі, що, безумовно, виступає фактором ефективності політичної діяльності в аспекті мовного політичного маніпулювання.

Орієнтовані на різні прошарки українського суспільства, суб'єкти політики застосовують різні траєкторії щодо мовних стратегій та тактик щодо досягнення своєї мети. Зокрема, в даному випадку застосовують такі риторичні методи, як ухилення, емоційність, апеляція до страху, національної свідомості, інклюзивність, використання логічних помилок та фактів. Надалі слід вважати перспективним здійснювання дослідження в рамках порівняння різних механізмів мовного впливу на практичних матеріалах мовного характеру серед суб'єктів політичної діяльності в українському політичному просторі.

Ефективність мовного впливу чи мовного маніпулювання як інструменту конструювання необхідної політичної реальності не вичерпується описаними параметрами та не може розглядатися поза соціально-економічного та культурно-історичного контексту.

Розділ 3

Політичний блогінг як форма мовно-манупулятивного впливу.

3.1. Особливості та функції політичного блогінгу в аспекті політичної комунікації в мережі Інтернет.

На сьогодні Інтернет є полем нової демократії та громадянського суспільства, але, перш за все, це поле, платформа для створення нових соціально-політичних комунікацій. Глобальна трансформація суспільства в інформаційно-комунікативне виражається в поширенні комунікації на всі сфери життєдіяльності людини, переосмисленню комунікативної природи соціуму, що виводить комунікативний процес нового типу – Інтернет-комунікація.

Розвиток Інтернету призвів до того, що вже існуючі форми політичної комунікації доповнюються або замінюються новими, основаними на мережевих технологіях. Завдяки Інтернету виникли такі явища, як, наприклад, блогінг, який перевершує за своїми можливостями традиційні ЗМІ. Актуальною тенденцією в рамках розвитку україномовного інформаційно-комунікаційного простору є становлення блогів, які виступають в якості його важливого сегменту, і формування повноцінної україномовної блогосфери. Не будучи ЗМІ за своєю комунікативною природою, блоги, тим не менш, активно входять до політичного поля. Вони показують свою ефективність на політичних майданчиках шляхом активної праці з масовою аудиторією.

Попри те, що блогосфера є глобальною мережею, все ж варто цылком погодитись з Ю. Половинчаком, що «особливості національних процесів інформатизації, а також специфіка політичного, економічного, культурного життя в різних країнах дають змогу говорити про формування національних сегментів інформаційного простору, в якому функціонують

блоги з достатньо вираженими національними особливостями. Тому з'ясування специфіки розвитку української блогосфери потребує чіткого окреслення предмета аналізу, і відповідно – визначення її меж» [125].

Віртуальна реальність, яка виникла в Інтернет-просторі, надає необмежені можливості для комунікації, тому що вона є відображенням інтуїтивного уявлення людства про нескінченність світобудови та множинність світів. Сам термін «віртуальна реальність» вперше висунутий Дж. Ланьє ще в 1984 році. Новітні дослідження віртуальної реальності ґрунтуються на висновках дослідників постмодернізму. До найбільш значущих властивостей, що виділяють віртуальну реальність в окрему категорію, належать її реальність, рухливість, актуальність, швидкість, ефективність, активність, інтерактивність, самотійність, ефект реальної присутності.

Як вважає С. Херрінг, існують три напрямки дослідження процесу комунікації: «співвідношення та взаємовплив вербальних та невербальних засобів спілкування; специфіка віртуального комунікативного середовища; особливості різноманітних віртуальних спільнот в цьому середовищі» [196, с. 3].

Одним з факторів, які характеризують динаміку мас-медіа, є політизація суспільства. Саме цим пояснюється той факт, що у певні періоди широкі маси, які спочатку не мають бажання приймати участь в політичному житті, з часом все ж усвідомлюють потребу в систематичному отриманні інформації про політичний процес. Вони потребують усвідомлення актуальності проблем, які не є особистими, а стосуються долі всієї країни. Найчастіше політизація розвивається на тлі невирішених чинною владою питань, що викликає сумніви щодо ефективності поточної політичної програми. Так створюється сприятливе середовище для медіа-діяльності. Ці періоди характеризуються підвищенням впливовості ЗМІ.

Як правильно вказує Ю. Половинчак, «розвиток цифрового суспільства, особливо під впливом поширення технологій Web 2.0 – безкоштовних програмних продуктів, що дають змогу користувачам Інтернету без знання мови HTML створювати, розміщувати й підтримувати контент у Мережі, змінює, у більшому або меншому ступені, всі сфери людської діяльності: політику, економіку, науку та освіту, мистецтво та дозвілля тощо» [125]. В процесі трансформаційних змін, які відбуваються в рамках різних інформаційних та комунікаційних технологій, відбувається «витіснення чи принаймні відтиснення з передових позицій традиційних засобів масової інформації так званими соціальними медіа, до яких, зокрема, відносяться блоги» [125].

У ХХІ столітті така форма політичної комунікації стала найбільш популярним засобом донесення інформації до населення. Вона представляє собою мережевий щоденник, який можуть вести один або декілька авторів, він складається з записів у зворотному хронологічному порядку. Само слово походить від англійського weblog – веб-журнал. За допомогою сервісу блогів можна створити свій онлайн-щоденник, читати та коментувати щоденники інших користувачів, брати участь в спільнотах на цікаві теми та створювати нові спільноти.

Деякі науковці розглядають блогінг як інструмент. Таке трактування досить поширене серед представників педагогічної науки та представників маркетингу та журналістики. Проте, на думку автора роботи, таке розуміння вимагає певного теоретичного переосмислення. Блогінг як інструмент дозволяє суб'єкту вирішувати завдання комунікаційної присутності в просторі блогосфери. В такому розумінні він використовується, наприклад, в педагогічній практиці, де виступає додатковим інструментом, виконує вторинні функції інформування та майданчики для обміну думками.

У випадку з політичною діяльністю, маркетингом, рекламою та зв'язками з громадськістю ситуація принципово інша. Тут блогінг дозволяє досягти першочергових завдань суб'єкта комунікації – це вплив на формування суспільної думки, ціннісні орієнтації та установки індивідів – представників аудиторії блогів. Для вирішення даного завдання застосовується цілий комплекс технік та процедур. Тому в таких сферах, як маркетинг та політичні кампанії, коректніше трактувати блогінг як технологію.

Політичний блогінг здійснює істотний вплив на характер комунікацій в сучасному суспільстві. Спектр напрямків його застосування, набір використовуваних методів та їх результативність варіюються в досить широкому діапазоні. В той же час цілеспрямоване застосування блогінгу як форми політичної комунікації дозволяє істотно збільшити продуктивність інформаційного просування. При цьому, незважаючи на численність публікацій, що стосуються функціонування політичної блогосфери, на сьогодні відсутній верифікований науковим співтовариством концепт, який відображає на теоретичному рівні особливості політичної діяльності акторів в телекомунікаційних мережах. Існуючі теоретичні моделі внутрішньо суперечливі та не завжди коректно пояснюють тренди розвитку політичних процесів у кіберпросторі та особливості взаємозв'язку того, що відбувається в політичній системі суспільства.

Наприклад, в США блоги практично прирівнюються до засобів масової інформації з відповідними повноваженнями та відповідальністю блогерів. Вплив блогосфери також проявляється в тому, що блоги самі почали «створювати» політиків [71]. На сьогодні практичні всі політики використовують свій власний блог, за допомогою якого можна завоювати популярність спочатку серед блогерів, які миттєво поширяють його серед

респондентів. Прикладом можуть бути мікроблоги Д. Трампа та Х.Клінтон, блоги Б. Обама, У. Кларка та Дж. Керрі та ін.

Функціонування блогів передбачає не тільки пасивне споживання представленого в них контенту, але й відповідну політичну дію в формі обговорення. Обговорення – це засіб комбінувати різну інформацію, що дає можливість збільшувати діапазон аргументів для політичного актора, які є необхідними для об'єктивного сприйняття політичної реальності. В цьому відношенні політичні блоги – це не лише форма політичної комунікації, а й інструмент стимулювання в суспільстві політичних процесів. Провідниками інформаційного суспільства є соціальні агенти, до яких відносяться й політичні блогери, які впливають на функціонування інформаційно-політичного поля.

Користувачі телекомунікаційних мереж об'єднуються навколо блогів та будь-яких інших медіа-ресурсів, таким чином утворюючи віртуальні мережеві спільноти. В рамках спільноти блогер виступає в якості неформального лідера, навколо якого об'єднується мережевий соціум. Якщо ж спільнота, яка виникла навколо політичного блогу, не трансформується в майданчик електронної демократії, то стане полем конфронтаційних дій. Творча діяльність блогера є журналістською діяльністю з властивими цій формі комунікаціями, зворотними зв'язками та інтерактивністю.

Політичні блоги сьогодні не тільки мають публічний статус, а й є інструментами публічної політики. При цьому блоги можуть, в залежності від представленого в них контенту, перебувати в діапазоні між *policy* (політикою як програмою дій) та *politics* (політикою як системою поглядів). Політична блогосфера має тенденцію проводити розкол ідеологічних ліній. Крім того, політичні майданчики з збалансованими політичними поглядами зустрічаються досить рідко.

Слід вказати на наявність взаємовідносин сучасних блогосфери та медіасфери. Підтвердженням наявності такого зв'язку є як участь еліти ЗМІ в створенні політичних блогів, так і постійні посилення на блоги в публікаціях традиційних мас-медіа. Більшість ЗМІ створили в он-лайн свої блоги. Такий дискурс обумовлений процесами інституціалізації блогів як повноправних учасників політичного поля. У блогах практично без модерації з боку видавців газет та телерадіостанцій їх співробітники відображають власну думку на події, що відбувається в країні, при цьому, власне мас-медіа? в яких працюють блогери? не несуть відповідальності за зміст цих постів.

Непрямим результатом такого дискурсу є поява нового покоління споживачів медійної продукції, яке має навички, здібності і, перш за все інтерес та ентузіазм, щоб використовувати можливості, що відкриваються за допомогою створення та трансформації контенту.

Важливим є співвідношення політичного дискурсу та блог-дискурсу, який є частиною нових ЗМІ. У політичному блог-дискурсі, представленому політичними оглядачами, більш опосередковано виражений голос політичного інституту або політика, що свідчить про домінування дискурсу мас-медіа над політичним дискурсом у політичному блог-дискурсі. Слід розглянути ознаки політичної комунікації за ступенем їх релевантності для дослідження комунікативно-прагматичних особливостей політичного блог-дискурсу:

– інформативність. Тут слід звернути увагу на перевагу в даному дискурсі цінностей над фактами, оціночного впливу над інформуванням. Критеріями інформативності є небанальність, доречність, адекватність щодо подачі інформації. Політичний дискурс є багатогранним та в залежності від ситуації може бути орієнтований як на інформування, що відрізняється новизною інформації, так і на фатику, для якої важливий не

зміст, а форма подачі. В політичній комунікації головне – не фактична інформація, а збіг інтересів та очікування публіки.

– Смислова невизначеність. Незважаючи на прагнення політичної комунікації до понятійної визначеності, спостерігається тенденція до смислової неточності політичного дискурсу, яка обумовлена деякими факторами, до яких відносяться: семантичні – використання слів з абстрактним або складним значенням, розмитість семантичних меж та відносність позначення; прагматичні – провокування бажаної реакції адресата, маніпуляція свідомістю адресата, уникнення конфліктності та прагнення приховати низьку якість та рівень освіти.

– Динамічність. Виражається в мінливості найбільш актуальної вживаної частини політичної лексики. Це пов'язано з тимчасовим (мінливим) характером політичних цінностей, реалізованих в сконцентрованості політичної комунікації на сучасні проблеми. В мові політики можна розмежувати три рівня лексичних елементів за ступенем їх стабільності існування в політичному дискурсі: «оціночно-нейтральна базова політична термінологія; оціночно-марковані базові політичні терміни з мінливою конотативною зоною; злободенна лексика сьогодення, ключові слова поточного моменту або слова-хронофакти» [165, с. 67–68]. Дана група відноситься до найбільш рухомого шару і є словами, які пов'язані з політичними ініціативами та подіями, гаслами, іменами діючих політиків і т. д.

– Фантомність. Сучасний простір політичних значень характеризується відсутністю реального денотату у більшості знаків політичної мови. Дана ознака пояснюється особливістю аспекту політичних суджень, які неможливо перевірити, підтвердити або спростувати політичним чином. Політичні оглядачі намагаються викрити дані фантоми, розкриваючи їх істинний зміст.

– Фідеїстичність. Вона пов'язана з фантомністю, проявляється в ірраціональності політичної мови та спирається на підсвідомість. Адресати, отримуючи політичну інформацію через групову та масову комунікацію, приймають за реальність так звані фантазії, що передаються комунікативними посередниками, до яких відносяться або самі політики, або журналісти-оглядачі. Під фантазією розуміється те, як інтерпретується інформація, представлена таким чином, що суб'єкт інтерпретації вірить в її справжність, не перевіряє її. Це вказує на особливу роль адресанта, який репрезентує політичні терміни, що впливають на формування політичної свідомості адресатів.

– Дистанційованість. Виявляється в опосередкованому характері комунікації; в фізичному плані – у віддаленому розташуванні влади; в інформаційному – в монополії на інформацію. Однак ЗМІ, як традиційні, так і нові, можуть зменшити дистанцію, відстежуючи кожен крок політиків, чим послаблюють символічність влади.

– Езотеричність. Тільки обрані можуть зрозуміти реальний сенс політичних висловлювань. Однак, оскільки політичний дискурс орієнтований на масову аудиторію, мова позбавляється властивості таємності. Але, з іншого боку, езотеричність виражається не на семантичному рівні, а на прагматичному, проявляючись, наприклад, в замовчуванні або обмеженні інформації з метою політичного самозбереження політика.

– Інституційність. Політичний дискурс здійснюється в політичних інститутах, до яких відносяться парламент, уряд і т. д. Інституційність дискурсу проявляється в наборі типових для політичної сфери ситуацій спілкування, інтенцій та впливових мовних стратегій. На відміну від міжособистісного спілкування, інституційне спілкування є статусно-орієнтованим.

– Театральність. Полягає в тому, що адресат-цільова аудиторія виконує функцію спостерігача, який сприймає політичні баталії в якості якогось театрального дійства. Театральність політичного дискурсу виражається в сюжетно-рольовій включеності та у використанні метафори.

Однак, слід зазначити, що політичний блог характеризується рядом додаткових специфічних саме для цього виду політичного дискурсу ознак, оскільки дискурс політичних блогів орієнтований не тільки на адресата, але й на самих авторів, яким важливо висловитися з приводу тої чи іншої політичної події, тобто, тут також важливий принцип рефлексії. З іншого ж боку, вплив потенціалу на читача також може превалювати, коли мова йде про політичні інтереси та вподобання. Незважаючи на те, що велика частина політичних оглядачів вважає за краще не відносити себе до прихильників тієї чи іншої політичної партії, вони побічно пропагують цього, оцінюючи діяльність політиків, використовуючи певні лексичні, стилістичні та інші прийоми, щоб схилити читача на свою сторону. І саме ці лексико-стилістичні особливості та їх функції представляють особливий інтерес у вивченні політичного блогінгу в аспекті політичного дискурсу.

Можна виділити наступні функції блогів: комунікативна, розважальна, функція мемуарів, поетична, функція самопрезентації, PR-інструмент, функція рефлексії. Безсумнівно, базовою функцією політичних блогів (так само як і всіх інших видів інтернет-комунікації) є комунікативна функція, тому що за допомогою політичних блогів відбувається спілкування користувачів мережі Інтернету. Реалізація комунікативної функції представляється особливо значущою, оскільки політичний блог-дискурс є ефективним засобом встановлення первинного контакту осіб для здійснення цілеспрямованого впливу.

Стосовно політичного блог-дискурсу, то найбільш важливим, з точки зору комунікативно-прагматичного впливу на реципієнтів, є прийом маніфестації блогером власної думки. Політичні блоги мають високий

потенціал впливу, який доводить домінування сугестивної функції над інформативною в політичному дискурсі.

Важливо також зазначити, що, будучи вільним від нав'язування певної ідеології, політичний блог-дискурс, завдяки своїй прагматичної установки, спрямований на зняття двозначності в дискурсі політичних акторів та проясненні сутності певної політичної події, саме тому інформативний, аналітичний, експресивний та оціночний потенціал є таким високим в політичних мережевих щоденниках. В блогах не тільки повідомляється про соціально-політичне явище, але також дається аналіз даної події, висловлюється думка автора блогу та його суб'єктивна оцінка, а адресат, користуючись можливостями інтернет-комунікації, реагує на дану інтерпретацію події. Таким чином, здійснюється зворотний зв'язок.

Відповідно, сугестивна функція, поряд з комунікативною, є макрофункцією по відношенню до наступних комунікативно-прагматичних функцій політичного блог-дискурсу: інформаційно-аналітична – поширення інформації про стан в політичному світі і висловлення своєї точки зору; атрактивна – активізація уваги цільової аудиторії до представленої інформації; контактна – створення та підтримка психологічного контакту з адресатом; експресивно-евалютивна – вираз експресивної оцінки. В рамках даної функції також виділена політико-іміджева підфункція. Важливо відзначити, що реалізація даних функцій не передбачає відокремленості, інколи вони комбінуються, тим самим створюють більш значний комунікативно-прагматичний ефект. У зв'язку з цим лексико-стилістичні засоби можуть одночасно виконувати кілька функцій.

Однією з основних функцій політичного блог-дискурсу є інформаційно-аналітична, тому що вона пов'язана з поширенням політичної інформації, яка може бути передана блогером експліцитно (відкрито, безпосередньо) та імпліцитно (неявно). «При цьому автори

політичних блогів найчастіше схильні до постулювання своїх поглядів через призму певних політичних подій за допомогою емотивно-забарвлених ключових слів, які впливають на підсвідомість адресата» [207].

В назвах політичних блогів часто зустрічається слово «думка», що вказує на ще одне важливе призначення блогів – вираз особистої позиції авторів. Отже, блог, за своєю природою, є особливим видом креолізованого тексту, що поєднує в собі два негомогенних фактори – вербальний (мовний) та невербальний (належить іншим знаковим системам).

У мережевих щоденниках з політичним контентом використовується широкий спектр засобів переконання, включаючи картинку, звук та мультимедіа. В деяких політичних блогах використовують тільки фотографії без тексту, спонукаючи читача самостійно зробити висновки в коментарях, що сприяє реалізації інформаційно-аналітичної функції. Аналітичність блогів становить найбільший прагматичний потенціал, тому що відображає суб'єктивну думку автора, яка виражається за допомогою особливого відбору лексико-стилістичних засобів.

Таким чином, репрезентація інформаційно-аналітичної функції в контексті політичних блогів реалізується шляхом використання лексичних новоутворень, переважно скорочень, стилістичних лексичних засобів, зокрема стертих метафор, метонімії, образних порівнянь, фразеологізмів, алюзії та синтаксичних стилістичних засобів, які найбільшою кількістю представлені повторами та риторичними питаннями, що акцентують увагу цільової аудиторії на найбільш важливих політичних темах.

Важливим фактором, що забезпечує успішність комунікативного акту, є встановлення контакту з читачем. Незважаючи на те, що багато вчених трактують контактну функцію як вторинну, похідну від

комунікативної, дана функція особливо актуальна, коли мова йде про політичні блоги, які відрізняються високим ступенем прагматичності. Ця функція супроводжує інформаційну функцію та сприяє продовженню або перериванню комунікації.

В реалізації комунікативних та прагматичних завдань політичного блог-дискурсу встановлення контакту з адресатом є істотним моментом, що призводить до активізації уваги до вказаної теми та досягненні прагматичної мети. Для досягнення ефекту більш конструктивного комунікативно-прагматичного впливу блогер прагне до створення спільності з читачами на основі індивідуально-емоційних відносин, що сприяють встановленню психологічного контакту з цільовою аудиторією, який згодом впливає на формування в них оцінок та загальних поглядів, подібних до автору блогу. Найбільш яскравим контактним потенціалом в блогах є фрагменти постів з використанням неформального реєстру мовного спілкування та лексичних одиниць, що відтворюють ефект усної комунікації. Тобто, блогер знаходиться в постійному творчому пошуку, адаптуючись до мовних смаків потенційного читача, що безпосередньо відбивається в поліжанровій характеристиці політичного блог-дискурсу. Дана функція в політичному блог-дискурсі реалізується за рахунок використання звернень, неологізмів (переважно скорочень), іронії та риторичних запитань, що володіють високим ступенем прагматичної валідності, що сприяє зближенню учасників комунікації та подальшого створення ефекту причетності до політичних подій, які хвилюють автора.

Атрактивна функція є істотним чинником ефективного мовного впливу. Автори публікацій завжди бажають зробити їх більш помітними та привабливими і тут в якості допомоги виступають мовні засоби, які характеризуються такою рисою як атрактивність. Звідси й вибір допоміжних засобів мови, які поряд з візуальними засобами залучення уваги (малюнки, фотографії, відео-ролики), прикрашають матеріал.

Атрактивна функція політичного блог-дискурсу успішно реалізується, якщо досягнуто залучення уваги аудиторії за допомогою вдало підібраних мовних засобів та зручною розкладкою інформації, що полегшує перегляд записів, викладених в блозі.

Характерною особливістю політичного блог-дискурсу є змішування жанрів, об'єднаних загальним принципом чергування експресивних та інформативних елементів. Вираз експресії та оцінки в тексті здійснюється за допомогою різних стилістичних прийомів та оціночної лексики, тому що саме вони висловлюють емоційний стан адресанта, його суб'єктивне ставлення до тих чи інших подій та реалій. Мовна експресія володіє значними ресурсами впливу тому, що спрямована на досягнення прагматичного ефекту за допомогою особливих мовних засобів та прийомів.

В даному випадку особливого значення набуває такий компонент експресії як оцінка. Аналіз показує наявність евалютивності та експресії в переважній більшості українських блогів. Оцінка політичних подій та дій є значною частиною політичного блог-дискурсу, вона відображає позитивні та негативні реалії політичного життя країни. В свою чергу, оціночну експресію можна вважати однією з форм взаємодії автора з читачем. Адже оцінка відноситься до найважливіших результатів розумових процесів, що беруть участь в сприйнятті та категоризації подій. А потреба у вираженні оцінки тих чи інших дій є, певною мірою, однією з причин формування політичного блог-дискурсу. Оціночний компонент представлений в політичному блог-дискурсі опозицією «поганий – хороший» та формується в залежності від комунікативної установки і інтенцій блогера.

Реалізація експресивно-евалютивної функції в контексті політичних блогів здійснюється за допомогою лексичних та стилістичних засобів, комунікативно-прагматичний потенціал яких репрезентується в наявності конотативної складової (переважно, негативного характеру).

З огляду на значний вплив політичних блогів на формування іміджу політика або політичної партії, в рамках аналізу експресивно-евалюативної функції слід згадати політико-іміджеву функцію, яка в цілому пов'язана з усіма вищезгаданими функціями політичного блог-дискурсу, але має більш тісне відношення до експресивно евалюативної функції.

Політико-іміджева функція є однією з найважливіших функцій, що реалізується в рамках медіатекстів в цілому, і в політичному блог-дискурсі, зокрема. Поняття політичного іміджу в контексті нашого дослідження трактується як комбінація емоційно-забарвлених уявлень про якості кого-небудь або чого-небудь, що впроваджується в масову свідомість, для здійснення впливу на поведінку людей. Імідж є ефективним елементом прагматичного впливу, який покликаний або посилити позиції політичного актора, або, навпаки, послабити його. Роль політичних блогів при формуванні іміджу політика, партії чи навіть країни на світовій арені безпосередньо пов'язана з інструментарієм, яким блогери користуються для впливу на суспільну свідомість. Політичний блог-дискурс, зачіпаючи актуальні політичні проблеми, сприяє формуванню, підтримці та корекції як позитивного, так і негативного уявлення про суб'єкта політики. Таким чином, реалізація політико-іміджевої функції в політичному блог-дискурсі здійснюється в контексті використання різних лексико-стилістичних засобів, що впливають на формування образу політика або партії на політичній арені.

Дослідження комунікативно-прагматичних особливостей політичного блог-дискурсу дозволило прийти до висновку, що політичні блоги, корелюючи з іншими засобами масової інформації, виконують суміжні функції, але при цьому відрізняються своєю специфічною спрямованістю. Відповідно до проведеного теоретико-практичного аналізу, найбільш важливими функціями політичного блог-дискурсу є комунікативна та сугестивна, є макрофункції по відношенню до функцій,

виявлених в умовах контексту на підставі їх репрезентування: інформаційно-аналітична; атрактивна; контактна; експресивно-еволютивна.

В умовах, коли в більшості країн світу триває концентрація власності на ЗМІ, важливо оцінити детермінанти щодо розвитку мережі Інтернет як нового середовища політичного самовираження та організації колективної політичної дії. Інституційні тенденції комерціалізації спостерігаються й в телекомунікаційних мережах, однак їх масштаб не дозволяє окремим акторам (або ж групі акторів) здійснювати контроль над потоками політичної комунікації. Це стосується саме інституційних рамок нових технологій, а не технічних факторів. Слід також зазначити, що й саме розуміння ЗМІ дуже змінилося за останній час, саме завдяки блогам. В даний час серед представників владних структур спостерігається недостатнє розуміння специфіки мережевої взаємодії та принципів будування взаємин з мережами громадських об'єднань. Подібна ситуація, зокрема, є результатом відсутності повноцінної системи моніторингу діяльності органів влади з боку суспільства та різних спільнот і, як наслідок, прогнозування їх розвитку. Даний факт знаходить своє відображення в низькій ефективності використовуваних владними структурами механізмів взаємодії, наприклад, з мережами громадських об'єднань та авторами популярних політичних блогів.

В Україні органи влади не завжди ведуть власні блоги, в яких відповідальні посадові особи взаємодіють з населенням, що порушує сам принцип функціонування ефективних політичних мереж за участю держави та громадян. При цьому не всі медіа, в тому числі й мережеві можна вважати політичними.

Відносно блогів, слід враховувати індивідуальні чинники, зокрема, зміну інформаційних потреб особистості в сучасних умовах. Індивідуальні схильності до споживання інформаційних ресурсів, здатність осмислення

отриманої інформації та спонукання до розширення політичного кругозору сприяють регулярному користуванню матеріалами з політичної блогосфери. Саме тому актуальною є ідея безперервної освіти з використанням можливостей телекомунікаційних мереж, як засобу подолання соціальних та освітніх проблем за допомогою навчання та саморозвитку на протязі всього життя.

Політичні блоги відображають практично всі існуючі в онлайні погляди та політико-ідеологічні платформи. Блогосфера відрізняється від традиційних медіа, але межа між виробниками контенту та його споживачами розмивається. Крім того веб-технології розвиваються швидкими темпами, тим самим сприяючи зниженню комунікативних витрат, а це дає можливість вести мову про розвиток раціонального самоврядування в діяльності віртуальних мережесих спільнот, які утворюються навколо блогів.

Блог є носієм самої актуальної інформації. Сьогодні найбільш популярні україномовні блоги, які читають більше 200 тисяч читачів. Олег Пономарь, Андрій Цаплієнко та Анатолій Шарій займають перші місця у рейтингу найбільш популярних українських блогерів у Facebook в 2017 році. Еспресо.TV з допомогою сервісу Microtargeting, який використовує технології Big Data, аналізуючи український сегмент Facebook, склав рейтинг топ-аккаунтів українських лайфстайл-блогерів в соціальній мережі [151].

Лідерами серед політичних блогерів в українському Facebook на кінець 2018 року є Олег Пономарь (блогер, аналітик 174 257 п.), військовий журналіст Андрій Цаплієнко (74 656), скандальний відео-блогер Анатолій Шарій (302 205), блогер Ольга Шарій (дружина Анатолія Шарія 93 251) та журналіст Денис Казанський (77 966).

Тобто, тема, на яку було написано пост у найбільш популярних блогах, має шанс бути розтиражованою в блогах їх читачів і, отже, досягти

близько 75 % користувачів мережі. Але блогосфера розвивається стихійно. Відсутність цензури та будь-яких формальних принципів, правил, субординації роблять її потужною силою, здатною конкурувати зі звичайними засобами масової інформації, в яких ієрархічність (читач-журналіст-редактор) залежність від державних або бізнес інститутів, має складний устрій та внутрішню структуру, власні кодекси законів, які є перешкодами для подальшого розвитку.

Сьогодні ЗМІ не можуть наздогнати блоги через максимально зручну систему публікацій постів та поширення інформації на необмежену аудиторію. Інформація в ЗМІ з'являється пізніше, ніж інформація про якусь подію, яка з'явилася у блозі. І лише деяка частина громадян країни дізнаються про цю подію з ранкових новин. Наприклад, за час конфлікту в Україні люди звикли отримувати оперативну інформацію від перших осіб держави – із блогів П. Порошенка (<https://twitter.com/poroshenko>), А. Авакова (<https://www.facebook.com/arsen.avakov.1>) та ін. В своїх публікаціях вони демонструють демократичність влади, відповідність цінностям Майдану і створюють ілюзію близькості до народу. На цих прикладах можна побачити, що блоги політиків сприяють не тільки пропаганді політичних ідей, а й надають інформацію населенню про актуальні події (найчастіше в режимі он-лайн).

Важливою ознакою переваги блогів є незалежність від ЗМІ. В даному випадку інформація виходить практично з першоджерел, часто від безпосередніх очевидців подій, відсутня редактора та тимчасові та географічні кордони. Це допомагає суспільству бачити події очима їх безпосередніх учасників або максимально близьких до них осіб. Люди переглядають різні блоги від державних діячів, читають їх думки, аналізують факти та події з різних позицій та мають можливість сформулювати власну думку. Традиційні ЗМІ сьогодні не здатні на сьогодні надати своїй аудиторії таку можливість. Наприклад, таким чином

А. Навальний поширював та збирав інформацію, шукав однодумців, координував їх зусилля. Він знайомив публіку зі своєю ініціативою – входженням до акціонерів великих державних компаній та розкриттям різних фактів їх діяльності. Автор використав для публікації нової та актуальної інформації свої блоги через відсутність вільного доступу до ЗМІ в сучасній Росії. Знайдений А. Навальним компромат не мав шансів на публікацію в офіційній пресі. Тобто, соціальні мережі допомагають надавати суспільству більш-менш правдиву інформацію, не оброблену та не змінену офіційною пропагандою.

Наприклад, колишній президент США Б. Обама активно спілкувався з громадянами за допомогою даної форми комунікації. У 2008 році в президентській кампанії він ефективно використовував свій блог, відеоканал на YouTube та соціальну мережу Facebook для залучення та консолідації потрібного йому електорату, який підтримує його в своїх ідеях. На даний момент Б. Обама продовжує своє спілкування з громадянами через Twitter (<https://twitter.com/barackobama>).

Ще однією перевагою таких медіа є відсутність жорстких рамок на публікації. У ЗМІ є певні стандарти для написання статей, цензура, коло питань, які заборонені до друку. У блозі автор може писати практично на будь-яку тему. Найчастіше блогери обирають ті теми для обговорення, які традиційні ЗМІ не публікують, і висвітлюють такі факти, які ЗМІ воліють обходити мовчанням, посилаючись на інші критерії значимості події. Автори блогів висловлюють свої позиції на якийсь факти чи події в різних форматах, а це в багатьох випадках сприяє залученню великої кількості читачів до активного обговорення даної події. В цьому випадку новина, іноді навіть не найважливіша, стає актуальною та цікавою. Найяскравішими перевагами блогів перед ЗМІ є безкоштовність користування блогами та численність кореспондентів. Жодне видання не зможе підтримувати таку кількість авторів, тому більшість читачів

обирають блоги, як можливість отримати різнобічну інформацію. Безкоштовне користування дозволяє людям читати та писати пости скільки завгодно і коли завгодно.

Політики стали все частіше використовувати в своїй роботі блоги та соціальні мережі. Можна сказати, що блогінг в наш час відіграє величезну роль в спілкуванні влади та суспільства. Традиційні ЗМІ спрямовані лише на донесення інформації до жителів країни, а не на їх взаємодію. В наші дні блоги розглядаються як потужне джерело новин, інформації та засіб вираження суспільної думки. На сучасному етапі будь-яка виборча кампанія не функціонує без залучення блогерів для створення потрібного політичного іміджу, а так само з метою відбору електорату. Блоги сприяють згуртуванню суспільства, відповідних спільнот зі спільним інтересом або ідеєю. Їх використання дозволяє швидко створити нові соціальні мережі – спільноти за інтересами, симпатіями або захопленням.

Коли мова йде про корпоративні політичні блоги, то тут слід враховувати, що це блог партії або громадської організації, політичного руху, які використовуються для вирішення ряду PR-задач. Такі блоги вирішують досить багато завдань щодо політичного іміджмейкінгу та репутаційного менеджменту щодо формування системи двосторонньої комунікації; можливість гнучкої та оперативної реакції на зміни інформаційного політичного простору; можливість політичної сили керувати витоками інсайдерської інформації; дезінформація політичних конкурентів та створення взаємин між частинами соціальних мереж та звичайними ЗМІ.

Слід відзначити, що поки далеко не всі ставляться до корпоративних політичних блогів, як до високоефективного інструменту комунікацій у політичній сфері. Для політика, особливо в переломні та кризові моменти, до яких належать й вибори, імідж та репутація є

важливими складовими успіху на політичній арені. Імідж та репутація політика – його головний капітал, який зможе перекрити дії недоброзичливців та ворогів. Тому завдання вибудовування, підтримування та захист іміджу – є одним з найважливіших питань, як для самого політика, так й для команди, яка займається його інформаційним забезпеченням його. Це відноситься й до політичних партій, депутатських фракцій або нечисленних громадських організацій, які планують висування свого кандидата на найближчих виборах. В усіх цих групах ключові цінності є віртуальними та розташовуються в інформаційному просторі. Тому блогосфера є одним з найпотужніших інформаційних інструментів сучасної політичної діяльності і незамінним, оперативним та досить економним засобом управління політичним капіталом. І з часом, кількість блогерів та користувачів інших соціальних систем та мереж, соціальних закладок, сервісів зберігання текстів, фотохостингів, місць для розміщення відеофайлів та ін. – буде постійно зростати.

Тому слід використовувати термін «політичний корпоративний блогінг», оскільки публічний блог політика повною мірою відповідає ознакам властивих корпоративному блогу. Політичний корпоративний блог – це платформа, на якій можна робити неформальні заяви, здатні активно вплинути на думку учасників ринку та все ділове оточення компанії. Це інструмент інформаційної війни, що забезпечує можливість відкрито оприлюднити неофіційну інформацію, яка є важливою для іміджу політичної компанії.

Крім того, політичний корпоративний блог може бути клонований на безліч Інтернет-майданчиків, інколи в автоматичному режимі. Це дозволяє йому брати участь в подоланні інформаційної блокади, яку в разі розвитку політичного конфлікту державні органи можуть встановлювати для традиційних ЗМІ. Такий розподіл інформаційної атаки, який можна

організувати в блогосфері, дає можливість справлятися з хакерськими засобами та атаками.

Політичний корпоративний блог дуже ефективним при використанні його разом з так званими «бойовими блогами» – блогами, які зовні є самостійними і не мають відношення з політичною силою та замасковані під блоги звичайних людей, але створені за рішенням керівництва політичної сили та проводять в життя його волю. Тут можна робити «випадкові витoki інформації», наприклад, про нові політичні події тощо.

Можливість реального та живого інтерактивного зв'язку є дуже важливою у політиці не тільки для формування свого позитивного образу, а й для його оперативної корекції. І тут блог надає такий простір в діях, які не зможе надати жоден інший засіб комунікації.

Можливість отримання дуже швидкого відгуку на інформаційні вкидання відкриває важливу функцію корпоративного блогу – дослідницьку. Блог, за рахунок особливостей свого устрою, дозволяє швидко виявити цільову аудиторію та запросити її до діалогу, не викликаючи негативу до себе. При цьому, розв'язаною дискусією можна управляти в дуже широкому діапазоні: від чесної некерованої бесіди, до вкидання потрібних фактів та думок, імітації спору за допомогою власних віртуальних персонажів, або технічного блокування діяльності неугодних коментаторів. Соціологічні зрізи, спостереження за матеріалами суперників, фокус-групи – це можливість побачити реальні настрої аудиторій та стан інформаційного простору, спланувати потрібні дії і вчасно та помітити наближення небезпеки.

Політичний корпоративний блог істотно розширює можливості команди політика в зондуванні масової свідомості та дозволяє отримувати цілком достовірну інформацію про зміни у відношенні людей до діяльності та особистості політичної фігури. Для того, щоб обробляти інформацію,

яка надходить, не потрібна велика кількість людей, достатньо однієї людини, яка аналізує цю інформацію та складає звіт.

Допоміжним інструментом тут є Інтернет-форуми, які виникли раніше блогів і тому більш відомі. З форумів нескладно перетягнути користувачів до блогів, лише надав їм гіперпосилання та забезпечивши її поясненнями.

Політичний корпоративний блог – це і є власне ЗМІ, і джерело інформації для традиційних інформаційних ресурсів – газет та телебачення. Тим більше, що зараз є можливість на базі блогу розгорнути й повноцінний Інтернет-сайт з сучасним дизайном, в якому практично неможливо розпізнати блог за зовнішніми ознаками. Загалом, термін «блогінг» виник як відображення нової якості комунікаційного середовища. Він застосовується в якості засобу-технології щодо здійснення різного рівня впливу. Метою є просування об'єкту впливу. У цьому сенсі він цілком відповідає визначенню комунікативної технології – системно організованої, що спирається на програму (план) сукупності операцій, структур та процедур, які, на думку Д. Гавра, «забезпечують досягнення мети суб'єкта за допомогою керованої комунікації» [25, с. 33].

Відомо, що нові засоби передачі інформації набагато доступніші, якщо їх порівнювати зі звичайними ЗМІ: вони дозволяють передавати її оперативніше, детальніше сегментувати аудиторію та т. п. Логічним наслідком такої специфіки блогінгу стало його активне застосування практично всюди. В рамках такої комунікації політичні блогери виконують три важливі функції: по-перше, передають політичне повідомлення; по-друге, забезпечують його значимість за допомогою власної репутації та відносин довіри всередині політичної сили; по-третє, перетворюють його, відповідно до норм та очікувань електорату.

Перетворена інформація отримала назву «UGC («user generated content»)) і є конгломератом особистої та громадської інформації.

Блогінг як політична технологія також активно застосовується в рамках взаємодії з суспільством. Даний феномен отримав назву BMPR (blog-mediated public relations). Його ключова особливість – відносно просте ініціювання та підтримка відносин з громадськістю. Важливими чинниками ефективності BMPR є визначена структура публікацій. Вони мають форму діалогу і характеризуються довірою та активністю взаємодії.

Двосторонній симетричний характер комунікації в блогосфері є однією з важливим умов щодо підтримки відносин з цільовою аудиторією. При цьому блогери можуть виступати своєрідною фокус-групою, яка дає можливість оффлайн-комунікаціям бути більш релевантними.

Політичний діалог сприяє розширенню аудиторії, підтримці її представниками відчуття значущості, дозволяє краще розуміти мотивацію зацікавлених осіб. Таким чином, застосування політичного блогінгу як комунікативної технології в даному напрямку має два боки: першим його завданням є поширення інформації, другим – моніторинг політичної ситуації і зниження репутаційних ризиків для політичної сили.

Блогінг в рамках цілей PR-комунікації має як певні переваги, так і деякі обмеження. До переваг відноситься практична корисність при проведенні політичних досліджень, створенні повідомлень, а також закладений в ньому механізм переконання. До обмежень слід віднести репутаційні ризики, що виникають при веденні політичного блогу, а також, в цілому, перебільшення ролі блогінгу як інструменту PR (так, певні обмеження накладає специфіка аудиторії блогів). В даному контексті можна провести аналогію між блогами та кабельним телебаченням. Вони надають PR-фахівцям доступ до однорідних співтовариств. В результаті блоги залучають аудиторію, яка або вже поділяє погляди організації, або опонує їм.

В рамках вивчення впливу блогінгу на політичну комунікацію, причин та наслідків перетворень медіатизованої публічної сфери дослідники, як правило, фокусуються на трьох фундаментальних компонентах такої зміни: технологіях (феномен медіаконвергенції), нових формах комунікацій та особливості їх аудиторії. Блоги надають особам, які володіють мінімальними ресурсами присутності в інформаційному політичному просторі, відносно простий спосіб викласти свою позицію. І одним з головних позитивних моментів є мінімізація зовнішнього по відношенню до автора контролю над контентом.

Як результат, контент політичних блогів виявляє схожі риси з UGC в маркетингу. Блогінг в політичній сфері виконує дві функції – ресурс самопрезентації та інструмент полеміки, коли блогер залучає аудиторію до дискусії з політичної проблеми; при цьому межі між обома функціями досить розмиті. Тому можна сказати, що політичні блоги використовуються переважно для висловлення власної думки з політичних питань, а також для надання читачам нових джерел інформації.

Іншими словами, основні завдання блогерів, які пишуть на політичні теми, полягають у тому, щоб повідомити аудиторії нову інформацію та переконати її в правильності представленої позиції. Інколи їх діяльність націлена на мобілізацію політичної участі аудиторії, при цьому вона переважно спрямована проти домінуючих медіа та політичних лідерів. ЗМІ ведуть безперервний моніторинг.

Активний розвиток нових технологій комунікації змушує представників політичної еліти широко застосовувати їх у боротьбі за владу, для впливу на суспільство. Останнє часто досягається шляхом створення інформаційних приводів, які використовуються в кулуарній боротьбі між конкуруючими групами всередині еліти. Крім того, блоги використовуються в якості механізму інтерактивного зв'язку: вони дозволяють оперативно з'ясувати реакцію аудиторії та будь-які ініціативи

влади, поточні події. Вони мають змогу активно діяти в період важливих політичних подій, наприклад, виборів. Тобто, блогінг в сфері політики виступає як носій відносно незалежної інформації, представляє її аналіз та інтерпретацію, причому як з розглянутих, так й ігнорованих традиційними ЗМІ тем.

Важливо, що різні сегменти аудиторії політичних блогів віддають перевагу саме тому контенту, який відповідає їхнім поглядам: вони найчастіше шукають аргументи, з якими заздалегідь будуть згодні. В результаті формуються гомогенні спільноти (в даному випадку доречно згадати аналогію М. Кента з кабельним телебаченням), поляризовані за ідеологічною ознакою. Нарешті, емпіричні дослідження блогосфери підтверджують, що політичний дискурс тут відрізняється високим ступенем упередженості: багато повідомлень містять більш різкі думки, ніж очікувалося в разі безпосереднього спілкування, а контент носить зневажливий по відношенню до опонентів характер.

В даному контексті зазначимо суперечливий вплив блогінгу на сферу політичних ЗМІ. З однієї сторони він сприяє розширенню кількості її активних учасників та надає доступ до різних інтерпретацій політичного життя. З іншої сторони – розподіл посилань та трафіку в блогосфері досить сильно зміщується за рахунок невеликої кількості блогерів, а можливостями для вивчення конкуруючих доводів користується дуже невелика частина аудиторії блогосфери.

Таким чином, блогінг можна розглядати як вид діяльності, інструмент та комунікативну технологію. Відмінності між ними обумовлені не тільки набором методів або технік, які застосовують учасники блогосфери, а й, в першу чергу, їх цілями та завданнями. Такий засіб може застосовуватися для вираження думки щодо будь-якої теми, події політичного життя або суб'єкта політичного процесу, залучення до нього або звернення уваги інших учасників блогосфери, інформаційної

присутності в просторі блогосфери, іміджевого позиціонування, а також комунікаційної взаємодії з аудиторією.

Блогінг як комунікативна технологія володіє відповідними універсальними характеристиками. Серед переваг можна виділити: доступність; швидкість передачі інформації, створення інформаційних приводів; широкі можливості щодо детальної сегментації аудиторії; ефективність як засіб інтерактивного зв'язку. До недоліків слід віднести низький потенціал прямого просування інформації, а також обмежений вплив на зміну уподобань аудиторії завдяки високій сегментованості блогосфери.

Необхідно зауважити, що роль мережі Інтернет в збільшенні політичних властивостей та якостей політичних процесів обумовлена сутнісними особливостями цього середовища: її високим рівнем комунікативності (частково завдяки відносинам між суб'єктами та об'єктами в процесі обміну інформацією); інтерактивністю (залученістю суб'єкта до дії); гіпертекстуальністю (наприклад, можливістю створення необхідної БД в рамках одного комп'ютерного екрану); швидкістю інформаційного обміну; мінімізацією впливу просторово-часового фактору.

Поєднання цих властивостей середовища з методами оффлайнного інформаційного впливу надає нові можливості для політичної трансформації інформаційного простору, тому що щільність простору залежить від обсягу інформації та інтенсивності обміну інформацією між усіма його учасниками. Це простір (політичний сегмент Мережі) вимірюється кількістю та якістю політичного контенту, кількістю людей, які користуються цим.

Блог в політичних мережевих комунікаціях одночасно виконує як інформаційну функцію (генерування контенту та впорядкування

інформації в мережі Інтернет), так і деякі інші функції (комунікативну, консолідуючу та ін.).

Блог є випробувальною платформою для здійснення політичних маніпуляцій або для перевірки певних ідей та концепцій. Інколи він є альтернативним майданчиком для вираження опозиційної думки, коли практично всі інші види медіа стають недоступними для опозиції.

До виключно політичних функцій блогів відносяться такі: політико-мобілізаційна функція (яка включає в себе й консолідацію або організацію потрібного електорату, проведення флеш-мобів, різноманітних політичних акцій); політико-іміджеву та політико-рекламну функції, а також функцію політичної соціалізації електорату.

Необхідно зауважити, що зараз блоги стали також цензорами традиційних медіа. Велика частина контенту політичних блогів є результатом моніторингу того ж медійного простору. Політично значуща подія для блогера – інколи це те, що відбувається в самих медіа, а не в позамедійній реальності. Крім того, блогери можуть обирати для обговорення ті новини, які не публікуються традиційними ЗМІ, і висвітлювати ті історії, які традиційні ЗМІ воліють обходити мовчанням, керуючись іншими критеріями значущості події.

Блоги відомих політиків впливають на створення порядку денного політичного життя. Їх реальна цільова група – це не лише вікова група до 35 років, а й журналісти та професійні оглядачі (лідери думок у ЗМІ). Таким чином, у політичних блогів є перспективне майбутнє, і не стільки з електоральної позиції, а й з позицій формування та контролю політичного діалогу в суспільстві.

Блоги змінили функціонування політичних позицій у публічному просторі. В нових медіа політичний успіх може бути демістифікованим, зведеним до простих раціональних правил: демократія – це політична

конкуренція позицій в ході раціональної дискусії, в якій завжди повинен бути той, хто програв.

Блог можна розглядати як особистий політичний простір (зручну комунікативну платформу), з якої можна вести практично будь-яку дискусію на цікаву для політика тему, чого неможливо зробити в рамках офіційних мітингів або зустрічей з виборцями. При цьому, межі між особистим та суспільним у блозі є досить розмитими, що допомагає створювати ілюзію довірчого та відкритого обговорення проблем сьогодення з суспільством, роблячи його причетним до прийняття політично важливих рішень та підвищуючи рівень довіри виборців в цілому.

В блогосфері на перший план виходить ціннісний аспект в обговоренні політичних подій. Боротьба цінностей, які визначають політичну позицію, стає в блогах інколи важливішею, ніж боротьба аргументів. Факти подаються скрізь призму цінностей. Політика виступає, перш за все, як зіткнення ціннісних позицій, в якій супротивник не завжди має бути переможеним.

З появою блогів саме контент, тобто зміст веб-сторінки, а не її зовнішня сторона є найбільш важливим як для блогерів, так і для їх читачів. За останні роки блоги, поряд з форумами, стали впливовим інформаційним явищем й серед сучасних медіа. Вони розглядаються як потужні альтернативні та незалежні джерела новин та як практично безцензурний засіб вираження громадської думки, а в політиці практично жодна велика виборча кампанія (наприклад, в США) не обходиться сьогодні без залучення блогерів та блогів.

Для найбільш повного розуміння сутнісної картини блогу, нам представляється важливим розгляд їх класифікації. Дослідники і журналісти пропонують різні варіанти типології блогів, засновані на жанровому, технологічному та інших принципах. Відома дослідниця

мережевих щоденників Р. Блад виділяє три базові типи блогів: «фільтри», в яких автор більшою мірою описує події в світі і в Інтернет-середовищі; персональні журнали з переважанням особистих думок і переживань автора; щоденники, що поєднують в собі характеристики попередніх двох видів [184, с. 122].

Інша типологія блогів представлена С. Крішнамурті, який виділяє 4 різновиди блогів: – на підставі критерію змісту: внутрішній і зовнішній; – на підставі критерію приналежності: індивідуальний і суспільний [202, с. 40].

Зараз можна виділити таку класифікацію мережевих щоденників, засновану на типі інформаційних матеріалів: «блоги, які мають особистий характер заміток на відміну від ЗМІ; блоги, які характеризуються експертним характером заміток в певній галузі знання; мережеві щоденники, які спеціалізуються на відборі матеріалів, опублікованих в ЗМІ; блоги, які інтерпретують та оцінюють чужі статті з різною тематикою. Для українського сегменту мережі більш характерними є блоги, які потрапляють в групу відбору матеріалів, опублікованих в ЗМІ.

За авторським складом блоги можуть бути особистими та груповими. У зв'язку з тим, що для нашої роботи актуальними є структура і характер політичного сегменту Інтернет-комунікації, важливо виділити наступну класифікацію ресурсів з цієї сфери: сайти політичних партій; сайти органів державної влади; сайти громадських організацій; сайти традиційних ЗМІ та власних інформаційних ресурсів Інтернету; сайти дослідних політологічних організацій, інститутів і лабораторій; персональні сайти політиків; персональні сайти та блоги політичних активістів; сервери, що надають послуги з розміщення блогів, чатів, форумів та телеконференцій.

Аналіз робіт, присвячених характеристиці блогів, дозволив виділити наступні структурні особливості мережевих щоденників:

застосування різних засобів впливу на читача – від видавничих (шрифт, верстка) та літературних (стиль) до комп'ютерних (аудіо, звук); дисперсність структури: інформація представлена у вигляді коротких фрагментів, в яких може міститися початок роздумів автора з якої-небудь теми; розстановка змісту у вигляді інформаційних вузлів, які можуть бути згруповані відповідно до визначеної тематики; можливість одночасного спілкування великої кількості людей, які перебувають в різних частинах світу; інтерактивність екранного кадру – можливість вступити в листування з автором, взяти участь в опитуванні і т. д.; доступність та актуальність інформації, що означає, що записи (пости) додаються з часом на тему, яка є важливою для теперішнього часу, і будь-яка людина, що має доступ в Інтернет, може прочитати їх; оперативність доставки матеріалів: інформація розміщується на сайті блогера миттєво; універсальність і необмеженість даних: здатність сайту містити інформацію різних форматів – від тексту, графіки та фото до відео і звуку; відсутність географічної залежності, незалежність від часу та часових поясів, що дає можливість перебувати в курсі подій в будь-який час і в будь-якому місці; гіпертекстовість, що дозволяє користувачеві швидко переміщатися з одного сайту на інший; доступність всіх текстів (постів) відразу, тобто при відкритті сторінки блогера, відкривається доступ до практично всіх постів, чий заголовок та перші рядки даються на першій сторінці; вимірність, що допускає можливість оцінки рейтингу того чи іншого автора: дозволяє автору визначити ступінь популярності свого поста, а читачеві - відчувати себе інтегрованим в процеси, що відбуваються в суспільстві; порівняно невеликий обсяг матеріалів, що сприяє меншому стомленню при читанні з екрану та мотивованість читача на те, щоб переглянути цей пост; використання в кадрі різних статичних рекламних матеріалів, що функціонують разом з головною інформацією.

Детальніше доцільно зупинитися на таких особливостях блог-дискурсу, як гіпертекстуальність, мультимедійність та інтерактивність. Ці параметри важливі тому, що вони визначають сутність та переваги блогів (мережевих щоденників), в порівнянні з традиційними ЗМІ.

Гіпертекстуальність блогів є однією з основних відмінних властивостей Інтернет-дискурсу в загальному та мережевих щоденників, зокрема. Існують різні інтерпретації цього поняття. Деякі вчені розглядають гіпертекст як «уявлення текстової інформації як мережі, в якій читачі отримують свободу переміщення нелінійним чином. Д. Конклін визначає гіпертекст як «механізм, що полягає в можливості зв'язати уривки тексту, переходити від одного до іншого» [192, с. 19]; Р. Потапова інтерпретує його як «адекватний засіб для співставлення, уявлення у взаємозв'язку змісту, який створюється різними людьми» [128, с. 46]. На думку О. Шликової, гіпертекст – це «нелінійна форма запису текстової інформації з позначенням посилань на фрагменти тексту будь-якого документа, що знаходиться в автоматизованій інформаційній системі, і можливістю швидкого переходу до цих фрагментів» [171, с. 81–82].

Гіпертекст представляється як нелінійний текст або документ, що має посилання на інші документи. Головною перевагою гіпертексту є те, що читачеві варто всього лише натиснути курсором на гіперпосилання, щоб потрібна інформація з'явилася на моніторі. Завдяки гіпертексту комунікація перестає бути послідовною і стає одночасною, тобто учасники комунікації можуть перебувати одночасно в декількох сферах, які можуть бути пов'язані, але це відбувається не завжди.

Таким чином, гіперпосилання структурують інформацію взаємопов'язаних і в той же час незалежних блоків. А гіпертекст в цілому надає авторам блогів можливість створення логічних, образно-емоційних і асоціативних зв'язків. В результаті автори мережевих щоденників легко

підбирають необхідні аргументи та логічні демонстрації. Їм лише варто дати гіперпосилання, не обтяжуючи себе в приведенні вагомому аргументу.

Мультимедійність блогів є проявом глобальних властивостей. Мета тексту може характеризуватися як вид комп'ютерної технології, що поєднує в собі як «статичну інформацію (текст, графіку), так і динамічну (відеофрагменти, мова, анімація)» [171, с. 14]. Подібна властивість дозволяє автору блогу одночасно впливати на декілька каналів людського сприйняття. Це означає, що «користувач працює з декількома файлами, що мають різну природу - текстом, промовою, зображеннями (як статичними, так і динамічними), звуком, мелодією» [103, с. 75]. З точки зору функціональності, такі переваги використовуються блогерами для каналізації уявлення читача про текст і направлення його у потрібному напрямку. Відеофрагменти або зображення з коментарями володіють високим потенціалом впливу, який допомагає автору мережевого щоденника схилити читача на свою сторону. Але не всі блогери використовують дану можливість, вважаючи за краще традиційний спосіб ведення щоденника. Проте, потрібно відзначити той факт, що використання мультимедіа є безперечною перевагою інтернет-комунікації.

Інтерактивність блогів є ще однією важливою характеристикою блогів (мережевих щоденників), яка припускає наявність зворотного зв'язку між авторами блогів і їх читачами. Ступінь інтерактивності визначається швидкістю та зручністю, з якою читач може досягти своєї мети (отримати інформацію або поспілкуватися з іншими людьми). До елементів інтерактивності відносяться всі функції сайту, якими користувач може скористатися для контакту з електронним ресурсом або іншим користувачем. Автор блогу як би веде уявну розмову з читачем, що, безсумнівно, змінює його стиль та манеру викладу інформації. Це дає можливість тексту стати більш конкереним, змістовним та динамічним.

Однією з основних тенденцій сучасних мережевих ЗМІ є саме те, що обговоренням починають приділяти більше уваги, ніж самому матеріалу, який виступає лише приводом для активізації мережевої спільноти. Журналісту, щоб створити новину, потрібен цікавий факт, а блогер, навпаки, робить ставку не на факт, а на думку про цей факт. Є думка, відповідно жо якої, «блоги роблять людей більш уважними та критичними спостерігачами оточуючого їх світу. До того ж блогери стоять за спинами журналістів, яких вони часто ловлять на помилках, в результаті репортерам доводиться бути більш акуратними та обережними» [184].

Мережеві щоденники представлені в різних варіаціях і вести їх можуть представники різних верств суспільства. З огляду на те, що політичний дискурс в більшій мірі може бути представлений людьми, що знаходяться в курсі всіх політичних подій, слід зупинитися на блогах, які ведуться політичними оглядачами, які володіють політичною інформацією, з одного боку, і не обмежені рамками, які накладають, наприклад, друковані ЗМІ в своїх публікаціях, з іншого. Стрімке перетворення мережевих щоденників в політичний фактор більшою мірою спостерігається в США, де блоги мають високу популярність.

У політичному Інтернет-дискурсі можна виділити такі рівні, які також відносяться і до політичного блог-дискурсу: структурно-графічний; синтаксичний; семантичний; та прагматичний. Даний підхід до організації досліджуваного матеріалу дозволяє розглядати блоги як системну упорядковану безліч взаємозалежних об'єктів, які здатні пристосовуватися до умов та середовища функціонування, змінюючи свій склад та структуру.

Також слід звернути увагу на жанрово-стильові особливості політичного блог-дискурсу. Поява нових жанрових форм і змістів Інтернет-комунікації, які відрізняються від раніше усталених варіантів, привертає увагу багатьох дослідників. Поява в інтернет-просторі нових

дискурсивних практик сприяє становленню теорії віртуального жанроведення, перед якою стоїть завдання опису та систематизації жанрів Інтернет і визначення різних способів їх класифікації.

Щодо мовної картини політичного світу в політичному блог-дискурсі, то тут слід зазначити, що мова є основним способом формування і існування знань людини про світ. Людина в процесі діяльності пізнає світ, фіксуючи результати пізнання в мові. Відповідно, кожна етнічна мова має специфічну картину світу, що охоплює різні сфери життєдіяльності, включаючи й політичну. Щоб виявити ступінь впливу національних особливостей на комунікативну поведінку людей, що створюють політичні блоги, слід враховувати особливості соціокультурного середовища, його вплив на національний характер і форму комунікації. У зв'язку з цим важливим є розгляд мовної картини політичного світу, що є складовою частиною мовної картини світу, яка репрезентується як ментально-лінгвістична освіта, сукупність образів реального світу, що відображається в свідомості окремих людей чи цілого соціуму.

Мовна картина політичного світу втілює в собі «комплексне по'єднання ментальних елементів, які репрезентуються у вигляді стереотипів, концептів, сценаріїв, концептів, цінностей, зафіксованих здебільшого в мові за допомогою слів, виразів, фразеологізмів, що наві'язують людині певне бачення світу» [163, с. 148].

Однією зі складових мовної картини політичного світу є концепт, який в сучасній політичній науці сприймається як елемент політичної свідомості, що позначається словом. Наприклад, Є. Шейгал визначає концепт як «ментальне уявлення культурно-важливого феномену, що репрезентується в лексикографічних тлумаченнях концепту, образного переосмислення, сполучуваності тощо» [165, с. 224]. О. Кубрякова розглядає концепти як «посередників між словами та екстралінгвістичною реальністю. Концепти вербалізуються в кожній мові по-різному, в

залежності від лінгвістичних, культурологічних і прагматичних чинників» [91, с. 6]. Сукупність концептів, що відображають найважливіші елементи національного політичної свідомості, утворюють політичну концептосферу, яка включає в себе політичну культуру нації.

О. Леонтовіч виділяє наступні компоненти політичної концептосфери: «образно-емоційний компонент, ціннісний, антиціннісний компоненти та культурно-історичний компонент» [101, с. 76]. У політичному блог-дискурсі образно-емоційний компонент може бути представлений такими стилістичними прийомами як метафора, метонімія, епітети та фразеологічні звороти. Значну роль при формуванні політичної свідомості окремої людини відіграє система цінностей і антицінностей. Якщо політики посилаються на культурно-історичні реалії, то це більшою мірою робиться для того, щоб показати позитивний досвід минулого, політичні блогери, навпаки, порівнюють нинішніх політиків з історичними діячами минулого, створюючи ефект іронії або сарказму. Тут слід зазначити, що «трактуючи політичні цінності як засіб в арсеналі маніпулятора, не можна забувати про суть самого маніпулювання у його ціннісному вимірі. У цьому випадку можемо трактувати феномен маніпулювання свідомістю особистості як цінність у її негативному наповненні, і швидше стверджувати про визначення його як антицінності. Беручи за аналогію цю типологію цінностей, для визначення ціннісного потенціалу політичного маніпулювання можна трактувати останнє як антицінність-ціль та антицінність-засіб». На це звертає увагу Ф. Семенченко [136, с. 258].

Ментальні сфери також є компонентом мовної картини політичного світу і відносяться до таких сфер політичного життя як внутрішня та зовнішня політика. Сферу зовнішньої політики охоплюють мовна карта політичного світу, глобальні об'єднання за расовими, релігійними та іншими ознаками, образи зарубіжних країн та їх населення.

Наприклад, в сучасній українській національній свідомості розмежовуються Європейські країни, Схід, Росія, країни католицької, православної, мусульманської, протестантської та інших релігій. До даної конкретної сфери відносяться й уявлення про різні держави, етнічні стереотипи і т. д. В процесі мовної діяльності ці образи фіксуються, в тому числі з використанням ресурсів метафоризації.

Стереотипи в політичному блог-дискурсі представляють собою досить схематичне та стандартне уявлення про політичний феномен, що відрізняється стійкістю та емоційним забарвленням. Формування стереотипів, як правило, залежить від впливу соціальних умов і попереднього досвіду. Залежно від даної сфери розрізняються національні, партійні, групові та особистісні стереотипи. Національні стереотипи, з одного боку, допомагають полегшувати міжнаціональну взаємодію, виступаючи, з одного боку, орієнтирами для людини, а з іншого – спрощують таке складне явище, як національний характер. Розрізняються гетеростереотипи (уявлення про інших) і автостереотипи (уявлення про самого себе, образ «себе»). Національні особливості та мовна картина політичного світу накладають свій відбиток на комунікативну поведінку політичних блогерів, відображаючи політичні концепти, цінності та антицінності українського народу, гетеростереотипи та автостереотипи, що носять суб'єктивний характер передачі інформації. Тобто, політичний блог-дискурс вносить свій внесок в політичну модель світу, сприяючи її оновленню та одночасно відображаючи всі зміни мовної картини політичного світу.

Слід зазначити, що вивчення політичного блог-дискурсу базується на принципах інтегративності та антропоцентричності і цей підхід є найбільш актуальним на сьогодні. Ефективність комунікації обумовлена наявністю в комунікативному просторі таких складових як адресант (автор повідомлення), адресат (одержувач повідомлення), контекст (лінгвістичні

та екстралінгвістичні фактори), контакт (фізичний та психологічний зв'язок з адресатом), код (вербальні та невербальні засоби вираження думки), повідомлення (передана інформація), тісно пов'язані один з одним. Взаємодія цих компонентів породжує дискурс, який представляє собою потік мови, в якому відбивається весь комплекс історичних, соціальних та індивідуальних особливостей адресата та адресанта в момент спілкування. Мова адресанта інтенціонально маркована та проявляється в уявному передбаченні бажаного результату комунікації.

Політичний дискурс, відображаючи мовні акти політичної дискусії, характеризується такими комунікативними особливостями, як інформативність, смислова невизначеність, динамічність, фантомність, фідеїстичність, дистанціювання, езотеричність, інституційність та театральність. Політична комунікація розширює сфери реалізації, переходячи в віртуальний дискурс, а політична блогосфера стає ще однією важливою платформою, що відбиває взаємини між людиною та суспільством.

Слід також зазначити асинхронність блогів, що відбивається в тимчасовому відкладенні реакції читачів. Такі переваги, як необмеженість у мовних засобах, виражена авторизація та діалогічність використовуються авторами для успішної комунікації в Інтернет-просторі. При цьому пости в блогах характеризуються максимальною стислістю, що досягається синтаксичними, графічними та лексичними засобами. Жанрові особливості політичних блогів відрізняються гібридністю, що виражається в змішуванні інформаційного повідомлення та коментарів.

Що стосується пострадянського Інтернету, то проведений аналіз політичної блогосфери показує кілька тенденцій: цей сектор стрімко розширюється; блоги стають досить сильним засобом політичної боротьби, поступово перетворюючи нові медіа та Інтернет-простір в потужну альтернативу оффлайнової активності; виникнення широкосмугового

Інтернету перерозподіляє комунікативний простір мережі; останні роки починають з'являтися активні політичні блоги та зростає їх значимість в соціо-комунікативному просторі Мережі; блоги активно використовуються як опозицією, так й офіційною владою, створюючи віртуальний майданчик для спілкування суспільства з владою; блоги найбільш ефективно стали застосовуватися й в контрпропаганді.

Такі прийоми в основному повторюють ті, що задіяні в традиційних ЗМІ (сатира, компромат, дезінформація, перемикання уваги, психологічний тиск на опонентів і т. п., але в блогах вони набувають певної специфіки. Позначається, зокрема, синдром відносної анонімності та безкарності (автори, як правило, ховаються за вигаданими іменами – «ніками» та їх досить важко притягнути до відповідальності за образи, наклеп і т. п.). Для «зливу компромату» в блогах часто використовуються нові створені журнали, власники яких є віртуальними та невідомими публіці. Все частіше зустрічається й так званий троллінг (англ.: trolling) – розміщення в Інтернеті провокаційних повідомлень з метою викликати флейм, конфлікти між учасниками, образи тощо. Для цього використовуються такі інструменти як «роботи» та «боти».

Все частіше блоги використовуються для соціалізації та консолідації своєї аудиторії (майбутнього електорату), і є потужним інструментом для освіти політичних віртуальних спільнот та соціальних мереж. «Поступово блогосфера стає великою фокус-групою, на якій можна застосовувати певні політичні ідеї або технології» [180, с. 35], а оскільки опозиційні рухи та партії, наприклад, Росії та Білорусі, в дезінтегрованому стані, для них дуже важливо зараз виробити ті системи ідей та цінностей, які були б привабливими для якомога більшої кількості прихильників, тому блогосфера стає випробувальним полігоном, яка дає можливість перевіряти будь-які політичні ідеї або ж концепції. У блогах часто

проходять критичний аналіз та перевірку тези, які пропагують офіційні ЗМІ.

Політичний розвиток в блогах пов'язаний безпосередньо з тими змінами, які відбуваються в останні роки в інформаційному просторі більшості країн, інтенсивність та зростання кількості блогерів безпосередньо корелює з обмеженнями на свободу слова в деяких країнах, що виразно в російському, середньоазіатського та білоруському національних сегментах блогосфери.

Останнім часом почастишали повідомлення про спроби силових структур чинити тиск на авторів, які пишуть в блогах та Інтернет-форумах. В умовах згортання свободи ЗМІ такий стан виглядає як «віртуальна еміграція» частини інтелектуалів, які намагаються знайти майданчик для вільного вираження своїх позицій та поглядів. Ряд дослідників політичної блогосфери вказують, що «її аналіз має базуватися на наступних індикаторах: кількісно-якісні показники видимості в полі інтернету та звичайних ЗМІ: індекс цитування в Інтернеті, цитованість в публікаціях та сюжетах традиційних ЗМІ; характеристиках цільової аудиторії: відвідуваність, наявність постійного ядра відвідувачів (наявність стрічки френдів та кількість френдів), кількість гіперпосилань і їх якісний аналіз; інтерактивних показниках: інтерактивний зв'язок (кількість постів і коментарів до них), швидкість відновлення, використання технологій другого веба (наявність подкастингу, аудіо та відеофайлів, використання RSS-технологій), посилання на інший політресурс (наприклад, на персональний сайт політика); контент-аналіз текстового та графічного матеріалу» [207; 208; 209].

Як вказує Ю. Половинчак, «одним із ключових показників національного простору в мережі Інтернет виступає мова. Серед окремих українських блогерів та дослідників побутує думка, що український сегмент блогосфери та Інтернету загалом має визначатися за мовною

ознакою. За цією ж логікою російські дослідники представляють українську блогосферу частиною загальноросійської, з огляду на домінуючу в ній російську мову. Втім, для досліджень специфіки українських масових комунікацій виокремлення національного інформаційного простору за мовною ознакою не може вважатися репрезентативним, оскільки в умовах білінгвізму в Україні продукується як російськомовний, так і україномовний контент, паралельно з публікаціями іншими мовами» [125]. На думку Ю. Половинчак, «мовний, як і географічний (розташування хостингу) підхід до визначення національних сегментів блогосфери в українських реаліях не може вважатися ефективним» [125]. Авторка вважає, що «найбільш показовим критерієм для визначення української блогосфери видається контекстний підхід, який ілюструє дослідження російськомовної блогосфери Центром Беркмана при Гарвардському університеті 2010 р. Його результати фіксують, що аналізовані регіональні блогери з України», які розглядаються як учасники російської блогосфери, пишуть в абсолютній більшості (84 %) в Україні, використовуючи переважно українські зовнішні посилання» [125].

Але слід зазначити, що така ситуація була в 2010 році. «Українська блогосфера за останні кілька років змінила напрям свого розвитку від створення, просування та розвитку власних блогів до масового переходу до сервісів мікроблогінгу та соціальних мереж, таких як Twitter і Facebook. Умонтовування українських блогів у соціальні мережі значно спростило розвиток автономних блогів, які були й залишаються потужним інструментом особистого просування. Це значним чином розширило коло блогерів, адже просувати, рекламувати свою сторінку за допомогою таких сервісів значно простіше» [125]. Показово, що «всеукраїнський рейтинг топ-блогерів сайту UAINFO, агрегатора українських топ-блогів Internet Freedom Organisation (див. <http://uainfo.org/rating>), включає в систему

оцінювання показники найбільшої соціальної мережі – Facebook, найбільшої мікроблог-платформи – Twitter, а також блог-платформу Livejournal.com. і пропонує загальний рейтинг за сумою показників – у загальній вибірці рейтингу підсумовуються всі твіти, фоловери, читачі, лайки, друзі з усіх трьох соцмереж і блог-платформ учасників рейтингу» [125].

Політичні події в Україні осені 2013 – літа 2014 рр. кардинально змінили взаємодію людей з новинарною інформацією в Інтернеті, різко зріс інтерес до новин суспільно-політичної тематики. Інтернет, ЗМІ, соціальні мережі та блогосфера стали джерелом найбільш об'єктивної та повної інформації, а отже, повноцінною альтернативою пресі, телебаченню та радіо. Важливу роль у такому різкому зростанні трафіку відіграли соціальні медіа, посиляючись на сайти українських ЗМІ. Спостерігається тенденція «вростання блогів у соціальні мережі, що підвищує їх інтерактивність – коментування, дискусії навколо викладеного матеріалу». «Так, в Україні досить активно розвиваються юридичні блоги, медичні, педагогічні, бібліотечні тощо, – загалом, блоги, що ведуться для професійного спілкування, є достатньо перспективними – їх відносна кількість у глобальних масштабах продовжує зростати, вони частіше залишаються активними. Автори професійних блогів працюють над створенням власної спільноти, вибудовують експертну систему, професійні блоги складно замінити інструментами, в яких контент відходить на друге місце (Facebook) або обмежується (Twitter)» [125].

Політична практика свідчить про те, що українське блогерство має досить високий рівень відвідування своїх профілей, які є платформою для дискусій та обговорення ріхних актуальних питань. Слід зазначити, що тут все ж таки за кількістю переважають інформаційні та розважальні сторінок. Як визначає Ю. Половинчак, «політизованість та високий рівень професійності призводить до недорозвинутості тематичних блогів –

спортивних, кулінарних, туристичних, модних тощо. Вузкоспеціалізованим блогам легше існувати в інтернаціональній блогосфері, оскільки їм важлива лояльність якомога більшої кількості читачів, незалежно від національності» [125].

Сегменти українського блогерства досить близькі за тематикою з російськими. Тут слід відзначити багато спільних тем, відсутні мовні проблеми. Але, українські тематичні та професійні сторінки виникають там де необхідним є представлення більш менш достовірної інформації щодо подій, пов'язаних з національними особливостями.

Слід зазначити, що в деяких аспектах блогосфера частково перерозподіляє присвоєну елітою владу, частково повертаючи її суспільству та індивідам. Разом з тим було б помилковим протиставляти традиційні та нові медіа, при цьому ідеалізуючи блогосферу. Контент блогів необхідно розглядати як відображення політичних процесів, на підставі якого можливе рефлексивне коригування політичної діяльності відповідних акторів, а також здійснення політичного прогнозування. Блогосфера сьогодні виступає також як одна з нових форм взаємодії між владою та суспільством, що враховують особливості інформаційної комунікативної взаємодії. Але, правляча бюрократія не завжди усвідомлює необхідність трансформації політико-комунікативного дискурсу. Більшість інформаційних ресурсів в мережі Інтернет регіональної та муніципальної влади містять лише загальну інформацію. Лише в деяких випадках на сайтах передбачається можливість коментаріїв та модерації, відсутні форуми обговорення. А це говорить про низький рівень ефективності політичної комунікації влади та населення, що свідчить про функціональну неграмотність. Нераціональна політика влади, яка не робить ефективних кроків щодо зміни іміджу правлячої еліти, може привести до політичної кризи, яка пов'язана з низьким рівнем легітимності.

В сучасній Україні громадянське суспільство тільки формується та політичний блогінг сприяє цьому процесу незалежно від політичних уподобань користувачів. Політична блогосфера відноситься до неінституціональних факторів, прояви яких влада практично не може контролювати. В результаті політичні блоги та пов'язані з ними віртуальні мережеві спільноти користувачів виступають в якості суб'єктів розвитку, які спочатку формують порядок денний в суспільній свідомості, а при певних умовах можуть розпочати протестні дії в Інтернет-просторі. На цьому етапі інституціонального формування політичні блогери орієнтовані на теорію «малих справ», в процесі чого відбувається накопичення довіри аудиторії та структурне формування віртуальних мережевих спільнот навколо блогів. Основний тренд розвитку політичних блогів на сучасному етапі розвитку країни полягає в орієнтації на еволюційний підхід.

Підсумовуючи, зазначимо, що популярність блогу в українському інформаційному просторі пов'язана як з доступністю цього комунікативного сервісу – необхідного для його створення та функціонування програмного забезпечення й простоти роботи з ним, так і різновекторною соціальною роллю блогу в різних комунікативних практиках. Особливостями розвитку української блогосфери можна назвати зближення блогів із ЗМІ – формування групи «блогерів-колумністів», високий відсоток серед блогерів професійних журналістів, набуття окремими блогами рис ЗМІ. Для української блогосфери характерні високий рівень політизованості та набуття рис громадської журналістики. Водночас зростає інформаційна роль блогів як своєрідної альтернативи офіційним ЗМІ. Можна сказати, що своєю масовою присутністю на інформаційному полі українські блогери змінюють не лише його структуру, але й саму журналістику, змушуючи медійників працювати оперативніше.

Так, за ствердженням Ю. Половинчака, «рейтинг блогерів від UAINFO виділяє категорії за родом зайнятості та сферою активності блогерів: рейтинг журналістів-блогерів, рейтинг політиків-блогерів, рейтинг публічних людей та знаменитостей, а також рейтинг експертів з різних сфер діяльності. Перші 20 позицій загального списку найпопулярніших блогерів (у цьому випадку йдеться, швидше, про соціальні медіа в широкому розумінні, а не власне блоги) від сайту UAINFO дозволяють говорити про лідерство публічних осіб – письменників, музикантів; наступні – політики, журналісти, громадські діячі. Профілі власне блогерів, не пов'язаних із мас-медіа за професійною ознакою, за сумарним рейтингом читачів / друзів / уподобань присутні, починаючи з третього десятка» [125]. Варто погоджитися з дослідником, що цілком логічним є розвиток блогів, що «висвітлюють місцеву специфіку – від актуальних, головним чином, для земляків, до авторитетних майданчиків, що висвітлюють регіональні події з точки зору знання ситуації на макрорівні, маючи власні джерела інформування. Саме авторитетні регіональні блогери стають агрегаторами громадянської активності та джерелом інформації про життя земляків, у тому числі для ЗМІ» [125].

Проведене дослідження показало кілька тенденцій в політичній блогосфері україномовного Інтернету: блоги починають відігравати все більш помітну роль в суспільно-політичному житті Інтернету. При цьому темпи розвитку політичної блогосфери та популярності політичного блогінгу залежать від ряду факторів – розвитку широкосмугового Інтернету в країні, його доступності звичайному електорату, удосконалення законодавчої бази, яка регулює функціонування Інтернету в рамках національних сегментів мережі, та деякі інші фактори. Стихійно склалася на даний момент блогосфера, яка, на мою думку, потребує окультурення, в очищенні її хоча б від найбільш зухвалих форм хамства та

екстремізму, при цьому, не слід плутати з цивілізованим виразом опозиційних поглядів. Однак робити це повинні не стільки чиновники, скільки самі учасники Інтернет-співтовариств. Інтернет – лише засіб, який можна використовувати в найрізноманітніших цілях. Тому потрібно боротися не з ним, а з тими громадськими проблемами, які він відображає.

Аналіз політичного сегменту блогосфери також показав два протиріччя тенденції: влада, з одного боку, – йде в Інтернет, з іншого – намагається звідти прибрати опозиційні настрої. При цьому Інтернет все частіше стає віртуальним майданчиком зустрічі влади та опозиції, а як це буде розвиватися надалі - залежить як від розвитку Інтернету, так і від політичної ситуації на українському політичному просторі. Слід також враховувати вплив декілька факторів на організацію та функціонування політичного блогу в мережі Інтернет: технологічного, економічного, регіонального та гендерного. Кожен фактор впливає по-різному і з різним ступенем інтенсивності, однак комунікативні характеристики блогу залежать безпосередньо від кожного з них.

3.2. Класифікація маніпулятивних технік в політичному блогінгу.

Зміни, які сьогодні відбуваються в світі, територіальні трансформації, зміна національних пріоритетів, все це призводить до встановлення нових видів, форм та меж комунікаційного поля, виробляють нові схеми міжнародних зв'язків, змінюється якість інформації тощо. Політичний блог-дискурс відрізняється наявністю змішаної форми реєстрів усної розмовної та письмової публіцистичної мови та є однією з форм презентації політичної комунікації в мережі Інтернет.

Маніпулятивний вплив, не дивлячись на когнітивно-прагматичну складність, ґрунтується на повторюваних стратегіях, тактиці та

відповідних техніках. В одному з перших трактатів по військовому мистецтву «Мистецтво війни» Сунь Цзи (VI–V ст. до н. е.) сформулював загальні принципи стратегії та тактики ведення війни, положення яких актуальні дотепер. Зокрема, в трактаті говориться про те, що дії ефективніші тоді, коли вони побічно пов'язані з діями супротивника, здійснюються за принципом непрямих дій (маніпуляція – прихований вплив). Сунь Цзи пише про створення стратегії, що припускає різні види прийомів, хитрощів та обману противника: «війна ґрунтується на застосуванні обману ... тому сильний прикидається слабким, використання одного засобу видається за використання іншого, близьке представляється як далеке, а далеке як близьке» [145]. Принцип обману тісно пов'язаний з принципом здійснення несподіваних дій: «атакувати непередбаченого супротивника; нападати в несподіваному для нього місці та в несподіваний для нього час» [145].

На думку Є Верещагіна, «тактика є мовною дією, яка спрямована на вирішення однієї задачі в рамках однієї стратегічної мети. Тактика вичленяється за ознакою єдиного сенсу, який може бути виражений різними вербальними та невербальними засобами [22, с. 13–14]. Тобто, тактика має семантичну структуру, характеризується як якийсь «смісловий інваріант», за термінологією Є. Верещагіна [22, с. 14]. Як вважає Н. Формановська, «сама по собі тактика є невербальною, вона вербалізується в техніках (прийомах) маніпуляції, які можна визначити як конкретні мовні дії, що відповідають загальній стратегії» [158, с. 72].

Техніка визначає використання вербальних засобів для вираження інваріантного тактичного сенсу. Політичний блогінг представляє великий арсенал маніпулятивних можливостей, що обумовлюється рядом факторів: представленістю в блогах декількох видів текстів, що володіють великим маніпулятивним потенціалом (передвиборча агітаційна мова, піаркампанії політика, політична реклама, коментарі); широкою читацькою аудиторією;

відсутністю медіа-фільтра та цензури; можливістю інтерактивного діалогу; Згідно О. Іссерс, «загальна мовна стратегія дискредитації реалізується в приватних стратегіях когнітивного, семантичного та риторичного типу» [77, с. 28]. На думку В. Дейка «когнітивна стратегія є засібом обробки інформації в пам'яті» [41, с. 277].

Нова інформація повинна увійти в картинку світу людини так, що вона прийняла його, відповідно до вже відомих йому фактів та усвідомив як своє власне. Мова йде про «приватизацію знань», за Барановим. Отже, когнітивна стратегія – це є план, мета якого – допомогти адресату в процесі опрацювання інформації, тобто приватизації нового знання. Як визначає О. Іссерс, «адресату необхідно допомогти перейти від приватного прикладу до узагальнення, із загальних положень зробити висновки про конкретні речі, перенести інформацію з однієї когнітивної області до іншої і т. п.» [77, с. 29] Такий вид стратегії може бути визначений як засіб індукування бажаної семантики, яке здійснюється через використання різних мовних ресурсів. Для визначення набіру мовних засобів, за допомогою яких можна досягти визначеної мети використовують семантичні стратегії.

Таким чином, вказані види стратегій впливають на формування набіру семантичних, стилістичних та прагматичних засобів мовного впливу. Досягнення певної цілі проявляється в сутності мовної діяльності та має пряме відношення до семантичного руху. Слід зазначити, що деякі з вказаних стратегій (когнітивних та сенатичних) мають властивості риторики, і цей аспект дає можливість максимально досягати загальних цілей маніпулятора. Ці цілі повинні мати ознаку стратегічності та прив'язку до засобів аргументації та переконання.

Кожній з перерахованих стратегій характерні певні тактики. Найбільш характерними для політичного блогінгу є наступні тактики та техніки.

1. Тактика применшення авторитету (стратегія дискредитації) полягає в тому, щоб зменшити рівень авторитету, викликати недовіру та сумніви в позитивних рисах політика, соціально-політичної групи або сили, в тому числі шляхом осміяння. Сенса цієї тактики повністю відповідає англійському словосполученню *discourse of derision*, яке означає дискредитацію феномену або особистості шляхом формування негативного характеру їх сприйняття. Дана тактика реалізується за допомогою наступних технік: виділення позитивних / негативних характеристик шляхом протиставлення, яке виражається в бінарних структурах за допомогою антонімів. Тут формується протиставлення «свої – чужі» на основі порівняння; когнітивний прийом «загадка». Ілюзія спільного висновку, збіги когнітивних полів – один з продуктивних засобів впровадження нових знань у модель світу реципієнта.

2. Тактика «навішування ярликів» та, протилежна їй за змістом, тактика яскравих повідомлень поляризує сприйняття явищ та подій суспільного життя, в результаті чого останні набувають спрощений «чорно-білий» характер. Техніка наведення псевдологічних висновків представляє в спрощеному вигляді складні взаємини між, наприклад, Україною та Росією.

3. Тактика замовчування фактів, їх підтасування або фабрикації (стратегія спотворення інформації) застосовується в інтересах маніпулятора, який нав'язує аудиторії свою інтерпретацію подій.

4. Тактика фрагментації цілісної картини (стратегія спотворення інформації) веде до однобічного висвітлення подій та допомагає сформувати ставлення аудиторії, що відповідає інтересам маніпулятора.

5. Тактика «надягання маски» (стратегія імунізації). Поведінка адресанта будується на усуненні соціальних дистанцій у спілкуванні з читачем блогу та на прагненні до солідаризації. Залежно від

інтенціональних намірів, може бути маска інформатора, коментатора, співрозмовника, радника, емоційного лідера тощо.

6. Тактика посилення на авторитети (стратегія імунізації). В результаті її застосування інформація асоціюється з конкретною людиною, високий авторитет якої викликає довіру до повідомлення.

7. Тактика універсальних висловлювань (стратегія імунізації) допомагає створити враження, що ідея чи думка, що подається в повідомленні, є загальноприйнятною.

8. Тактики інклюзивності та дистанціювання (стратегія групової ідентифікації, стратегія формування «свого кола», стратегія дискредитації), для реалізації яких використовуються: займенники, що фіксують стереотипне сприйняття навколишнього світу, який побудований на протиставленні за принципом «Ми – Вони». «Ми»–дискурс виступає одним із засобів маскування маніпулятивного впливу через механізм формування ідентичності адресата та адресанта.

9. Тактика гри мотивом (стратегія стимулювання та залякування). Це найбільш складна тактика, тому що пов'язана з психолінгвістичним впливом на адресата через актуалізацію потреб. Завдяки цьому досягається контроль над його думками, почуттями, поведінкою та життєвими установками, здійснюється управління ставленням людини до чого-небудь.

Слід звернути увагу на діяльність політичних блогів та блогерів інших напрямків. У досить великій кількості блогерів, під впливом актуального політичного порядку денного, який транслиують політичні блоги, повинна відбутися політизація свідомості, в результаті чого їх інформаційний контент, спочатку далекий від політики, подається вже через призму особистого ставлення до актуальних питань внутрішньої політики, до політичних діячів, уряду, партій та соціальних груп, чий інтерес стикається на політичній арені. В результаті дисперсний інформаційний потік може демонструвати політико-ідеологічну єдність, а

керуючим фактором є ситуація в середовищі блогерів щодо системи політичних орієнтирів.

Сьогодні можна спостерігати перші ознаки прояву цієї технології на прикладі ліберально орієнтованих блогерів, які втягують у політичні дискусії представників блогосфери, які спеціалізуються на об'єктах художньої комунікації, перш за все літератури та кінематографа. Блоги здатні грати роль каталізатора інтенсивності комунікацій в рамках політичних технологій, задіюючи не тільки політичний сегмент блогосфери. На даний момент для української влади це один з головних ресурсів посилення своїх інформаційних можливостей, при цьому саме влада активно популяризує політичний блогінг. Влада спробувала реформувати «зверху» комунікацію «влада – суспільство», оскільки з громадянами до цього моменту вже активно працювали за допомогою блогів опозиційні політики та активісти.

Блоги політичних оглядачів мають свої особливості, що виділяють їх серед інших видів політичного дискурсу. На відміну від політика або журналіста, який працює в традиційних ЗМІ, блогер має повну свободу мовного вираження та не обмежений певними рамками (цензура, офіційність, позиція традиційних ЗМІ), які, як правило, деякою мірою обмежують політиків та журналістів. Така свобода мовної експресії привертає читачів, яких цікавить незалежна оцінка та інтерпретація політичних подій, що відображаються в блогах політичних оглядачів. З іншого боку, думка про повну незалежність блогерів представляється помилковою.

Політичне спілкування ведеться всіма засобами, які сприяють передачі інформації від політиків або правлячих кіл до цільової аудиторії, на яку вони бажають вплинути. Відповідно, політичні блоги стають своєрідними медіаторами, в рамках яких здійснюється опосередкована комунікація політиків з аудиторією.

Політичний блог-дискурс має високий ступінь яскраво вираженої прагматичної валідності, що виявляється в прагненні блогерів усіма наявними засобами – вербальними (мовними засобами) і невербальними (графічними прийомами, фото та відеоілюстрації) – впливати на цільову аудиторію. Блоги здатні швидко адаптувати для потреб спілкування нові мовні елементи та явища, збагачувати реєстр його зображально-виражальних засобів новими одиницями під впливом екстралінгвістичних чинників.

Гнучкість мови політичних блогів, обумовлена сучасними тенденціями розвитку соціуму, дозволяє автору швидко реагувати на різні зміни в мові та настрої читацької аудиторії. При цьому прагматичний потенціал сучасного політичного блогінгу проявляється не тільки у впливі на адресата силою доказів і фактів, а й чуттєво-емоційними образами, оскільки мова блогера насичується ілюквативними засобами, які ефективно впливають на свідомість цільової аудиторії. Автор не лише інформує читача про політичну подію, а розгортає деяку творчу діяльність, яка характеризується наявністю різних лексичних новоутворень та стилістично-синтаксичних прийомів.

Одним з типів блогерства є бот. «Оскільки аудиторія як узагальнене явище є досить інертною, тому блогер, який володіє досить позитивними рисами, завжди розраховує на те, що його прихильники досить лояльно відносяться к його помилкам або діям, які не завжди узгоджені з усталеною поведінкою блогера. Тому, якщо така поведінка стає досить нав'язливою, має постійний характер, а й інколи навіть суперечливий та абсурдний, то цей процес призводить до ботизації. Тобто, блогер стає ботом» [39].

Блогер, який виступає в якості бота, – це досить «нове явище, яке раніше розумілося як програма, яка виконує певний набір функцій з гуманітарним навантаженням, тобто може імітувати дії людини» [39].

Швидше за все, використання поняття «бот» визначає, що в діяльності блогера чітко обмежені та визначені його функції та завдання, і він починає діяти як робот з відповідними функціями. Це може бути представлення якоїсь політичної партії, сили, громадського руху, або просування якогось ідей та думок тощо.

В той же час за ангажованість досить складно відокремити від власної думки блогера. В Мережі Інтернеті бажана наявність політкоректності, але вона не завжди проявляється в актуальних бесідах та на політичних пощадах. Така поведінка блогера може бути заангажована якоюсь аудиторією, це можуть бути люди з будб-якими відхиленнями різного напрямку, або лише характеризуватися низьким рівнем освіти чи виховання. Як визначає з цього приводу С. Дацюк, «за певним блогером на протязі нетривалого проміжку часу його діяльності для аудиторії дуже важко відрізнити специфіку переваг блогера від заангажованості його погляду на цю проблему» [39].

Тому блогери починають сприйматися в якості ботів тоді, коли їх власна позиція досить тривалий час є ангажованою якоюсь політичною силою, або ця власна позиція не підтримується зі світоглядом суспільства. Тобто, якщо думка блогера є популярно, загальнопринято. В даному суспільстві або політичній групі, тим менше шансів, що даний блогер може бути перетворений на бота. Але слід зазначити, що, активно працюючи, боти мають попит серед визначеної соціальної аудиторії. Так відбувається тому, що з часом формується така група відвідувачів «блогера», якими сприймається інформація, яка представиться блогером. Кількість таких відвідувачів є досить невеликою. «В суспільствах, де є політичне протистояння, боти отримують назви, вони орієнтовані на конкретних політичних осіб, між якими відбувається це протистояння. В даному випадку в сучасній Україні серед блогерів досить чіткий поділ на (юлеботи – ботів Юлії Тимошенко) та (порохоботи – ботів Петра

Порошенка)» [39]. В той же час таке розмежування не є рівномірним за маркуванням, визнанням та відношенням до них українського суспільства.

Такі процеси перетворення відносяться не тільки до ботів. «Значно ботізованою також робота по блогів в соціальних мережах блогерів їх коментаторів, які теж виступає діяльність в якості мікроблогерів (адже коментар – це своєрідний мікроблог). Тобто, бот – це також функціоналізована позиція автоматичної або спрощеної підтримки тієї чи іншої соціальної чи політичної позиції шляхом коментару до блогу» [39]. В разі, коли блогер має бажання не приймати участі в процесі «ботизації, вона проникає в його соціальні мережі шляхом комент-ботів в сфері обговорення його блогів. І тут теж дві позиції – ельфінг (захвалювання позиції блогера) та тролінг (радикальна критика, провокації та знущання над позицією блогера)». Тобто, варто цілком погодитись зі ствердженням С. Доцюка, що «навіть неботизованих блогерів, які уникли продажності та ботизації, намагаються ботизувати – але вже через коментарі з боку комент-ботів» [39].

Однією з ролей, яку грає блогер в блогосфері – це роль громадського діяча, представника громадської думки, руху тощо. С. Доцюк, чіну позицію автор роботи цілком поділяє, «...блогер – це не лише та людина, яка пише для громади, вгадуючи її примхи, це людина, яка веде суспільство за собою» [39]. Тобто, головна мета діяльності блогера як лідера громадської думки не просто формулювати ту ці іншу позицію, але і просуває її у маси. Тільки в цьому випадку, за С. Доцюком, «лідер громадської думки стає громадським діячем: він пропонує нові варіанти громадських дій, нові стратегії для суспільства, нові суспільні перспективи – з позиції солідаризації з суспільством». У той же час цитує дослідник зауважує, що однією ж проблем блогерів, які представляють позицію влади, є те, що у більшості випадків вони відірвані від суспільства. Так, він вважає, що «...поки влада солідаризується з

суспільством, провладні блогери дуже схожі на інших громадських блогерів. Як тільки влада перестає солідаризуватися з громадськістю та виникає опозиція, відразу з'являється, як мінімум, два типи блогерів ботів – провладні та опозиційні» [39].

С. Доцюк робить цілком обґрунтований висновок, що неполітичні блогери, тобто ті, які не мають безпосереднього відношення до влади або опозиції, не можуть сформуватися автоматично. Їх поява – результат розвитку певного інтелектуального рівня в суспільстві, бо «тільки коли є достатня кількість інтелектуальної аудиторії, тоді є запит на неполітичне, одночасно суспільне і більш масштабне – цивілізаційне блогерство» [39]. Под останнім поняттям дослідник розуміє «тексти, в яких чергуються складні філософські тексти, стратегічні тексти та тексти «безпосередньої актуальності, які відстоюють позицію громадського солідаризму» [39].

Ці правила ведення блогу для тих блогерів, які бажають бути свободними та вільно виражати свою думку. Існують також і більш універсальні правила, які формують у суспільства стратегічне бачення і знаходяться за межами громадської стратегії політичного розвитку.

Тому до основних функцій блогерів С. Дацюк відносить формулювання нового порядку денного, який відрізняється «від пропонованих владою та опозицією, пропонувати новий наратив, що виходить за межі наративу ЗМІ, та пропонувати новий дискурс, здатний концептуалізувати різні актуальні наративи та пропонувати нові слова-поняття, нові концепти, з яких згодом може виникнути навіть новий наратив» [39]. Автор далі зазначає, що «сучасні орієнтації для блогера як громадського діяча значно змінилися в порівнянні з традиційною журналістикою. Раніше впливовий автор, перш за все, відстоював певні ідеї і тільки в зв'язку з цими ідеями - певні цінності та моральні норми, які означали ті чи інші позитивні перспективи. Зараз структура блогерського дискурсу змінилася. Недовіра до ідей стала мейнстрімом саме завдяки

поразці в нинішньому світі комуно-соціалістичної та ліберально-демократичної ідейних течій» [39].

З часом, найбільш популярні блогери втрачають ідейне наповнення. Суспільство не завжди сприймає нові сучасні погляди, які виникають в процесі зміни політичних сил, зміни політичної системи. Люди більше схиляються до якихось мотивацій, інтелектуальних установок, їм потрібні чітко визначені стратегії, сценарії розвитку та засоби їх подальшого застосування.

Таким чином, можна стверджувати, що суспільна потреба на носія – лідера громадської думки є вагомим и складним процесом.

Ще один напрямок політичного блогінгу, в якому блогер виступає в якості пророку. В даному випадку, «це людина, яка займається цивілізаційним розвитком суспільства шляхом управління змістом та перспективою. Сміслове та перспективне управління, з точки зору пояснення, полягає в тому, що в філософському дискурсі узагальнюються найбільш масштабні громадські тренди, за якими аргументується сенс та перспективи розвитку. Більш того, якщо текст втрачає сенс, він спростовується; якщо щось втрачає перспективу, воно відкидається. Потрібні логічні трансформації, коли нові смисли створюються, а нові перспективи уточнюються шляхом створення нового дискурсу» [39]. Тобто, блогери-пророки працюють з іншими за рахунок створення нового перспективно-сміслового дискурсу, минаючи актуальні наративи ЗМІ або критично ставлячись до них. Такий рівень блогінгу досить складно ботизувати, ані на рівні ангажування блогу в розмежуванні влада – опозиція, ані на рівні ельфінгу або троллінгу шляхом коментарів до блогу в соціальних мережах.

Слід також вказати можливості богів сугестивного характеру. Це розкрутка якогось ім'я, обличчя, якоїсь ідеї, бренду тощо. Це є можливим за допомогою таких кроків, з точки зору О. Попова, як «увага, довіра,

репутація та вплив. Ця схема є ключовою для здійснення сугестії в блогах. Щоб блог привернув увагу сугестора, він повинен бути популярним в мережевому співтоваристві, викликати довіру, що забезпечує його репутацію в Інтернеті. В цьому випадку сугестивний вплив є особливо продуктивним. Ключовим компонентом в запропонованій схемі є довіра. Установка відвідувачів блогів на щирі комунікацію, довіру до одержуваної інформації з неофіційних джерел робить можливими маніпулятивні тактики. Довіра – це є валюта блогосфери. Будь-яким іншим чином неможливо її придбати» [126, с. 54].

Властивості блогів відрізняють їх від традиційних засобів масової комунікації та роблять ефективним майданчиком сугестії. Серед таких характеристик слід вказати наступні: блог може створити будь-хто і будь-де, а це говорить про легкість публікацій; створений пост практично в режимі онлайн вже доступний своїм читачам; доступність – кількість, активність та творчість постів дає можливість комунікації в блогах та доступності до них; соціальна направленість – блогосфера – це обговорення актуальних проблем, яке переходить на інші сайти або форуми, посилаючись один на одного. Люди, які є співрозмовниками у відповідних блогах поєднанні спільними інтересами або цілями та з часом в них складаються досить дружні відносини, незважаючи на відстань та кордони; вірулентність – за допомогою блогів швидкість поширення інформації значно вища, ніж шляхом передачі інформації традиційними агенствами новин. Вони є більш ефективнішими в швидкості поширенні інформації, ніж різні форми маркетингу вірусного характеру; наявність сіндіціювання – пошукові ресурси дають можливість безкоштовної доставки блогів, що дозволяє дізнатися про відновлення блогів, економить час, який відведений на пошуки інформації; наявність взаємний зв'язків та відносин – ефективний блог інколи пов'язаний з великою кількістю різних посилань, саме тому блогеру доступними є зв'язки з колегами; автор блоку

має авторитетний суспільний статус, і з цим блогером є можливість безпосередньо поспілкуватися; висловлювання своєї власної думки в авторському стилі, без спеціальної літературної обробки, що дає можливість зробити таке спілкування більш простим та доступним та надає бесіді довірливого характеру; можна відновити події, які були забуті або втрачені; дана комунікація є відкритою – «жанр блогів існує тільки при наявності постійного зв'язку, інтерактивного діалогу та спілкування, коли репутація та довіра напрацьовуються мовними вчинками та мовної поведінкою господаря та гостей віртуального щоденника; зворотній зв'язок – у блогах спостерігається принципово нове ставлення до читача, його думка цікава, вона відразу публікується. В даному випадку читач стає співавтором блогів; стратегічна відмінність від рекламного впливу - реклама розрахована на швидкий ефект, але й результати рекламних кампаній» [120, с. 67], у більшості випадків, нетривалі.

Щодо реклами, то, за О. Поповим, це «спроба швидко зібрати урожай уваги без посівних робіт. Але не можна збирати урожай з одного поля багато разів поспіль. Так і люди: вони не готові проявляти увагу нескінченно і до всіх, її запас у кожного обмежений, і витратити її кожен хоче на свій розсуд. Блоги – це спілкування, відкритий діалог, в якому довіру можна заробити. Вторинні навички досягнення успіху та маркетингові хитрощі відходять на другий план, а на першому виявляються сутність людини, її справжній характер» [126, с. 23]. О. Попов вважає авторів блогів когерентними журналістами. На його думку, «...когерентність припускає, що журналіст повинен вміти все: без помічників фото-та відеорепортажі, брати інтерв'ю, писати прес-релізи тощо. Всі ці функції виконує автор блогів, іноді випереджаючи офіційні ЗМІ за швидкістю подачі інформації. Аматорський рівень подання матеріалів викликає більше довіри читачів» [126, с. 25].

«Новий тип комунікації соціальних мереж, вважає С. Доцюк, отримав перевагу в фундаментальності та більш структурованій операціональності громадських засобів смислотворення та створення перспектив» [39]. Вказані риси блогосфери (це вірулентність, доступність, легкість, відкритість, зворотний зв'язок і т. д.), є основою для виникнення суггестії щодо відвідувачів мережі.

Слід зазначити, що в Україні феномен політичної блогосфери тільки зароджується. Серед світових політичних блогерів слід відзначити: The Huffington Post; Boing Boing; Techcrunch; Kottke; Dooce; Perezhilton; Talking points memo; Icanhascheezburger; Beppe Grillo; Gawker.

Таким чином, можна стверджувати, що блоги сьогодні можна розглядати в якості повноцінного елементу медіапростору, і при вивченні їх функціональності та комунікативності можна продуктивно використовувати властиві політиці явища та феномени.

Висновки до Розділу 3.

В умовах інформаційного перевантаження, суперечливості змісту потоку повідомлень в Інтернет-просторі роль мережевих спільнот і блогів значно збільшується. Можна вважати, що політична реальність замінюється в Інтернет-просторі штучно створюваними віртуальними моделями, в рамках яких формуються вигідні для суб'єктів інформаційного впливу суспільні уявлення, переваги, думки, відносини та реакції з приводу конкретних подій, процесів, явищ, а також формується типова політична поведінка цільових груп, на які здійснюється мовно-маніпулятивний інформаційний вплив.

Можна виділити наступні функції політичних блогів: політико-мобілізаційна (організація потрібного електорату); політико-іміджева;

функція політичної соціалізації електорату. Дані функції виражають інформаційно-комунікаційну конкуренцію в ході боротьби за політичну владу під час президентських кампаній.

Аналіз політичного блог-дискурсу дозволяє виявити такі характеристики блогів, як гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність. Разом з тим, гнучкість та багатофункціональність блогу допускає присутність як одного блогера, так і групи авторів.

Національні особливості типу мислення відображаються на комунікативній поведінці блогерів і репрезентуються через базові складові мовної картини політичного світу (політичні концепти, ментальні поля, стереотипи).

Розділ 4

Особливості використання мовно-маніпулятивних технологій в окремих політичних процесах

4.1. Трансформація політичної мови за різних типів політичного режиму.

В сучасному політичному процесі та політичній діяльності з'являються такі політичні ситуації, коли суб'єктами політичного життя використовуються маніпулятивні технології. Комунікаційні технології в сучасній практиці політичного управління інтенсивно використовуються для формування моделей сприйняття соціально-політичної реальності суспільством, а також моделей масової поведінки, розрахованих на підтримку стабільності існуючих політичних режимів і досягненні цілей суб'єктів політичного управління. Відповідні прийоми та засоби мовно-маніпулятивного впливу відрізняються за своїм складом та формами прояву в різних політичних процесах. На різних рівнях політичного процесу використовуються різний набір мовно-маніпулятивного впливу для реалізації цілей та впровадження в суспільну свідомість свої політичної волі. Існує багато різних факторів, які впливають на це. Важливим фактором є той або інший тип політичного режим, відповідного до якого визначається стратегія та тактика впливу даного типу.

Ефективність діяльності політичної системи держави багато в чому визначається успішністю формування відповідних суспільних уявлень про національну політичну систему, національних лідерів чи політичну еліту, державно-владні інститути тощо. Крім того, прояви поведінкових реакцій населення на різні політичні події, як всередині країни, так й за її межами, багато в чому впливають на стабільність того чи іншого типу політичного режиму.

Політична мова має специфічні властивості, коли застосовується в рамках комікації. На думку Н. Фейрклофа, «метою комунікації в такому випадку є сенс, розвиток або зміна владних відносин, а факторами – актори зовнішнього характеру (політичні лідери, групи впливу тощо). В цих умовах мовленнєвий вплив досить виражений. Такий ефект зазвичай є наслідком певної ідеології. Остання не тільки є сучасною альтернативою застосування матеріального впливу або насильства» [194]. Щодо позиція автора цієї роботи, то позиція інша. Навпаки, «ідеологія може підтримувати застосування насильства в будь-якій формі: від інтелектуальної, духовної чи моральної до фізичної» [54, с. 30].

Вчені М. Грачов, Г. Почепцов, П. Серіо та інші розглядають політичну мову в якості відповідної підсистеми загальної національної мови, яка виконує комунікативну функцію політичного напрямку. Саме вона здійснює пропаганду, або впроваджує будь-які ідеї, здійснює емотивний вплив на суспільство та провокує людину до вчинення якихось політичних дій тощо [33: 130; 138]. Зокрема, П.Серіо звертає увагу на функції політичної мови і зазначає, що головною є «вербальне забезпечення боротьби за владу» [138, с. 35].

На думку автора цієї роботи, «політична мова є відображенням політичної реальності та одночасно засобом її формування, оскільки іноді вирішує долю законів, політиків, партій. Політичне явище перетворюється в щось відчутне та доступне для обговорення, виражається в словах, тому базові поняття політичної мови, політичні формули і кліше значною мірою визначають спосіб сприйняття політичної реальності. Політичний процес розвивається разом з мовою, з опорою на мову і використовує саме мову» [54, с. 29].

Аналізуючи взаємозв'язок політичного процесу та політичної мови, Г. Почепцов, зокрема, зазначає, що «значна наукова література, яка описує взаємозв'язок політичних реалій та їх відображення в мові, дозволяє

говорити про існуючу кореляцію цих двох феноменів: політичного процесу та політичної мови». На думку вченого, «практика показує, що контроль за поширенням інформації політичного характеру є важливим елементом при визначенні типу політичного режиму: при авторитаризмі та тоталітаризмі інформаційні процеси перебувають під суворим контролем, тоді як демократичний режим передбачає, що політична інформація широко та вільно поширюється між різними членами суспільства» [130, с. 8].

Якщо мова йде про демократичну комунікаційну модель, то в її основі повинен бути політичний або суспільний діалог між тими, хто керує, і тими, ким керують. Саме цей елемент комунікаційної взаємодії дає можливість обмінюватися точною та повною інформацією, яка є рівномірною та достовірною щодо реальних політичних подій та ситуацій. Саме такий підхід відповідає загальноприйнятим культурним та цивілізаційним цінностям сучасного суспільства та відображають права та свободи фундаментального характеру щодо розвитку особистості. Саме на цих засадах відбувається обмін інформацією, яка є важливою в політичному житті. Щодо радянських часів, то існували чіткі традиційні правила політичної комунікації – «всім комунікантам було відомо, хто, що, коли і в якій формі повинен сказати» [54, с. 31].

Продовжуючи цю проблема, варто звернути увагу й на так звану публічну ритуальну комунікацію, яка була характерною рисою радянського часу. З цього приводу слушною є думка О. Баранова, який визначає, що «основне завдання публічної ритуальної комунікації – це фіксація своєї прихильності правилам за для підтвердження своєї соціальної ролі» [6, с. 6]. І тут виникає питання, чи присутня в сучасному політичному процесі така форма комунікації? Є. Земська вважає, що «сучасна політична комунікація іноді буває не менш ритуальною, ніж в радянські часи, але зараз змінилися ритуальні правила та ролі комунікантів. Сучасний ритуал – це виконання політиком ролей народного

заступника, поборника прав людини, патріота, центриста тощо» [66, с. 25]. Аналогічної точки зору дотримується і вже неодноразово цитуємий дослідник М. Грач'ов, вважаючи, що це є «характерним і для демократичної моделі комунікації, особливо для політичного дискурсу де виявляється примат цінностей над фактами, переважання впливу та оцінки над інформуванням, емоційного над раціональним» [33, с. 46]. Такі умови є сприятливим ґрунтом для застосування різних мовних маніпуляцій.

Для сучасного етапу політичній мові характерні «сміслова невизначеність (політики часто вважають за краще висловлювати свої думки в максимально узагальненому вигляді, використовуючи слова розширеної або невизначеної семантики); фантомність (багато знаків політичного мови не мають реально зазначеного предмету); ірраціональність (увага на підсвідомість); езотеричність (реальний сенс багатьох політичних висловлювань зрозумілий тільки обраним); театральність» [54, с. 32]. На перший погляд, вказані ознаки «суперечать основній меті комунікації – передати адресату певну інформацію» [54, с. 33]. Однак, на думку автора роботи, «практично кожна з цих властивостей здатна обслуговувати маніпулятивні стратегії мовця: невизначеність і фантомність дозволяють завуалювати справжній зміст висловлювання, піти від конкретної відповіді; ірраціональність і театральність посилюють вплив на слухача; езотеричність фокусує аудиторію, поділяє всіх на посвячених і непосвячених» [54, с. 33]. Але слід зазначити, що в радянські часи засоби масової інформації не були вільними і тому, політична мова набувала ознак пропаганди та агітації.

Таким шляхом тоталітарна модель політичної комунікації характеризується відповідно встановленням контролю над суспільною свідомістю та насаджує всеохоплюючу політичну ідеологію, завданням якої є встановлення «абсолютної істини» і неможливість якихось інших варіантів та інтерпретацій суспільно-значущих подій. Варто відмітити, що

це призводить «до спроби знищити свободу особистості та суспільства, політичну, культурну, релігійну та мовну свободу. До основних особливостей тоталітарної ідеології можна віднести: телеологічну (цільову) орієнтацію в поглядах на суспільний розвиток, яка формує привабливий щасливий образ майбутнього, витісняє з суспільної свідомості повсякденні труднощі; патерналістський характер (протекційне, батьківське ставлення вождів до народу, дає сприятливий ґрунт для здійснення маніпуляцій масовою суспільною свідомістю» [54, с. 33].

Щодо характеристик політичної мови тоталітарної моделі політичної комунікації, то можна виділити «високий ступінь клішування, евфемістичність, порушення основних постулатів спілкування, які застосовується з метою лінгвістичного маніпулювання, ритуалізованого використання мови, десемантизація не тільки окремих слів, а й великих відрізків дискурсу» [66, с. 23]. Для такого типу комунікації характерна також поляризація політичної риторики «свій – чужий», яка має впливає на формування мислення на суспільному рівні, що підтверджує тезу про взаємозв'язок політичної мови та світогляду. Про це веде мову і Дж. Оруелл, вважаючи, що «контроль за мовою, за використанням в соціумі слів дозволить визначати межі дозволеного розумового процесу» [111, с. 306].

Слід також відзначити освітню, педагогічну складову, яка безпосередньо впливає на формування відповідної моделі політичної комунікації, зокрема, в рамках тоталітаризму. Тут мова йде про розмежування освіти та пропаганди, оскільки саме мова є засобом та інструментом освіти. На це також звертає увагу К. Беккер, вважаючи, що «проповідь того, в що ми віримо, – це освіта. Проповідь того, в що ми не віримо, – це є пропаганда» [8, с. 16]. Політичний дискурс у тоталітарній моделі комунікації включає в себе дві суттєві характеристики мови: вона в даному випадку виступає засобом пропаганди та є одночасно

інструментом освіти. Це дає можливість роботи пропаганду складовою освіти. А. Щербінін з цього приводу зазначає, що «букварі для дорослих (ліквідація неписьменності) і букварі для дітей (навчання грамоті) формують класову позицію учнів. Такий буквар можна з повним правом назвати найкоротшим курсом ВКП (б)»[172, с. 116].

Головною проблемою в цій моделі є те, що в такому суспільстві народ розуміє, що панівна ідеологія не відображає реальності, але змінити цю ситуацію ніхто не в змозі. Створити таку ситуацію може саме культурно-політичне маніпулювання за допомогою вербальної складової. В таких моделях не може повною мірою існувати офіційна опозиційна сила, яка б могла б створити відповідний протестний політичний дискурс. Щоб така ситуація не стала приводом для конфліктів, влада змінює ракурс політичної мови і, наприклад, починає застосовувати велику кількість евфемізмів.

Аналіз сучасних політичних процесів у світі дає можливість говорити про те, що тоталітарний політичний режим не є чимось неможливим у майбутньому (ми це наявно бачимо на прикладі РФ), і він створює реальну загрозу фундаментальним засадам розвитку цивілізованого суспільства. Все частіше спостерігаємо тоталітарну політичну риторику і прояви тих або інших ознак тоталітарної політичної мови в ЗМІ.

На думку автора роботи, «для політичної мови в тоталітарному режимі притаманні: монологізації комунікації (односторонній вплив на адресата – суспільство); відсутність альтернативних джерел мовного впливу та зворотного зв'язку; клішованість та ритуалізованість комунікативної поведінки; абсолютизація письмової форми політичного мови (зникає спонтанна мова, усні публічні виступи повинні бути спочатку прописані та перевірені); знеособленість індивідуальних дискурсів, шаблоні вираження ідей та думок» [54, с. 34]. Вважаємо, що «на відміну

від тоталітарного режиму, в основі демократичної і толерантної моделей політичної комунікації діалог між керівниками й керованими, який передбачає рівноправний обмін точними, повними і перевіреними відомостями про політичні явища і процеси, що поєднуються з основними цивілізаційно-культурними цінностями даного суспільства, фундаментальними правами та свободами особистості». Крім того, слід зазначити, що «в демократичному суспільстві змінюється сутність політичної комунікації: кожен громадянин має право брати участь в управлінні, а також право обирати позиції, публічно оцінювати дії влади» [54, с. 34].

Різноманітність ідей, поглядів та думок інформують суспільство та дозволяють людям якимось розумітися на аналізі політичних ситуацій. Така свобода, яка можлива лише в демократичному суспільстві, при демократичному політичному режимі надає суспільству можливість розвитку, можливість вільно висловлювати свої думки та оцінки щодо сучасного політичного процесу. Це, в свою чергу, формує різні погляди, політичні ідеї та течії і з'являються нові суспільно-політичні рухи та партії, що є проявом політичного плюралізму. Все це різноманіття є головною умовою для того, щоб загальновизнаний політичний дискурс поділявся на продержавний, партійний та груповий. Суб'єктами продержавного політичного дискурсу є представниками державної влади на усіх рівнях влади, і саме вони представляють «офіційну політичну комунікацію».

Наступний тип дискурсу – партійний, включає в себе членів політичних партій щодо їх партійної діяльності та мову партійних документів. Метою даного дискурсу є формування громадської думки, її мобілізація та направлення на підтримку даного політичного руху.

Слід підкреслити, що «поява багатосегментного загальнополітичного дискурсу є можливою завдяки демократичним перетворенням в

суспільстві. На сучасному етапі найбільш динамічно змінюється політикомедійний сегмент. ЗМІ є впливовим суб'єктом політики, який формує громадську думку, суспільну свідомість, організовує та впливає на суспільну поведінку» [54, с. 35]. І тут слід підкреслити, що ЗМІ, які не мають таких офіційних повноважень, які є в інших гілках влади, але здатність впливати на суспільство, на громадську думку, на політичні події – є навіть більшою. І це є можливим саме в демократичній моделі політичної комунікації.

Зараз суспільство має усі можливості для передачі актуальної інформації, яка безпосередньо впливає на масову, групову та індивідуальну свідомість та політичну поведінку. Рівень активності, незалежності та самостійності ЗМІ є показником типу політичного режиму, напрямку діяльності влади, і тому в політичній комунікації у ЗМІ є свої власні функції. Вони виступають в якості агента щодо формування політичної культури, ідентифікують політичні думки та орієнтири, надають платформи для реальної участі суспільства у політичному процесі, виконують інтеграційну діяльність, спонукають суспільство до засвоєння нових пріоритетних політичних цінностей та ідей та інше. Цікавим є факт, що ЗМІ в демократичному режимі також виконують контролюючу функцію, яка «об'єднує інтереси навколо деяких доктрин і формулює кредо партій; саме завдяки пресі партії ведуть діалог між собою, не зустрічаючись при цьому; доходять згоди, не вступаючи в контакт. Коли ж трапляється таке, що велика кількість друкованих видань починає діяти в одному напрямку, їх вплив на довгий час стає переважаючим, і громадська думка, що обробляється весь час з одного боку, в результаті піддається впливу» [150, с. 386].

На думку Г. Хазарегова, сьогодні «важливого значення набуває використання політичної мови під час виборчих кампаній, які використовують в якості комунікативного впливу прийоми та методи

рекламного бізнесу. Найбільш яскравим прикладом злиття політичних і рекламних технологій при формуванні політичної мови є передвиборча листівка» [160, с. 222]. Як зазначає вчений, «втрачаючи інформативність в обмін на вплив, листівка замість відомостей про кандидата дає спрощене уявлення про людину, яку потрібно обрати. Політична листівка демонструє наявність всіх компонентів торгової реклами: товарного знака, слогана, складної ситуації, репрезентації товару, полегшеної ситуації та мотивуючого компоненту» [160, с. 222–223].

Ім'я та образ політика є товарним знаком, слоганом виступає відповідне політичне гасло. «Складна ситуація виглядає як існуючий незадовільний стан справ, полегшена ситуація – це обіцянка, що ситуація зміниться на краще з приходом до влади цього кандидата, а мотивуючий компонент – це пояснення того, чому це станеться» [160, с. 222–223].

Відповідно до засад політичного дискурсу, політичне ім'я (назва) включає в себе імена (назви) найбільш популярних політиків, партій чи рухів, наприклад, назви політичної партії «Свобода», «Народний фронт», «Опозиційний блок» – вже є відповідним політичним брендом. Демократична модель політичної комунікації володіє великою кількістю різноманітних мовних інструментів. Це дає значно ширші можливості щодо області впливу тексту. Така свобода вибору інструментарію забезпечує доступність та зрозумілість для виборців політичних текстів. Наприклад, у період передвиборчих компаній 2010 року політики використовували такі політичні гасла, які є досить простими та зрозумілими для виборця того часу; «Піднімемо економіку – піднімемо і країну», «Керувати країною повинні професіонали» (С. Тігіпко), «Вони руйнують, вона – працює», «Вона переможе. Вона – це Україна» (Ю. Тимошенко), «Україна для людей», «Почую кожного» тощо.

Освітній та педагогічний напрямок демократичної моделі політичної комунікації також має розвиватися. Увага повинна надаватися

методологічній частині, створенню нових різних підручників, різноманітним авторським програмам, спеціальним курсам, а це забезпечує свободу вибору.

Тобто, для такої демократичної моделі політичної комунікації характерними є наступні риси: «діалогізація спілкування; плюралізація комунікативної поведінки людей (мовні стратегії варіюються в залежності від позиції комунікантів, типу комунікації, особистісних характеристик учасників комунікації); розвиток публічних промов (особливо усні її різновиди: спонтанні виступи, публічне спілкування в реальному часі - інтерв'ю, бесіди, ток-шоу, публічні дискусії, політичні дебати); персоніфікація спілкування (унікальність вираження та оформлення подібних ідей та думок різними людьми)» [54, с. 36]. До цього ще можна додати: розширення складу адресантів політичної комунікаційно зростає роль інтерактивного зв'язку тощо. Це стосується самоструктурації відповідних практик дискурсу, які застосовують засоби масової інформації.

Коли мова йде про посткомуністичні країни, то тут слід враховувати відповідну герметичну конвенційність, яка відображає специфічні зони «непрозорості», які сформувалися в суспільстві. В таких суспільствах мова, яку використовували в газетах, кліше та стереотипи, які були там присутні, стали популярними у перехідні етапи і найбільше виражали артикуляцію неструктурованого нерозвиненого суспільства з нестандартними складовими. Це й скрита агресія, велика кількість метафор в політичній риториці. Наявність агресії характеризує дану модель з позиції залякування, насилля, примусу, що було характерним для тоталітарної моделі. Метафори показують відсутність відповідальності та «недіскурсивність» суспільного діалогу. Саме наявність великої кількості метафор відображає підсвідоме в екстралінгвістичному полі. Результатом є виникнення афектів, які підміняють адекватну дискурсивну практику.

Виникає ситуація, коли засоби масової інформації створюють якусь інфраструктуру публічної сфери і тому зникають дискурсивні практики. У підсумку, замість того, щоб у людей формувати далекоглядність за допомогою міркування та суспільної думки, відбувається примноження невиразної палеосимволічної мови з різними стереотипами та специфічним партійним (політичним) жаргоном. Хоча саме в цьому і проявляється маніпулятивна природа публічного слова, яка присутня в тоталітарній моделі політичної комунікації. За радянських часів сформувалися такі типи раціональності, які у сукупності з цінностними пріоритетами, що сформувалися раніше, за старого режиму – змінили політичний дискурс на стан «клінічного» монологізму. Важливі соціально-економічні події та політичні рішення стали інструментами пропаганди.

Пізніше, у посткомуністичний період формується феномен симуляції демократичного управління. Він проявляється в тому, що людина, яка не володіє ні якими засобами реалізації влади, – несе відповідальність за ефективність діяльності держави. Розповсюджується практика «подвійної моралі», яка є характерною рисою суспільної свідомості радянського зразка та системи «внутрішньої цензури», яка є одним з елементів такої свідомості.

Тому досить складно вести мову про політичний дискурс у так званий «перехідний період». Той суспільний діалог, про який йшлося, в посткомуністичних країнах значною мірою спотворений тоталітарними цінностями та традиціями тоталітарної політичної мови. Це значно ускладнює процес переходу до демократичного політичного дискурсу, який є одним з джерел легітимності інститутів розвинутого громадянського суспільства.

В посткомуністичних країнах поширеною є форма мовної поведінки, яка підмінює суспільний діалог відповідними смисловими артикуляціями. Вони виступають деякими агрегатами насилля, примусу, якимось

специфічними умовностями. Тут не працює функція дискурсу як провідника, який поєднує раціональні риси індивідуального та колективного в суспільстві. В таких умовах колишні потреби, цінності та мрії вже не піддаються розумінню та визначенню в політичному дискурсивній практиці і тому їх змістове наповнення знаходиться в полі неполітичної реальності.

Досить продуктивним для аналізу практики політичного дискурсу посткомуністичних країн може бути підхід, який започатковував М. Фуко в своїй роботі «Історія безумства в класичну епоху». Головним поняттям в роботі був термін «відхилення», а термін «мова» виступає в якості елементу божевілля. М. Фуко вважає, що «якщо впроваджувати демократичний дискурс як діалогічну етику, то відхилення завжди буде вказувати на порушення правил такої етики, потенційну можливість впасти в афективний стан, який може бути виражено на мовному рівні за допомогою іронії, мовчання, стереотипатії, метафоричного базікання, прихованої або відкритої загрози» [160]. Як вже було зазначено вище, суспільний діалог в посткомуністичних країнах підмінюється будь-якою формою тиранії афектів. Відповідно до цього, вести мову про демократичну модель політичної комунікації дуже важко, тому що формування політичного дискурсу в таких умовах буде нестійким та рухомим процесом. Після подій 1917 року, коли було дозволено соціоцид, відбулося остаточне руйнування інститутів громадянського суспільства та зникла база «діалогічної» мовної етики, яка була замінена ритуалом лояльності.

Відновлення політичного дискурсу стало можливим у результаті «перебудови освіти», а не тому, що розвинулися інститути громадянського суспільства. Це був наслідок репресивної системи входження людини до соціального життя. Цей процес характеризувався маніпулятивними рисами і забезпечував постійне знаходження людини в пропагандистському полі,

яке було наповнене примусовим імпульсом. Коли це поле почало розколюватися, то стало виникати багато протиріч у межах суспільного політичного діалогу. Сьогодні спостерігається масове залучення до стихії впровадження політичної риторики людей, які мають різний досвід, рід занять, освіту і, перш за все, в них немає економічної свободи. А це, в свою чергу, викликає в них нездатність до розуміння спеціальної термінології в галузі економіки, політики, філософії тощо. Тобто, такий ривок мовної діяльності є результатом ідеології рівності і був притаманний суспільствам з ілюзією класової, а потім й субстанціональної переваги пролетаріату.

Виникає деяка парадоксальна ситуація, в якій відсутність інституційних традицій громадянського суспільства не дає сформуватися демократичному політичному дискурсу та заважає створити демократичні інститути такого суспільства.

Важливим моментом політики посткомуністичного періоду є фактор політичної мови, дискурсу, політичної риторики. Це риторика гарного майбутнього, яке потрібно було легітимізувати у політичному дискурсі та реальних суспільних формах. Тобто, за допомогою політичної мови формується відповідне почуття, що все суспільство впливає на прогресивні процеси (ринок, демократія, свобода, реформи). Однак суспільство не розуміло, що саме по собі таке почуття не гарантує цього розвитку. Тобто, на досвіді інших країн, які пройшли вже цей шлях, можна констатувати, що прогресивний розвиток залежить від того, наскільки вдасться опанувати сучасну ситуацію на рівні політичного дискурсу, тому що практично всі, залучені до глобальних змін в суспільстві та його головних принципів життєдіяльності, повинні здійснити перехід від мовчазної підтримки влади до активного політичного дискурсу. І це один з головних елементів, з яких, власне, й створюється політика.

Однак, зміна пріоритетів у ракурсу політичних цінностей стається не тільки у політологів, така зміна повинна відбутися у свідомості всього

суспільства. Мова йде про широке залучення громадськості до активного політичного дискурсу, що забезпечує, наприклад, високий рівень активності на виборах або в діяльності владних структур. Сьогодні вже досить широкі маси, як на свідомому, так і на несвідомому рівнях набули якостей «Zoon politicon». Це такі якості, які дають можливість розуміти важливість політичних подій, і як ці події впливають на повсякденне суспільне життя. І головне – ці якості дають можливість розуміти взаємозв'язок між перспективами власного життя з напрямками розвитку держави. В цьому процесу входження в політичний процес формується комунікативна компетентність і людина вже на свідомому рівні робить будь-який політичний вибір і здійснювати, відповідно, соціально-важливі вчинки. Тобто, у посткомуністичних періодах край необхідно навчитися політичної мови.

Й сьогодні ситуація така ж сама. Політичні процеси, які відбуваються в Україні також вимагають розвитку у цьому напрямку, зростає важливість політичного слова. А це значно змінює відношення до політика, політичної системи, до суспільства тощо. Політичний діяч повинен вміти володіти політичною риторикою, політичною мовою, вміти висловлювати свої думки таким чином, щоб суспільство розуміло політика. Демократичний політичний дискурс вимагає відкритості прихованих раніше аспектів, що відбувається за допомогою слова.

Саме відкритість та гласність призводять до політизації суспільного життя. Саме слово є інструментом просвітницької ролі демократичного політичного дискурсу, який визначає не тільки межі політичного мислення, а й реальність політичної дії. Суттєвий зміст демократичного політичного дискурсу стає зрозумілим лише тоді, коли слово – це не лише кількість фактів чи доказів. У мовному політичному дискурсі містять також бажання, мрії, якийсь різні факти, різні форми людського буття. Завжди мова, особливо політична, містить наші інтерпретації

навколишнього світу та оціночні смислові форми щодо реальних або можливих політичних подій. Політичні ідеї та владні відносини також фіксуються за допомогою мови, тому демократичний політичний дискурс визначає різні можливі форми політичної практики.

Деградація того або іншого політичного режиму та занепад політичної ідеології стається шляхом деградації мови. Стара мова не може зникнути водночас, якимось механічним чином. Це відбувається дискурсивно. Ключові елементи політичної мови радянської епохи на сьогодні непридатні для сучасного суспільства, яке є відкритим та прогресивним. Саме мова визначає претензії політиків та одночасно окреслює горизонти власної участі в політичному дискурсі.

Отже, на думку автора роботи, для політичної мови сучасного періоду характерні наступні риси: «інтенсифікація процесів запозичення іноземних слів та досить сильний вплив жаргонної та побутової мови, а також загальне стилістичне зниження в сучасній політичній мові». Також, можна сказати про «підвищену агресивність сучасної політичної мови, активне використання конфронтаційних стратегій та тактик мовної поведінки (загрози, ігнорування, дискредитація, брехня, наклеювання ярликів, образи та ін.)» [54, с. 37]. Наприклад, спостерігаємо сьогодні в політичній риторичі деяких політиків та державних діячів образливі вирази; «популісти», «спекулянти», «скотиняки».

Політична мова відображає не тільки реальний стан справ в Україні, а й його сприйняття в національній свідомості. Реальність та її усвідомлення в соціальній ментальності не завжди збігаються.

Слід погодитися з позицією Н. Ефтені, яка вважає, що «політичне маніпулювання виступає однією з умов стабільного існування політичних режимів і дозволяє контролювати особистість і її свідомість. Засоби політичного маніпулювання потрібно постійно розвивати та вдосконалювати, оскільки вони допомагають політичним режимам

стабільно функціонувати. Політичне маніпулювання має бути спланованим і організованим, оскільки може нести в собі потенційні ризики для розвитку суспільства в цілому». Крім того, на думку авторки, «необхідно активно залучати ЗМІ, які ефективно поширюють необхідну інформацію та мають найбільший вплив на суспільну свідомість» [62, с. 235]. Можна визначити, що «культурно-маніпулятивні технології притаманні будь-якому політичному режиму» [54, с. 38], хоча і мають свої відмінності та характерні особливості.

Таким чином, на думку автора роботи, «для політичної мови в демократичному режимі притаманні: діалог (замість монологу при тоталітарному режимі) наявність зворотного зв'язку адресанта та адресата інформації; плюралізація комунікативної поведінки комунікантів; широке використання публічних промов; підвищення частки спонтанних виступів; індивідуалізація та підвищення суб'єктивності оформлення думок і ідей [54, с. 39].

4.2. Стратегії та прийоми культурно-маніпулятивного впливу в ході політичного конфлікту.

Для будь-якого суспільства характерна наявність певних конфліктів різного напрямку, які виникають завдяки якісним відмінностям, які властиві певним соціальним групам або індивідам. Конфлікт властивий будь-якому часу і будь-якому суспільству в усіх сферах життя. Приклади використання маніпулятивних технологій в різних аспектах життєдіяльності суспільства можна знайти ще в період Стародавньої Греції та Риму, але на сучасному етапі суспільного розвитку сфера використання маніпулятивних технологій значно розширилася. Вони застосовуються в рекламі, діловому спілкуванні, політиці та повсякденному житті. Засоби

маніпулятивного впливу застосовуються для нав'язування адресату своєї волі, для здійснення ним дій, яких очікує маніпулятор. Негативні наслідки від такого впливу залежать від сфери, в якій використовується маніпуляція, кола адресатів і впливу маніпулятора. Звичайно, використання таких технологій в політиці передбачає широке коло адресатів. Ступінь небезпеки такого впливу та спровокованих ним наслідків підвищується при використанні маніпуляцій в процесі політичного конфлікту.

Конфлікт являє собою комунікаційний акт, який передбачає зіткнення двох і більше сторін з приводу розбіжності інтересів, цілей та поглядів, в результаті чого одна зі сторін діє на шкоду іншій, а друга сторона – у відповідь на це, здійснює аналогічні дії. Отже, конфлікт – це двостороння поведінка, яка базується на комунікативному контакті.

Обговорення та аналіз характерних ознак та форм прояву політичного конфлікту, визначення його стадій розвитку, – завжди викликають багато дискусій та є предметом різноманітних наукових досліджень. Найбільш актуальним аспектом є мовно-маніпуляційний вплив на стадіальний процес конфліктної ситуації, саме це становить науковий інтерес. Це пояснюється тим, що політичний конфлікт представляє собою одну з небезпечніших форм, тому що залучає в конфліктне поле велике коло людей, соціально-політичних груп та спільно. І головне, з часом, політичний конфлікт може змінити свою форму прояву до збройного конфлікту чи військової операції.

Реальний політичний конфлікт завжди має вербальне вираження. А це означає, що політичний конфлікт може бути підкріпленим мовним конфліктом. У свою чергу, вербальне та текстове відображення конфлікту може бути нейтральним або конфліктним. Так, заяви та тексти офіційного характеру, виступи офіційних осіб частіше виступають як нейтральні, в той час, коли тексти неофіційного характеру (критичні статті, інтерв'ю,

огляди, листи) в більшості випадків є конфліктними. Однак, в будь-якому випадку в ході конфлікту або при його освітленні (як вербальному, так і текстуальному) наявні маніпулятивні елементи.

На думку автора роботи, «одним з факторів, що сприяють зародженню та розвитку політичного конфлікту, є політичне маніпулювання, в тому числі використання культурно-маніпулятивних прийомів і технологій при політичному конфлікті» [59, с. 41]. Тут слід акцентувати увагу на тому, що «такий вплив може стати потужним засобом як загострення, так і в окремих випадках, врегулювання ситуації. Все залежить від лінгвостратегії, яку оберуть учасники конфлікту, а саме: конфронтації або кооперації. Перша може привести до значного розгортання конфлікту та виходу ситуації з-під контролю, а друга, навпаки, – сприятиме вирішенню протиріччя» [108, с. 56].

Необхідно почати аналіз з визначення особливих рис мовно-маніпулятивного впливу в процесі розвитку, назрівання та вирішення політичного конфлікту.

Вже на передконфліктній стадії, як визначають С. Наумкіна та О. Дяченко, «можливе використання маніпулятивних технологій. Так, одним із засобів залучення людей до політичних подій, в тому числі й до політичних конфліктів, є політичне маніпулювання, яке передбачає особливі засоби та прийоми прихованого управління політичною свідомістю та поведінкою людей з метою примусити їх діяти (або не діяти) всупереч власним інтересам» [108, с. 56].

Способи політичного маніпулювання на цій стадії можуть бути різними, і Г. Козирєв виділяє наступні:

1. «Маніпулювання, засноване на брехні» [86, с. 132]. Даний засіб заснований на недостатній інформованості суспільства, соціально-політичних груп. Маніпулятор враховує емоційну складову, психологічний стан суспільства, і на цій основі викликає довіру, суспільство дослухається

до думки маніпулятора і люди починають виконувати функцію ретранслятора невірної інформації. Такий засіб заснований на популізмі, маніпулятор має ораторські таланти та дар переконання, вміє давати «щірі» обіцянки щодо вирішення проблем суспільства. Це, наприклад, підвищення пенсій, зниження ціни на газ і т. п.

Автор зазначає, що в даному випадку можна «маніпулювати цифрами, результатами досліджень, доводячи, що виконати дані обіцянки є можливим и не викликає труднощів» [86, с. 131]. Але слід зазначити, що «маніпулятор усвідомлює нездійсненність своїх обіцянок, але люди йому вірять, тому що чують те, що хочуть почути від потенційного представника влади; створення соціальних міфів, що яскраво проявляється в тоталітарних режимах» [86, с. 132]. Наприклад, «більшовики створили міф про майбутній комуністичний рай, який неминуче настане для всього людства; фашистський режим в Німеччині створив міф про велику німецьку (арійську) націю, яка повинна правити світом» [86, с. 132].

Слід зазначити, що сьогодні ми спостерігаємо впровадження політичних міфів та навішування ярликів для того, що скомпрометувати своїх опонентів. В даному випадку, не маючи відповідних доказів маніпулятор навішує ярлики як на якийсь групи, так й на окремих громадян, наприклад, це можуть бути принизливи чи образливі назви: фашисти, націоналісти та ін.

2. «Спотворення фактів відбувається, коли, за допомогою відвертої фальсифікації, спотворення реальних фактів або сфабрикованих опитувань громадської думки, людям вселяють думку про неминучу перемогу певної партії чи політичного лідера» [86, с. 133]. Науковець зазначає, що «маніпулятор може й не дискредитувати своїх головних опонентів, але нав'язливо натякає на то, що дана партія або лідер не мають жодних шансів і голосувати за них безглуздо; контроль за засобами масової інформації є одним з найдієвіших способів маніпулювання; дозована подача інформації

створює позитивний образ одних та негативний образ інших» [86, с. 133]. Найбільша проблема полягає в тому, що «опоненти не мають можливості висловлювати думку та захищати свої інтереси (оскільки не мають власних ЗМІ)» [86, с. 134].

3. Маніпулювання, яке здійснюється завдяки довірі або помилковій значущості об'єкта маніпулювання. Такий вид маніпулювання використовується в ході залучення молоді до різних радикальних (екстремістських чи націоналістичних) організацій. Суть його полягає в тому, що людям з не цілком устояною психікою та світоглядом нав'язують думку про те, що саме їм випала історична місія взяти участь в даних політичних подіях, звільнити країну від ненависного режиму або від «неповноцінної раси, стати реальними творцями історії і т. д.» [86, с. 213–214]. Наприклад, зараз політичні гравці, користуючись романтичними або кон'юнктурними устремліннями молоді, використовують її в політичній боротьбі.

На думку автора роботи, «широке використання подібних засобів маніпулювання може привести до серйозних політичних конфліктів. В такому випадку відбувається перехід з предконфликтной стадії до стадії розвитку конфлікту. Головне питання цієї стадії, з точки зору культурно-маніпулятивного впливу на учасників конфлікту, полягає у виборі лінгвостратегії кооперації або конфронтації кожної зі сторін» [59, с. 43].

Ще слід звернути увагу на те, що досить швидкий темп згасання конфлікту та його подальше вирішення є можливим, коли застосовується саме стратегія кооперації. Але, якщо ж сторони будуть застосовувати іншу стратегію – стратегію конфронтації, то розвиток конфлікту буде йти зовсім іншим шляхом, який може довести конфлікту ситуацію до ескалації конфлікту. А вже в такому стані задля вирішення конфлікту слід буде застосувати багато ресурсів і зовсім інші засоби.

Ще декілька слів про стратегію дискредитації. Вона розглядається як різновид глобальної стратегії «гра на пониження». У промові дискредитація пов'язана зі словесним виразом негативної оцінки, причому основним є намір вплинути на слухача (принизити, висміяти, вразити об'єкт висловлювання через применшення його авторитету). Успіх такої стратегії можна побачити за реакцією адресата, якщо той відчуває себе ображеним, скривдженим, то ефект досягнутий, і стратегія реалізована успішно. Текстовий матеріал демонструє такі продуктивні тактики реалізацію мовної стратегії дискредитації, як нанесення прямої вербальної образи – «він пособник, сірий кардинал»; непряма образа – «він схожий на...»; розвінчання домагань – «він не схожий на ..., хоча і претендує ...». Мовними засобами даної стратегії є експресивна та оціночна лексика з негативними супутніми значеннями. Імпліцитно семантика образи формується з використанням спеціальних прийомів маніпулювання: порушення максимуму кількості; встановлення бажаних причинно-наслідкових зв'язків; нав'язування; антитеза. На лексичному рівні це здійснюється за рахунок агресивної та маркованої лексики.

Близькою за характером впливу вважається стратегія «гри на приниження гідності», яка дозволяє тому, хто говорить, викликати у адресата відчуття сорому або ніяковості, досади за ситуацію, відбиту в тексті.

У відповідь на критику досить часто використовується маніпулятивна стратегія «батьківського заступництва противника»: сторона піддається критиці, не відповідає на критику по суті, але заявляє про примирення та вичерпаність інциденту. Прикладом може бути зустріч президентів України (В. Ющенко) і Росії (В. Путіна) відразу після виборів 2005 року.

До стратегій конфронтації слід віднести маніпулятивну «стратегію щеплення», коли маніпулятор визнає шкоду, яку він наносить своїми

діями, але намагається переконати суспільство в тому, це дозволить вирішити якусь дуже складну проблему або запобігти якоїсь проблеми.

Перелік маніпулятивних технологій не є вичерпним. Так, зазначені вище стратегії можна доповнити стратегіями делегітимізації, солідаризації; стратегією залякування, самовихваляння та лестощів і т. д. Те ж саме стосується й переліку прийомів маніпулятивного впливу.

Так, Ю. Левін наводить такий перелік універсальних маніпулятивних прийомів: «анулююче перетворення (замовчування або напівправа), що дозволяє приховувати реальність (наприклад, кризи в країні немає, але є ознаки кризової ситуації); фінгіруюче перетворення (включення в повідомлення подій, які не відбувалися в реальності» [99, с. 596]. Наприклад, «практика заговарювання зубів», зазвичай це повідомлення, яке містить багато зайвих подробиць); «ідентифікуюче перетворення (заміна факту на більш узагальненій образ», наприклад, замість словосполучень «війна в Сирії» – «події в Сирії»); «модальне перетворення (коли відомості даються з посилання на джерело, що дозволяє не нести відповідальності за інформацію, або ж застосовують ключові слова – можливо, ймовірно чи здається)» [99, с. 596].

Наведений перелік можна звести до такого переліку: створення соціальних міфів, популізм, навішування ярликів, спотворення фактів, використання брехні та обману при недостатній обізнаності суспільства, контроль за засобами масової інформації, маніпулювання за допомогою довіри тощо.

Так, на перший погляд здається, що з демократизацією суспільного життя в Україні влада частіше звертається до громадської думки, але «одночасно використовує її у власних ангажованих цілях, створює прірву політичного непорозуміння. Довіра між цими суб'єктами політики дуже низька. Населення хоче змін в політичній системі, щоб подолати корупційні схеми, натомість отримує іншу корупційну схему. За

допомогою таких маніпуляцій громадянське суспільство може породжувати політичні конфлікти між різними верствами населення та окремими політичними силами, які не звертають уваги на політичні погляди окремих категорій громадян» [55, с. 126].

Слід зазначити, що для сучасного етапу розвитку властива підвищена агресивність політичної мови, в тому числі активне використання конфронтаційних стратегій та тактик мовної поведінки (загрози, ігнорування, дискредитація, лайка, брехня, наклеювання ярликів, образи та ін.). Показово, що мовна агресивність в її різних проявах особливо зростає в періоди загострення соціальної ситуації та під час виборчих кампаній. «Слово перетворюється в небезпечну агресивну силу, яка спрямована на зміну свідомості. Технологія «промивання мізків» страшніше бомбардувань, за будь-які руйнування, тому що інформаційна зброя вражає генетику людини, впливає не тільки на конкретну людину, а й на його нащадків» [55, с. 126]. Саме тому вітчизняна влада повинна вводити обмеження на інформаційний продукт Росії тощо.

Отже, конфлікт – «парний поведінковий акт» [153, с. 75], який слід розглядати з позицій двох суб'єктів спілкування. Такий вид взаємодії може розвиватися за одним з наступних сценаріїв: «конгруенція, що передбачає зростання підтвердження взаємних рольових очікувань партнерів, швидке формування в них загальної картини ситуацій та виникнення емпатичних зв'язків один з одним» [168, с. 54]. Другий – «конфронтація, яка є одностороннім або взаємним неспіттвердженням рольових очікувань, розбіжністю партнерів в розумінні або оцінці ситуації та виникненні антипатії один до одного» [168, с. 77]. Аналогічну точку зору висловлює і А. Добрович, вважаючи, що, «згідно з конвенціональними нормами спілкування, почуття антипатії має приховуватися та наявні розбіжності слід висловлювати словесно в коректній формі. Однак в разі конфліктного спілкування ні перше, ні друге не дотримується. Відбувається порушення

конвенцій, співрозмовники не намагаються зіставляти свою поведінку та пристосовуватися до опонента. Конфронтація відбувається не лише в результаті недотримання конвенцій, правил мовної поведінки. Зовнішній прояв конфлікту обумовлений більш глибокими, немовними факторами, які є джерелом насильницької та агресивної поведінки» [50, с. 77].

Насильство тісно пов'язане зі змістом конфлікту, оскільки під ним розуміється тип дії або поведінки суб'єктів, при якому інші суб'єкти піддаються фізичному або вербальному тиску. Поняття «насильство» співвідноситься з поняттям «агресія», яке характеризує «будь-яку завзяту, нав'язливу або атакуючу поведінку, що пов'язана з примусом чи контролем» [58, с. 211]. Якщо мова йде про подібне загострення політичного конфлікту, в результаті використання насильства чи агресії, протистояння переходить в найбільш небезпечну його форму – військовий конфлікт. Останній в свою чергу, за умови подальшого використання конфронтаційних стратегій маніпулятивного впливу, може привести до необоротних наслідків і чималих людських жертв.

Найбільший інтерес на стадії конфліктної взаємодії, на думку автора роботи, «представляє аналіз лінгвістичних стратегій, використовуваних під час військових конфліктів. Під час військового конфлікту найчастіше використовується стратегія формування образу свій / чужий, яка жорстко розставляє пріоритети в подачі інформаційного матеріалу» [58, с. 212].

Автор роботи вважає, що «тактичні прийоми в рамках такої стратегії спрямовані переважно на дискредитацію противника (звинувачення, викриття і т. п.) і нанесення йому вербальних ударів. Така полярність текстів створюється, в першу чергу, наявністю опозиції. На текстовому рівні закладаються основи маніпулювання громадською думкою. Найважливішу роль в цьому відіграють способи номінації дійових осіб. Так, при аналізі ситуації на Сході України в західній та українській

пресі говориться про бойовиків, терористів, в той час як російська преса називає тих же осіб повстанцями або партизанами і т. п.» [58, с. 213].

Не менш важливі для використання маніпулятивних технологій засоби номінації дій сторін. Так, в західній і вітчизняній пресі говориться про агресію Росії щодо нашої держави та захист території України, а в російській – кажуть про захист мирного населення Донбасу від «бандерівців». Безсумнівно, зазначені засоби номінації конфліктуючих сторін і їх дій несуть в собі різну оцінку, і обумовлені різними позиціями та політичною орієнтацією. Одна група засобів створює позитивне ставлення адресата до сторони конфлікту, а інші – надають тій же стороні негативне забарвлення, підтримуючи стратегію позитивної саморепрезентації та дифамації противника.

Друга лінгвістична стратегія військового дискурсу – це стратегія, що дозволяє тому, хто говорить, уникнути почуття комунікативного дискомфорту або, в значній мірі, послабити його. При цьому, з дискурсу преси виключається вся лексика з негативною конотацією (війна, наступ, зброя масового знищення), а замість неї вводиться нейтральна (конфлікт, операція, миротворення, наведення порядку та т. п.). Таким чином, створюється віртуальна дискурсивна реальність чи «скорочена» версія реальності, в контексті якої описуються події (війна) сприймаються аудиторією зовсім іншим чином. Так, події на Сході України офіційна влада України називала «антитерористична операція», в той час як значна кількість як вітчизняних, так й зарубіжних політиків, аналітиків, журналістів називали її війною, що більше відповідає реальним подіям.

Іншими словами, війну в сучасному світі вважають за краще не називати війною відкрито. Такі дії описуються як демократичні та респектабельні, а їх ставлення до війни, як правило, заперечується. Це характерно як для Росії, так і для Європи, США та інших країн. Наприклад, «бомбардування Югославії в 1999 році в офіційних джерелах і в пресі

називалися запобіганням гуманітарної катастрофи, війна в Чеченській республіці – антитерористичною операцією, наведенням конституційного порядку. У США під час війни у В'єтнамі була створена спеціальна мова для повідомлень преси, були складені спеціальні словники для позначення тих чи інших явищ того часу, які формують у читача потрібне враження. З 1965 року військові дії у В'єтнамі називалися програмою миротворення, а з лютого 1972 року – захисною реакцією» [81, с. 254–255].

На думку автора роботи, «механізм реалізації цієї стратегії пов'язаний з використанням евфемізмів (слів з «поліпшеним» значенням, слів з «розпливчастим» значенням) і слів-визначників з «дифузною» семантикою (деякий, відомий, певний, відповідний, належний): «силовий варіант розвитку подій», «в запасі є ряд надзвичайних заходів»; «військова акція»; «гуманітарна військова допомога»; «вантаж 200»; «застосування військової сили», «піти на крайні заходи», «військова фаза операції» (про війну) «багато положень, які значною мірою виконуються»; «(не)адекватні заходи»» [58, с. 213].

Тема маніпулювання суспільною свідомістю за допомогою евфемістичного спотворення останнім часом перебуває під пильною увагою вчених. «Евфемістичні заміни – це дієвий публіцистичний прийом створення позитивного образу або нейтралізації негативного враження для затвердження потрібних ідей» [108, с. 59]. За даними Я. Монкоша-Бошдан, в «Польщі в період передвиборчої кампанії у вересні 1993 року були складені списки слів, які взагалі не слід вживати або ж слід замінювати словами-субститутами (такими, що були конфіденційними для рекомендації-інструкції щодо членів однієї партії)» [107, с. 8]. Наприклад: «слово «капіталізм» краще замінити виразом «економіка на реальних засадах», не слід говорити про багатство, а якщо вже виникає така необхідність, то слід використовувати вираз «нажитий стан», слово «капітал» людей шокує, відштовхує, краще замінити його на «гроші»,

«фонди»; не слід використовувати слово «відсотки, процентні ставки», краще замість цього використовувати слово «заробіток, одержуваний з грошей, внесених в банк або на біржу» і т. д. [107, с. 8].

Але, з іншої сторони, «у військовому конфлікті часто виникає інша мета, тоді використовуються мовні маніпуляційні стратегії, які здатні забезпечити процес психологічного входження об'єкта, що сприймає інформацію, до військового конфлікту і сформувати особливу мовну свідомість» [58, с. 213]. Такий мовний механізм формує у людині установку, відповідно до якої людина вважає, що ситуація адекватна і військовий конфлікт представляється людині чимось звичайним, формується відношення до військового конфлікту, як до чогось окремого, погляд та оцінка має відсторонений характер. Мовна практика тут використовує так звану «військову лексику», в якій текстові повідомлення мають спрощений вигляд та спостерігається зниження стилю. Спостереження показують зростаючі показники застосування військових термінів, військової аббревіатури, специфічного жаргону тощо.

Наступна стратегія визначається «негативною / позитивною оцінкою військової ситуації, військових дій, військової реальності. Ця стратегія пов'язана зі збільшенням суб'єктивної лексики в тексті (оціночна лексика, вступне слово, негативна лексика, модальна лексика). Зокрема, найбільш активно використовується лексика, яка викликає прогнозовані емоції. Прийом полягає у вживанні виразів, які емоційно впливають на адресата мови, хоча нескладний аналіз показує їх повну логічну неспроможність. Однак дієвим виявляється сам факт використання слів, що несуть позитивний або негативний заряд. Розрахунок робиться на те, що адресат мови піддається впливу слів та не буде докладно аналізувати сутність того, про що йде мова. До такого типу лексики можна віднести такі слова: інтервенція, евакуація, неприкрита агресія, репресивний апарат, кривава розв'язка, фатальні наслідки, смерть мирних жителів» [59, с. 52].

Тут слід погодитися з В. Петренко, яка зазначає, що «політична мова завжди включає не тільки повідомлення про політичну реальність, а й її інтерпретацію, яка містить як явну, так і приховану оцінку, вона орієнтована на те, щоб викликати бажану для суб'єкта мовну або поведінкову реакцію щодо об'єкта комунікації» [119, с. 8].

На думку автора цієї роботи, «одним з дієвих прийомів маніпулятивного впливу є використання в конфліктних текстах мовних імплікатерів-ідей, які не висловлюються в тексті безпосередньо, але виводяться з нього на основі загальних законів мовного спілкування. Останнім часом все більшого поширення в пресі отримує ще один прийом — використання прецедентних текстів (ім'я автора, ім'я персонажа, назва, цитата, перифрази, приховане цитування, алюзія, ремінісценція) — своєрідних елементів мови культури» [59, с. 41].

Автор роботи доходить висновку, що розглянуті вище стратегії та прийоми, які «використовують досить стандартні мовні засоби реалізації, є центральними маніпуляційними технологіями військового політичного дискурсу. При цьому, військовий дискурс різко посилює такі властивості мови як емоційність, категоричність оцінок і суджень. Військові конфлікти є каталізатором мовного вираження різних стереотипів і упереджень, що існують в масовій свідомості» [58, с. 212]. Оскільки даний вид конфлікту виступає частиною різноманітних інформаційно-комунікаційних операцій, які ведуться практично одночасно з відкритим збройним нападом, то й звернення до його аналізу вважаю необхідним.

Автор роботи вважає, що «на стадії вирішення політичного конфлікту використання маніпулятивних технологій також є вкрай несприятливим, оскільки може привести навіть до ескалації нового конфлікту. Тому, найбільш ефективною стратегією поведінки на стадії завершення конфлікту є кооперація. Вона сприятиме вибору компромісу,

співробітництву та дозволить значно прискорити досягнення миру» [59, с. 42].

Слід зазначити, що «одним з найважливіших етапів розвитку конфлікту є постконфлікта стабілізація ситуації. Саме ця фаза буде сприяти попередженню появи нових конфліктів. А основними шляхами стабілізації політичної системи є соціальне маневрування, політичне маневрування, політичне маніпулювання, інтеграція контреліти в політичну систему, ослаблення опозиції та силовий тиск» [45, с. 126].

Ю. Білецька у своєму дисертаційному дослідженні вказує на важливість стабілізації в українському політичному просторі, зазначаючи, що в українському суспільстві не завжди закінчення або вирішення політичного конфлікту характеризується миром і співпрацею сторін. Іноді закінчення одного конфлікту може стати причиною для розвитку іншого, який, як правило, ще більш небезпечний, ніж попередній. Наприклад, політичний конфлікт кінця 2013 – початку 2014 років щодо подальшого розвитку українського суспільства в євроінтеграційному напрямку закінчився достроковими виборами Президента України та підписанням угоди про асоціацію. Але цей політичний конфлікт став причиною дестабілізуючих процесів на сході країни та на Кримському півострові» [12, с. 5]. Тому, на думку автора цієї роботи, це вказує на те, що «необхідно продовжувати здійснення заходів щодо примирення учасників конфлікту саме на постконфліктному етапі. Адже, якщо одна зі сторін протистояння не задоволена кінцевим результатом, то такі дії можуть стати джерелом нового конфлікту з іншим об'єктом, на іншому рівні та з іншим суб'єктним складом учасників. Найбільшу небезпеку на цій стадії представляє використання маніпулятивних технологій» [59, с. 42].

Автор роботи вважає, що «політичне маніпулювання на стадії стабілізації ситуації застосовується політичною владою для забезпечення

свого стабільного функціонування. Воно здійснюється переважно через канали масової комунікації. Одним з найбільш ефективних методів маніпулювання на цій стадії є створення образу ворога, яке передбачає покладання відповідальності за невирішені проблеми на інші політичні сили (наприклад, на опозицію), що відволікає увагу населення від гострих політичних і соціальних проблем» [59, с. 43].

Аналіз мовної репрезентації конфлікту дозволяє виділити параметри, що характеризують причини та характер конфлікту. До них слід віднести «безпосередніх учасників конфлікту, поведінка яких обумовлена зовнішніми (соціальними) та внутрішніми (психологічними) чинниками, а також сама мова» [108, с. 59].

До зовнішніх факторів, що регулюють мовну поведінку, належать «традиції і норми, що склалися в даній етнокультурної спільності, в професійній групі, в яку входять учасники; конвенції, прийняті в даному соціумі; схеми мовної поведінки, які стали соціально значущими і засвоєні особистістю; а також соціальні ролі комунікантів, що визначаються соціальним статусом, професією, національної приналежності, освіти, віку і т. д. До внутрішніх чинників відносять ті, що обумовлені типом особистості (психологічним і комунікативним), інтересами, мотивами, установками і поглядами учасників конфлікту» [108, с. 60].

Другий параметр – це мова (усна або письмова). «Мова соціокультурної спільноти в результаті своєї конвенційної природи є певним кодом, за допомогою якого відбувається комунікативний контакт суб'єктів, що належать до суспільства. Усна ж мова є індивідуальним явищем, творчим процесом кожного з учасників» [108, с. 59]. Слід зазначити, що «правильний вибір засобів мови, орієнтованих на співрозмовника, здатність адекватно передати зміст, виправдовуючи очікування партнера по комунікації – все це гармонізує спілкування» [58, с. 214].

Однак в мові є такі властивості, які створюють перешкоди, непорозуміння та призводять суб'єктів комунікації до конфлікту. Так, на думку С. Ільєнко, «природа мовного знака (лексична та граматична багатозначність, омонімія, динамічність, варіативність, відсутність природного зв'язку між означуваним і тим, що означає, а також між знаком і денотатом)» [73, с. 5]. Цитуємий автор вважає, що це «може стати причиною його неоднозначної інтерпретації, виникнення іншого смислу в висловлюванні, а це, в свою чергу, може призвести до непорозумінь, небажаних емоційних ефектів, напруженості в мовному спілкуванні, які є сигналами мовного конфлікту» [73, с. 7]. Такі знаки та змістовні характеристики, які знаходяться «всередині мови та несуть конфліктогенний потенціал», потребують для реалізації цього потенціалу механізм, що приводить його в дію. Таким механізмом і є мова. На думку автора роботи, «...факт актуалізації або неактуалізації тих властивостей мовного знака, які створюють ситуацію ризику, ґрунт для комунікативних конфліктів, залежить від ситуації спілкування в цілому, і головними чином від суб'єктів комунікації. Їх комунікативний досвід, мовна компетенція, мовні переваги, ставлення до проблем мови, індивідуальні мовні звички та інші якості, проявлені ними в даній ситуації, дозволяють усунути комунікативні перешкоди або загострити їх і довести ситуацію до конфліктної» [59, с. 51].

Визначити тип мовної взаємодії можна за її результатом – досягненням або недосагненням мовного наміру. Отже, виділяються два типи спілкування: ефективне (спілкування зі знаком «плюс») і неефективне (спілкування зі знаком «мінус»). Але цілі можна досягти різними способами. Наприклад, «мета спонукати співрозмовника до бажаної для мовця дії може бути досягнута за допомогою ввічливого прохання чи наказу, вираженого за допомогою нелітературної лексики, з нанесенням образи чи приниженням особистості співрозмовника. Можна

вдало образити партнера по комунікації, з метою досягнення зміни його емоційного стану» [59, с. 52].

Таким чином, здається, мають рацію ті вчені, які ефективність спілкування пов'язують з його якістю. Наприклад, П. Грайс під ефективністю розуміє «такий вплив на слухача, за допомогою якого він пізнає бажання говорити (намір)» [31, с. 225]. Вчений вводить «принцип кооперації», який заснований на виконанні головних засад спілкування, які спрямовані «на досягнення його ефективності» [31, с. 226]. Він виділяє чотири фундаментальні принципи, «якими несвідомо керуються всі, хто говорить, з метою, щоб спілкування було успішним: постулат інформативності (слід повідомляти щось нове); постулат ясності (необхідно говори однозначно, ясно, уникати двозначності); постулат зв'язності (зобов'язує не відволікатися від теми, щоб не втрачати основної думки); постулат істинності (слід говорити правду, говорити щиро)» [31, с. 226]. В разі звичайної комунікації дані принципи реалізуються суб'єктами неусвідомлено, а оскільки мовне маніпулювання – це усвідомлений процес, то, за визначенням П. Грайса, «постулати спілкування певним чином деформуються при здійсненні маніпулятивного впливу» [31, с. 227].

На думку автора роботи, «постулат інформативності повинен дотримуватися в процесі комунікації, в іншому випадку контакт може бути порушений, а увагу адресата втрачено. Постулат ясності деформується в напрямку двозначності та приховування значення, оскільки саме ці маніпулятивні прийоми дозволяють уникнути прямих і однозначних тлумачень, допомагають приховати небажані аспекти проблеми, промовчати про негативні супутні питання. При маніпулюванні постулат зв'язності дотримується у викривленій формі: з одного боку, необхідно дотримання певної логіки комунікації, з іншого – маніпулятивні техніки, такі як фрагментація, припускають умисне порушення зв'язності тексту.

Однак істотної деформації в комунікативному просторі піддається постулат істинності» [59, с. 53].

Тут важливим є питання, чи вірити інформації, яка приходить до людини природним шляхом. І з точки зору лінгвістики, віра відноситься до норми, а невіра – до відхилення. Порухення останнього постулату призводить до того, що інформація повідомляється та зводиться лише до одного можливого варіанту інтерпретації, який досить часто не відповідає реальним подіям.

Є. Ширяєв вважає, що «ефективне спілкування – це оптимальний спосіб досягнення поставлених комунікативних завдань, коли намір відповідає результату» [170, с. 14]. І. Стернін в основу змісту «ефективне спілкування» покладає баланс відносин і визначає, що ефективним мовним впливом слід визнати таку ситуацію, коли цей вплив задовольняє двом основним вимогам: досягає поставлених адресантом цілей та зберігає рівновагу між учасниками спілкування, тобто, досягає комунікативної мети» [143, с. 6]. Таким чином, мова йде про якість спілкування, яка оцінюється за його результатами з точки зору того психологічного стану, в якому перебувають обидва учасники після даної комунікації.

Критерієм конфліктності завжди виступає ступінь неконтрольованості, «інтенсивності, агресивності реакції реципієнта» [168, с. 231], яку він здійснює у відповідь на такий вплив. При цьому реципієнт усвідомлює мовний вплив, який було направлено на нього.

Політичний конфлікт з позиції даної проблематики включає в себе відповідні немовні фактори – потреби, інтереси, мотиви, погляди, що визначають політичний, соціальний та психологічний тип особистості, а також установки індивіда на взаємодію з суспільством, суб'єктами політичної влади та суб'єктами політичної діяльності. Установки впливають на формування цілей політичного спілкування, які, в свою чергу, визначають вибір суб'єктом мовних політичних стратегій. Мовні

стратегії співвідносяться з установками (стратегії підпорядкування та дискредитації співвідносяться з установкою на конфлікт, конфронтацію; стратегії близькості, відмови від вибору співвідносяться з установкою на контакт і співпрацю). Всі ці компоненти політичного конфліктного спілкування – це немовні фактори, установки, цілі, мовні стратегії, які регулюють вибір тактик мовної політичної поведінки, конфліктний репертуар яких дуже багатий: від прямої образи до самого витонченого образу приниження честі та гідності політичного супротивника.

Подальше дослідження зазначених стратегій та прийомів культурно-маніпулятивного впливу дозволить розробити ефективні методи виходу з політичної кризової ситуації, вирішення та попередження політичного конфлікту. Аналіз зазначених культурно-маніпулятивних стратегій та прийомів маніпулятивного впливу, що застосовуються в рамках конкретних стратегій, допоможе розробити найбільш дієві механізми вирішення різних типів політичних конфліктів. Володіння знаннями про особливості лінгвістичних політичних стратегій та прийомів культурно-маніпулятивного впливу під час політичного конфлікту дозволяє його учасникам проаналізувати ситуацію, обрати ефективну стратегію поведінки та знайти оптимальні шляхи виходу з конфлікту.

Висновки до Розділу 4.

Мовне маніпулювання широко використовується не тільки в тоталітарних і авторитарних державах, але й в сучасних демократіях, особливо в партійній пропаганді і під час виборчих кампаній.

На сучасному етапі сучасний політичний дискурс демократичного напрямку характеризується досить високим рівнем експресивності, агресивності діалогових інтенцій відносно політичних опонентів,

наявністю нелітературних елементів. Змінюється напрямок визначення ціннісних орієнтирів, відбувається зміна позитивного на негативне, і навпаки. На сьогодні відсутня політична цензура, що дає можливість наповнити сучасну політичну мову різними вільними висловлюваннями та зворотами.

У процесі розвитку політичної конфліктної ситуації найбільш виваженою є стратегія кооперації, яка дозволяє уникнути конфлікту між політичними опонентами, швидко знизити ступінь напруги або скоріше вирішити конфлікт, стабілізувати політичну ситуацію на постконфліктній стадії. В той же час, вибір стратегії конфронтації сприяє ескалації конфлікту, залучення нових учасників до політичного конфлікту, підвищує загрозу переростання політичного конфлікту в військовий конфлікт.

Висновки

В результаті дослідження було зроблено наступні **висновки**:

1. Визначено, що застосування в політичному процесі технологій маніпуляції продовжує залишатися однією зі значних проблем сучасної політологічної науки і політичної практики. Протягом ХХ століття велися наукові дослідження засобів і прийомів впливу на громадську думку та формування електоральних переваг. Відношення до політичної маніпуляції, її ролі в суспільному житті постійно змінювалося, нерідко викликаючи широкі громадські дискусії.

Зазначено, що більш менш розвинені теорії мовного політичного маніпулювання почали формуватися наприкінці ХХ століття, однак вихідний матеріал для них був накопичений в рамках всієї попередньої історії людства. Комплексний, багатовимірний характер феномену мовної політичної маніпуляції зумовив різноманітні підходи до його вивчення, яке відбувалося і відбувається паралельно в межах різних наук. Аналіз основних концепцій мовного політичного маніпулювання дозволяє говорити про його розгляд в рамках таких напрямків: соціальному, психологічному, політичному, політико-лінгвістичному, соціокультурному, філософському тощо.

Вивчення теоретичної складової дослідження показало, що на даний момент в теорії маніпулювання можна виділити тактико-орієнтований та антропоцентричний підходи. Перший підхід заснований на виділенні тактики угруповання засобів маніпулювання. Другий підхід ставить на перше місце саме засіб, який розглядається з точки зору можливості його використання для досягнення того чи іншого ефекту. Крім того, тут слід зазначити комунікативну теорію спілкування, теорію антиномій, теорію мовної еволюції, сучасні психолінгвістичні концепції продукування мови тощо.

2. Визначено, що мовно-маніпулятивний вплив характеризується наступними стійкими показниками: здійснює цілеспрямований та прихований вплив; містить алгоритм програмування політичного мислення, сприйняття та поведінки об'єкту; варіативний набір методів і прийомів для цілеспрямованого впливу, відповідну сигнальну систему та компоненти свідомості об'єкту впливу. Вказані характеристики є тими факторами, які представляють основні умови ефективності мовно-маніпулятивного впливу.

3. Обґрунтовано, що політичне маніпулювання можна визначити як неявний вплив та управління політичною свідомістю і поведінкою людей з метою спрямування їх певних дій в інтересах суб'єкта політичної маніпуляції. Мета цього впливу завжди прихована від об'єкта впливу або відбувається під якоюсь публічною псевдометою, яка не відповідає реальним намірам суб'єкта маніпуляції. Тобто, метою політичного маніпулювання є отримання, утримання, розподіл і реалізація влади за допомогою неявних інструментів або ж шляхом приховування справжніх політичних цілей.

Визначено, що розуміння політичного маніпулювання як специфічної політичної діяльності, виконує цілий ряд функцій, безпосередньо пов'язаних з різними аспектами політичних систем, різними фазами та циклами політичних процесів, особливостями їх характеру, тими чи іншими суб'єктами (акторами) політики, дозволяє говорити про політичну природу та політичної специфіку даного об'єкту.

4. Визначено, що політичний дискурс містить відповідні стратегії та тактики для здійснення маніпулятивного впливу на суспільство чи якусь соціально-політичну групу. Для цього політики використовують у своїй промові різні прийоми. Вибір мовних засобів обумовлений прогнозуванням ефекту, який можуть спричинити ті або інші вербальні елементи та конструкції.

Проблема наукової типологізації технік залишається актуальною для подальших досліджень. Визначено, що маніпуляції відрізняються за своїм рівнем, від чого залежить їх ефективність та охоплення. Не слід вважати, що українська політика може позбутися маніпуляцій, але одночасно їх зміна та розвиток відбуваються паралельно з процесом виховання свідомого електорату та поліпшенням якості політичних еліт.

Маніпуляції в публічно-політичній риториці зустрічаються практично всюди, це стосується всіх країн, а не тільки України. Можливо, одним з індикаторів на шляху демократичного розвитку держав є співвідношення в публічному просторі маніпуляцій та «фейків»: в конкурентних демократіях виникають зангажовані «варіації на тему правди», але немає місця для відвертої брехні, тоді як фейк є чимось досить природним для закритих неконкурентних режимів.

Аналізуючи текстотипи передвиборчої агітаційної промови, виявлено п'ять основних інтенціональних компонентів моделі маніпулятивного мовленнєвого акту як мінімального елементу вербальної інтеракції: алокутивна, інформативна, власне комунікативна, персуазивна та маніпулятивна інтенції.

Аналіз матеріалу дослідження показав, що кожен з компонентів маніпулятивної моделі має свої засоби вираження на поверхневому рівні. Знання та правильний вибір даних засобів дозволяє домогтися заздалегідь запланованого ефекту і, таким чином, впливати на реципієнта в процесі вербальної інтеракції. При цьому, експлікатором маніпулятивної інтенції можуть бути на культурно-актовому рівні – перформативні формули мовних актів і відповідні ілокутивні дієслова, семірелятори, що пов'язують намір говорити з заздалегідь заданою мішенню маніпуляції, лексеми-номінанти, інтенціональні інтенсифікатори, засоби створення образу.

Вказано, що запорукою успішного маніпулювання в українській публічно-політичній риториці є не тільки великий арсенал різних технік, а

й деякі особливості об'єкту. Перш за все сьогодні в Україні немає культури критичного мислення, а більшість громадян не в змозі раціонально та системно рефлексувати щодо політики.

5. Щодо блогосфери, то тут виділено основні способи використання блогосфери: блогосфера як новинний медіум (інформаційна, комунікаційна, ідеологічна, культурно-освітня функції), блогосфера як політична платформа (інформаційна, комунікаційна, ідеологічна), блоги як інструменти Інтернет-активізму (комунікаційна, ідеологічна, організаторська), блоги як інструмент освітньої діяльності (комунікаційна, культурно-освітня), корпоративний блогінг (інформаційна, комунікаційна, організаторська), розважальна блогосфера (рекреаційна).

Визначено політичні функції блогів, до яких можна віднести наступні: політико-мобілізаційну функцію, яка виражається в консолідації або організації потрібного електорату, проведенні флеш-мобів, різноманітних політичних акцій; політико-іміджеву та політико-рекламну функції, а також функцію політичної соціалізації електорату. Блог в політичних мережевих комунікаціях одночасно виконує як інформаційну функцію, яка виражається в генеруванні контенту та впорядкуванні інформації в мережі Інтернет, так і ряд інших функцій (комунікативну, консолідуючу та інше). Інколи блог виступає в якості випробувальної платформи для тих чи інших політичних маніпуляцій або перевірки певних ідей та концепцій. В деяких випадках він служить альтернативним майданчиком для вираження опозиційної думки, коли практично всі інші види медіа стають недоступними для опозиції.

6. Політичний блогінг представлений текстами, які володіють значним маніпулятивним потенціалом. В них представлений широкий спектр когнітивних, семантичних та риторичних тактик і технік. Використання когнітивно-прагматичних тактик і технік маніпуляції спрямоване на зміну мовної картини світу та мовної свідомості

відвідувачів ресурсів. Іntenціональність маніпулятора виступає важливою основою класифікації маніпулятивних тактик і технік.

Аналіз політичного блогінгу має базуватися на наступних індикаторах. 1. Перш за все, це кількісно-якісні показники «видимості» в Інтернеті та традиційних ЗМІ: індекс цитування в Інтернеті, цитованість в публікаціях та сюжетах традиційних ЗМІ. 2. Це характеристики цільової аудиторії: відвідуваність, наявність постійного ядра відвідувачів (наявність стрічки френдів і кількість френдів), кількість гіперпосилань і їх якісний аналіз. 3. Інтерактивні показники: зворотний зв'язок (кількість постів і коментарів до них), швидкість відновлення, використання технологій іншого веба (наявність подкастингу, аудіо та відеофайлів, використання RSS-технологій), посилання на інші політресурс (наприклад, на персональний сайт політика); контент-аналізі текстового та графічного матеріалів.

7. Обґрунтовано, що мовне маніпулювання при демократичному режимі здійснюється фрагментарно та не охоплює весь комунікативний простір (на відміну від тоталітарного режиму) завдяки активній позиції адресата, технології маніпулювання стають все більш різноманітними та витонченими, гнучкими та менш жорсткими у порівнянні з тоталітарним режимом. А технології культурно-маніпулятивного впливу спираються на національні ментальні особливості адресата (стереотипи, що склалися в суспільстві, звичні форми поведінки, особливості сприйняття політичної реальності масами).

8. Визначено, що під час політичного конфлікту використовуються дві основні стратегії комунікації: кооперації та конфронтації. До основних мовних конфронтаційних стратегій відносяться: стратегія «гри на пониження», стратегія «гри на приниження гідності», стратегія «батьківського заступництва противника», «стратегія щеплення», стратегія делегітимізації, солідаризації, стратегія залякування, самовихваляння та

лестоців тощо. Серед основних прийомів маніпулятивного впливу, що застосовуються в разі політичного конфлікту, визначаються: анулююче перетворення (замовчування та напівправа), фінгіруюче перетворення (практика «заговорювання зубів»); ідентифікуюче перетворення (заміна факту на більш узагальнений образ), модальне перетворення (використання посилянь на джерела задля уникнення відповідальності).

Щодо контексту військового конфлікту, то тут слід зазначити наявність дуже потужного блокатору боротьби з маніпуляціями в публічно-політичній риторичі. Повинен сформуватися консенсус щодо того, що маніпуляції, фейки та інші елементи державної пропаганди для України є неприйнятним, їх не можна виправдати необхідністю ведення «інформаційної війни» або іншими факторами.

В цілому, перспективи політичного розвитку України багато в чому залежать від того, наскільки усвідомлено братимуть участь в політиці ті чи інші соціальні групи, якою мірою їх політичну поведінку буде визначати усвідомлення власних групових інтересів та їх співвідношенням з інтересами всього суспільства.

Список використаних джерел

1. Авксентьев А. (2017) Маніпуляції в публічній українській політиці: топ-10 технік. URL: <https://politeka.net>
2. Амиров В. (2002) Агитационный предвыборный свертхтекст: организация содержания и стратегии реализации. Екатеринбург, 21.
3. Арешев А. (2008) Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками. Новая политика. Интернет-журнал. URL: <http://www.novopol.ru>.
4. Балахонская Л. (2010) Современное социокультурное пространство и язык рекламы. Общество. Среда. Развитие, 4, 3-12.
5. Баранов А. (1991) Парламентские дебаты: традиции и новаторство. М., 64.
6. Баранов А. (2001) Введение в прикладную лингвистику. М., 360.
7. Барт Р. (2004) Империя знаков. М.: Праксис, 144.
8. Беккер К. (2004) Словарь технической реальности: Культурная интеллигенция и социальный контроль. М., 65.
9. Бессарабова Н. (1996) Слова-прикрытия в современных СМИ. Журналистика и культура речи. 1, 57–69.
10. Бессонов Б. (1971) Идеология духовного подавления. М., 1971, 294.
11. Билевская Э. (2010) On-line политика. Независимая газета. URL: http://www.ng.ru/politics/2010-01-21/1_online.html?mthree=1.
12. Білецька Ю. (2015) Політичні конфлікти: сутність та способи вирішення (специфіка прояву в політичному процесі сучасної України): дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. Одеса, 213.
13. Блакар Р. (1987) Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирическое языка и его использования в социальном контексте). Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 88–125.
14. Бодрийяр Ж. (2000) Прозрачность зла. М., 258.

15. Бойко О. (2010) Політичне маніпулювання. К.: Академвидав, 432.
16. Борисова И. (1999) Категория, цели и аспекты текстового анализа. Жанры речи. Саратов, 81–95.
17. Булыгина Т. (1997) Языковая концептуализация мира. М., 576.
18. Булыгина Т., Шмелёв А. (1997) Языковая концептуализация мира. М., 576.
19. Быкова О. (1999) Языковое манипулирование. Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Красноярск, 1 (8), 99–103.
20. Быкова О. (2000) Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ. Красноярск, 1, 42–53.
21. Васильев А. (2013) Игры в слова: манипулятивные операции в текстах СМИ. СПб., 660.
22. Верещагин Е., Костомаров В. (1999) В поисках новых путей развития лингвостратегии: концепция речеповеденческих тактик. М., 84
23. Воеводин А. (2002) Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. М., 256.
24. Воротинський В. (2016) Політичне маніпулювання в інтернет-просторі України: політико-інституційний вимір: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02; Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 17.
25. Гавра Д. (2016) Основы теории коммуникации. М., 2016, 282.
26. Гак В. (1998) Языковые преобразования. Москва, 768.
27. Гармаш Н. (2009) Мас-медіа в демократизаційних процесах перехідного суспільства (на прикладі українських і російських парламентських виборчих кампаній): автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 16.
28. Головій В. (2009) Механізми взаємодії влади та ЗМІ в контексті становлення громадянського суспільства в Україні. Запоріжжя, 199.
29. Гонцяж Я., Гнидюк Н. (2002) Свобода інформації та виконавча гілка влади: правові норми. Інституції. Процедури. К., 240.

- 30.Городенко Л. (2003) Засоюи масової комунікації у контексті громадської думки: формування, функціонування, жанрові прийоми: дис. ... канд. філос. наук: 10.01.08: Київський національний ун-т імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики. К., 208.
- 31.Грайс Г. (1985) Логика и речевое общение. Новое и зарубежное лингвистике, XVI, 217–238.
- 32.Грачев Г., Мельник И. (1999) Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М., 230.
- 33.Грачев М. (1996) Актуальные проблемы политической науки. М., 188.
- 34.Григорьева О. (2001) Откуда берется зло. Полемика, 10, 31–38.
- 35.Гришечко Е. (2008) Определение понятия речевого воздействия и виды это воздействия. Гуманитарные и социальные науки, 4, 53–59.
- 36.Гронская Н. (2003) Языковые механизмы манипулирования массовым политическим сознанием. Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 1, 220–231.
- 37.Грушин Б. (1987) Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. М., 368.
- 38.Данилова А. (2011) Манипулирование словом в средствах массовой информации. М., 232.
- 39.Дацюк С. (2017) Сучасні блоги та блогери. Ч. II. URL: blogs.pravda.com.ua.
- 40.Двойнина Е. (2010) Речевая манипуляция в Интернет-дискурсе. Саратов, 22.
- 41.Дейк Т. (1989) Язык, Познание, коммуникация. М., 312.
- 42.Дем'яненко М. (2016) Популізм як політичний феномен і маніпулятивна технологія. Автореф. дис. ... канд. політ. наук, 23.00.02. Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. К., 20.

43. Деренчук Н. (2016) Особливості формування маніпулятивної стратегії в українському політичному дискурсі. Проблеми гуманітарних наук, серія «Філологія», 38, 357–361.
44. Джига Т. (2003) Методи та технології впливу політичної реклами (на прикладі передвиборної кампанії): Автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02; Київ. нац. ун-т імені Т. Шевченка, К., 21.
45. Дзюбка І., Левківського К. (1998) Політологія К., 415.
46. Дзялошинский И. (2005) Манипулятивные технологии в масс-медиа. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика, 2, 56–75.
47. Дилтс Р. (2010) Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. СПб., 256.
48. Диманте И. (2015) Инструментарий профессионального коммуникатора (приемы речевого воздействия). Коммуникативные исследования. Омск, 4 (6), 52–64.
49. Дмитриев А. В., Кудрявцев В. П., Кудрявцев С. В. (1993) Введение в общую теорию конфликтов. М., 212.
50. Добрович А. (1984) Ролевая модель межличностного общения. Принципиальные вопросы теории знания, 688, Тарту, 70-85.
51. Дорожкин Ю., Соленикова Н. (2007) Интернет и избирательных компаниях: современные особенности и функции. Власть, 6, 31–34.
52. Дорош Л. (2016) Політичне маніпулювання як чинник спотворення соціокомунікативних процесів у демократичному суспільстві. URL: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository <http://ena.lp.edu.ua>
53. Доценко Е. (1997) Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 344.
54. Дяченко О. (2016) Особливості мовно-маніпулятивного впливу за різних типів політичного режиму. Актуальні проблеми політики. Одеса, 58, 29–40.

55. Дяченко О. (2016) Політичне маніпулювання в США та Україні: порівняльна характеристика. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Історія. Філософія. Політологія: зб. наук. праць, Одеса, 12, 122–126.
56. Дяченко О. (2016) Сучасне розуміння мовно-маніпулятивних технологій в політичній діяльності. *Evropský politický a právní diskurz*, 3–5, 87–92.
57. Дяченко О. (2017) Логічні помилки у районій пресі: типологія, причини їх виникнення й способи усунення. Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та іновації. Днепр, 540.
58. Дяченко О. (2017) Мовні маніпуляційні стратегії у військовому конфлікті. Традиції та новації юридичної науки: минуле, сучасність, майбутнє. Одеса, 1, 210–212.
59. Дяченко О. (2017) Стратегії та прийоми мовно-маніпулятивного впливу в ході політичного конфлікту. Актуальні проблеми політики. Одеса, 59, 41–53.
60. Дяченко О. (2018) Складові механізми реалізації мовної маніпуляції в політиці. Політичне життя, 2, 91–97.
61. Дяченко О. (2018) Типи маніпуляцій в інформаційному просторі держави. Державне регулювання суспільних відносин: розвиток законодавства та проблеми правозастосування: Міжнародно-практична конференція, Київ, центр правових досліджень, 24–38 (112).
62. Єфтені Н. (2015) Політичне маніпулювання: особливості застосування. Актуальні проблеми політики, 56, 234–241.
63. Желтухина М. (2003) Масс-медиаальная коммуникация: языковое сознание-воздействие-суггестивность. Язык, сознание, коммуникация. М., 24, 13–28.

64. Желтухина М. (2003) Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М., 656.
65. Залевская А. (2011) Значение слова через призму эксперимента. Тверь, 240.
66. Земская Е. (1996) Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества. Вопросы языкознания, 3, 23–31.
67. Зирка В. (2004) Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект. Днепропетровск, 291.
68. Зірка В. (2005) Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.02; НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. К., 32.
69. Зубрицька Л. (2005) Мів як феномен сучасної політики: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.01; Київський національний університет імені Т. Шевченка, К., 18.
70. Зубчик О. (2009) Демократичний режим – «демократичний» контроль? Вісний Київського національного університету імені Т. Шевченка. Філософія. Політологія. 91–93. К., 66–70.
71. Игнатов О. (2007) Политика блога – американский опыт. Русский журнал. URL: <http://www.russ.ru>.
72. Изард К. (2009) Психология эмоций. СПб., 464.
73. Ильенко С. (1996) К поискам ориентиров речевой конфликтологии. Аспекти речевой конфликтологи. СПб., 3–12.
74. Иноземцев В. (2011) Власть – от Бога, Бог – от власти. Огонек, 26 (5185).
75. Исмаилова О. (2017) Использование примов языковой игры как инструментов информационно-психологической войны. Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Гуманитарные науки. М., 2, 82–84.

76. Иссерс О. (1996) Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу. Вестник Омского университета, 1, 71–74.
77. Иссерс О. (2009) Речевое воздействие. М., 224.
78. Ієвлев О., Калінська О. (2012) Мовна маніпуляція: техніки маніпуляцій у спілкуванні. URL: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository <http://ena.lp.edu.ua>
79. Казаков А. (2012) Теоретико-методологический потенциал категории «медийная повестка дня»; возможности и ограничения. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, 138–143.
80. Казаков А. (2013) Способы языкового манипулирования в политическом дискурсе: попытка систематизации. Политическая лингвистика, 3 (45), 87–90.
81. Кара-Мурза С. (2005) Манипуляция сознанием. М., 528.
82. Катенева И. (2010) Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ (на примере общественно-политических оппозиционных изданий). Новосибирск, 24.
83. Киселев А. А., Самаркина И. В. (2007) Интернет: модель и практики политического участия. Краснодар, 103.
84. Ключев Е. (2002) Речевая коммуникация. М., 320.
85. Ковшова М. (2009) Лингвистический анализ текста (речевая манипуляция). Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и коммуникация, 1, 46–55.
86. Козырев Г. (2008) Политическая конфликтология. М., 432.
87. Копнина Г. (2007) Речевое манипулирование. М., 176.
88. Кочкин М. (2000) О манипуляции в современном политическом дискурсе. Языковая структура и социальная среда. Межвузовский сборник научных трудов. Воронеж, 10–13.
89. Круглашов А. (2012) Політичне маніпулювання у президентських виборчих кампаніях в Україні у 2004 та 2010 рр.: автореф. дис. ... канд.

- політ. наук: 23.00.02; Нац. акад. наук України, Ін-т політ. і етнонац. досліджень імені І. Ф. Кураса. К., 20.
90. Крысько В. (1999) Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт). Минск, 448.
91. Кубрякова Е. (2001) О когнитивной лингвистике и семантике термина «когнитивный» Вестник ВГУ, 1, 4–10.
92. Кудрявцева Л. (2011) Массмедийный политический дискурс Украины: особенности «послемайданного» периода. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке М., 30–43.
93. Кучера Я. (1988) Ідеологічне маніпулювання: Методи і засоби імперіалізму. К., 154.
94. Кучма Л. (2006) Дослідження політичного маніпулювання та проблем його обмеження у сучасному політичному процесі. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку, 17, 109–113.
95. Кучма Л. (2006) Психологічне підґрунтя політичного маніпулювання. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку, 18, 125–129.
96. Кучма Л. (2007) Маніпулятивні впливи у політичному процесі та способи захисту від них. Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка. Серія: Філософські науки, 10, 257–267.
97. Кучма Л. (2007) Політична активність крізь призму політичного маніпулювання та політичного відчуження. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку, 2007, 19, 108–113.
98. Кучма Л. (2007) Політична культура як основний обмежуючий чинник маніпулювання у політичному процесі. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія. Соціологія. Філософія, 5–6, 49–53.
99. Левин Ю. (1998) О семиотике искажения истины. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. М., 594–605.

100. Левицька І. (2014) Проблема еволюції феномену маніпуляції: культурно-історичний аспект. Збірник наукових праць НАДПСУ, 4 (73), 439–450.
101. Леонтович О. (2005) Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. М., 352.
102. Лотман Ю. (1998) Об искусстве. СПб., 704.
103. Лукина М., Фомичева И. (2005) СМИ в пространстве интернета. М., 87.
104. Маслов Е. (2003) Ожидание осуществления социального идеала как феномен массового сознания. Казань, 24.
105. Матушевська Н. (2016) Мовна маніпуляція як різновид маніпулятивного впливу. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/>
106. Михалёва О. (2004) Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия. Иркутск, 320.
107. Монкош-Бошдан Я. Развитие коммерческой терминологии русского и польского языков в 80-90-е годы XX в.: автореф. дис. ... д-ра филологических наук: 10.02.19. СПб, 1994. 32.
108. Наумкіна С., Дяченко О. (2017) Використання мовно-маніпулятивних технологій на різних етапах політичного конфлікту. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія: Політичні науки, 55–59.
109. Нація і революція. Програма реалізації української національної ідеї у процесі державотворення розроблена Провідником ВО «Тризуб» ім. С. Бандери Василем Іванишином у 2003 році. URL: chtyvo.org.ua/authors/.../Natsiia_i_revoliutsiia_zbirka.doc.
110. Одинцов В. (1982) Композиционные типы речи. М., 130–210.
111. Оруэлл Д. (2013) Роман. Скотный Двор. Сказка-аллегория. М., 412.
112. Осика Г. (2006) Політичне маніпулювання свідомістю завдяки електронним джерелам. Трибуна: всеукраїнський громадсько-політичний і

теоретичній журнал товариства «Знання» України і спілки журналістів України, 5–6, 44–46

113. Осика Г. (2007) Глобальні проблеми використання Інтернету у політичній практиці. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія, 7–8, 101–105.

114. Осика Г. (2008) Проблеми та перспективи використання українського сегменту Інтернету у політичній практиці. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія, 9, 79–82.

115. Осипов Б. (2007) Речевая манипуляция и речевое мошенничество: сходство и различие. Кемерово – Барнаул, 216–221.

116. Павлюк Л. (2007) Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація, Львів, 164.

117. Паршин П. (2000) Речевое воздействие: основные сферы и разновидности. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М., 270.

118. Паршина О. (2007) Российская политическая речь: Теория и практика. М., 232.

119. Петренко В. (2003) Політична мова як засіб маніпулятивного впливу: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. К., 17.

120. Петрик В. (2011) Сугестивні технології маніпулятивного впливу. К., 248.

121. Пиллипович В. (2017) Найбільші брехуни в українській політиці – рейтинг. URL: <http://poshtar.info/2017/12/15/naibilshi-brekhuny-v-ukrainskii-politytsi-reitynh/>.

122. Плотникова С., Ключникова В. (2013) Принцип фрактальности как когнитивная причина воспроизводимости дискурса «Бондианы». Вестник ИГЛУ, 18–24.

123. Подшивайлова А. (2013) Манипулятивное воздействие в политическом дискурсе. К., 431.

124. Поліщук І. (2013) Політичне маніпулювання: сутність та проблема його обмеження. Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія, 2, 199–206
125. Половинчак Ю. (2015) Особливості функціонування української блогосфери. URL: Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, III (7) www.seanewdim.com
126. Попов А. (2008) Блоги. Новая сфера влияния. М., 78.
127. Попова Е. (2002) Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте. Известия Уральского государственного университета. 24, 276–288.
128. Потапова Р. (2005) Субъектно-ориентированное восприятие иноязычной речи. Вопросы языкознания, 2, 44–48.
129. Почепцов Г. (1994) Тоталитарный человек. Киев, 152.
130. Почепцов О. (1987) Коммуникативные аспекты семантики. Киев, 129.
131. Правые идут: почему популисты так популярны в Европе. URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1784926/>.
132. Прес-служба «Батьківщини» збрехала про виступ Тимошенко на молитовному сніданку у США (2018). URL: <https://informer.news/pres-sluzhba-batkivschyny-zbrehala-pro-vystup-tymoshenko-na-molytovnomu-snidanku-u-ssha/>
133. Присяжнюк Д. (2009) Застосування маніпулятивних психотехнологій з боку Росії в ЗМІ України (на прикладі Криму). Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки, 23, 63–66.
134. Різун В. (2005) Лінгвістика впливу. К., 148.
135. Семенченко Ф. (2011) Ціннісний вимір політичної діяльності: теорія і практика розвитку сучасного українського суспільства. Вісник

Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Філософія. Політологія, 101, 50–56.

136. Семенченко Ф. (2014) Політичні маніпуляції як суб'єктивний вид політичного впливу. Актуальні проблеми політики, 51, 254–263.

137. Семенюк О. (2001) Язык эпохи и его отражение в сатирико-юмористическом тексте. Кировоград, 363.

138. Серио П. (1999) Как читают тексты во Франции. Квадратура смысла. М., 12–53.

139. Серль Дж. Р. (1986) Косвенные речевые акты. Новое в зарубежной лингвистике. М., 17, 195–122.

140. Словари и энциклопедии на Академике. URL: <http://dic.academic.ru/>.

141. Слухай Н. В., Снитко О. С., Вільчинська Т. П. (2011) Когнітологія та концептологія в лінгвістичному висвітленні. К., 367.

142. Сорокіна Л. (2014) Мовленнєва маніпуляція та інші види мовленнєвого впливу: термінологічне розмежування понять. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. Одеса, 8, 2, 157–159.

143. Стернин И. (2000) Социальные факторы и развитие современного русского языка. Теоретическая и прикладная лингвистика, 2. Воронеж, 4–16.

144. Стернин И. (2001) Введение в речевое воздействие. Воронеж, 252.

145. Сунь Цзы (2002) Искусство войны. М., 288.

146. Тарасов Е. (1983) Речевое воздействие: достижения и перспективы исследования. Язык как средство идеологического воздействия. М., 88–89.

147. Тарасов Е. (1990) Речевое воздействие: Методология и теория. Оптимизация речевого воздействия. М., 5–18.

148. Татарников О. (2007) Состояние и перспективы развития Интернета. КомпьютерПресс, 1, 26.

149. Тибинько Н. (2011) Манипуляция в политическом дискурсе. Вестник Челябинского государственного университета, 3 (218), 50, 134–137.
150. Токвиль А. де (1992) Демократия в Америке. М., 560.
151. Топ 20 политических блогеров в фейсбук (2017). URL: <https://ru.espreso.tv>
152. Третьякова В. (2002) Речевой конфликт и гармонизация общения. Екатеринбург, 267.
153. Третьякова В. (2000) Конфликт глазами лингвиста. Юридическая лингвистика–2. Барнаул, 124.
154. Третьякова В. (2000) Коммуникативная норма как социально-психологическая сущность. Культурноречевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий. Екатеринбург, 167–175.
155. Ухванова И. (1998) Дискурс средств массовой информации как объект исследования. Методология исследований политического дискурса. Минск, 123.
156. Фет А. (2005) Инстинкт и социальное поведение. М., 652.
157. Филинский А. (2002) Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999–2000 гг. Тверь, 21.
158. Формановская Н. (1998) Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М., 291.
159. Франке Г. (1964) Манипулируемый человек. М., 206.
160. Фуко М. (1997) История безумия в классическую эпоху. СПб., 576.
161. Хазагеров Г. (2002) Политическая риторика. М., 313.
162. Чернявская В. (2006) Дискурс власти и власть дискурса: Проблемы речевого воздействия. М., 136.
163. Чудинов А. (2003) Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. Екатеринбург, 248.

164. Шейгал Е. (1999) Язык и власть. Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. Волгоград, 142–158.
165. Шейгал Е. (2000) Семиотика политического дискурса. М., 440.
166. Шейнов В. (2007) Психологическое влияние. Минск, 640.
167. Шелестюк Е. (2008) Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия. Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. 26, 30 (131), 170–175.
168. Шибутани Т. (2002) Социальная психология. Ростов-на-Дону, 544.
169. Шиллер Г. (1980) Манипуляторы сознанием. М., 326.
170. Ширяев Е. (1996) Культура речи как особая теоретическая дисциплина. Культура речи и эффективность общения. М., 8–40.
171. Шлыкова О. (2004) Культура мультимедиа. М., Фаир-Пресс, 415.
172. Щербинин А. (1999) «С картинки в твоём букваре» или Аз, Веди, Глагол, Мыслете и Живете тоталитарной индоктринации. Полис, 1, 116–136.
173. Щербинина Ю. (2012) Речевая агрессия и пути ее преодоления. М., 224.
174. Юр'єва О. (2004) Маніпулювання масовою свідомістю: сутність та механізми реалізації. Трибуна, 11–12, 20–21.
175. Юр'єва О. (2005) Маніпулятивні технології та їх вплив на життя нинішнього суспільства. Трибуна, 1–2, 26–28.
176. Юр'єва О. (2005) Мовні маніпуляції в політичних комунікаціях. Трибуна, 9–10, 32–34.
177. Юр'єва О. (2006) Лінгвістичне маніпулювання в українській політиці. PR менеджер, 11, 10–14.
178. Юр'єва О. (2007) Лінгвістичні методи політичного маніпулювання в українській політиці. Міжнародна наукова конференція «Дні науки

філософського факультету-2007» (18–19 квітня 2007 року): матеріали доповідей та виступів. К.: ВПЦ «Київський університет», 8, 124–126.

179. Юр'єва О. (2006) Лінгвістичний вимір політичного маніпулювання: дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. Донецький національний ун-т. Донецьк, 199.

180. Ющук Е. (2008) Противодействие черному ПР в Интернете. М., 367.

181. Antonova A. (2011) How politicians do things with words: Intentional analyses of pre-election speeches. *California Linguistic Notes*. Volume XXXVI. No. 1. California, Fullerton. URL: <http://hss.fullerton.edu/linguistics/cln>

182. *Applications of Pattern-driven Methods in Corpus Linguistics* (2018). Amsterdam, 311.

183. Berho D.(2000) Working Politics: Juan Domingo Perón's Creation of Positive Social Identity. *Rocky Mountain Review of Language and Literature*, 54 (2), 65–76.

184. Blood R. (2002) *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining your Blog*. Cambridge MA: Perseus Publishing, 324.

185. Braiker H. (2004) *Who's Pulling Your Strings?: How to Break The Cycle of Manipulation and Regain Control of Your Life*. N.Y.: McGraw-Hill Prof Med/Tech, 256.

186. Burstein D. (2005) From Cave Painting to Wonkette: A Short History of Blogging. Kline, D., Burstein D. *Blog. How the Newest Media Revolution is Changing Politics, Business and Culture*. New York, 1–30.

187. Chakhachiro R. (2018) Translating Irony between English and Arabic. *Coulthard* (1985), 70–73.

188. Charteris-Black J. (2004) *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. Uploaded by Georgiana Dumitrache. URL: <https://ru.scribd.com>

189. Choi C. Click for Candy: How Online Retailers Boost Impulse Buys. URL: <http://www.nbcwashington.com/> .

190. Cichowlas O. Russia on Ukraine's Eurovision: Should I Stay or Should I Go? URL: <https://themoscowtimes.com/>.
191. Concordantia Discordantium Canonum. URL: <https://www.wdl.org>
192. Conklin, E. J. (1987) Hypertext: An introduction and survey: IEEE Computer, 20 [9], 17–41
193. Drezner, D., Farrell, H. (2008) The power and politics of blogs. Proceedings of the annual meeting of the American Political Science Association. Chicago IL: American Political Science Association. URL: <http://archive.allacademic.com>.
194. Fairclough N. (1989) Language and Power. N.Y., 259.
195. Fillon Payment Inquiry: What You Need to Know. URL: <http://www.bbc.com/>.
196. Herring S. (2004) Longitudinal content analysis of weblogs: 2003–2004. With L. A. Scheidt, I. Kouper, and E. Wright. London, 3–20.
197. Kirby E. J. France Election: North-east Voters Are in Cynical Mood. URL: <http://www.bbc.com/>.
198. Larson Ch. (1995) Persuasion: reception and responsibility. Belmont, Wadsworth Publishing Company, 269.
199. Lyulina A. (2017) Basic emotions as specific group of manipulation targets in political discourse. Культура и цивилизация, 7 (3А). 87–94.
200. McDougall W. An Introduction to Social Psychology. The Principal Instincts and the Primary Emotions. URL: http://www.brocku.ca/MeadProject/McDougall/1926/1926_03.html
201. Miller C. R., Shepherd, D. (2004) Blogging as social action: A genre analysis of the weblog. Laura Gurak, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff and Jessica Reyman (eds.), Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs. Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota, 128.

202. Miyazaki, A.D. and Krishnamurthy, S. (2002) Internet Seals of Approval: Effects on Online Privacy Policies and Consumer Perceptions. *Journal of Consumer Affairs*, 36, 28–49.
203. Nardi B., Schiano D., & Gumbrecht M. (2004) Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? *Proceedings of Computer Supported Cooperative Work*. URL: <http://home.comcast.net>.
204. Reynolds P. (2006) Blogs: To Trust or not to Trust? *BBC NEWS*. URL: <http://news.bbc.co.uk>. stm, c. 23, 55.
205. Schulze R., Pishwa H. (2015) The Exercise of Power in Communication: Devices, Reception and Reaction. *Political discourse (Fetzer)*, 306.
206. Taillard M. (2001) Beyond communicative intention. *UCL Working Papers in Linguistics*, 14, 189–207.
207. Trammell K. (2006) Evolution of Online Campaigning: Increasing Interactivity in Candidate Web Sites and Blogs Through Text and Technical Features. *Mass Communication and Society*, 1, 21–44.
208. Tremayne M. (2007) Blogging, Citizenship, and the Future of Media (pp. 3–20). London, 345.
209. Tremayne M. (2007) Introduction: Examining the Blog-Media Relationship. *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*. Routledge, New York, London, 209.

ДОДАТОК 1.**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ
ДИСЕРТАЦІЇ*****Статті у наукових фахових виданнях України:***

1. Дяченко О. (2016) Особливості мовно-маніпулятивного впливу за різних типів політичного режиму. Актуальні проблеми політики. Одеса, 58, 29–40.
2. Дяченко О. В. (2016) Політичне маніпулювання в США та Україні: порівняльна характеристика. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Історія. Філософія. Політологія: зб. наук. праць, Одеса, 12, 122–126.
3. Дяченко О. (2017) Стратегії та прийоми мовно-маніпулятивного впливу в ході політичного конфлікту. Актуальні проблеми політики. Одеса, 59, 41–53.
4. Дяченко О. (2018) Складові механізму реалізації мовної маніпуляції в політиці. Політичне життя, 2, 91–97.

***Статті у наукових періодичних виданнях інших держав з
напрямку, з якого підготовлено дисертацію:***

5. Дяченко О. (2016) Сучасне розуміння мовно-маніпулятивних технологій в політичній діяльності. Evropský politický a právní diskurz, 3–5, 87–92.

Тези і доповіді науково-практичних конференцій:

6. Дяченко О. (2017) Мовні маніпуляційні стратегії у військовому конфлікті. Традиції та новації юридичної науки: минуле, сучасність, майбутнє: міжнародна науково-практична конференція. Одеса, 1, 210–212. Форма участі: доповідь, тези.

7. Дяченко О. (2017) Загальні засади лінгвістичних стратегій під час військових конфліктів. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів: всеукраїнська науково-практична конференція, Одеса, 10 лютого, Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 26–28. Форма участі: доповідь, тези.
8. Дяченко О. (2017) Логічні помилки у районній пресі: типологія, причини їх виникнення й способи усунення. Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації: міжнародна науково-практична конференція, Одеса, (23–24 березня). 320–325. Форма участі: доповідь, тези.
9. Дяченко О. (2017) Порухнення авторського права в мережі Інтернет. Сучасні видавництва вищих навчальних закладів: всеукраїнська науково-практична конференція, Одеса, (25–27 травня), 71–77. Форма участі: доповідь, тези.
10. Дяченко О. В. (2017) Використання мовно-маніпулятивних технологій на різних етапах політичного конфлікту: V всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція «Гуманітарний всесвіт: люди, ідеї, події (24–30 квітня). Львівський державний Університет безпеки життєдіяльності. URL: <http://virt.ldubgd.edu.ua/course/view.php?id=1437> Форма участі: тези.
11. Дяченко О. (2018) Типи маніпуляцій в інформаційному просторі держави. Державне регулювання суспільних відносин: розвиток законодавства та проблеми правозастосування: міжнародна науково-практична конференція, Київ, Центр правових наукових досліджень, 34–38 (112). Форма участі: доповідь, тези.

Праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

12. Дяченко О. (2012) Правові засади реклами, адресованої дітям. Діалог: Медіа, Одеса, 14, 62–68.
13. Дяченко О. (2012) Правове регулювання дитячої реклами. Медіапростір: збірник наукових статей. Тернопіль, 30–34.
14. Дяченко О. (2013) Средства и приемы воздействия на читателя в фейлетонах В. М. Дорошевича. Діалог: Медіа-студії. Одеса, 17, 82–90.