

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»  
Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарного менеджменту  
Катедра української мови та літератури

**Кваліфікаційна робота**  
**на здобуття ступеня магістра**  
**на тему «Вербальні маркери маніпулятивних стратегій у сучасному**  
**політичному дискурсі»**

Виконала студентка II курсу, групи МФл-2  
спеціальності 035 «Філологія»  
освітньо-професійної програми  
«Українська мова та література»  
Гринь Марія Романівна

Керівник – кандидат педагогічних наук,  
Столяр Зоя Володимирівна

Рецензент – кандидат педагогічних наук, доцент  
Шульжук Наталія Василівна

**Острого, 2024**

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВЕРБАЛЬНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	6
1.1. Поняття політичного дискурсу, його характеристики й функції	6
1.2. Поняття маніпуляції в лінгвістиці	13
1.3. Типи вербальних маніпуляцій	20
1.4. Вербальні засоби впливу та маніпуляції у політичному дискурсі	21
РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛЬНІ МАРКЕРИ МАНІПУЛЯТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ПРОМОВАХ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ДІЯЧІВ З 2014 ПО 2024 РІК (В.ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА П.ПОРОШЕНКА)	33
2.1. Апеляція до почуттів аудиторії як маніпулятивна стратегія	33
2.2. Маніпулятивні стратегії політичних промов, побудовані на повторах, метафорах, порівняннях та евфемізмах	39
2.3. Покликання на авторитетні джерела, цитування та протиставлення засобів маніпулятивних стратегій політичних діячів	43
РОЗДІЛ 3. ВАРІАТИВНІСТЬ ВЕРБАЛЬНИХ МАРКЕРІВ МАНІПУЛЯТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ОФІЦІЙНИХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ В.ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА П.ПОРОШЕНКА	54
3.1. Вербальні маркери маніпулятивних стратегій В. Зеленського	54
3.3. Вербальні маркери маніпулятивних стратегій П. Порошенка	58
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72

## ВСТУП

З давніх-давен відомо, що найважливішим знаряддям впливу на свідомість є мова. Мова – це особлива інформаційна система символів. У сучасну епоху, коли матеріали є загальнодоступними та швидко поширюються засобами масової інформації та мережею “Інтернет”, інформація має значний вплив на людину, її спосіб мислення та вчинки. Відповідно, використовуючи в процесі спілкування певні ресурси мови, людина може керувати вчинками інших людей, тобто використовувати маніпулятивні стратегії впливу. У нашому сьогоденні політичний дискурс є одним із найважливіших інструментів на суспільну свідомість. Політики дедалі частіше використовують різноманітні маніпулятивні стратегії для того, щоб сформувати громадську думку.

**Актуальність теми дослідження.** Значимість політичної комунікації в сучасному суспільстві постійно зростає, що пов’язано з інтенсифікацією глобалізаційних процесів, міжнародного співробітництва та розвитку політичних технологій. Щораз більша роль засобів масової інформації, гострота проблеми маніпулятивного потенціалу мовлення сприяють підвищенню уваги суспільства до теорії та практики використання спеціальних засобів, що сприяють реалізації основних функцій політичного дискурсу. Маніпуляція є важливим важелем у повсякденному житті суспільства, де система державного управління, конфлікти інтересів, відносини представників влади є найпоширенішими явищами сучасності. Маніпулятивні методи розвиваються на свідомому та контрольованому рівні для максимально ефективного подальшого застосування в політичному дискурсі. Саме тому вважаємо за доцільне детально розглянути вербальні маркери маніпулятивних стратегій у сучасному українському в політичному дискурсі.

Особливої актуальності проблема маніпулятивного впливу в українському політичному дискурсі набула 2014 року, коли стало зрозуміло, що насувається загроза українській державності, коли політичні сили держави виявились неспроможними довести Україну до європейської спільноти, коли виникла гостра

потреба у зміні політичних кадрів та прийнятті якісно нових політичних рішень. Яскравим прикладом маніпуляції у політичному дискурсі є славнозвісні дебати П. Порошенка та В. Зеленського у 2019р., коли вдалі вербальні конструкції значно посилили позиції Володимира Зеленського. З настанням Російсько-української війни роль маніпулятивних стратегій зростає ще більше: налякані та розгублені українці потребували авторитетного слова, гарантій та обіцянок від керівних політичних сил; промови повинні були не лише інформувати, але створювати конкретні настрої у суспільстві (спонукати до героїзму, викликати лють до агресора та бажання протидіяти йому, запевняти у світлому майбутньому та швидкій перемозі для уникнення паніки тощо). Саме тому вважаємо за доцільне розглянути вербальні маркери маніпулятивних стратегій у сучасному українському у політичному дискурсі саме на матеріалах промов П. Порошенка та В. Зеленського.

**Мета дослідження** – вивчити вербальні маркери маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- визначити поняття політичного дискурсу, його характеристики й функції;
- розкрити поняття маніпуляції в лінгвістиці;
- навести типологію вербальних маніпуляцій;
- вивчити особливості маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі;
- представити вербальні засоби впливу та маніпуляції у політичному дискурсі;
- проаналізувати вербальні маркери маніпулятивних стратегій у промовах П. Порошенка, В. Зеленського як найвпливовіших українських політичних діячів останнього десятиліття.

**Об’єкт** дослідження – політичні промови Володимира Зеленського та Петра Порошенка із 2014 по 2024 рік.

**Предмет** дослідження – вербальні маркери маніпулятивних стратегій у сучасному політичному дискурсі України.

**Матеріалом** дослідження слугували політичні та агітаційні промови П. Порошенка та В. Зеленського, виголошені впродовж 2014 – 2024 років.

**Теоретико-методологічну базу** дослідження становлять праці Т. Ван Дейка, Є. Шейгал, О. Селіванової, О. Тараненка, Р. Бендлера та інших.

**Методи наукового дослідження.** У ході написання кваліфікаційної роботи ми використовували загальнотеоретичні методи дослідження. Метод формалізації дозволив визначити ключові поняття цього дослідження та інтерпретувати різні концепції та теорії. В процесі вивчення наявних підходів до вивчення вербальних маніпулятивних стратегій у різних галузях наук ми застосовували описовий та порівняльно-історичний методи, а також метод класифікації. Аналітичний та системний методи використовували в процесі вивчення впливу маніпулятивних стратегій в українському політичному дискурсі на свідомість українців. Під час визначення вербальних маркерів маніпулятивних стратегій у промовах українських політичних діячів ми застосували метод критичного дискурс-аналізу українського політичного дискурсу та метод комунікативного аналізу стратегій та тактик дискурсу. Під час написання висновків послуговувались методом узагальнення.

**Наукова новизна.** У результаті дослідження було розглянуто вербальні засоби впливу та маніпуляції у політичному дискурсі, зокрема вплив промов П. Порошенка та В. Зеленського на світогляд та свідомість українців. Було здійснено детальний аналіз промов В. Зеленського в контексті політичних рішень та маніпуляції суспільною свідомістю в умовах повномасштабного вторгнення російських військ на територію України та протидії російському тероризму.

**Практичне значення.** Результати представленого дослідження можуть бути використані для подальших наукових розвідок, присвячених українськомовному політичному дискурсу та класифікації засобів вербальної маніпуляції.

**Апробація роботи.** Результати апробовано у Науковому блозі Національного університету “Острозька академія” у двох статтях: [“Вербальні маркери маніпулятивних стратегій у промовах Володимира Зеленського”](#) та [“Вербальні засоби впливу в сучасному українському політичному дискурсі”](#).

**Структура й обсяг дослідження.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дослідження – 76 сторінок, з яких 70 – основного тексту.

# РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВЕРБАЛЬНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

## 1.1. Поняття політичного дискурсу, його характеристики й функції

В останні роки спостерігаємо активізацію наукової діяльності, пов'язаної з вивченням такого феномена, як дискурс. Оскільки поняття «дискурс» вчені розглядають у рамках цілої низки наукових дисциплін, таких як лінгвістика, соціологія, філософія, психологія, антропологія тощо, існує чимало підходів до його трактування. У сучасній лінгвістиці вивчення поняття, структури, типології та особливостей функціонування різних типів дискурсу є одним із центральних об'єктів дослідження.

В цілому, історія вивчення дискурсу вкрай різноманітна і має багаторічну традицію дослідження цього феномену в межах філософських і лінгвістичних навчань. Так, у словнику іншомовних соціокультурних термінів «дискурс» – це сукупність висловлювань, міркувань, які стосуються певної проблематики, розглядаються у зв'язку з цією проблематикою, а також у зв'язках між собою [1]. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови дискурс має таке пояснення: «розмова, словесна розправа» [2, с.299]. Словник української мови у 20 томах містить наступне визначення поняття «дискурс»: «зв'язний текст, надфразна єдність. Під дискурсом звичайно розуміють мовлення, вписане в комунікативну ситуацію» [3]. Як бачимо, запропоновані визначення не дають повного визначення цьому феномену, а характеризують його доволі узагальнено, саме тому детальніше ознайомимось із підходами щодо трактування цього поняття, котрі пропонують вчені, які досліджували дискурс в тій чи тій галузі науки.

У класичній філософії поняття дискурсу використовують для характеристики процесу трансформації від одного дискретного кроку до іншого, а також процесу розгортання мислення, котре зазвичай виражене у тих чи тих поняттях та судженнях. Сучасна ж філософія інтерпретує «дискурс» як «особливий феномен, що виражається в зануреному у ті чи ті контексти тексті, функції якого націлені на зв'язність і цілісність» [4, с.156]. Також дискурс

розглядають як певну послідовність актів комунікації (розмова, діалог, суперечка). У такий спосіб в рамках філософії дискурсу порівнюємо з мовною активністю, що здійснена відповідно до певної сфери діяльності, з певною лексикою та згідно з певними правилами семантики та граматики.

Щодо різноманіття підходів до трактування поняття «дискурс» у лінгвістиці, то варто зазначити, що першим цей феномен теоретично обґрунтував всесвітньо відомий і визнаний швейцарський лінгвіст, один із основоположників Женевської лінгвістичної школи та структурної лінгвістики Ф. де Соссюр. Вчений протиставляв мову мовленню, під яким розумів акт висловлювання тієї чи тієї думки, мовленнєву діяльність, у якій безпосередньо можна спостерігати реалізацію елементів мови-мовлення і створення текстів[5, с.163]. Бельгійський лінгвіст і послідовник Ф. де Соссюра, Е. Бьюїссанс 1943 року у своїй праці «Мова і дискурс» запропонував концептуалізацію дискурсу як механізму або процесу трансформації мови, розглянутої як знакова система, у живе мовлення. Відповідно до цієї теорії, мова, на його думку, є абстрактною, структурованою системою знаків, а мовлення – процесом мовленнєвої діяльності [6, с.92]. Пізніше дослідник Ж. Коке дав позначення дискурсу як «трансфразовий вимір мови», що означає його розгляд як складнішої та багатовимірної структури, яка не зводиться до суми окремих фраз чи мовних одиниць. [7, с.168]. П. Шародо висловлював думку, що поняття тексту і дискурсу варто розглядати як два взаємопов'язані аспекти мовної діяльності: результативний і процесуальний. Згідно з його уявленнями, текст взаємодіє з безліччю різних дискурсів, кожен з яких належить до певного жанру і перебуває в певному специфічному зв'язку з конкретною комунікативною ситуацією [8, с.28]. Важливе місце в теорії дискурсу займають погляди Т. А. ван Дейка, який підкреслював складність визначення цього феномену. Зокрема він акцентував увагу на двох аспектах: по-перше, на умовах його формування, а по-друге, на його розташуванні в системі категорій мови. Лінгвіст розглядає дискурс, як певне висловлювання, а когнітивні установки чи фрейми визначають зміст і форму цього висловлювання. Вчений підходить до розгляду дискурсу з боку функційного підходу, тобто з точки зору комунікативної



події між тим, хто говорить і слухає, що природно обумовлюється певним тимчасовим простором і ситуативним контекстом [9, с.73]. У вітчизняній лінгвістиці феномен дискурсу здебільшого розглядали з погляду функційно-комунікативного підходу. Зокрема, на початкових етапах розвитку лінгвістичних досліджень замість терміна «дискурс» використовували поняття «функційний стиль», яке співвідносилось зі стилістичними особливостями тексту.

З точки зору когнітивістики дискурс варто трактувати саме як когнітивний процес, який пов'язаний зі створенням мовленнєвого повідомлення. Представниця когнітивного підходу до вивчення дискурсу Є. Кубрякова виокремлює кілька основних підходів до вивчення та розгляду цього феномену:

1) **структурно-синтаксичний підхід** (згідно з цим підходом, дискурс – це складне синтаксичне ціле, фрагмент тексту);

2) **структурно-стилістичний підхід** (дискурс розглядають як позатекстову реалізація мови, котрій властиві ситуативність, спонтанність і особлива стилістика);

3) **комунікативний підхід** (дискурс розглядають як процес вербального спілкування, наприклад, діалог чи бесіду) [10, с.164].

Важливе значення мають також напрацювання С. В. Коломієць, яка вдається до аналізу дискурсу з позиції соціолінгвістики. Авторка трактує його як персональний та інституційний дискурс, акцентуючи увагу на різницях, зумовлених особистісними та статусно-орієнтованими відмінностями учасників комунікації. Тобто особливості дискурсу визначає приналежність комунікантів до певної соціальної групи [11, с.64].

О. Журавська пропонує жанрову характеристику дискурсу, що складає низку ознак:

- 1) мета комунікації (інформативна, імперативна, етикетна, оцінна);
- 2) образ автора;
- 3) образ адресата;
- 4) образ минулого (спрямованість події, характерна для відповіді: відмова, спростування, згода);

- 5) образ майбутнього як переходу на наступний етап спілкування;
- 6) подієвий зміст;
- 7) мовне втілення мовленнєвого жанру [12, с.88].

Проведений аналіз підходів до визначення терміну «дискурс» дозволяє нам виділити характерні для нього ознаки: комунікативне висловлювання (усне чи письмове), наявність контексту, а також вплив прагматичних, психологічних і соціокультурних факторів. Крім того, дискурс характеризується інформативністю, впливовим потенціалом і специфічними стосунками між учасниками комунікації. Критерії ж класифікації дискурсу концентрують особливу увагу на властивостях, що визначають специфіку його конкретного виду. Основні ознаки, на яких ґрунтуються відомі класифікації дискурсу містять контекст (умови та місце реалізації мовлення), комунікативний контекст (тематика), учасників дискурсу, ціль, хронотоп, а також систему мовних засобів, зокрема характерні поняття і терміни.

У контексті цієї роботи ми зосередимось на детальному аналізі сутності саме політичного дискурсу, його основних характеристик, різновидів та функцій. Мова і політика тісно пов'язані між собою, оскільки політична діяльність практично неможлива без мови, як інструмента комунікації. У політиці існують конфлікти інтересів, боротьба за владу, а також спроби співпраці між індивідами, різними статями й соціальними групами. Згідно з переконаннями Б. Джонса, у політиці використовують різні методи для досягнення бажаного: переконання, логічні аргументи, ірраціональні стратегії, погрози, прохання і маніпуляції [13, с.147]. Усі вище перераховані моделі поведінки насправді є різними формами мовної взаємодії, тобто дискурсу. У такий спосіб формуємо поняття політичного дискурсу, як специфічного виду комунікації.

Детальніше зупинимось на визначеннях поняття та сутності політичного дискурсу. Р. Комарницька вважає, що політичний дискурс – це вербальна комунікація певного соціального контексту: продуцент і реципієнт виконують певні соціальні ролі відповідно до їх участі в політичному житті суспільства [14, с.61]. В. З. Дем'янков наголошує на відмінності політичного дискурсу від інших

типів дискурсу через наявність у ньому політичних термінів, специфічних структур та мовних прийомів [15, с. 40]. Більш розгорнуте визначення політичного дискурсу дає О. Лупол, який характеризує цей феномен як знакову систему, в якій модифікується семантика та функції різних типів мовних одиниць і стандартних мовних дій [16, с.184]. І. Денисюк звертає особливу увагу на інституційний характер політичного дискурсу, наголошуючи, що комунікація в ньому здійснюється не між окремими індивідами, а між представниками певних соціальних груп або інститутів [17, с.79]. Проаналізувавши підходи до визначення феномену «політичний дискурс», можна виявити загальну думку вчених про політичний дискурс як специфічний вид вербальної комунікації, що відбувається в певному соціальному контексті, котрий побудований за своїми граматичними та лексичними правилами.

І. Шавлюк у своїх дослідженнях виокремлює такі ознаки політичного дискурсу:

1) **агресивність та оціночність політичного дискурсу**. Тексти політичного спрямування розглядають як особливий вид ораторства з властивими зверненнями до певних ідеалів, нав'язаною ідеологізацією, пропагандою тріумфалізму, гострою критичністю, домінуванням такого феномену, як «над-Я» тощо;

2) **ефективність політичного дискурсу**. Навіювання громадянам тієї чи тієї країни правильних, на думку політика (продуцента), дій чи думок є громадським призначенням політичного дискурсу. Такий процес навіювання, на думку вченого, пов'язаний з маніпулюванням свідомістю громадськості у певному напрямку, який задає сам політик. У такий спосіб маніпулювання та вплив через навіювання є однією з основних характеристик політичного дискурсу, адже як наголошує В. З. Дем'янков, мета цього виду дискурсу полягає не в описі, а в переконанні, пробуджуючи в адресатові наміри, надаючи людині ґрунт для переконання та спонукає до дії [18, с.43].

3) **відстоювання певної позиції**. Політичний дискурс має бути побудований на аргументативному обґрунтуванні поглядів, думок та оцінок. Мета політика

полягає не лише у відстоюванні власної позиції, але й у гострій критиці чи отриманні перемоги над опонентом та його потенційними діями [19, с.108].

Отже, можна відзначити, що основні характеристики політичного дискурсу безпосередньо пов'язані з його функціями:

- **інструментальна функція** (основна функція політичного дискурсу, що полягає у боротьбі за владу);
- **функція соціального контролю** (маніпулювання суспільною свідомістю);
- **відтворення влади** (посилення прихильності до певної системи);
- **функція орієнтації** (формулювання конкретних цілей та проблем, створення певної картини політичної реальності у свідомості громадськості);
- **функція відчуження певних соціальних груп**;
- **агональна функція** (вираження незгоди та протесту проти певних дій влади);
- **акціональна функція** (організація та ведення політики через мобілізацію громадськості);
- **креативна функція**;
- **функція розповсюдження інформації** та інші [20, с. 136].

У зарубіжній лінгвістичній науці класифікація функцій політичного дискурсу дещо лаконічна:

- **функція примусу** (накази, закони, контроль доступу до певної інформації);
- **функція опозиції** (самвидав, петиції та прохання);
- **функція симуляції** (контроль інформації);
- **функція легітимізації** (реалізація механізмів, які забезпечують послух);
- **функція делегітимізації** (опозиція щодо ідеології влади) [21, с. 206].

Щодо типології власне підвидів політичного дискурсу, то І. Жовтушко запропонувала класифікацію, яка орієнтована на критерії тематичного спрямування комунікативної діяльності:

- **тематична група, предметом якої є ідеологія** (дискурс присвячений соціалізму, комунізму, анархізму, лібералізму тощо);

– **тематична група, предметом якої є сфера політичної діяльності** (політико-економічний дискурс, внутрішньополітичний дискурс, зовнішньополітичний дискурс тощо);

– **предмет – політичні процеси, події, діяльність** (передвиборчий дискурс, дискурс мітингів, військовий дискурс та інші);

– **предмет – суб'єкти політики** (дискурс політичних діячів, дискурс політичних інституцій);

– **предмет – політичні системи** (дискурс тоталітаризму, демократії, авторитаризму тощо) [22].

Т. В. Шмельова пропонує класифікацію політичного дискурсу, яка базується на цільових установках жанру та формах передачі інформації. Згідно з іллокутивними аспектами, жанри політичного дискурсу поділяють на:

– **інформативні** (інтерв'ю, прес-релізи, парламентські дебати, переговори, слухання, новини тощо);

– **етикетні** (новорічні вітання президента, інавгураційні звернення, послання до Федеральних зборів);

– **імперативні** (гасла, укази президента та інші нормативно-правові акти);

– **оцінні** (політична реклама) [23, с.88-89].

Також необхідно відзначити наявність поділу політичного дискурсу за зовнішніми жанрами. Відповідно до цього поділу виділяють монологічні (новини, політичні мемуари, новорічні привітання президента, інавгураційні послання) та діалогічні (інтерв'ю, переговори, політичні дебати, парламентські слухання тощо) типи політичного дискурсу.

Отже, розглянувши визначення політичного дискурсу, його ознаки та класифікацію функцій, можемо узагальнити основні характеристики політичного дискурсу:

– боротьба за владу, її зміцнення та легітимізація;

– використання специфічної політичної термінології, лексики, фразеології тощо;

– застосування особливих синтаксичних конструкцій;

- наявність граматичних і лексичних маркерів;
- обов'язкова наявність певного соціального контексту, а також соціальних ролей суб'єкта та об'єкта;
- вплив національно-культурних особливостей та ідеологічних установок держави на формування національного політичного дискурсу.

Отже, однією із основних особливостей політичного дискурсу є боротьба за владу, що реалізована на мовному рівні через використання лексичних, граматичних, стилістичних структур, притаманних політичному мовленню. Основне функційне значення політичного дискурсу – вплив на свідомість масового реципієнта.

## **1.2. Поняття маніпуляції в лінгвістиці**

В останні десятиліття мова постає не лише засобом спілкування та передачі інформації, а й насамперед засобом узгодженої спільної діяльності. Однією з головних аспектів комунікативного процесу за такого розуміння мови є вплив у його специфічному прояві, а саме – маніпулюванні. Стратегії останнього яскраво використовуються в політичному дискурсі, де функція впливу є домінуючою, а мовне маніпулювання разом із архетиповими сюжетами практикується досить часто і відіграє значну роль. Крім того, маніпуляція стала актуальною проблемою для сучасного суспільства, у зв'язку з прагненням людини отримати якомога більше переваг і як наслідок зростання конкуренції на ринку праці, зокрема і конкуренція в політичному просторі.

Проблему маніпуляції вивчають в різних галузях, зокрема в психології, філософії, психотерапії, а останнім часом ще й в лінгвістиці. Саме поняття походить від латинської лексеми «manipulus», що в перекладі означає «жменя, пучок», а також має друге значення – «загін воїнів». Останнє В. Юрченко трактує наступним чином: «термін «маніпуляція» у Стародавньому Римі позначав невеликий, мобільний загін воїнів-маніпулу – загін, який беззаперечно підкорювався й виконував всі розпорядження начальників» [24, с.75]. З цього визначення стає зрозумілою основна характеристика маніпуляції – беззаперечність виконання.

Сучасні лінгвістичні дослідження характеризуються більш глибоким і всебічним вивченням механізмів комунікації, проблем творення та сприйняття мовлення, що призводить до появи нових наукових ідей та теорій, у тому числі на стику різних наук. Починаючи з другої половини ХХ століття, особливий інтерес до мови як потужного інструменту впливу на людську свідомість заклав початок формування теорії мовної маніпуляції, яка згодом стала предметом вивчення лінгвокогнітивістики. Когнітивна лінгвістика як міждисциплінарна галузь інтегрує у власне лінгвістичну методологію теоретичний та методологічний апарат наук, що займаються дослідженням когнітивних структур, насамперед методи й підходи когнітивної психології. Надзвичайно важливе значення для когнітивної лінгвістики мали ті відкриття когнітивної психології, що змінили уявлення про природу та функціонування свідомості, у тому числі про зв'язки когніції та мови (мовлення).

Поняття мовної (вербальної) маніпуляції, яке є одним із об'єктів вивчення лінгвокогнітивістики, вперше з'явилося в працях з прикладної психолінгвістики в 1970-х роках і було представлено як складний інтегральний феномен, що поєднує концепції цілого комплексу суміжних наук: традиційної лінгвістики, риторики, культури мови, психолінгвістики, соціолінгвістики, психології та теорії масової комунікації. Вже тоді автори зазначали, що будь-яке спілкування – як і будь-яка діяльність взагалі – є цілеспрямованою психологічною активністю, свідоме й мотивоване. В умовах комунікативної ситуації ми не тільки повідомляємо реципієнту релевантну інформацію, а й прагнемо «скерувати його поведінку в потрібному нам напрямку, знайти в системі його діяльності слабкі точки, виділити фактори, що керують нею, і вибірково впливати на них» [25, с.47]. Вербальна маніпуляція як концепція ефективного спілкування є також предметом досліджень у руслі риторики та теорії аргументації, оскільки поняття «риторика» і «вербальна маніпуляція» часто ототожнюються як наука про переконливу комунікацію та ораторську майстерність.

Мовна вербальна маніпуляція — це явище, яке виникає в результаті використання мовних засобів для прихованого або явного впливу на свідомість,

емоції та поведінку адресата з метою досягнення певних вигод чи результатів. Такі маніпуляції, як правило, відбуваються через невидимий, неусвідомлений вплив на того, хто сприймає повідомлення. Зазвичай маніпуляція відбувається так, щоб адресат не усвідомлював її, й тим самим приймав рішення або здійснював дії, які відповідають інтересам маніпулятора [18]. Однією з основних характеристик мовної маніпуляції є схованість намірів маніпулятора. Маніпуляція часто відбувається таким чином, що інша сторона не усвідомлює впливу на неї, оскільки маніпулятор не розкриває свої справжні наміри. Це може бути досягнуто за допомогою застосування мови, що викликає певні емоційні реакції у слухача або читача, або за допомогою зміщення фокусу уваги на незначні аспекти проблеми [26]. Важливою ознакою маніпуляції є емоційний вплив на аудиторію. Маніпулятори часто використовують емоційно заряджені слова, вирази, метафори чи образи для того, щоб впливати на підсвідомі почуття слухача. Маніпуляція може бути спрямована на викликання співчуття, гніву, страху чи навіть відчуття гордості [15]. Мовна вербальна маніпуляція може проявлятися через різноманітні лексичні, синтаксичні, прагматичні та риторичні прийоми. Лексичні маніпуляції здійснюються через вибір певних слів або виразів, які змінюють значення повідомлення. Синтаксичні маніпуляції можуть включати використання пасивних конструкцій, що дозволяє приховати суб'єкта дії і таким чином зменшити відповідальність певних осіб. Прагматичні маніпуляції базуються на контекстуальному впливі на слухача, де маніпулятор спрямовує увагу на незначні деталі і таким чином викликає необхідні емоції чи асоціації. Риторичні маніпуляції, в свою чергу, використовують такі прийоми, як риторичні питання, перебільшення, драматизацію фактів, щоб схилити слухачів до певної думки чи дії [17].

Крім того, дослідниця Євланова виділяє основні типи мовних маніпуляцій. Лексичні маніпуляції включають використання термінів або слів з емоційним забарвленням, що мають за мету змінити ставлення слухачів до певного явища або особи. Наприклад, у політичному контексті певні терміни можуть бути навмисно обрані для того, щоб викликати негативну реакцію або, навпаки, створити образ



«героя» чи «жертви». Синтаксичні маніпуляції реалізують через структуру речення, яке може вивести певні елементи на передній план, в той час як інші залишаються в тіні. Прагматичні маніпуляції застосовують у контексті, в якому мовлення змінює своє значення, а риторичні маніпуляції здебільшого базуються на мовних хитрощах, які зацікавлюють слухача на емоційному рівні[18].

Риторика інтегрує теоретичні положення та досягнення цілої низки наукових дисциплін: теорії комунікації, психолінгвістики, прагматики, соціолінгвістики та ін. Ядром риторики є так званий «концепт переконання», або побудови «переконливої мови». Авторка посібника з риторики Н. Колотілова, зазначає: «Оратор у цьому випадку звертається до розуму, але впливає і на почуття аудиторії, апелює як до істини, так і до думки слухачів, показує всі можливості, вигоди та переваги свого бачення вирішення проблеми» [26, с.71]. Дослідниця у такий спосіб наголошує на тому, що вербальна маніпуляція містить два основні складники: демонстрація істинності тези та створення емоційного ставлення до неї.

Для кращого розуміння сутності поняття маніпуляції сучасний німецький філософ В. Прост відділяє його від поняття переконання. Дослідник зауважує, що «переконувати – означає роз'яснювати чи сприяти усвідомленому розумінню, тоді як маніпуляція – це спроба обійти таке розуміння чи обмежити його [27, с.138]. Й. Колмер під маніпуляцією розглядає усвідомлений вплив однієї людини на іншу, яка, насамперед, не усвідомлює цього. У разі, якщо вплив виявляється, людина його відкидає і не приймає такого виду метод [28, с.81].

Психолог О. Сидоренко дає маніпуляції таке визначення: «Маніпуляція – це приховане спонукання адресата до переживання певних станів, прийняття рішень та/або виконання дій, необхідних для досягнення ініціатором своїх цілей» [29, с.44]. У його працях маніпуляція потрактована як один із видів впливу поруч з іншими методами, такими як прохання, навіювання, примуси тощо. Відомий психолог О. Доценко виділяє п'ять основних груп ознак, з яких потім складається визначення поняття маніпуляції:

- 1) родова ознака – психологічний вплив;

- 2) ставлення маніпулятора до іншого як засобу досягнення власних цілей;
- 3) прагнення отримати односторонній вииграш;
- 4) прихований характер впливу (як факт впливу, так і його спрямованість);
- 5) використання (психологічної) сили, гра на слабкостях [30, с.57].

Отже, О. Доценко виділяє основні ознаки маніпуляції, однак, варто зазначити, що вони розглянуті лише через призму такої науки як психологія. Відповідно до вище окреслених ознак, впливає визначення феномена маніпуляції як «виду психологічного впливу, майстерне виконання якого призводить до прихованого збудження в іншій людині намірів, які збігаються з її актуальними бажаннями» [30, с.58]. Ми згодні з цим визначенням, але вважаємо раціональним додати, що цей психологічний вплив відбувається за допомогою вербальних та невербальних засобів.

Як приклад варто навести визначення міжособистісної маніпуляції, яке запропонувала О. Доценко. Авторка розглядає міжособистісну маніпуляцію як «психологічний вплив, спрямований на неявне спонукання іншої людини (співрозмовника чи слухача) до вчинення потрібних маніпулятору дій» [30, с. 62]. Варто зазначити, що маніпуляція не є примусом – це більш тонкий і прихований вид впливу. Маніпуляція має місце тоді, коли адресат змінює свою думку чи бажання у такий спосіб, як цього хотів від нього маніпулятор. Окрім цього, О. Доценко виділяє мовну маніпуляцію як окремий тип і визначив її як: «різновид маніпулятивного впливу, що здійснюється шляхом майстерного використання певних ресурсів мови з метою прихованого впливу на когнітивну та поведінкову діяльність адресата» [30, с.68].

У лінгвістичній науці також знаходимо чимало підходів до вивчення та трактування феномену маніпуляції. О. Цірюк визначає мовну маніпуляцію як вид прихованого мовного впливу, що здійснюється в інтересах маніпулятора й спрямований на впровадження в модель світу реципієнта нових знань, думок, стосунків або модифікування вже існуючих за допомогою різноманітних стратегій [31, с.35]. О. Миронюк визначає мовну маніпуляцію як: «прихований інформаційно-психічний вплив, що здійснюється на трьох рівнях

(індивідуальному, груповому, масовому), націлений на спонукання людини до дій, що входять у суперечність з її інтересами, поглядами, а також картиною світу та системою цінностей суспільства в цілому» [32, с.112]. Однак за визначенням О. Миронюк, маніпуляція є виключно негативним явищем, оскільки слухача чи співрозмовника (реципієнта) використовують як інструмент для досягнення певних цілей, без урахування моральних аспектів. Проте, варто зауважити, що є випадки, коли маніпуляція застосовується і на користь реципієнта. Вітчизняний лінгвіст В. Котик визначає мовну маніпуляцію як «використання прихованих можливостей мови з метою нав'язати адресату певне уявлення про дійсність, сформувані потрібне ставлення до неї, викликати необхідну оцінку, емоційну чи поведінкову реакцію» [33, с.206].

О. Бойко визначає вербальну маніпуляцію як будь-який акт спілкування, розглянутий в аспекті його цілеспрямованості та цільової обумовленості [34, с.33]. Іншими словами, у будь-якому мовному спілкуванні комуніканти намагаються досягти певних немовних цілей, які ведуть до регуляції діяльності співрозмовника. На думку О. Д. Бойка, суб'єкт маніпуляції – це людина, яка здійснює своєрідний контроль над подальшою діяльністю свого співрозмовника, оскільки за допомогою мови ми спонукаємо іншу людину почати, змінити чи закінчити якусь діяльність або сприяємо її готовності до здійснення тієї чи тієї діяльності, коли виникає у цьому потреба. Тобто маніпуляція – це регулювання суб'єктом мовного впливу діяльності іншої людини, певною мірою вільної у виборі своїх дій і чинної відповідно до своїх потреб. При цьому, якщо об'єкт маніпуляції не пов'язаний відносинами субординації з суб'єктом маніпуляції, має свободу вибору у своїх діях, то він змінює свою діяльність тільки тоді, коли ці зміни відповідають його власним потребам [34, с.40]. Отже, за О. Бойком, вербальна маніпуляція у широкому значенні, містить не тільки суб'єктно-об'єктні відносини субординації (імперативна вимога), а й відносини координації (зараження, навіювання, переконання).

П. Книшевич зазначає, що вербальна маніпуляція також передбачає використання повідомлень, побудованих засобами інших семіотичних кодів, до

яких належать, перш за все, кінесика та проксеміка, естетичні коди словесної творчості, а також, у разі письмової комунікації, засоби графічного оформлення тексту (метаграфеміка), креолізація тексту та інші засоби, що мають підвищену здатність впливу на свідомість і поведінку адресата повідомлення. [35, с.31].

У такий спосіб, вербальна маніпуляція полягає в чіткості поставлених комунікативних цілей та адекватності вибраних мовних засобів. Детальніше зупинимось на цілях комунікації:

- комунікативні – встановлення, підтримка, розвиток та збереження контакту;
- предметні – отримання чи передача чогось;
- інформаційні – інформування або отримання інформації [36, с.56].

Як зазначає П. Джонсон, правильність вибору мовних засобів визначаємо ефективністю маніпуляції. До головних аспектів результативності маніпулятивного впливу професор відносить досягнення того, що заплановано; збереження балансу чи ухилення від конфлікту зі співрозмовником. Відповідно, якщо мовця не зрозуміли, тобто не досягнуто інформаційної мети, мовленнєва дія вважається неефективною. Якщо досягнуто предметної та інформаційної мети, але не досягнуто комунікативної, тоді мовний вплив буде результативним, але неефективним (оскільки найважливіше правило мовного спілкування – комунікативна рівновага – не дотримано). Якщо ж перед співрозмовниками стоять лише комунікативні цілі – підтримати відносини (діалог, полілог) –, таке спілкування вважається результативним, оскільки предметна мета збігається з комунікативною.

#### **Основні цілі маніпуляції – предметні:**

- зміна сприйняття реципієнтом того чи того об'єкта;
- перебудова смислового конструкту реципієнта;
- вплив на мислення та поведінку реципієнта, зміна його психічного стану [37, с.228].

#### **Також маніпуляція передбачає ряд проміжних завдань:**

- емоційно-настановчі – вплив на емоції та формування установок;

- ейдетико-когнітивні – введення, закріплення та стереотипізація певних образів та думок;
- негоціативні – подолання несвідомого опору об'єкта впливу.

Отже, узагальнюючи все вищесказане, можна вивести наступне визначення вербальної маніпуляції: маніпуляція – це довільна і мимовільна передача інформації суб'єктом реципієнту (або групі реципієнтів) в процесі спілкування в усній та письмовій формах, що здійснюється за допомогою лінгвістичних, паралінгвістичних та не лінгвістичних символічних засобів і визначена свідомими та несвідомими інтенціями адресанта та цілями комунікації – предметною, комунікативною чи інформаційною, а також пресупозиціями та конкретною знаковою ситуацією.

Маніпулятивний вплив на свідомість та поведінку передбачає існування суб'єкта й об'єкта маніпуляції, вплив на мотиваційну сферу отримувача. Ці фактори, серед інших, складають основу для класифікації типів вербальної маніпуляції.

### **1.3. Типи вербальних маніпуляцій**

За сферою розумової діяльності вербальна маніпуляція може бути раціональною та емоційною. Намагаючись вплинути на поведінку співрозмовника, мовці можуть використовувати вплив на раціональну сферу. Для цього вони використовують переконливі факти та аргументи, що впливають на свідомість людини. Метою емоційних маніпуляцій є виклик у реципієнта таких емоцій, які б призвели до змін у його поведінці. Відповідно, в залежності від характеру взаємодії суб'єкта з об'єктом, маніпуляція може бути прямою (тобто суб'єкт відкрито пред'являє свої вимоги до об'єкта) та непрямую (істинна мета маніпуляції приховується суб'єктом).

Залежно від усвідомлення мовленнєвих дій вербальна маніпуляція може бути навмисною та ненавмисною. У випадку навмисних лінгвістичних маніпуляцій суб'єкт прагне отримати точний (бажаний, очікуваний) результат з боку об'єкта мовного впливу. Ненавмисний вплив здійснюють випадково, при

цьому суб'єкт не прагне отримати конкретного результату від реципієнта [38, с.174].

Залежно від типу мовленнєвої дії вербальна маніпуляція може бути:

- 1) **соціальною** (неінформативні акти мовлення з використанням загальних кліше у вигляді привітань, присяг тощо);
- 2) **добровільною** (мовленнєві акти, що націлені на виконання волі доповідача у вигляді наказів, прохань, порад тощо);
- 3) **інформаційно-оцінювальною** (мовленнєві акти, що встановлюють моральні, правові, міжособистісні емоційні стосунки на публіці у формі дорікання, похвали, звинувачення тощо) [39, с.59].

За реакцією об'єкта можна розрізнити такі типи вербальних маніпуляцій:

- 1) **оцінювальна** (зміна стосунків суб'єкта з об'єктом);
- 2) **емоційна** (формування загального емоційного настрою);
- 3) **раціональна** (реконструкція категоріальної структури індивідуальної свідомості, введення нових категорій).

В залежності від орієнтації на співрозмовника, вербальні маніпуляції можуть бути персоналізованими та орієнтованими на суспільство. Орієнтовану на конкретну особу маніпуляцію здійснює за допомогою створення (прогнозування та планування) очікуваного образу співрозмовника з метою досягнення бажаного ефекту. У випадку соціально орієнтованої маніпуляції мовець створює не образ окремого слухача, а узагальнений образ групи в цілому [40, с.82].

Кожен тип маніпуляції може сприяти регулюванню діяльності співрозмовника та модифікувати його поведінку. Лінгвістичні маніпуляції засновані на механізмах, які змушують слухача сприймати словесні повідомлення без розбору та сприяють створенню ілюзій та помилкового сприйняття, які, насамперед, впливають на емоції одержувача для подальшого спонукання до дій, корисних для мовця.

#### **1.4. Вербальні засоби впливу та маніпуляції у політичному дискурсі**

Вербальні засоби впливу та маніпуляції відіграють надзвичайно важливу роль в політичному дискурсі. Політики використовують мову для ознайомлення

аудиторії зі своїми поглядами, ідеями переконаннями, для обміну досвідом, розвитку у слухачів з метою агітації тощо. Іншими словами, спрямованість мовних стратегій публічного виступу політиків – здійснення маніпуляції, вплив на адресата, переконання прийняття того чи того рішення, необхідного для суб'єкта політичної діяльності. Таким чином здійснюється управління людиною, її свідомістю та поведінкою [31, с.180].

Серед прийомів прямого мовного впливу виділяють дві основні групи: пряме переконання (пошук вагомих аргументів та вибудовування доказів) та коригування потреб та мотивів. До останньої групи належать націлювання, компроміс, прийом зростаючих вимог (посилення тиску), попереджувальна аргументація (перехоплення ініціативи), зіставлення та порівняння (надання можливості зробити усвідомлений вибір), позитивна фрустрація, прийом позитивного та негативного прикладу та ін. [44, с.177].

Прийоми непрямого мовного впливу тісно пов'язані зі сферою маніпулятивного переконання й навіювання, коли реципієнту нав'язують цілі, оцінки чи ідеї, що спотворюють об'єктивну картину світу або вигідні комуніканту без урахування інтересів реципієнта. Серед прийомів непрямого мовного впливу (або маніпулятивного впливу) розрізняють наступні:

1) **дезінформація** – надання реципієнту неправдивої інформації (такої, що не відповідає дійсності). Варто зауважити, що дезінформація може бути як *свідомою* (навмисне спотворення фактів, брехня, фантазування чи фабрикація – вигадка об'єкта чи явища), так і *несвідомою* (комунікант не в змозі верифікувати, що інформація, яку він транслює, не є правдивою в силу своєї недостатньої обізнаності, обмеженості чи односторонності даних). В контексті ж теорії мовного впливу розглядається саме свідомо дезінформація.

2) **ухил** – упереджена подача інформації, спеціальний підбір фактів та аргументів відповідно до мети суб'єкта мовного впливу. На відміну від дезінформації, ухил передбачає викривлення дрібних деталей, а не повного фактажу. До засобів ухилу вчені зараховують *напівправду* (коли говорять лише ту інформацію, яка вигідна комуніканту, а все інше – замовчують), *підтасовування*

*фактів* (акцентування чи приховування деяких компонентів загалом нейтральної інформації, яке досягається розташуванням ключової для суб'єкта інформації у низці інших фактів та аргументів; *одностороння аргументація*, яка демонструє точку зору лише однієї із сторін; *вилучення інформації з контексту чи її суб'єктивна оцінка*; *спотворення істинних масштабів події*; *апеляція* [33, с.95].

3) **апеляція до усталених стереотипів та архетипів** – глибинних, соціально обумовлених моделей сприйняття дійсності, котрі асоціюємо з тими чи тими концептами, а також до культурно-символічного матеріалу. Апеляція до таких семіотичних одиниць активізує певні асоціації, оцінки та емоції, відповідно, реципієнт оцінює повідомлення через призму стереотипів та сприймає його швидко, не думаючи.

4) **стереотипізація** – узагальнення та типізація ситуацій, подій та явищ, що сприяють формуванню та закріпленню стереотипів, створенню міфологем та ідеологем. Цього маніпулятивного переконання можна досягти завдяки послідовній та повторюваній тематичній організації повідомлень, добору контекстів, що акцентують вигідні адресанту смисли, які обираємо для створення стереотипу. Наприклад так сформований *стереотип зовнішнього вигляду жінки* (часто розповсюджена та нав'язана інформація про струнку та підтягнуту фігуру), *стереотип життя заможних людей* (носять лише дорогий одяг, живуть в замських резиденціях, харчуються лише в ресторанах, егоїстичні, зарозумілі, жорстокі), *стереотипи про країни* (Таїланд – країна квітів, Китай – країна з потужним стрибком економіки,) тощо,

5) **розмивання і підміна понять** – таке трактування концепту, яке змінює його ядро, неправомірно звужуючи, розширюючи його чи привносячи в нього нові семантичні ознаки в такий спосіб, що поняття може використовуватися в різних сенсах і дозволяє робити різні висновки. До прикладу, фраза «засуджений», яка традиційно асоціюється із ув'язненням вживається для призначення штрафу, зміщення з посади чи домашнього арешту.

6) **маніпуляції з модусами думки та знання**. Одним із способів маніпулювання є нейтралізація різниці між думкою та знанням – навмисне



приховування модусів спірності, припущення, думки у висловленні, коли ні лексично, ні граматично вони не експлікуються. Іншими словами, це ті випадки, коли припущення подають як достовірні факти.

7) **повторення слів та висловлювань** – гасел, закликів чи афірмацій. Багаторазове повторення думки, що навіть не поділене реципієнтом, залишає мнемонічні сліди в його пам'яті, досить глибоко вривається в підсвідомість і може впливати на його почуття, думки і поведінку.

8) **засоби виразності на фонетичному, лексичному, стилістичному рівнях**, такі як, *алітерація, асонанс, епітети, порівняння, метафори, метонімія, синекдоха, алегорія, іронія, уособлення, гіпербола, літота, перифраз(а), синоніми, антоніми, архаїзми, діалектизми, жаргонізми, неологізми, афоризми, анафора, епіфора, еліпсис, парцеляція* тощо.

Як бачимо, існує багато прийомів та засобів вербального впливу, серед яких виділяють техніки прямого та непрямого впливу. Вибір того чи того способу залежить від конкретної мети комунікативного акту чи створення тексту політиками.

Одним із основних інструментів маніпуляції є лексичні засоби, що включають вибір специфічних термінів, виразів, емоційно забарвлених слів. Наприклад, політики часто використовують слова з позитивним чи негативним навантаженням для формування образів “ворога” чи “героя”, що створює емоційно насичене сприйняття реальності. Використання метафор, порівнянь, евфемізмів і гіпербол також є характерними для дискурсу, оскільки ці мовні засоби дозволяють маніпулювати змістом повідомлень, акцентуючи увагу на тих аспектах, які політик хоче виділити[23].

Переходячи до розгляду класифікації вербальних засобів маніпулювання в політичному дискурсі, насамперед необхідно звернути увагу на дослідження вченого Т. Ван Дейка, який зазначає, що маніпуляція є когнітивним явищем та виділяє такі види маніпулювання свідомістю:

1) **Маніпулювання короткостроковою пам'яттю.** Реалізувати цей вид маніпулювання можна за допомогою специфічних мовних та текстових

характеристик (назви, слогани, заголовки). Відмінною рисою вербального маніпулювання є те що, що маніпулятор прагне акцентувати увагу об'єкта маніпулювання на нерелевантній інформації, досягаючи лише часткового розуміння чи неповного розуміння з боку останнього. Для досягнення лише часткового розуміння можна використовувати навмисно ускладнені синтаксичні конструкції, надто швидке і нерозбірливе мовлення, вкрай абстрактні слова чи висловлювання тощо.

2) **Епізодичне маніпулювання.** У межах цього виду маніпулювання вплив діє на епізодичну пам'ять (тобто певні спогади про конкретні комунікативні ситуації). Таким чином маніпулятор формує в об'єкта певну вигідну для себе ментальну модель, яка зберігається у пам'яті й залучає наші власні переживання та емоції.

3) **Маніпулювання соціальної когніцією.** Маніпулювання ідеологічними поглядами, моральними нормами та цінностями (соціальними репрезентаціями) є основою цього виду когнітивного маніпулювання. Цей вид маніпулювання реалізуємо з допомогою наступних стратегій: *узагальнення і стратегія використання знань* [8, с.359-383]. Також цікаво, що багато авторів зазначають те, що, впливаючи на свідомість суспільства, маніпулятору варто якомога ближче наблизитися до реальності реципієнта (чим ближча реальність реципієнта і реальність, створена маніпулятором, тим вищий шанс на успіх).

Синтаксичні маніпуляції, такі як зміна структури речення або використання пасивних конструкцій, дають можливість приховати або, навпаки, підкреслити відповідальність окремих осіб або груп, що також сприяє маніпуляції сприйняттям аудиторії[15]. Наприклад, вжиток пасивних конструкцій дозволяє замаскувати виконавця дії і таким чином уникнути персональної відповідальності за негативні події чи результати.

Протиставлення, цитування авторитетних джерел і апеляція до відомих фактів та ідей є важливими прагматичними засобами впливу. Ці мовні стратегії сприяють підвищенню довіри до повідомлення та зміцненню авторитету політика в очах громадськості. Однак, маніпуляція може відбуватися також через вибірку та

інтерпретацію фактів, що веде до спрощення складних ситуацій, і формує уявлення, яке відповідає інтересам маніпулятора [38].

Реальність, котру створює маніпулятор, так звана «нав'язана реальність» складається із взаємодії трьох компонентів:

1) **«Я – свій»** – позитивна самопрезентація маніпулятора в рамках когнітивного уявлення реципієнта;

2) **«Свої цінності»** чи когнітивні переваги;

3) **«Спільний ворог»** – руйнівник наших цінностей. У політичній комунікації все зводиться до соціально-політичних уявлень. У цьому випадку вербальне маніпулювання будується на вже існуючих упередженнях, стереотипах, віруваннях тощо.

Розгляньмо основні стратегії маніпулювання, котрі виогремлює А. Філінський:

- руйнація образу опонента, асоціюючи його з образом ворога, винного у тій чи тій негативній ситуації;

- інтеграція з тією чи іншою соціальною групою за допомогою використання таких прийомів, як особисті та присвійні займенники (ми/ нам/ наш); збірні лексеми із компонентом сумісності (товариші, співгромадяни, друзі); етноніми (українці, кияни тощо);

- делігітимація – вироблення негативних асоціацій із певними об'єктами комунікації. Найчастіше мають прояви у формі мовної агресії;

- героїзація – виділення високих морально-етичних якостей, високої професійної компетентності кандидата, його досягнень, непримиренності із порушеннями спільних цінностей та загального порядку, здійснення діяльності лише на користь народу [46, с.144].

С. Зелінський пропонує наступні методи маніпулювання свідомістю:

- **принцип першочерговості** – ефект сприйняття первинної інформації як істинної;

- **«очевидці»** подій повідомляють передану інформацію і видають як таку, яку сприйняли особисто;

- **образ ворога** – створення штучної загрози, що ніби походить від загального ворога;
- **зміщення акцентів** – акцент падає на вигідній для маніпулятора інформації;
- **використання «лідерів думки»** – орієнтування на думку авторитетних для суспільства фігур;
- **переорієнтація уваги** – відволікання уваги з метою приховування інформації. При цьому висвітлити можуть практично будь-яку інформацію, незважаючи на її негативний вплив на реципієнта;
- **емоційне зараження** – вплив почуття людей, щоб вимкнути їх розум;
- **показна проблематика** – штучне роздмухування неіснуючих проблем для приховання найбільш гострих або важливих існуючих проблем;
- **ефект «інформаційного штурму»** – у величезному непотрібному потоці непотрібної інформації захована істина;
- **буденна розповідь** – негативна інформація, подана звичайним тоном, втрачає свою гостроту;
- **зворотний ефект** – викид величезної кількості негативної інформації, щоб інформація викликала не засудження у бік політичного діяча, а почуття жалю;
- **однобокість висвітлення подій** – досягнення хибного смислового ефекту;
- **схвалення уявної більшості**;
- **експресивний удар** – навмисне виділення чи нагадування проблем, жахів сучасного суспільства, щоб викликати негативне ставлення до будь-кого, бажання будь-що покарати винних;
- **маніпулятивне коментування** – висвітлення тих чи тих подій відповідно до вигоди для маніпулятора;
- **повторення** – повторення максимально спрощеної і доступної для сприйняття інформації задля її міцного закріплення у підсвідомості й подальшого впливу на свідомість;
- **правда наполовину** – приховування частини інформації [22, с.337-347].

Крім вище перелічених стратегій, автор також відмічає такі способи маніпулювання, як **недоступність інформації, принцип контрасту, хибні аналоги, удар на випередження, ефект правдоподібності.**

С. Бордунов аналізує засоби маніпулювання з дискурсивно-комунікативного погляду і виділяє основні техніки маніпулювання у промовах політиків:

- **використання ключових слів;**
- **риторичні фігури, повтори, тропи;**
- **саундбайтинг** (створення яскравої фрази, яка виражатиме зміст певного фрагмента тексту або цілого тексту);
- **створення спрощених та брехливих абстрактних образів** з метою ілюстрації тез;
- **нумерація;**
- **повторення звукових повідомлень** [7, с.424].

Отже, спробуємо об'єднати мовні засоби маніпулювання свідомістю реципієнта, представлені у роботах різних науковців в єдину класифікацію:

1) **Лексичний рівень.** Найбільш поширеними засобами вербального маніпулювання є лексичні засоби. У наведеній нижче таблиці наведено основні лексичні засоби маніпулювання(табл. 1.1.):

*Таблиця 1.1. Лексичні засоби маніпулювання в політичному дискурсі*

Вербальні засоби	Значення
<b>Лексико-семантичні засоби</b>	
<b>Неологізми</b>	Можуть передавати більш точне значення або навпаки, маскувати значення, тобто мають подвійну спрямованість (завжди привертає реципієнтів). Автор, трансформуючи значення слів, створює нові концепти.

<b>«Прозорі» слова</b>	Використовують для позначення абстрактного поняття, яке не має конкретного змісту. Досягаємо ефекту створення позитивного образу. Прикладами можуть бути такі слова, як «права», «свобода», «незалежність» тощо.
<b>Метафора та метонімія</b>	Здійснюється передача суб'єктивної оцінки реальності за допомогою опису об'єкта через призму образів, спрямованість яких полягає в підтримці стереотипів чи пріоритетів мовця.
<b>Евфемізми</b>	Реальність видається в більш сприятливому, позитивному чи вигідному світлі. Функція – завуалювати негативні сторони описуваного об'єкта. Використовується для замовчування тієї чи тієї інформації або введення в оману (або те й інше одночасно). Прикладом може слугувати використання слова «злочин» замість «згвалтування», «вбивство» тощо.
<b>Дисфемізми</b>	Грубі позначення спочатку нейтрального поняття, метою яких є надання негативного смислового навантаження та формування негативного образу, наприклад, для посилення експресивності. Мовець фокусує всю увагу на негативних сторонах об'єкта.
<b>Софістицизми</b>	Складна, незвична для аудиторії лексика. Наприклад, використання не всім зрозумілого виразу латинського походження «sine qua non» (необхідна/обов'язкова умова).
<b>Варваризми</b>	Слова з іноземної мови або мовні звороти іншомовного походження, які порушують чистоту мови.

<b>Слова з оцінною, емоційною, експресивною стилістичною конотацією, сприяють маніпуляції</b>	<b>та що</b>	Конотація служить для висловлювання неоднакової позиції та оцінки повідомлення з боку автора з метою нав'язування певного ставлення до описуваних мовцем об'єктів, подій чи явищ. Лексеми, які містять оціночні конотації, можуть бути як позитивними, так і негативними, створюючи позитивний або негативний імідж. Наприклад: використання прикметника з негативною конотацією під час опису іншої держави «авторитарний лідер» (мета – критика уряду держави).
<b>Лексико-синтаксичні засоби</b>		
<b>Перифрази уточнення</b>	<b>та</b>	Ціль – виділення конкретного аспекту багатогранного явища (особи, ситуації або предмета) та концентрація уваги на його одній рисі або характеристиці.
<b>Лексико-граматичні засоби</b>		
<b>Різні форми адресації</b>		Звернення до аудиторії з використанням різних займенників солідарності «ми/ наш/ нам».
<b>Повтори</b>		Повторення однієї і тієї ж інформації для її міцного вкорінення в пам'яті аудиторії.
<b>Аргументація</b>		Стратегія створення достовірності, легітимності інформації, що подається, налагодження довірчих відносин та привернення уваги.

2) **Грамматичний рівень.** На цьому рівні використовують різні граматичні засоби маніпулювання, що складаються з певних граматичних форм або конструкцій (табл.1.2.):

*Таблиця 1.2. Грамматичні засоби маніпулювання в політичному дискурсі*

<b>Вербальні засоби</b>	<b>Значення</b>
<b>Лексико-семантичні засоби</b>	

Дієслова теперішнього часу	Актуалізація інформації.
Використання дієслів умовного способу	Вираз ставлення до можливості, бажаності, необхідності того чи іншого події.
Переважання пасивних конструкцій над активними	Спроба приховати відповідальну особу, приховування тієї чи іншої інформації, зменшення ступеня відповідальності.
Риторичні запитання	За формою є питальним реченням, але таке питання не вимагає відповіді. Використовується цей прийом для того, щоб направити хід думок слухача в потрібному для мовця напрямі.
Паралельні конструкції	Сприяє динамічності мови, привертає увагу аудиторії та фокусує слухачів на певних деталях чи елементах висловлювання.

3) **Фонетичний рівень.** Такі інструменти, як алітерація, рима та ритмізація можуть бути використані як в усній, так і в письмовій мові. Деякі ж інструменти (інтонація, темп мовлення, регістр голосу, паузація, мелодика тощо) характерні лише для усного мовлення і не мають аналогів у письмовій мові, але при цьому можуть бути компенсовані (пунктуація, метаграфічні засоби).

Таким чином, розглянувши класифікацію засобів вербальної маніпуляції в політичному дискурсі, можна зробити висновок про наявність широкого спектру таких засобів. Серед найбільш широко використовуваних засобів вербальної маніпуляції у політичному дискурсі – різні типи повторів, риторичні питання, пасивні конструкції та спеціальне структурування власної мови за допомогою вступних слів, використання метафор, метонімії, неологізмів та інших ефективних засобів впливу.



## **РОЗДІЛ 2. ВЕРБАЛЬНІ МАРКЕРИ МАНІПУЛЯТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ПРОМОВАХ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ДІЯЧІВ З 2014 ПО 2024 РІК (В.ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА П.ПОРОШЕНКА)**

### **2.1. Апеляція до почуттів аудиторії як маніпулятивна стратегія**

Відомо, що під час виголошення політичної промови, спікер прагне не лише інформувати, а й впливати на свідомість та емоції людей. Одним із найпоширеніших методів впливу є апеляція до почуттів аудиторії. Цей прийом часто застосовують у політичній риторичі, рекламних кампаніях та мас-медіа, з метою не лише привернути увагу, а й спонукати до певних дій або переконань. Апеляція до емоцій здатна об'єднувати людей, викликати співчуття чи обурення, але водночас вона нерідко стає інструментом маніпуляції. Замість раціональних аргументів політичні діячі використовують такі аргументи, які викликають у слухачів великий спектр емоцій: страх, надію, гнів чи гордість, аби створити вигідне для маніпулятора емоційне підґрунтя. Такий підхід дозволяє обійти критичне мислення та посилити вплив на аудиторію.

Одним із засобів реалізації маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі є протиставлення “свій-чужий” (далі – СЧ). Використання такої опозиції у промовах політичних діячів є закономірним, адже вона є ключовим, базовим явищем та категоріальним відношенням, котре дає змогу мовцям реалізувати основні функції політичних текстів – маніпулятивну, орієнтативну та інструментальну [60, с. 90]. У текстах політичних промов, на переконання Е. Сандікчіоглу, найважливішим є протиставлення “ми-вони”, котре виступає варіантом опозиції СЧ в рамках певної політичної свідомості [63, с. 301].

Використання маніпулятивної стратегії СЧ є досить ефективне з психологічного боку, адже поняття “своє” та “чуже” ототожнюються із групами людей, які мають теж свій певний поділ, тому під час вдалого формулювання мовець викликає в адресатів необхідні йому емоції. Науковці розрізняють “своє коло” і “чуже коло”. Перше є базовою когнітивною категорією в політичному дискурсі з високою маніпулятивною продуктивністю, котре мовець реалізує

завдяки природній здатності викликати позитивні емоції в людей до осіб, які входять до так званого “свого кола” [60, с. 90].

Використовуючи маніпулятивну стратегію СЧ політики апелюють до почуттів солідарності, прихильності своєї аудиторії доводячи свою приналежність до певного угруповання та ідеології [60, с. 91].

Важливе значення у реалізації стратегії СЧ має статусно-рольовий фактор, адже залежно від суб'єкта відбуватиметься зміна об'єкта, відносно якого в подальшому політичні діячі вибудовуватимуть опозиційне протиставлення у власних промовах. Так для політичного діяча об'єктами можуть бути політичні суперники, представники соціальних груп, політичних організацій. У контексті апелювання до почуттів аудиторії ґрунтуючись на протиставленні СЧ виділяють такі ключові типи знаків [60, с. 92]:

1. Орієнтації.
2. Інтеграції.
3. Агональності.

За допомогою знаків першого типу мовці визначають для власної аудиторії об'єкт протиставлення, зосереджуючи свою увагу на його негативних характеристиках. Важливим та невід'ємним аспектом такої ідентифікації є апелювання до почуттів цільової аудиторії, адже завдяки вдалій апеляції політичні діячі також реалізують маніпулятивну інтеграцію, об'єднуючи “своїх” навколо своєї персони або певної ідеї, котру трактуватимуть як спільну для всіх. Визначивши об'єкт опозиції та об'єднавши (наприклад, проти нього або навколо певної головної ідеї) аудиторію, політичні діячі розвивають почуття агресії, – здебільшого до ідентифікованого об'єкта протиставлення. Така форма апеляції з акцентом на ці почуття, починається з формулювань політиків про незгоду та заперечення відносно ідентифікованого об'єкта протиставлення для цільової аудиторії. Така репрезентація є основою так званого “чужого кола”. Це зумовлено намірами політичних діячів, які призводять до конструювання емоційного мовлення, насиченого негативно забарвленими лексемами [60, с. 92].

Апеляція до почуттів аудиторії політичних діячів здійснюється завдяки вдалому використанню традиційних асоціацій людей з символами добра (“коло своїх”) та зла (“коло чужих”) [60, с. 94].

Отже, категорії “свій” та “чужий” є ефективним способом створення бажаного образу дійсності, сприяючи укоріненню певних стереотипів у масовій свідомості. Однак, з іншого боку, постає й проблема нефіксованості та гнучкості зазначених категорій, що пояснюється розмитістю їх меж.

П'ятий президент України Петро Порошенко очолив державу у 2014 році, тобто в той період, коли відбулася зміна уряду в країні та набирало обертів політично-військове протистояння у зв'язку чітким фокусом на Європейську інтеграцію, котрий не підтримувала попередня адміністрація. Тому маніпулятивні стратегії в його промовах насичені маркерами, пов'язаними з тими подіями. Відповідно поняття цінності в їх контексті пов'язане з тим, за що політик планував боротись. *«Диктатура, що панувала останніми роками в Україні, прагнула позбавити нас цієї (європейської) перспективи – народ повстав»* [46]; Так у своїх публічних виступах він акцентував увагу на цінностях та висловлював обіцянки, які, на його думку, були найважливішими. Натомість антицінності в промовах П. Порошенка – це те, що він вважав неприпустимим, небажаним, із чим варто боротись і що має бути викоріненим [59, с. 320]. Тому мовлення політичного діяча насичене поняттями, які пов'язані насамперед із війною та критикою попередника-очільника країни: *«Та й досі аж здригнешся, як згадаєш, в якому стані опинилася країна після того, як клеттократичний режим Януковича чотири роки свідомо котив її до національної катастрофи, як впевнено вів справу до кінця української історії, який був спланований поза межами України. ... Всі, хто протидіє реформам і перешкоджає Україні стати успішною, а саме: олігархія, корумпована бюрократія, країна-агресор та її нечисленна п'ята колона, яку ворог намагається підживлювати в Україні, – програють»* [62]. У цьому прикладі прослідковуємо, що для П. Порошенка курс розвитку країни, котрий обрав першопочатково В. Янукович та його прибічники, і стає першопричиною

конфлікту між інститутом влади та українським суспільством – протиставлення в рамках маніпулятивної стратегії СЧ.

Оцінюючи режим В. Януковича як диктаторський та клептократичний, політик надає йому характеристику негативно оцінюючи її. До “чужих” він зараховує також олігархію (у розумінні “*заможні чиновники, котрі мають причетність до керування країною*”), корумповану бюрократію (‘вчинення дії, що перешкоджають природньому розвитку країни’), країну-агресора (російська федерація як ворог) та п’яту колону (у значенні ‘провокатори, шпигуни, котрі, діючи підпільно, влаштовують диверсії’). Відповідно до “своїх” потрапляє Я-мовець (П. Порошенко) та українські громадяни. Аксіологічний вимір у рамках цього фрагмента політичного тексту розгортається в тематичній площині авторитарний демократичний режим. Таким чином у цих прикладах чітко прослідковуємо прагнення п’ятого президента України викликати у аудиторії почуття страху від наслідків діяльності “чужих”, а через це і агресії до них.

Отже, категорії “свій” та “чужий” є ефективним способом створення бажаного образу дійсності, сприяючи укоріненню певних стереотипів у масовій свідомості. Однак, з іншого боку, постає й проблема нефіксованості та гнучкості зазначених категорій, що можна пояснити розмитістю їх меж.

Важливо згадати, що конфлікти між П. Порошенком і В. Зеленським є частиною політичного процесу та виявом різних поглядів і інтересів. Однак, для забезпечення стабільності та розвитку країни важливо, щоб ці конфлікти вирішувалися шляхом діалогу та дотримання демократичних процедур.

Одна з найбільш резонансних ситуацій відбулась на прес-конференції з Президентом України, яка була приурочена до річниці повномасштабного вторгнення. Журналістка "5 каналу", власником якого є Петро Порошенко, поставила низку запитань Володимирі Зеленському. Дівчина запитала чи шкодує Зеленський про те, що заспокоював українців і применшував загрозу напередодні повномасштабного вторгнення Росії і чи не вбачає в цьому персональної відповідальності. На що кандидат в президенти відповідає: *“Я ніякий не герой, але, напевно, я хоч щось зробив... у нас є натівська зброя, і ми боремось, а не*

*підписуємо зрадницькі договори, Мінські угоди тощо (натяк на домовленості щодо Донбасу за президентства Порошенка – УП)”. У цій відповіді одразу бачимо апеляцію до скромності та самокритики, адже заява “я ніякий не герой” формує образ політика, котрий не ставить себе вище інших і це викликає довіру. Згадка про наявність натівської зброї та активну боротьбу апелює до гордості за досягнення країни на міжнародному рівні і це викликає обнадійливі почуття у слухачів.*

Далі журналістка поцікавилась про те, яке покарання понесе экс-голова СБУ і "друг дитинства" президента Іван Баканов, і чи перебуває він зараз в Україні. На провокативні запитання В. Зеленський уникає детальних відповідей, обмежуючись реченням *"Дякую за вашу доповідь"*. Така реакція свідчить про те, що він не хоче розвивати дискусію навколо цих тем і намагається їх уникнути.

У запитаннях журналістки можна чітко визначити акцент на емотивних мовних маніпуляціях, адже вона використовувала такі словосполучення як: «персональна відповідальність», «друг дитинства». Стратегія використання емотивних маніпуляцій у запитанні полягала в тому, щоб продемонструвати близькість та безпосередню участь президента в гострих питаннях невдач у процесі підготовки до війни та добору правильних кадрів із акцентом на можливе кумівство та прикриття від покарання друга президента. Реакція Президента України на запитання журналістки була такою: *«Важливо, що ми не втратили державу. Так, це завдяки народу України, Збройним силам, напевно, завдяки трошки і мені, як би вам це неприємно було чути. Так вважають багато людей»* В такий політик підкреслює значення збереження державності, апелюючи до патріотичних емоцій. Те, що він згадує Збройні сили як основних учасників успіху, вказує на те, що він апелює до народної підтримки та хоче відновити цю єдність та спільну боротьбу. Натомість у словосполученнях “трошки і мені” та “неприємно чути” спостерігаємо апеляцію до суперечливості, яку він використовує як провокацію для привернення уваги у слухачів.

Свою доповідь на низку запитань від журналісти Володимир Зеленський закінчує так: *“І дуже гарно, що, не зважаючи на ті чи інші звинувачення, я, президент України, знищив російську присутність в парламенті України, знищив російські телеканали в Україні, знищив олігархів. Вибачте, один з них – власник вашого каналу”*. Він намагається апелювати до національної безпеки, коли згадує про знищення російської присутності, в такий спосіб підсилюючи відчуття захисту держави. Список дій, котрі він перераховує вказує на дієвість влади з метою позитивно налаштувати до себе людей, котрі слідували за його виступом.

Відповіді президента є емоційними та насиченими із застосуванням різного типу маніпуляцій. Володимир Зеленський відразу змінив фокус та не дав прямої відповіді на жодне з питань, сприйнявши їх як провокацію. Передусім, помічаємо емотивні маніпуляції, емоційно заряджені слова та елементи помпезності: «не втратили державу», «не герой», «зрадницькі договори», «переможемо», «знищив» «олігархів». Президент намагається висвітлити перемоги України як частину його здобутків, що на думку Володимира Олександровича є не приємним фактом для журналістки. Також пан Зеленський намагається не зловживати вихваляннями, тому переконує, що він «не герой», хоч і зробив дуже багато корисних справ.

З іншого боку, відповіді президента були спрямовані на колишню владу та Петра Порошенка безпосередньо. Пан Володимир акцентує увагу на тому, що з минулим президентом, тобто Петром Порошенком, Україна не перемогла і його опонент підписав «зрадницькі договори». Очевидно, що Володимир Зеленський використовує фокусаційну маніпуляцію, переводячи фокус із питань журналістки про невдачі президента на власні думки щодо поразок колишнього президента. Також, відбувається маніпуляція образом з використанням емоційно забарвлених слів, у якому колишній президент постає як “зрадник” та “олігарх”, хоч жоден з цих фактів не є підтвердженням та, схоже, є лише суб’єктивною думкою Володимира Зеленського. Отож, можна зробити висновок, що ця ситуація та конфлікт був насичений мовними маніпуляціями з емоційно забарвленою лексикою. Ймовірно, це сталось через пряму неприязнь політиків один до одного.

Варто зазначити, що Петро Порошенко прямої участі в цій розмові не мав, але журналістку «5 каналу» можна повноцінно вважати його прямим представником.

Отже, апеляція до емоцій слугує ключовим інструментом впливу у політичних промовах діячів. Цей прийом дозволяє створити емоційне підґрунтя у формуванні лояльності, викликати почуття солідарності чи агресії, а також обійти критичне мислення аудиторії. Використання протиставлення “свій-чужий” допомогло обом кандидатам сформуванню стереотипів у масовій свідомості. Також в такий спосіб політики створили бажаний образ дійності, впливаючи на ціннісні орієнтири суспільства. На прикладі промов Петра Порошенка ми простежили акцент на цінностях, які підкреслюють переваги європейського курсу на протигагу цінностям попередньої адміністрації. Цінності “своїх” він ототожнює із демократичними реформами, тоді як антицінності “чужих” (корупція, диктатура, російська агресія) використовує для того, щоб консолідувати суспільство навколо “своїх” групи. Володимир Зеленський у своїх промовах вдається до фокусної маніпуляції для того, щоб перевести увагу із власних недоліків на критику опонента в такий спосіб створюючи вдалий образ і відволікаючи увагу слухачів від потенційно небажаних тем.

## **2.2. Маніпулятивні стратегії політичних промов, побудовані на повторах, метафорах, порівняннях та евфемізмах**

Серед основних засобів маніпуляції вчені визначають потвори, метафори, порівняння та евфемізми, які забезпечують підвищену переконливість повідомлення, формування бажаного образу дійсності та емоційного впливу. Матеріали дослідження свідчать про те, що репрезентативними в контексті маніпулятивних стратегій політичних промов побудованих на повторах, метафорах, порівняннях та евфемізмах є передвиборчі промови. Зокрема дебати – це чудовий варіант для фіксації та аналізу мовних маніпуляцій, тому що зазвичай свої запитання та твердження кандидати спрямовують безпосередньо один одному. Розглянемо це на прикладі дебатів передвиборчої гонки 2019 року В. Зеленського та П. Порошенка

Пан В. Зеленський розпочинає свою промову з того, що зазначає, що пан П. Порошенко є не тим, за кого себе видає [14]: *«Скажу вам відверто, чи могли ми тоді уявити, що його "жити по-новому", стане нашим виживати... Ми з вами голосували за одного Порошенка, а обрали іншого»*. Далі кандидат у президенти перераховує низку тверджень в яких, на його думку, п'ятий президент не є щирим та прямолінійним: *«Бо існує два Порошенка. Перший – прекрасний оратор, спеціаліст, фінансист, економіст, у всьому знається. Він зазвичай з'являється тоді, коли є камери. Але коли камери вимикаються, з'являється інший Петро, другий... Перший каже, що в платіжках за комуналку буде мінус, а другий тихенько робить "Роттердам +". Перший каже: "Я відкриваю школу", а другий постійно тихенько відкриває магазини Roshen. Перший відкриває аж 12 кілометрів нової дороги, а другий закриває справу Насірова. Перший Петро Порошенко каже: "Я бізнес передав у сліпий траст", а другий збільшує свої статки за рік у 82 рази...»*. Безперечно, ті евфемізми, які використовує пан Володимир, на перший погляд є нейтральними, проте в контексті речень вони набувають іронічної конотації. Наприклад, фраза «жити по-новому» трансформується у «виживати», що натякає на погіршення рівня життя. Цей прийом викликає у слухачів розчарування і відчуття обману. Інший приклад – згадка про «Роттердам +», що служить евфемізмом для непрозорих економічних схем. Ці вислови підсилюють критику, роблячи її більш емоційно насиченою. У промові постійно повторюється контраст між двома уявними образами одного політика: *«перший каже... а другий тихенько робить...»*. Цей прийом наголошує на суперечності між публічною риторикою та прихованими діями. Повтори також створюють ритміку, яка робить виступ легким для сприйняття і запам'ятовування. Зокрема, приклади на кшталт *«перший відкриває... а другий закриває...»* закріплюють у свідомості слухачів ідею про роздвоєність політичного образу. Двоякість політичного образу свого опонента Володимир Зеленський передає за допомогою метафори «існує два Порошенка» – перший, який виглядає ідеально перед камерами, і другий, що діє за їх відсутності. Така образність дозволяє слухачам чітко уявити, що обіцянки і дії кардинально відрізняються.



Пропоную розглянути індивідуально промови кожного політика станом на 2024 рік для того, щоб порівняти чи змінився їх стиль викладу інформації. У своєму щоденному зверненні Володимир Зеленський, коментуючи ситуацію вдається до використання метафор: *“ціль – енергетика, звичайні цивільні об’єкти”*, що персоніфікує інфраструктуру, акцентуючи увагу на свідомій агресії з боку Росії. В такий спосіб він посилює відчуття несправедливості та злочинності дій ворога. Іронічна метафора *“Путін знову рекламував свої ракети – свою готовність убивати та руйнувати”* вказує на цинізм і агресивність російського лідера, підкреслюючи абсурдність ситуації. Водночас образи, як-от *“Путін програє, коли залишається наодинці”*, створюють враження, що ізоляція ворога є запорукою перемоги.

Роль метафори у контексті цієї промови полягає не лише в тому, щоб описати реальність, але й створити емоційний відгук у слухачів, посилюючи віру в перемогу та підкреслюючи справедливість української позиції. Президент у своїй промові використовує повторення ключових фраз та слів, наприклад, триразове використання конструкції *“Путін хоче”* акцентує на його винуватості та агресивності, формуючи негативний образ ворога. Це дозволяє слухачам зосередитися на головному: загрозах, які походять від агресора. Повторення слів *“ми”* та *“мир”* у різних контекстах формує відчуття єдності між Україною та її партнерами. Наприклад, конструкції *“Ми маємо... Ми зацікавлені... Ми та всі наші партнери”* підкреслюють спільність зусиль, а фрази *“Мир завдяки силі... Справжній мир... Мир потрібен”* орієнтують аудиторію на справедливе завершення війни. Повтори не лише наголошують на важливих аспектах промови, але й роблять її більш ритмічною, що сприяє кращому запам’ятовуванню ключових повідомлень.

Активно використовує яскраві порівняння Володимир Зеленський у своїй промові для того, щоб слухачам була краще зрозуміти сенс сказаного, наприклад, *“Мир завдяки силі, а не цей набір катастроф”* чітко розмежовує ідею справжнього миру та небажаного сценарію поступок ворога. Це формує переконання, що компроміс із Росією є неприйнятним. Порівняння дій Путіна з

навмисним зривом миротворчих зусиль, як у фразі *“Путін хоче загострити ситуацію зараз так, щоб у Президента Трампа нічого не вийшло”*, показує масштаб загрози, що виходить далеко за межі України, і апелює до міжнародної спільноти. За допомогою цих порівнянь президент окреслює чітку картину, допомагаючи зрозуміти різницю між правильними та небажаними шляхами вирішення проблеми.

Використовуючи евфемізми президенту вдається пом'якшити негативні аспекти ситуації, зберігаючи конструктивний тон промови. Наприклад, у фразі *“Зараз іще тривають відновлювальні роботи після російського удару”* замість яскравих описів руйнувань використано нейтральний термін “удар”, що зосереджує увагу не на руйнаціях, а на процесі відновлення. Так само фраза *“На будь-який російський шантаж треба жорстко реагувати”* зберігає об'єктивність, не вдаючись до надмірно емоційних характеристик агресивних дій ворога. Це підкреслює рішучість, але не розпалює паніку. Евфемізми у промові підтримують баланс між емоційністю та раціональністю, створюючи атмосферу впевненості у подоланні труднощів.

У 2023 році Петро Порошенко виступив на 15-му щорічному Київському Безпековому форумі [45]. Авдиторія, перед якою виступав політик, були міжнародні партнери, тому його промова не містила зайвих сентиментів, проте без вербальних засобів маніпуляції не обійшовся.

Щоб уникнути прямої критики та надати висловлюванням пом'якшеного, але критичного характеру він використовує в реченнях евфемізми, наприклад, фраза «ксерокопія Бухарестського саміту 2008 року» служить натяком на можливий провал майбутнього саміту, не вдаючись до різких формулювань та словосполучення *«безпекові гарантії»* використовує для того, щоб знизити довіру до запропонованого сценарію, але водночас це не звучить категорично негативно. Свої дефініції П. Порошенко доповнює метафорами, наприклад, *«відкриті двері – дайте нам зайти»* для того, щоб передати ідею формальної, але не реальної доступності членства в НАТО, підкреслюючи несправедливість ситуації. Інші метафори, такі як *«ксерокопія Будапештського меморандуму»* або *«сценарій*

*Афганістану»*, він використав для того, щоб наголосити на негативних наслідках альтернативних політичних сценаріїв. На нашу думку, в такий спосіб Петро Олексійович посприяв формуванню чітких асоціацій із невдалими рішеннями або небажаними результатами.

Вважаємо, що одним із потужних засобів впливу на аудиторію, особливо міжнародну, є використання порівняння для того, щоб підсилити контраст між бажаним і небажаним. Наприклад, порівняння *«Ізраїль теж має безпекові гарантії»* акцентує увагу на відмінності між масштабами загроз, з якими стикаються Україна та Ізраїль, що посилює аргументацію проти цього сценарію. Висловлювання *«тільки Ізраїль воює з Газою, а ми воюємо з другою найбільшою ядерною державою світу»* формує уявлення про унікальність і складність української ситуації, тим самим закликаючи до ширшої міжнародної підтримки. Для того, щоб остаточно переконати своїх слухачів, свою промову він завершує теж досить серйозним порівнянням: *«Війна України і росії – це війна росії проти вільного демократичного світу»*, даючи зрозуміти, що війна в Україні виходить далеко за межі її територій і стосується усього демократичного світу.

### **2.3. Покликання на авторитетні джерела, цитування та протиставлення засобів маніпулятивних стратегій політичних діячів**

Використовуючи у своїх промовах посилення на авторитетні джерела, цитати та протиставлення, політичні діячі формують маніпулятивні стратегії, спрямовані на переконання або відволікання уваги аудиторії. Зокрема, варто звернути увагу на риторику п'ятого Президента України Петра Порошенка. Протягом своєї каденції він часто апелював до рішень Єврокомісії, пов'язаних із запровадженням безвізового режиму чи санкцій проти РФ. Крім того, посилаючись на Єврокомісію, П. Порошенко використовував тези щодо перспектив членства України в ЄС як елемент маніпулятивної стратегії. У промовах свої твердження він сформулював так[47]:

*“Повернення України до свого природного, європейського. Головними індикаторами того, що ми прямуємо до Європи і що Європа готова в*

*майбутньому до нашого повернення в європейську родину, стали Асоціація, безвізовий режим, санкції та перспектива членства України у ЄС.”*

*“Європейський вибір України — це серце нашого національного ідеалу. Те ж саме стосується і якнайшвидшого запровадження безвізового режиму для України з ЄС”.*

У першому прикладі Петро Порошенко акцентує увагу на тому, що вступ України до ЄС є *«поверненням до свого природного, європейського»*. Така риторика створює маніпулятивний образ євроінтеграції як єдиного правильного і неминучого напрямку розвитку країни. Крім того, він підкреслює, що Європейський Союз готовий об'єднатися з Україною, посиляючись на нього як на авторитет: *«Європа готова в майбутньому до нашого повернення в європейську родину»*. Це формує у слухачів враження взаємного бажання об'єднання, яке має підкреслити легітимність та необхідність євроінтеграції.

У другому прикладі Порошенко підсилює свою маніпулятивну стратегію, називаючи ЄС *«серцем нашого національного ідеалу»*. Це визначення спрямоване на згуртування українського суспільства навколо ідеї євроінтеграції, яка подається як пріоритетна та безальтернативна. Його слова: *«Угоду ж про асоціацію ми розглядаємо лише як перший крок до повноправного членства України в ЄС. Ніхто не має права вето на європейський вибір України»*, — створюють у слухачів відчуття впевненості у безпрограшності цього курсу. Такий підхід апелює до очікувань громадян щодо покращення життя, утверджуючи думку про те, що євроінтеграція є запорукою позитивних змін.

Водночас, реалії, як-от заява голови Єврокомісії Жана-Клода Юнкера, який наголошував, що Україна не стане членом ЄС у найближчі 25 років (з 2016 року), демонструють певну розбіжність між риторикою Порошенка та фактичним станом справ. Це свідчить про маніпулятивний характер його заяв. Говорячи про Крим, Порошенко намагається зміцнити патріотичний дух, підкреслюючи територіальну цілісність України. Його слова: *«Росія окупувала Крим, який був, є і буде українським. Ні з ким не може бути компромісу в питаннях Криму. Також важливо не ставити кримське питання на другий план»*, — спрямовані на

об'єднання українців навколо цієї ідеї. Політик використовує риторичний акцент, щоб протиставити народ України російському агресору, нав'язуючи спільний наратив боротьби за справедливість, говорячи, що *“Упевнений, в тому, що проукраїнська коаліція продемонструє свою міцність, і це буде потужним та дієвим інструментом примусити росію виконати всі без винятку пункти Мінських домовленостей”*.

У контексті Мінських домовленостей Порошенко продовжує використовувати протиставлення України та Росії, наголошуючи на підтримці міжнародної коаліції, яку він називає «потужним та дієвим інструментом». Цей акцент покликаний підкреслити важливість міжнародної підтримки, водночас демонструючи лідерські якості політика. Він також покликається на міжнародні судові інституції, зокрема Міжнародний суд та Міжнародний кримінальний суд, заявляючи: *«Особливу роль у боротьбі з міжнародним тероризмом слід надати найавторитетнішим юридичним інституціям»*. Такі заяви покликані переконати аудиторію в наявності чітких механізмів розв'язання конфліктів. Крім того, у промовах Порошенко часто використовує чітке визначення ворога, апелюючи до спільного болю українців: *“Мирний діалог. Зрозуміло, що не зі “стрелками”, “абверами”, “бесами”. Йдеться про діалог з мирними громадянами України. Говорить з бандітами ми не будемо.”* Відмову від переговорів з представниками ЛДНР він називає «діалогом». Для посилення цього твердження він переходить на російську мову, підкреслюючи, що звертається до конкретних осіб, яких ідентифікує як носіїв проблеми. Це допомагає йому створити яскравий образ ворога, об'єднати українців і зміцнити їхню підтримку своїх політичних рішень.

Загалом, використовуючи авторитетні джерела, патетичні формулювання, протиставлення та ідентифікацію ворога, Порошенко будує маніпулятивну риторіку, спрямовану на підтримку своїх політичних ініціатив. Це допомагає йому формувати образ ефективного лідера та мобілізувати суспільство в умовах складної геополітичної ситуації.

Продовжуючи тезу про вирішення проблеми як про маніпулятивну стратегію П. Порошенка слід навести наступний репрезентативний приклад:

*“Я використаю свій дипломатичний досвід, щоб забезпечити підписання міжнародного договору, який пройшов би на зміну Будапештському меморандуму. Такий договір має надати прямі та надійні гарантії миру та безпеки - аж до військової підтримки в разі загрози територіальній цілісності”.*

У першому реченні наведеного уривка Петро Порошенко використав власний дипломатичний досвід як вербальний маркер для реалізації зазначеної маніпулятивної стратегії. Завдяки цьому він прагнув створити у громадськості враження, що лише він здатний забезпечити Україні необхідні безпекові гарантії. У своїй аргументації політик застосував вербальний маркер, який акцентує увагу на міжнародному статусі договору, що обговорюється. При цьому Порошенко підкреслював, що його особистий дипломатичний досвід дає можливість укласти договір, значно вигідніший і надійніший, ніж широко відомий Будапештський меморандум. Втім, маніпулятивний складник його риторики полягав в тому, що зазначений договір на той момент не був укладений і залишався лише на рівні припущень та політичних обіцянок.

Аналіз промов Петра Порошенка дозволяє виділити ще одну маніпулятивну стратегію, яка проявляється у позиціонуванні його партії як головного рушія розвитку країни. Фактично ж партія функціювала для забезпечення концентрованої політичної влади в руках тодішнього гаранта. Яскравим прикладом цього є формулювання політика, яке акцентує увагу на винятковій ролі його партії: *“Наша партія ще раз підтвердила свою надзвичайно важливу роль як лідера і як єдиної політичної сили, що інтегрує країну. Саме “Солідарність” отримала найбільш рівномірну і високу підтримку в усіх регіонах і відтак є справжньою загальнонаціональною об’єднувальною соборною силою... статус найбільшої, найавторитетнішої, найсильнішої загальнонаціональної партії потребує повсякденного підтвердження важкою працею на благо України”.* У своїх виступах Порошенко виділяє вербальні маркери, які надають додатковий смисловий акцент цій маніпулятивній стратегії, представляючи його політичну силу як найавторитетнішу та найсильнішу. Ця риторика підкріплювалася твердженням, що саме вона є єдиним об’єднавчим фактором для держави. На

нашу думку, така маніпулятивна стратегія пояснюється політичними реаліями 2016 року. У цей період політичний вектор блоку Порошенка був зорієнтований на репрезентацію інтересів значної частини українського суспільства. Однак насправді він також обслуговував інтереси бізнесових еліт та політичних груп, які прагнули зміцнення своїх позицій через інтеграцію до оточення глави держави. Таким чином, під риторикою єдності приховувалися інтереси олігархічного капіталу та політично амбітних кіл, які забезпечували утвердження і закріплення влади.

Простежено в промовах п'ятого президента України часте використання маніпулятивної стратегії, визначення проблеми та пропозиція рішення. Зокрема вона проявляється в наступному уривку виступу П. Порошенка: *“Для реалізації наших амбітних планів нам потрібні не лише мир та єдність країни, але й консолідація всіх патріотичних, проукраїнських, проєвропейських сил. Постійні чвари та конфлікти між виданими українцями призвели до втрати нашої державності. Ми не сміємо повторити старі помилки!”*

У наведеному прикладі можна побачити використання вербальних маркерів, які демонструють як сформульовану проблему (в другому реченні), так і спосіб її вирішення (у першому реченні). Особливістю такого викладу є специфічний порядок подання інформації: спершу пропонуємо рішення, а вже потім описуємо проблему. Цей підхід не є випадковим, адже він напряду пов'язаний із сутністю маніпулятивної стратегії, яку використовує Петро Порошенко.

Подібний порядок викладу сприяє створенню у аудиторії враження, що запропоноване рішення є не лише своєчасним, а й життєво необхідним. Петро Порошенко прагне переконати слухачів у тому, що від реалізації *“наших амбітних планів”* залежить стабільність і навіть саме існування держави. У разі ж їх невиконання, на його думку, країна ризикує знову зіткнутися з *“чварами та конфліктами”*, які можуть призвести до *“втрати державності”*. Ці ключові фрази, виділені жирним шрифтом у прикладі, є яскравими прикладами вербальних маркерів, що підсилюють маніпулятивний складник стратегії. Така риторика

дозволяє політику мобілізувати емоції слухачів, акцентуючи увагу на негативних наслідках бездіяльності.

Водночас він представляє себе і свою команду як єдиних, хто здатен запобігти цим загрозам. Таким чином, за допомогою вербальних маркерів створюється ситуація, коли аудиторія сприймає запропоноване рішення не як одну з альтернатив, а як безальтернативний шлях до збереження стабільності й державності. Це не лише підсилює емоційний вплив, а й сприяє формуванню довіри до політика, що є головною метою подібних маніпулятивних технік.

У своїй політичній риториці Петро Порошенко часто звертався до теми єдності та необхідності співпраці, проте критики його політичного курсу нерідко ставали об'єктом звинувачень з його боку. Він подавав опонентів як тих, хто підриває цілісність країни та, прямо чи опосередковано, вигідне Кремлю. У наведеному прикладі спостерігаємо це у словах політика: *“Я жодним чином не стверджую, що вони – агенти Москви. Хтось замість того, щоб зайняти відповідальну позицію, став у позу – красиву, але цинічну та небезпечну для країни... Є спроба дестабілізувати ситуацію в Україні, використовуючи дуже короткозорі і тимчасові політичні проекти... Кремль ставить на розкачування внутрішньополітичної ситуації, підвищення градусу внутрішнього протистояння... створювати псевдопатріотичні рухи”*. У цьому фрагменті чітко простежуємо риторичний прийом створення образу ворога, який використовує як внутрішні, так і зовнішні загрози. Визначення цих ворогів відбувається за допомогою специфічних вербальних маркерів.

Внутрішній ворог:

- Вислови “агенти Москви” та “хтось, хто став у позу” натякають на певних внутрішніх політичних опонентів, які, на думку політика, не беруть на себе відповідальність за стан справ у країні, а діють егоїстично, демонструючи нещирий патріотизм. Така риторика формує негативний образ опонентів, яких представлено як людей, що своєю поведінкою сприяють дестабілізації.

Зовнішній ворог:



• Фрази “спроба дестабілізувати”, “Кремль ставить на розкачування внутрішньополітичної ситуації” та “створювати псевдопатріотичні рухи” спрямовують увагу слухачів на зовнішню загрозу, що походить від Росії. Кремль у цьому контексті подається як джерело хаосу та протистояння, яке використовує слабкі місця української політики для розхитування внутрішньої ситуації.

Завдяки такій побудові свого виступу, Порошенко досягає кількох цілей:

1. Делегітимізація опонентів. Він фактично натякає, що ті, хто критикує його політичний курс, можуть діяти в інтересах ворога, навіть якщо це не заявляється прямо.

2. Зміцнення власного авторитету. Політик позиціонує себе як захисника країни, який бачить загрози, зокрема приховані, і може їх нейтралізувати.

3. Консолідація електорату. Вказуючи на зовнішнього ворога, він апелює до почуття патріотизму, мобілізуючи підтримку своїх прихильників. Таким чином, у наведеному прикладі риторика Порошенка будується на ідентифікації спільних ворогів – внутрішніх та зовнішніх, що дозволяє йому одночасно атакувати критиків і зміцнювати свій політичний образ.

У своїй риторичі Петро Порошенко, визначивши спільних ворогів для себе та народу, активно продовжує реалізовувати маніпулятивну стратегію використовуючи похвали на адресу суспільства за його нібито ефективну співпрацю з владою. Цю співпрацю варто розглядати як символ єдності та злагодженості. Для посилення цього ефекту політик використовує вербальні маркери, які покликані створити позитивний емоційний фон. Один із яскравих прикладів цього можна побачити у висловлюванні: *“Волонтерський десант у міноборони став взірцем співпраці громадянського суспільства та влади”*. Втім, таке формулювання приховує підміну понять, адже насправді воно некоректно зображує реальність. Волонтерська активність, на яку покликається політик, була не результатом злагодженої співпраці, а вимушеною реакцією громадянського суспільства на неспроможність держави виконувати свої базові функції в умовах кризи. Отже, називати цей досвід “взірцем співпраці” означає ігнорувати той факт, що суспільство, замість допомоги державі, вимушено брало на себе її основні

обов'язки. Співпраця, за своєю суттю, передбачає взаємодію рівноправних сторін, а не перекладання відповідальності з одного суб'єкта на іншого.

Аналіз промов Петра Порошенка свідчить, що він часто вдається до іншої маніпулятивної стратегії — визначення проблеми та негайної пропозиції її вирішення. Такий підхід дозволяє йому створити про себе враження як про політика, здатного не тільки ідентифікувати проблеми, а й оперативно пропонувати дієві шляхи їх подолання. Прикладом цієї стратегії є його висловлювання: *“Нам потрібен загальнонаціональний антикорупційний пакт між владою та народом. Суть його проста: чиновники не беруть, а люди — не дають. Щоб отримати належний відгук, нам слід якнайшвидше ухвалити закон, який посилює захист свідків, запровадити так звану угоду зі слідством... І дедалі більше я замислююся-таки про необхідність запровадження такої процесуальної дії, як “провокація хабаря”*. Цей приклад ілюструє, як політик одночасно акцентує увагу на гострій проблемі корупції та представляє себе як лідера, здатного розв'язати це питання за допомогою конкретних заходів. Однак таке формулювання також може вважатися маніпулятивним, оскільки створює ілюзію простоти та безальтернативності запропонованих рішень, водночас применшуючи складність системної проблеми.

Виділені вербальні маркери, використані в промовах Петра Порошенка, здебільшого спрямовані на акцентування запропонованих рішень проблем. У першому реченні він особливо наголошує на загальнонаціональній необхідності такого рішення, втіленого у формі “пакту”, і представляє це як власну ініціативу. Цей крок є частиною стратегії маніпуляції, спрямованої на те, щоб створити образ провідника, здатного вирішити ключові проблеми держави. У другому реченні президент, використовуючи виділені маркери, прагне підтвердити свою правоту, апелюючи до рішучості та важливості співучасті громадян у запропонованому рішенні. Таким чином він маніпулює ідеєю єдності та спільної відповідальності, підсилюючи значення “ролі народу”. У третьому реченні, підсумовуючи свої тези, Петро Порошенко використовує ключовий маркер “я замислююсь-таки”, що допомагає створити враження, ніби він глибоко обдумує кожен свій крок і має

ситуацію під контролем. Однак така риторика не співпадає з реальними діями: протягом двох років після цього висловлювання президент не зумів створити економічних і соціальних умов для реалізації запропонованого ним “пакту”. Це демонструє суть маніпуляції: декларації і гучні заяви не супроводжуються реальними змінами. Теза про абсолютну незалежність антикорупційних органів, яку неодноразово проголошував Петро Порошенко, виглядає ще менш переконливо після призначення Юрія Луценка генеральним прокурором. Зокрема, він стверджував: *“Новий генеральний прокурор виявився набагато активнішим та ефективнішим за попередників”*. Це твердження виглядає суперечливим, особливо з урахуванням того, що президент раніше називав Віктора Шокіна *“одним із найуспішніших генеральних прокурорів”*. Таким чином, очевидна неузгодженість у риторичі президента, який, по суті, виправдовує діяльність Генеральної прокуратури, що часто сприймалася як інструмент політичного впливу.

Порошенко також проголошував: *“Ескалатори, які протягом кількох десятків років транспортували вантажі з грошима нагору, зупинено і демонтовано”*. Проте ці заяви суперечать реальності: корупційні механізми продовжують існувати. У риторичі про *“деолігархізацію”* президент проголошує курс, який мав би зменшити вплив олігархів: *“Курс на деолігархізацію буде продовжено, з позиції моєї самодостатності і незалежності... Минулого року я особисто профінансував свою президентську кампанію...”*. Але, враховуючи значні політичні та економічні ресурси самого президента, він сам є частиною олігархічної системи. Його співпраця з українськими олігархами робить провал деолігархізації цілком передбачуваним. Дії президента в напрямку політичних коаліцій також суперечать риторичі Майдану. Зокрема, він висловив подяку депутатам, які *“забезпечили цю коаліцію”*, до складу якої входили колишні регіонали. Майдан, що виступав проти політичних *“олігархічних широк”*, навряд чи підтримав би такі рішення.

Риторика Порошенка, спрямована на демонстрацію реформ, часто зводиться до гасел, які не відповідають реальності. Наприклад, його заява: *“Нам вдалося*

*добитися значного прогресу в реформуванні країни*” виглядає відірваною від дійсності, адже бізнесмени та юристи свідчать про неефективність цих реформ. Президент додає: *“Зараз Україна народжується. Народжується нова, демократична, європейська держава”*. Однак реальний стан країни демонструє, що вона *“застрягла”* у своєму минулому й не змогла здійснити радикальних змін. Президент часто використовує алегоричні вислови для прикрашання своїх заяв. Наприклад, він каже: *“Якщо уявити себе шеф-кухарем, можна сказати, що чимало страв уже в печі”*. Але такі образи, що мали б підкреслити динаміку реформ, виглядають більше як спроба відвернути увагу від відсутності конкретних досягнень.

Під гаслами про покращення життя Порошенко не зумів запобігти зuboжінню населення. Президент стверджував: *“Україна має все необхідне, щоб забезпечити людям європейський добробут”*. *Якщо це правда, виникає запитання: чому ці ресурси не використовуються для поліпшення добробуту? Замість відповідей президент перекладає відповідальність на громадян: “Є частка відповідальності кожного з нас”*. Однак історично український народ не мав реальних важелів для визначення долі держави, тому такі заяви виглядають як спроба уникнути відповідальності.

Отже, у цьому розділі нам вдалось проаналізувати різні аспекти мовленнєвого впливу, які використовували політики для маніпуляції громадською думкою. Ключовими інструментами такого впливу є апеляція до почуттів аудиторії, використання метафор, порівнянь та евфемізмів, а також посилення на авторитетні джерела, цитування й протиставлення. Досліджено, що апеляція до емоцій допомагає політичним лідерам формувати позитивний або негативний емоційний фон для своїх повідомлень. Зокрема, Зеленський активно використовував елементи гумору, сарказму та сентиментальності, спрямовані на створення відчуття близькості до народу. Порошенко ж апелював до почуття патріотизму, страху та відповідальності, прагнучи мобілізувати аудиторію шляхом нагадування про загрози державності. Доведено, що маніпулятивні стратегії, засновані на метафорах, порівняннях та евфемізмах, є важливими інструментами

створення певного світоглядного фрейму. Зеленський, наприклад, часто використовував образи з повсякденного життя, роблячи свої промови доступними і зрозумілими широкій аудиторії. Порошенко ж будував складні метафори на основі військової та історичної тематики, апелюючи до почуття національної ідентичності. Доведено, що посилення на авторитети, цитування відомих осіб або міжнародних організацій, а також використання прийому протиставлення допомагають зміцнити позиції ораторів. Зеленський посилався на підтримку з боку міжнародної спільноти, підкреслюючи свою відкритість і готовність до співпраці. Натомість Порошенко, оперуючи історичними та юридичними аргументами, прагнув створити образ лідера, що вміє ухвалювати стратегічні рішення.

Узагальнюючи, можна зробити висновок, що маніпулятивні стратегії обох політиків мають спільну мету – здобути довіру й підтримку аудиторії. Водночас, кожен з них використовував різні підходи до реалізації цих стратегій, відображаючи власний стиль політичного лідерства. Вербальні маркери стають важливим інструментом, який дозволяє адаптувати маніпулятивні повідомлення до різних цільових груп і досягати максимальної ефективності комунікації.

### **РОЗДІЛ 3. ВАРІАТИВНІСТЬ ВЕРБАЛЬНИХ МАРКЕРІВ МАНІПУЛЯТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ОФІЦІЙНИХ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ В.ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА П.ПОРОШЕНКА**

#### **3.1. Вербальні маркери маніпулятивних стратегій В. Зеленського**

У сучасному світі політична риторика є важливим інструментом впливу на суспільну свідомість, формуванням громадської думки та мобілізації підтримки. Політики почали частіше використовувати маніпулятивні стратегії у досягненні своїх цілей, зокрема за допомогою ретельно дібраних вербальних маркерів. Попри те, що увага до дослідження дискурсивних особливостей публічних виступів зростає, недостатньо дослідженим залишається питання виявлення конкретних мовних засобів, які є інструментами маніпуляції. Риторика Володимира Зеленського поєднує елементи емоційності та прагматичності. Вивчення маніпулятивних стратегій у його промовах дозволяє не лише глибше розуміти вміння переконати, але й усвідомити, як йому вдається створювати ефект довіри аудиторії.

Мова у сучасному політичному дискурсі є не лише засобом комунікації, а й потужним важелем впливу на суспільну свідомість. За допомогою використання маніпулятивних стратегій політики мають можливість формувати суспільну думку, підтримувати свій імідж та досягати прагматичних цілей. Підтвердження цьому знаходимо у наукових працях багатьох українських науковців, зокрема у М. Лящука, М. Кочерган, О. Селіванової, А. Коваль та ін.

Одним із яскравих прикладів є публічні виступи Президента України Володимира Зеленського, які відзначаються не лише унікальною риторичною побудовою, а й багат шаровістю мовних засобів.

За словами О. Лящука, маніпулятивна стратегія в політичному дискурсі – це цілеспрямоване використання мовних засобів із метою впливу на свідомість і поведінку аудиторії, що здійснюється через приховане нав'язування певних ідей, цінностей або рішень [32]. Серед основних маніпулятивних технік дослідники

виділяють апеляцію до емоцій, створення позитивних чи негативних образів, узагальнення та використання символічної мови [32].

За словами О. Селіванової, вербальні маркери – це словесні засоби, які слугують сигналами певних структурних, семантичних або прагматичних характеристик мовлення, позначаючи комунікативні інтенції мовця [46]. Вони є ключовими елементами в тексті, що характеризують особливості авторського задуму або стилістичного висловлювання. Натомість М. Кочерган зазначає, що вербальні маркери – це лінгвістичні одиниці, які акцентують увагу на важливих аспектах повідомлення, допомагаючи виділити основні ідеї чи спрямувати сприйняття слухача в заданому напрямку [27]. У політичному дискурсі вони виконують функцію впливу на свідомість аудиторії, спрямованого на досягнення політичних цілей.

Риторичний стиль Володимира Зеленського у промовах у період із 2019 по 2024 рік поєднує неформальність, емоційність та простоту викладу. Наприклад, у своїх промовах він часто використовує метафори, які створюють яскраві образи: *“Ми будуємо велику стіну проти корупції”*, *“Крок за кроком ми прокладаємо шлях до кращого майбутнього”*, *“Я такий самий, як і ви. Я розумію, чим живе кожен українець”*[13]. По-перше, в такий спосіб він показує свою єдність із народом, використовуючи займенник “ми”. По-друге, використання метафор підсилює надію народу на те, що реформи в країні будуть суттєвими та доцільними. Синтаксично промови Зеленського складаються переважно із коротких, енергійних речень, що підсилюють емоційне враження. Зокрема, речення на кшталт *“Ми зможемо. Ми повинні. Ми зробимо це разом!”*[13] створюють ефект упевненості та рішучості. У лексичному аспекті В. Зеленський активно використовує слова-маркери, які мають позитивне або негативне забарвлення залежно від контексту. Наприклад, у виступах часто фіксуємо такі слова, як “мир”, “справедливість”, “майбутнє” (позитивні маркери) або “корупція”, “ворог”, “хаос” (негативні маркери). Очевидно, що Володимир Зеленський у своїх промовах використовує широкий спектр лексичних прийомів, спрямованих на те, щоб викликати у слухачів почуття розуміння, довіри. Також

він ставить чіткий акцент на важливих соціально-політичних питаннях, тому його риторика містить метафори, повтори і прості, але дієві конструкції [38].

В. Зеленський часто використовує антонімічні пари, щоб підсилити контраст між бажаним і небажаним: *“Ми обираємо не страх, а свободу. Не війну, а мир. Не хаос, а порядок”* [6]. Ці антонімічні протиставлення допомагають чітко окреслити позицію та акцентувати увагу на виборі аудиторії. Пізніше політик запитує, *“Чи можемо ми здатися? Чи можемо ми опустити руки? Чи можемо ми втратити нашу свободу? Ні. Ніколи. Із кожним днем ми лише сильніші”* [6]. Наявність риторичних запитань у поєднанні з повторенням ключових слів створюють сильний емоційний вплив. Це справді змушує задуматись та проаналізувати свою громадянську позицію. За допомогою повторення таких слів, як “можемо” та “ні”, спостерігаємо рішучість і безсумнівність сказаного. На нашу думку, використання таких словосполучень підкреслює символічне значення образу прапора як символу єдності та патріотизму.

У своїх промовах В. Зеленський часто використовує слова, які акцентують увагу на спільних цінностях українського народу: “єдність”, “сила”, “гідність”. Це допомагає створити відчуття причетності до великої мети: *“Ми разом, ми сильні, і ніхто не зможе зламати нашу єдність!”* [35]. У цьому звертанні ми бачимо, що президент апелює до почуття національної згуртованості, солідарності та спільної сили українців у боротьбі за свої права та свободу. Цей заклик має три ключові аспекти: єдність українського народу, за допомогою якої народ може спільно долати виклики, незалежно від політичних поглядів. Сила в згуртованості, котра здатна протидіяти зовнішнім та внутрішнім загрозам, зокрема військовій агресії, економічним труднощам чи політичному тиску.

В аналізованих промовах та виступах Володимира Зеленського прослідковано використання маніпулятивної стратегії. Кандидат у президенти України у своїй передвиборчій промові у 2019 році говорить: *“Чи міг я колись уявити, що я, простий хлопець з Кривого Рогу, буду боротися за крісло президента проти людини, яку ми впевнено і беззаперечно обрали президентом України в 2014 році. Що найцікавіше, я сам був за пана Порошенка. Але я*



*помилився. Ми помилилися*” [13]. У першому реченні слова “простий хлопець з народу” визначаємо як маркер ідентифікації з аудиторією, який створює образ людини “з народу”, близької до виборців. Наступне словосполучення “ми впевнено і беззаперечно обрали” підкреслює минулу єдність людей у підтримці його опонента. У цьому контексті воно виконує роль посилення контрасту між минулими діями аудиторії та їх переосмисленням. Потім Володимир Зеленський підсилює свою щирість, стверджуючи, що *“я сам був за пана Порошенка. Але я помилився. Ми помилилися”* і демонструє, що він, як і інші виборці-одномумці, зробив “помилку”. Використання цього вербального маркера створює ефект довіри та спільного досвіду, а займенник “ми” формує колективну відповідальність і водночас відкриває можливість для змін.

У своїй промові до народу Володимир Олександрович теж використовував численні вербальні маркери, які спрямовані на емоційний та раціональний вплив слухачів. Важливу роль відіграє вживання поляризації: протиставлення України та її союзників як “захисників” і росії як агресора. Речення *“Путін – єдиний винуватець цієї війни та єдиний, хто у війну вірить”* підсилює негативний образ ворога, тоді як акцент на єдності, наприклад, *“партнери – з нами пліч-о-пліч”*[35], консолідує слухачів навколо спільної мети. Це створює чітку опозицію між “своїми” і “чужими”, що допомагає мобілізувати аудиторію до активних дій. Значну частину промови займає емоційна апеляція. Згадки про атаки на *“звичайні цивільні об’єкти”* та небезпеку зброї проти цивільних викликають співчуття і обурення. У той же час акцент на зусиллях рятувальників і ремонтних бригад, які працюють, попри всі ризики, пробуджує гордість і впевненість у стійкості. Фраза *“Нам усім потрібна стійкість, щоб усе це пройти”*[35] сприяє підвищенню морального духу та запобіганню паніці. Для більшого переконання президент апелює до авторитетів: *“Сьогодні був із доповіддю міністр енергетики України Галущенко”* або *“Вчора я пояснював ситуацію в розмові з Генеральним секретарем НАТО”*[35]. Такі висловлювання підвищують довіру і формують у слухачів відчуття компетентності та продуманості дій влади.

У цій промові Володимир Зеленський використовує таке ж риторичне перебільшення для того, щоб підкреслити масштаби загрози: *“До тисяч ракет, які вже били по Україні, Путін, очевидно, хоче додати ще тисячі”* [35]. Такі висловлювання створюють відчуття серйозності ситуації та необхідності діяти рішуче. Заклики до дії, як-от *“Зараз треба посилити позиції – позиції України, позиції партнерів”*[35], допомагають мобілізувати слухачів, викликаючи відчуття відповідальності за спільну справу. Президент також намагається дати народу віру в можливість справедливої перемоги, досягнутої спільними зусиллями, говорячи: *“Справжній мир потрібен – мир завдяки силі”*. Це формує у слухачів віру в можливість справедливої перемоги, досягнутої через спільні зусилля.. Свою промову В. Зеленський завершує словами: *“Ми зацікавлені в мирі. Ми та всі наші партнери”*[35], таким чином підкреслюючи взаємну підтримку між Україною та її союзниками, створивши відчуття надійного тилу.

Отже, проаналізувавши публічні виступи Володимира Зеленського, можемо засвідчити, що він досить ефективно використовує вербальні маркери як частини маніпулятивних стратегій. Завдяки метафорам та емоційно забарвленій лексиці, президент досягає впливу на емоційну й когнітивну сфери своєї аудиторії. Такі мовні засоби посприяли створенню позитивного іміджу політика, формуванню суспільної єдності та підтримки його ініціатив. Усе це дозволило Володимирі Олександровичу ефективно повпливати на емоції слухачів та реалізувати поставлені цілі, формуючи вигідний політичний контекст.

### **3.3. Вербальні маркери маніпулятивних стратегій П. Порошенка**

Вивчення варіативності вербальних маркерів маніпулятивних стратегій у офіційних політичних промовах, як зазначають Н. І. Романишин та А. П. Гузан потребує аналітичних досліджень політичної мови та політичних текстів. Адже ці структурні компоненти політичного дискурсу характеризують за наявністю теми, яка визначає взаємозв'язок дискурсу з соціологічною, культурною, психологічною, лінгвістичною та ін. сферами [48, с 233].

Таким чином одним із засобів вербалізації маніпулятивних стратегій є політичний текст. На переконання Н. І. Романишин та А. П. Гузан він є

інструментом політиків в досягненні ними влади. Між мовою та політикою завжди існував тісний зв'язок. У політичній комунікації мова має велике значення, тому що є найпотужнішою зброєю в політичній боротьбі. Тобто йдеться про спілкування між представниками соціальних інститутів, що відбувається в конкретних соціальних умовах [48, с 233].

Одним з маркерів які використовував у своїх промовах П. Порошенко була тактика ідентифікації. Репрезентативним прикладом вербалізації такого маркеру є наступні формулювання п'ятого українського президента в рамках привітання українців з Днем Державного Прапора [9]:

1) **"Україна - наша рідна Вітчизна, це місце великих мрій і грандіозних справ!"**;

2) **"16-річний парубок більше місяця переховував від окупантів Герб України, збитий бойовиками з приміщення міськради. Петре, ти справжній герой!"**;

3) **"Дитина мріяла купити собі планшет.... Але зібрані гроші хлопець здав у фонд допомоги армії. ... Сказав, що він без планшета може обійтися, а солдат без бронезилета — ні. Тарасику, ти справжній патріот!"**;

4) **"Зверніть увагу. Прапори України та Європейського Союзу - витримані в одних кольорах. Це промовиста і дуже важлива деталь! Як і знамено ЄС, український стяг став символом свободи, простір якої поширюється дедалі на Схід. Це наочно продемонстрували нам буквально днями ті відчайдушні росіяни, які не побоялися підняти український прапор над Москвою!"**;

5) **"Ворог - сильний, жорстокий, підступний - загартував і зцементував нас як ніхто. Той, хто хотів нас роз'єднати та послабити, - ще більше об'єднав нас та зміцнив!"**.

У першому з наведених прикладів вербалізації, Петро Порошенко використовує тактику ідентифікації. Виділені лексичні одиниці є маркерами, за допомогою яких політичний діяч створює образ України не лише як батьківщини, але й характеризують її як унікальне місце, "...великих мрій і грандіозних справ"

[9]. У другому прикладі п'ятий президент України ідентифікує підлітка як героя, наголошуючи на його вчинках, пов'язаних зі збереженням державного символу – герба. Ця ідентифікація набуває особливого символічного значення, адже вона відбулася в рамках привітання з Днем державного прапора, що підкреслює важливість такого вчинку. Третій приклад демонструє ідентифікацію десятирічного хлопця Тараса як “справжнього патріота”. Цей маркер він застосовує за допомогою рішення передати зібрані кошти до фонду допомоги армії. У п'ятому прикладі державний прапор позначено як маркер свободи. Така ідентифікація базується на попередньому реченні промови, де Порошенко проводить паралель між символізмом свободи України та Європи через схожість кольорів на їхніх прапорах. Шостий приклад демонструє маніпулятивну стратегію, яка вербалізує спільного ворога для всієї країни. Маркером ідентифікації стає його об'єднувальна роль у формуванні спільного національного спротиву.

Згадані вербальні маркери ідентифікації в маніпулятивній стратегії Порошенка мали суттєвий вплив на українське суспільство. Завдяки реалізації цих тактик українці активніше зверталися до свого коріння, ідентифікували себе за етнічною ознакою. Внаслідок цього громади, котрі очолював тодішній президент, почали відновлювати національно-культурні традиції та популяризувати українську самобутність.

Прикладом втілення маніпулятивної стратегії з маркером ідентифікації є наступне формулювання П. Порошенка [9]: *“Принципово залишаюся на тій позиції, що єдиною державною мовою має залишатися українська. У минуле стрімко відходить поділ України на Схід та Захід, Центр та Південь. Це значить, що ми остаточно і безповоротно відбулися як нація, як український народ”*.

Виділені в першому реченні слова мовець використав для того, щоб акцентувати на однозначності та непохитності свого переконання як керівника країни щодо державної мови. У наступному реченні Петро Олексійович ідентифікує поділ країни на регіони як пройдений етап. Цей же аргумент він

використав як маркер стійкої нації. Таким чином п'ятий президент України ідентифікує мову як ключовий елемент, котрий визначає народ, а також вказує аудиторії на потребу в подальшому зміцненні нації та відхиленні спроб розділити народ за будь-якими ознаками.

Реалізуючи власні маніпулятивні стратегії П. Порошенко часто використовує у своїх промовах питання релігії. Так, виступаючи на першому пленарному засіданні Верховної ради сьомого скликання, він ідентифікує це питання як питання нацбезпеки. Продовження релігійної теми в рамках реалізації власних маніпулятивних стратегій П. Порошенко використовує питання українськості як маркер незалежності: *“Автокефалія – це питання нашої незалежності, нашої національної безпеки, питання світової геополітики.”* [22]. Петро Олексійович використовує вербальні маркери захисту держави у своїй маніпулятивній стратегії армію, мову та віру наступним чином: *“Армія захищає нашу землю. Мова захищає наше серце. Віра захищає нашу душу”* [22].

Проаналізувавши промови Петра Порошенка, можемо зробити висновок, свої маніпулятивні стратегії він спрямував на курс євроінтеграції. Тобто мовні маркери в його промовах були інструментами за допомогою яких він прагнув отримати симпатію та підтримку від аудиторії, щоб реалізувати свої цілі. Пропоную розглянути текст його промови напередодні підписання Угоди про асоціацію з ЄС присутні наступні формулювання [55]: *“Європейський Союз для нас - це історія успіху, еталон успішної держави, перевірена часом модель реформ. І коли мене питали, яка ваша президентська модель реформ, мені було дуже легко відповідати - Угода про асоціацію. Все там є. І ми почнемо імплементувати цю Угоду негайно. Вже. Одразу ж після підписання. Європейський вибір України - це серце нашого національного ідеалу”*.

Вищезгадані вербальні маркери в маніпулятивній стратегії промови Петра Порошенка ідентифікують євроінтеграцію як безумовний успіх, еталон, “перевірену часом модель реформ”. Для того, щоб підкреслити важливість цих маркерів, гарант висловлює готовність до негайного втілення Угоди про асоціацію з ЄС і таким чином маніпулятивно висвітлює її для українців як необхідну дію яка

на часі. В наступному реченні євроінтеграцію оратор позначає емоційним маркером “серце нашого національного ідеалу”.

Часто П. Порошенко наголошував, що *“Ми – народ, що був відірваний від своєї великої Батьківщини Європи – повертаємося до неї”* [46]. Також він маніпулював історичними подіями та покликаючись на колишні настрої українського народу говорив: *“Повернення України до свого природного, європейського стану було омріяне багатьма поколіннями. Це вибір, зроблений нашими предками і пророками”* [46].

В інавгураційній промові Петра Порошенка присутня самореклама та тактика замовчування. Свої успіхи президент Порошенко доводив широкому загалу, в той час коли невдачі замовчувалися, наприклад, *«Минув лише місяць із завершення президентської кампанії, під час якої я об’їздив всю Україну»* [8]. В повідомленнях він використав маркери важливості дій та виконаної роботи, наприклад: *«Президентські вибори стали важливим кроком на шляху відновлення миру і порядку. Ми з готовністю прийняли рекордну кількість міжнародних спостерігачів. Отримавши підтримку виборців, я представив першочерговий порядок денний свого президентства – єдність, відновлення миру, безпека»* [8].

Визнаючи в промовах власні помилки у промовах, Петро Порошенко використовував це як маніпулятивну тактику, щоб подати негативні події у більш вигідному світлі та повернути втрачену довіру виборців, додаючи позитиву. Політик, розуміючи неправильність своїх дій, висловлював правильну, на його думку, стратегію подальшого розвитку. Цей підхід допомагає зосередитися на більш позитивних фактах про майбутнє, а негативні факти подати як наступний крок до реалізації мети, без якого б результат був би неможливим, наприклад: *«Власний досвід навчив мене, як важливо дуже обережно і відповідально ставитися до тих обіцянок, які даєш людям. Понад чотири роки тому я заявив, що АТО триватиме години, а не місяці. Ще раз наголошую – шкодую, що породив завищені очікування. Тому кілька тижнів тому перепросив, що подав надію, яка не збулася, що дав обіцянку, яка не справдилась. Я попросив за це*

вибачення» [42]. Виділені маркери використані для того, щоб викликати співчуття в аудиторії та знову отримати підтримку народу.

Петро Порошенко активно використовував у власних промовах маніпулятивну тактику дискредитування попередньої влади. Для цього він послуговувався вербальними маркерами щодо пригнічення прав та свобод населення, соціальної несправедливості, неправильної зовнішньої політики. Підтверджує це наступне формулювання: **«Диктатура, що панувала останніми роками в Україні, прагнула позбавити нас цієї перспективи вступу до ЄС – народ повстав»** [56]. Окрім дискредитації, в кінці речення політик використав вербальний маркер котрий позначає незгоду українського народу яку схвалює та підтримує оратор.

Особливу увагу П. Порошенко у власних промовах надавав темам революції гідності, прагнучи підбадьорити таким чином народ, наприклад: **«Переможна Революція гідності змінила не лише владу. Країна зробилася інакшою. Іншими стали люди. Настав час невідворотних позитивних змін»** [46]. Виділені жирним шрифтом вербальні маркери, підкреслюють значення революції.

Часто Петро Порошенко згадував подвиг загиблих на майдані українців, які повстали проти несправедливістю та ціною свого життя боронили державу та цінності народу, наприклад, **«Україна піднялася і почалася Революція Гідності. Народ переміг. Ця перемога далась великою кров'ю і великими жертвами. Прошу вшанувати пам'ять загиблих хвилиною мовчання»** [8]. Виділені вербальні маркери слугують в цьому випадку засобом для отримання підтримки від українського народу, адже політик акцентує на тому, що народ є нескореним.

З моменту початку АТО п'ятий президент України часто у своїх промовах використовував вербальний маркер війни, наприклад: **«Ще раз наголошую – зараз йде війна за незалежність України. Не більше й не менше, за існування нашої держави, і ми нікому не здамо ані питання суверенного устрою, ані питання незалежності, ані питання територіальної цілісності»** [20]. Виділені вербальні маркери, котрі маніпулятивно використовує політик, спрямовані на те, щоб показати серйозність політичної ситуації, що склалась і таким чином викликати

емпатію в українців. У другому реченні прикладу оратор завдяки вербальним маркерам акцентує увагу аудиторії на спільній рішучості його з народом щодо захисту України.

Петро Порошенко завдяки маніпулятивній тактиці заспокоєння аудиторії, прагне розповісти про російську агресію як про політичну ситуацію, котру він контролює, покликаючись на співпрацю з іноземними партнерами як з авторитетами, котрі заслуговують на довіру народу. Реалізує цю тактику Петро Порошенко говорячи, що: “ *...І ще. Україна дуже цінує підтримку з боку тих, хто продемонстрував, що насправді є нашими друзями і партнерами – країни Європейського Союзу, Сполучених Штатів Америки, інших держав. Друзі, з нами – весь світ, від Канади до Австралії, від Швеції до Японії*” [44].

Стосовно війни п'ятий президент зазначав, що хоч і прагне миру, але від своїх обов'язків не відступить і буде діяти тільки в інтересах українського народу, «*Ні з ким не може бути компромісу в питаннях Криму, європейського вибору і державного устрою. Україна була, є й буде унітарною державою. Росія окупувала Крим, який був, є і буде українським. Вчора під час зустрічі в Нормандії я саме так і сказав президенту Путіну – **Крим є українським. І крапка***» [46]. Виділені вербальні маркери політик використав для того, щоб вказати аудиторії на його рішучість, а також на те, що він з народом має спільну мету – відновлення територіальної цілісності країни.

Реалізуючи свої маніпулятивні стратегії Петро Порошенко в публічних виступах використовував тактику підлещування. Зокрема, висловлюючись про ЗСУ та добровольців в зоні проведення АТО, політик використовував маркери, які позначали їх мужність, похвалу, а також заслуги, наприклад: «*Завдяки мужності та звитязі українських військових, славних воїнів Збройних Сил України, Національної гвардії, Міністерства внутрішніх справ, Державної прикордонної служби за червень-серпень нам вдалося суттєво скоротити територію, контрольовану бойовиками*» [8].

На тлі незадовільного стану армії України на початку каденції п'ятого президента через мале фінансове забезпечення правоохоронних структур,



відсутність модернізації техніки та міжнародного обміну досвідом Петро Порошенко застосовував маніпулятивну стратегію заспокоєння населення, наприклад: *“Вже до кінця цього року буде виділено мільярди гривень на оновлення озброєння та військової техніки. Зараз перед вами з Хрещатика прямо в зону АТО прослідує колона нової, щойно закупленої, або випущеної, або відремонтованої техніки. Згідно плану на п'ятнадцятий-сімнадцятий роки, на переозброєння та оновлення військової техніки заплановано виділити понад 40 мільярдів гривень. Це дозволить модернізувати, закупити нові та поставити у війська літаки, вертольоти, бойові кораблі та катери”* [40].

Отже, Петро Порошенко використовував для політичних виступів маніпулятивні стратегії ідентифікації та дискредитування колишньої влади, концентруючись на позитиві намагався навіть негативний досвід та політичні невдачі подати як необхідність на шляху до мети. Реалізуючи власні маніпулятивні стратегії, він акцентував на боротьбі за права та свободи, ідентифікації себе як українця, об'єднанні нації та на роботі для її процвітання.

Отож, політична комунікація Володимира Зеленського побудована на активному використанні вербальних маркерів, що орієнтовані на створення емоційного зв'язку з аудиторією. Його маніпулятивні стратегії базовані на простоті мови, гумористичних елементах та стилі неформального спілкування.

В офіційних промовах політик чисто вдається до риторичних прийомів, які акцентують увагу на близькості до народу. Цей стиль формує позитивний імідж лідера, який уникає формальності й демонструє відкритість. У соціальних мережах В. Зеленський використовує більш персоналізований підхід. Його дописи містять складні заклики взаємодії, риторичні запитання, емоційні висловлювання. Таким чином, стратегія В. Зеленського спрямована на створення інтерактивного середовища, де політик виглядає доступним та щирим.

В офіційних промовах П. Порошенко використовує складні синтаксичні конструкції, що підкреслюють його авторитет та досвід. Вербальні маркери формують образ політика, орієнтованого на глобальні виклики та стратегійні цілі. У соціальних мережах П. Порошенко адаптує свій стиль, акцентуючи свою увагу

на емоційних закликах та персоналізованих повідомленнях. Його дописи часто містять елементи патріотичного піднесення.

## ВИСНОВКИ

Політичний дискурс завжди залишався предметом інтенсивного дослідження в сучасній лінгвістиці. Його важливість зумовлена тим, що політична комунікація впливає на формування суспільної думки, ухвалення рішень та соціальну мобілізацію. Проблема маніпулятивного впливу у цьому контексті досліджувалася в працях провідних вчених, які виділили такі ключові аспекти, як функції політичного дискурсу, прийоми маніпуляції та особливості мовленнєвих стратегій політиків. Проте системний аналіз вербальних маркерів маніпулятивних стратегій в українському політичному дискурсі, особливо в промовах Петра Порошенка та Володимира Зеленського, залишався малодослідженим.

Розв'язання поставленої проблеми ґрунтувалося на комплексному використанні теоретичних та емпіричних методів. Серед них: теоретичний аналіз літератури для визначення ключових понять (політичний дискурс, маніпуляція, маніпулятивні стратегії, вербальні маркери) та формування поняттєвого апарату; порівняльний аналіз стилів комунікації Петра Порошенка та Володимира Зеленського для розкриття їх стратегій маніпулятивного впливу; метод інтерпретації для оцінки ефективності застосованих стратегій у досягненні політичних цілей.

Результати цього дослідження можуть бути використані для аналізу політичних текстів і комунікацій: здобуті результати можуть бути корисними для медійного аналізу, зокрема для виявлення маніпуляцій в політичних промовах, статтях та інтерв'ю. Цей аналіз можна використовувати як в межах освітніх програм, так і для професіоналів у сфері медіа і журналістики, щоб підвищити їх здатність критично оцінювати політичні повідомлення. Також це дослідження буде корисними у формуванні критичного мислення в суспільстві, адже вивчення мовних засобів маніпуляцій допоможе громадянам краще усвідомити, як саме маніпулюють їхньою думкою, що посилить їх здатність до незалежного аналізу інформації. Ці знання можна впроваджувати в рамках курсів медіаграмотності для різних вікових груп. Варто зазначити, що політики можуть використовувати знання про вербальні маркери маніпуляцій для покращення своїх комунікаційних

стратегій. Зокрема, важливо використовувати такі маркери, які максимально відповідатимуть їхньому образу та політичній ситуації, для ефективного впливу на виборців і формування позитивного іміджу. Водночас, виявлення маніпуляцій може бути корисним для протидії негативним політичним кампаніям.

Наступні дослідження можна зосередити на вивченні специфіки маніпулятивних стратегій у контексті нових медіа (соціальні мережі, блоги, форуми), а також на порівнянні політичних стратегій в інших країнах. Варто також дослідити, як змінюється ефективність маніпуляцій з часом та під впливом технологічних інновацій (наприклад, у контексті використання штучного інтелекту в політичних кампаніях).

Подальше дослідження може сприяти вивченню більш глибоких аспектів впливу вербальних маркерів маніпуляцій, таких як: визначення взаємозв'язку між вербальними маркерами маніпуляцій та психо-фізіологічною реакцією аудиторії (наприклад, за допомогою нейролінгвістичних методів); вивчення впливу культурних та соціальних особливостей аудиторії на ефективність маніпуляцій; аналіз специфіки маніпуляцій в умовах глобалізації під час того, коли різні політичні сили використовують інтернаціональні стратегії комунікації.

Під час написання наукової роботи нам вдалося дослідити важливі аспекти використання мовних засобів впливу на аудиторію в умовах сучасної політичної комунікації. Насамперед, було визначено поняття політичного дискурсу, його характеристики та функції. Політичний дискурс є складною формою комунікації, яка містить прагматичний і маніпулятивний аспекти. Він виконує такі важливі функції, як інформаційна — передача суспільно значущих повідомлень; переконувальна — вплив на аудиторію з метою досягнення політичних цілей; легітимізаційна — обґрунтування дій влади; маніпулятивна — приховане впливання на свідомість і емоції громадян. У межах аналізу теоретичних підходів до вивчення вербальних засобів маніпуляції визначено, що політичний дискурс є однією з ключових сфер застосування маніпулятивних стратегій. Визначено, що основними характеристиками політичного дискурсу є стратегійність, публічність і багатofункційність.

Політична комунікація має цільовий характер і передбачає використання мовних інструментів для впливу на емоції, свідомість та поведінку аудиторії. Вербальні маркери, що функціують у цьому контексті, є елементами дискурсу, які спрямовані на реалізацію певних стратегій, таких як дискредитація опонентів, зміцнення позитивного іміджу політика, консолідація електорату та формування соціальних ідеалів.

У процесі роботи були систематизовані підходи до вивчення маніпулятивних стратегій, зокрема когнітивно-дискурсивний, риторичний і прагматичний, що дозволило обґрунтувати роль вербальних маркерів у досягненні маніпулятивного впливу. Зокрема когнітивно-дискурсивний підхід дозволяє пояснити, як мовні конструкції активують у свідомості виборців певні когнітивні схеми, тоді як прагматичний фокусує увагу на впливі мовних актів у конкретному комунікативному контексті. Риторичний підхід натомість надає інструменти для вивчення структури аргументації та її емоційного впливу. Дослідивши ці підходи, встановлено, що вербальні маркери є багатоцільовими засобами, які формують політичні наративи, створюють соціальну згуртованість та забезпечують емоційний зв'язок з аудиторією. Розгляд поняття «маніпуляції» у лінгвістиці показав, що це явище має прихований характер і спрямоване на досягнення певної мети через використання специфічних мовних прийомів.

Основними типами маніпуляцій є апеляція до емоцій, яка викликає страх, гордість, співчуття чи інші емоційні реакції; спотворення інформації через замовчування, перебільшення чи перекручування фактів; маніпулятивна логіка, що створює ілюзію аргументованості; використання стереотипів, які апелюють до вже існуючих уявлень аудиторії. Дослідження особливостей маніпулятивних стратегій у політичному дискурсі виявило, що вибір мовленнєвих засобів визначається комунікативними цілями. До основних стратегій належать створення образу «свого» політика через простоту мовлення й близькість до аудиторії; використання символічних концептів, які об'єднують суспільство навколо певної ідеї; поляризація, що протиставляє «своїх» і «чужих» для мобілізації підтримки; та повторення ключових меседжів для їх закріплення у свідомості громадян.

У нашому дослідженні особливу увагу було зосереджено на використанні вербальних засобів впливу: метафори, евфемізми, порівняння, повторення, цитати і покликанням на авторитети. Продемонстровано на прикладах промов Володимира Зеленського та Петра Порошенка в який спосіб використання цих засобів формує зміст маніпулятивних стратегій і дозволяє політикам ефективно досягати своїх цілей.

Обидва політики активно застосовують маніпулятивні стратегії, адаптуючи їх до свого стилю комунікації. Петро Порошенко акцентує увагу на національних ідентичностях, історичних викликах і власному досвіді, часто звертаючись до емоцій через покаяння чи виправдання, наприклад, визнаючи помилки задля відновлення довіри виборців. Володимир Зеленський, у свою чергу, використовує стратегії, спрямовані на створення образу «свого» серед народу, акцентуючи на простоті та доступності мови, гумористичних елементах та інтонації неформальності. Це дозволяє йому консолідувати широку аудиторію, створюючи відчуття відкритого діалогу. Обидва політики використовують маніпулятивні стратегії, але з різними акцентами: П. Порошенко прагне зміцнити авторитет, акцентуючи свої промови на темі традиційних цінностей та відповідальності за свою громадянську позицію, тоді як В. Зеленський вибудовує свої промови в такий спосіб, щоб зменшити дистанцію між ним і народом.

Також вивчення варіативності вербальних маркерів у форматі офіційної політичної промови показало, що це один із найскладніших, але найвдаліших видів комунікації з аудиторією. Офіційні промови схарактеризовані чіткою структурованою риторикою, орієнтованою на формування довготривалого враження та підкреслення авторитету політика. Вони зазвичай містять вербальні маркери, спрямовані на наголошення відповідальності, стабільності й плановості. Наприклад, Петро Порошенко у своїх промовах часто звертається до історичних паралелей та значущості євроінтеграційних процесів, підкреслюючи свою роль у цих подіях. Володимир Зеленський часто використовує інтонації розмовного стилю мовлення та метафори, щоб створити атмосферу відкритого діалогу.

Таким чином, результати дослідження підтверджують значущість використання вербальних маркерів для досягнення маніпулятивного впливу в політичному дискурсі. Вони виступають потужним інструментом формування суспільної думки, особливо в умовах сучасного інформаційного простору. Політики використовують ці інструменти для досягнення різних комунікативних цілей, адаптуючи стратегії до формату виступу чи платформи комунікації. Офіційні промови орієнтовані на довготривалий ефект і збереження авторитету, оперативного впливу та створення емоційної залученості. Практика доводить, що політики адаптують маніпулятивні стратегії до форматів комунікації, орієнтуючись на особливості аудиторії та її очікування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акінчиць Н. Г. Політичний дискурс як об'єкт наукового аналізу // Проблеми сучасного мовознавства. 2019. С. 72–76.
2. Бойко О. Д. Анатомія політичного маніпулювання / О. Д. Бойко. Ніжин: Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2007. 223 с.
3. Борінштейн Є. Р., Атаманюк З. М. Сучасний філософський дискурс: Курс лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти ОНП Філософія. Одеса. 2023. 86 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.
5. Висоцька О. Науковий дискурс у сучасних лінгвістичних дослідженнях // Молодий вчений. 2018. № 8 (60). С. 65–70.
6. Виступ Президента України Володимира Зеленського на загальних дебатах 75-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН. URL: <https://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-na-zagalnih-63889> (дата звернення: 27.09.2023).
7. Виступ Президента України на засіданні Кабінету Міністрів. 11 вересня 2014 року. Генеральне консульство України в Чикаго (США). URL: <https://chicago.mfa.gov.ua/news/27735-vistup-prezidenta-ukrajini-na-zasidanni-kabinetu-ministriv> (дата звернення: 24.06.23 ).
8. Виступ Президента України Петра Порошенка на сесії Парламентської Асамблеї Ради Європи. 27 червня 2014 року. Посольство України в Республіці Індонезія. URL: <https://indonesia.mfa.gov.ua/news/24841-vistup-prezidenta-ukrajini-petra-poroshenka-na-sesiji-parlamentsykoji-asambleji-radi-jevropi> (дата звернення: 17.03.23).
9. Войтко О. В., Кацалап В. О., Рахімов В. В. Аналіз особливостей маніпуляції, як інструменту психологічного впливу на свідомість // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. 2019. № 2 (35). С. 121–126.



10. Гавриловська К. П. Методичні рекомендації з курсу «Психологія впливу та протидії маніпуляціям». Житомир, 2018. 53 с.
11. Довгодько О. Черговий «словесний батл» Зеленського & Порошенко – маніпуляції навколо «туриста у єгипетському готелі». 13 травня 2019 року // Фактчек NEWS. URL:  
<https://without-lie.info/factcheck/cherhovyy-slovesnyy-batl-zelens-koho-poroshenko-manipuliatsii-navkolo-turysta-u-iehypets-komu-hoteli/> (дата звернення: 12.04.2023).
12. Гудзь Н. Генезис поняття «Дискурс» у сучасній лінгвістиці // Наукові записки КДПУ. Серія: Філологічні науки (мовознавство). Кіровоград: КДПУ, 2012. Вип. 105(2) / редкол.: О. Семенюк [та ін.]. С. 442–445.
13. Дебати Зеленського та Порошенка: повний текст виступів та відповідей кандидатів. ТСН. Політика. 19 квітня 2019 року. URL:  
<https://tsn.ua/politika/debati-zelenskogo-ta-poroshenka-povniy-tekst-vistupiv-ta-vidpovidey-kandidativ-1332675.html> (дата звернення: 23.06.2023).
14. Денисюк Ю. І. Американський президентський дискурс: стан і завдання дослідження // Сучасна філологія: актуальні наукові проблеми та шляхи вирішення: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 21–22 квітня 2017 р. Одеса: Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2017. С. 32–35.
15. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: монографія / під заг. ред. І. С. Шевченко. Харків: Константа, 2005. 356 с.
16. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та інтернет-видань 2000–2005 років): автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2006. 19 с.
17. Дяченко О. В. Стратегії та прийоми мовно-маніпулятивного впливу в ході політичного конфлікту // Актуальні проблеми політики. 2017. Вип. 59. С. 41–52.
18. Євланова О. О. Місце феномена маніпуляції в політичному дискурсі // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія». Пошуково-тематична поліфонія сучасного мовознавства. 2021. Вип. 88. С. 93–97.

- 19.Засідання Уряду за участю Президента, Голови Верховної Ради, голів ОДА та м. Київ від 10 вересня 2014 року. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/247590964> (дата звернення:17.03.23 ).
- 20.Зливков В. Л., Лукомська С. О., Котух О. В. Шлях до перемог і звершень. Путівник із психології повсякденного спілкування: методичні рекомендації [електронне видання] / за ред. В. Л. Зливкова. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2018. 126 с.
- 21.Інавгураційна промова Президента України Володимира Зеленського. URL: <https://www.president.gov.ua/news/inavguracijna-promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelensk-55489>. (дата звернення: 20.05.2023).
- 22.Інформаційне управління Апарату Верховної Ради України. Відкрилася перша сесія Верховної Ради України восьмого скликання. 27 листопада 2014 року // Верховна Рада України 1994–2024. URL: [https://www.rada.gov.ua/news/Plenarni\\_zasidannya/99152.html](https://www.rada.gov.ua/news/Plenarni_zasidannya/99152.html) (дата звернення: 25.10.24).
- 23.Кобзева О. О. Особливості організації сучасного електорального дискурсу [Текст] // Закарпатські філологічні студії: науковий журнал / гол. ред. І. М. Зимомря. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2019. Т. 1, вип. 9. С. 93–97.
- 24.Козлова Ю. Заочні дебати – 1000 секунд. Як Зеленський та Порошенко виступили на каналі Ахметова. 8 квітня 2019 року // Главком. Вибори. URL: <https://glavcom.ua/publications/zaochni-debati-1000-sekund-yak-zelenskiy-ta-poroshenko-vistupili-na-kanali-ahmetova-584179.html> (дата звернення:26.08.23 ).
- 25.Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.
- 26.Литвин О. Г, Литвин А. В. Інноваційні технології у риторичній підготовці майбутніх фахівців. Актуальні питання гуманітарних наук. 2021. Вип. 39, т. 2. С. 214–220.
- 27.Лю Юй. Осмислення формування англомовного ділового дискурсу // Молодий вчений. Філологічні науки. 2021. № 3 (91). Березень. С. 66–68.

28. Комаха Л. Г. Семантичні відтінки категорії переконання в риториці // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. 2022. Вип. 1 (6). С. 31–34. URL: <https://doi.org/10.17721/2523-4064.2022/6-5/13> (дата звернення: 11.02.23).
29. Костюк О. В. Перспективи демократії в контексті сучасних світових соціально-політичних процесів // Нова парадигма. Політологія. Вип. 108. С. 127–135.
30. Ктитарова Н. К. Загальне мовознавство: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Дніпродзержинськ: Дніпродзержинський державний технічний університет, 2009. 144 с.
31. Кузнецова М. Дискурс як методологічне підґрунтя досліджень англомовних текстопросторів // Наукові записки КДПУ. Серія: Філологічні науки (мовознавство). Кіровоград: КДПУ, 2013. Вип. 118: *Studia in honorem: присвячується 30-річчю факультету іноземних мов* / ред. кол.: О. Семенюк [та ін.]. С. 247–249.
32. Лагута А. Політико-психологічні маніпуляції у передвиборчій кампанії президента України 2019 року // Український інформаційний простір. Молода журналістська наука. 2019. Число 4 (477). С. 220–238.
33. Лівницька І. Науковий дискурс: рівні та особливості аналізу // Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Вип. 96 (1). С. 381–385.
34. Ляшук М. О. Лексико-семантичні та лінгвостилістичні особливості політичного дискурсу на прикладі промов Дональда Трампа. Острог, 2020. 96 с.
35. На будь-який російський шантаж треба жорстко реагувати – так, як Путін на це заслуговує. URL: <https://www.president.gov.ua/news/na-bud-yakij-rosijskij-shantazh-treba-zhorstko-reaguvati-tak-94705> (дата звернення: 28.11.2024).
36. Нарушевич-Васильєва О., Чаєнкова О. Стратегії непрямого комунікативного впливу в заголовках комерційної реклами // Філологічні науки. 2019. № 30. С. 99–103. URL: <https://doi.org/10.33989/2524-2490.2019.30.188777> (дата звернення: 27.11.24).

37. Невельська-Гордєєва О. П., Нечитайло В. О. Маніпуляції як засіб інформаційно-психологічного впливу у інформаційній війні // Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2021. № 3 (50). URL: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.50.235389> (дата звернення: 25.08.24).
38. Павлуцька В. О. Політичний дискурс: особливості та функції // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки. 2008. Вип. 39. С. 218–221.
39. Палей Т. А. Іронія як засіб політичної маніпуляції: лінгвістичний аспект (на матеріалі англomовного політичного дискурсу) // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2018. Т. 29 (68), № 1. С. 30–35.
40. Петро Порошенко пообіцяв мільярди гривень на оновлення армії. Новини. Суспільство. 24 серпня 2014 року. URL: [https://kurs.if.ua/news/petro\\_poroshenko\\_poobitsyav\\_milyardy\\_gryven\\_na\\_onovlennya\\_armii\\_5152.html](https://kurs.if.ua/news/petro_poroshenko_poobitsyav_milyardy_gryven_na_onovlennya_armii_5152.html) (дата звернення: 15.03.24).
41. Погонєць В. В. Особливості англomовного військового дискурсу // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2019. № 39, т. 2. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет. С. 67–70.
42. Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році». 20 вересня 2018 року. Баштанська райдержадміністрація. Баштанська районна рада. URL: <https://bashtanka.mk.gov.ua/ua/news/?id=55272> (дата звернення: 16.08.24).
43. Приятельчук А. О., Гриньків А. П. Понятійні варіації дискурсу: їх зміст та форми існування // Мультиверсум. Філософський альманах. 2010. № 8 (96). С. 16–26.
44. Президент України Петро Порошенко взяв участь у військовому параді «Присягаємо тобі, Україно!» на честь 23-ї річниці Незалежності України. 24 серпня 2014 року. Солом'янська районна в місті Києві державна адміністрація. Офіційний інтернет-портал. URL: <https://solom.kyivcity.gov.ua/news/1093.html> (дата звернення: 16.08.24).

45. Президент України Петро Порошенко. Дорогі українці! (привітання українців з Днем Державного Прапора України). 23 серпня 2014 року. Харківська обласна військова адміністрація. URL: <https://kharkivoda.gov.ua/news/71369> (дата звернення: 16.08.24).
46. Промова Президента України під час церемонії інавгурації. Збірник промов Президента України Петра Порошенка. 07 червня 2014 року. URL: [http://gartua.io.ua/s867035/zbirnik\\_promov\\_prezidenta\\_ukraeni\\_petra\\_poroshenka](http://gartua.io.ua/s867035/zbirnik_promov_prezidenta_ukraeni_petra_poroshenka) (дата звернення: 16.08.24).
47. Роговик О., Полянська М. Тези-індикатори в промовах Петра Порошенка // Дзеркало тижня. Внутрішня політика. 02 липня 2016 року.
48. Романишин Н. І., Гузан А. П. Мовностилістичні особливості дискурсу у сфері дипломатії (на матеріалі промов політика Петра Порошенка та Президента України Володимира Зеленського) // Молодий вчений. Філологічні науки. 2021. № 11 (99), листопад. С. 232–234. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-11-99-52> (дата звернення: 19.08.24).
49. Романюк О. С. Дискурс як інтерактивна комунікативна діяльність // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2016. С. 149–152.
50. Рудик І. М., Муратова І. С. Мовні знаки як інструменти маніпуляції й вербальної агресії в політичному дискурсі // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки. 2008. Вип. 40. С. 186–189.
51. Серажим К. С. Термін «дискурс» у сучасній лінгвістиці // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Харків: Константа, 2003. С. 7–12.
52. Ситник І. В. Дискурс в сучасній лінгвістиці // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2020. № 46, т. 2. С. 123–126.
53. Словник української мови [Текст]: у 20 т. / НАН України, Укр. мов.-інформ. фонд. Київ: Наукова думка, 2010. Т. 4: Д–Ж / [уклад.: В. В. Чумак та ін.]. 2013. 1007 с.
54. Українська правда. Зеленський назвав дві глобальні проблеми України. 7 квітня 2019 року. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2019/04/7/7211549> (дата звернення: 19.08.24).

55. Українська правда. Порошенко: Євросоюз для нас – еталон і шанс. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2014/06/26/7030217> (дата звернення: 19.08.24 ).
56. Урочисте засідання Верховної Ради України, присвячене складанню присяги новообраним Президентом України Петром Порошенком. Інформаційне управління Апарату Верховної Ради України. 07 червня 2014 року. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/Top-novyna/94013.html> (дата звернення: 19.08.24 ).
57. Четверікова А. В. Сучасні технології та маніпулювання свідомістю як механізм керування соціумом // Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі: зб. матеріалів Другої міжнар. наук. конф., м. Київ, 16–18 травня 2019 р. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 152 с. С. 72–73.
58. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. С. 121–123.
59. Харитонова Д. Д. Категорія «чужий» у промовах чинного Президента України П. Порошенка // Мовні і концептуальні картини світу. 2017. Вип. 56, ч. 2. С. 320–327.
60. Харитонова Д. Д. Український політичний дискурс: когнітивно-семантичні та прагмакомунікативні виміри [Текст]: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2019. 212 с.
61. Шуренок Н. В. Явище вербальної маніпуляції та його складові // Сучасні напрямки лінгвістичних досліджень міжкультурної комунікації та методики викладання іноземних мов. С. 470–473.
62. Щорічне послання Президента України Петра Порошенка до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році». Офіційне представництво Президента України Петра Порошенка. 04 червня 2015 року. URL: <http://www.president.gov.ua/news/shorichne-poslannya-prezidenta-ukrayini-doverhovnoyi-radi-u-35412> (дата звернення: ).
63. Sandikcioglu E. More Metaphorical War in the Gulf: Orientalist Frames in News Coverage // Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective / edited by A. Barcelona. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2003. P. 299–320.
64. Van Dijk T. Discourse analysis as ideology analysis // Language and peace / eds. Ch. Schäffner, A. Wenden. Amsterdam: Harwood Academic. P. 17–36.