

УДК 811.112

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/60-5-3>**Дун ЦІ,***orcid.org/0000-0003-3985-7207*

аспірантка кафедри англійської філології

Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

(Київ, Україна) 443803917@qq.com

## СТРАТЕГІЇ МАНІПУЛЮВАННЯ У АНГЛОМОВНИХ ПРОМОВАХ ЛІДЕРІВ КРАЇН

*У статті розглядається маніпулятивний вплив як провідна дискурсивна соціальна практика, що є комплексом стратегічних і тактичних складових, спрямований на формування громадської думки на всьому медіапросторі. Інформаційною базою дослідження послужили англійські статті з електронних ресурсів британських та американських ЗМІ та публікації у соціальних мережах. Механізми мовної маніпуляції розглядаються з позицій тактико-стратегічного підходу. Виділено та описано базові характеристики маніпуляції. Маніпулятивні стратегії за ступенем спотворення інформації умовно поділені на стратегії фактологічного маніпулювання та стратегії ідеологічної поляризації. Досягнення ефекту в обох випадках відбувається через реалізацію макростратегії легітимації та дискредитації. Особлива увага приділяється найчастішим тактикам стратегії дискредитації, а макростратегія легітимації розглядається з позиції теорії проксимізації. Проксимізація є маніпулятивною стратегією звернення до подій, віддалених від поточного моменту в просторовому, часовому або аксіологічному плані, але здатним символічно переміститися на перший план (зусиллями актора), ближче до інформаційного центру, в якому знаходяться маніпулятор і маніпулюється. Реалізація всіх рівнів проксимізації сприяє досягненню маніпулятивного ефекту – впевненості об'єкта маніпулювання у необхідності негайних заходів щодо запобігання ризикам та дозволяє легітимувати плановані маніпулятором дії. Механізми мовної маніпуляції розглядаються з позицій тактико-стратегічного підходу. Виділено та описано базові характеристики маніпуляції. Маніпулятивні стратегії за ступенем спотворення інформації умовно поділені на стратегії фактологічного маніпулювання та стратегії ідеологічної поляризації. Досягнення ефекту в обох випадках відбувається через реалізацію макростратегії легітимації та дискредитації. Особлива увага приділяється найчастішим тактикам стратегії дискредитації, а макростратегія легітимації розглядається з позиції теорії проксимізації.*

**Ключові слова:** медіапростір, маніпуляція, маніпулятивна стратегія, тактика, дискредитація, легітимація, проксимізація.

**Dong QI,***orcid.org/0000-0003-3985-7207*

Graduate student at the Department of English Philology

National Pedagogical Dragomanov University

(Kyiv, Ukraine) 443803917@qq.com

## STRATEGIES OF MANIPULATION IN ENGLISH SPEECHES OF STATE LEADERS

*The article considers manipulative influence as a leading discursive social practice, which is a complex of strategic and tactical components aimed at forming public opinion in the entire media space. English-language articles from electronic resources of the British and American mass media and publications in social networks served as the information base of the research. Mechanisms of language manipulation are considered from the standpoint of a tactical-strategic approach. The basic characteristics of the manipulation are highlighted and described. According to the degree of information distortion, manipulative strategies are conventionally divided into strategies of factual manipulation and strategies of ideological polarization. Achieving the effect in both cases occurs through the implementation of the macro strategy of legitimation and discrediting. Particular attention is paid to the most frequent tactics of discrediting strategies, and the macrostrategy of legitimation is considered from the perspective of the theory of proximization. Proximization is a manipulative strategy of addressing events distant from the current moment in spatial, temporal or axiological terms, but able to symbolically move to the foreground (by the efforts of the actor), closer to the information center in which the manipulator and the manipulated are located. The implementation of all levels of proximization contributes to the achievement of a manipulative effect – the confidence of the object of manipulation in the need for immediate measures to prevent risks and allows to legitimize the actions planned by the manipulator. Mechanisms of language manipulation are considered from the standpoint of a tactical-strategic approach. The basic characteristics of the manipulation are highlighted and described. According to the degree of information distortion, manipulative strategies are conventionally divided into strategies of factual manipulation and strategies of ideological polarization. Achieving the effect in both cases occurs through the implementation of the macro strategy of legitimation and discrediting. Particular attention is*

*paid to the most frequent tactics of discrediting strategies, and the macrostrategy of legitimation is considered from the perspective of the theory of proximization.*

**Key words:** *media space, manipulation, manipulative strategy, tactics, discredit, legitimation, proximization.*

**Постановка проблеми.** В останні два десятиліття інтерес до маніпуляції як провідної дискурсивної практики в лінгвістичних дослідженнях помітно зріс, що пояснюється роллю медіа, що неухильно збільшується, у формуванні внутрішньополітичного порядку денного держав.

**Актуальність теми.** На тлі зростаючого за експонентом інтересу до маніпулятивних технологій спостерігається розширення спектру нових носіїв інформації та інструментів комунікації, відбувається модифікація традиційних каналів спілкування, постійно вдосконалюється арсенал технологічних рішень, реалізація яких призводить до появи комунікативного продукту – традиційного або дедалі частіше мультимодального тексту. Цифрова революція диктує необхідність вивчення маніпулятивних стратегій в тісному зв'язку з полікодовістю, інтертекстуальністю, цифровим середовищем «проживання» текстів, адже Цифрове медіапростір – ідеальне середовище для реалізації наміру впливати на суспільну свідомість, де особливу роль відіграють соціальні мережі, які виконують соціальні мережі.

Вони фактично переходять у статус регулятора громадською думкою, «у громадськості відбувається створення ілюзії добровільного прийняття думки, що викладається... усвідомлення необхідності вчинення певних дій, очікуваних маніпулятором» (Clausner T., с. 1999).

Актуальність заявленої проблематики обумовлена також і тим, що в умовах глобалізації при домінуючій ролі англійської мови в медіапросторі вивчення маніпулятивних стратегій англomовного дискурсу (насамперед політичного) набуває особливої значущості як для ефективної міжкультурної взаємодії, так і для виявлення та усунення ризику суспільстві.

**Метою дослідження** є показати маніпулятивний вплив, що є комплексом стратегічних і тактичних складових, спрямований на формування громадської думки на всьому медіапросторі. Маніпулятивна стратегія – це довгострокове магістральне спрямування зусиль з подання інформації, підпорядковане досягненню максимального маніпулятивного на адресата. Реалізація стратегії передбачає створення необхідних та достатніх умов, вибір оптимальних мультимодальних (включаючи мовні) засобів маніпулювання.

Цікаво, що успішність комунікації, ув'язненої на маніпулювання, передбачає внутрішню емоційну

готовність реципієнта погодитися з адресантом, що виникає на тлі низької поінформованості про предмет розмови, стереотипність мислення, наявність хворобливих травм минулого в суспільстві або соціальної групі, до якої належить реципієнт.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Адекватна комунікативна поведінка (розпізнавання маніпулятивного призову, його оцінка, усвідомлена реакція неприйняття медіаконтенту) свідчить про комунікативну невдачу в реалізації маніпулятивної стратегії.

Виділяється ряд базових показників маніпуляції. Насамперед, це відносини суб'єкта та об'єкта, або маніпулюючого та маніпулюваного. Акторами маніпуляції є люди, які мають доступ до будь-яких форм публічного дискурсу: політики, журналісти, науковці, письменники, маркетологи, блогери та інші фахівці зі створення медіаконтенту у соціальних мережах. Зауважимо, що сьогодні особливий маніпулятивний потенціал мають так звані «лідери думок» та інфлюенсери.

Об'єктом маніпулювання стають представники певної соціальної групи. Примітно, що маніпуляція звернена не до конкретної людини, а до соціальних груп і націлена на охоплення дедалі більшої аудиторії. При цьому для успішного досягнення мети актор має чітке уявлення про цільову групу та обирає маніпулятивні стратегії відповідно до цього знання. Актор управляє ставленням об'єкта до явищ навколишнього світу у потрібному йому руслі і досягає своєї мети завдяки тому й самому об'єкту маніпуляції. У ході маніпулювання інформація тією чи іншою мірою свідомо спотворюється, спостерігається домінування висловлювання думок над передачею фактів. Канал передачі такої інформації найчастіше мультимодальний.

Можливо умовно розділити маніпулятивні дискурсивні стратегії за ступенем спотворення інформації на стратегії фактологічного маніпулювання та стратегії ідеологічної поляризації (Freeman, 1995).

Фактологічне маніпулювання характеризується навмисним приховуванням та спотворенням інформації, запровадженням хибної інформації, загасуванням небажаної інформації, зміною фокусу висвітлення події та реалізується через такі стратегії, як фейк, дезінформація та пропаганда. Зауважимо, що «термін «фейк» не застосовується до оцінного судження. «Людина має право на будь-яку, в тому числі й хибну оцінку,

тому пряме вираження оцінки має оцінюватися не як факт, а як думка», – зазначають вчені.

Під «пропагандою» розуміють сучасну «політикориторичну діяльність, організовану державою і використовувану з метою управління поведінкою мас з допомогою символічного на емоційно-оцінну сферу і картину світу масового адресата». Пропаганда відрізняється високим ступенем інформаційної агресії.

Проте слід зазначити, що і фейки, і пропаганда багато в чому є реакцією попит з боку об'єкта маніпулювання. Люди «волюють ту інформацію, яка відповідає їхнім політичним поглядам чи їхній картині світу», що зумовлено схильністю до стереотипності мислення та невмінням критично проаналізувати ситуацію. Причину популярності та ефективності фейку як засобу маніпулювання також слід шукати у прагненні реципієнта уникнути когнітивного дисонансу. Якщо ж медіа-дискурс перестане апелювати до стереотипного знання, яке розділяють всі носії відповідної субкультури, цей дисонанс неминуче настане. Друга маніпулятивна стратегія – ідеологічна поляризація – реалізується через створення когнітивних моделей, які змушують реципієнта гостріше відчувати свою приналежність до «своїх» та відкидати «чужих». Цілями поляризації є позитивна презентація «Себе / Нас» та негативна – «Іншого / Їх», які закріплюють ідеологічну приналежність та ідеологічний конфлікт.

Досягнення ефекту в обох випадках відбувається за рахунок реалізації макростратегій легітимації та дискредитації.

У зв'язку з тим, що в чистому вигляді дані макростратегії зустрічаються рідко, а частіше комбінуються в одному висловлюванні, можна говорити про їх загальні інструменти впливу, а саме: використання моральної переваги та кредиту довіри; звернення до цінностей, авторитетів та фонду загальних знань; гіперболізація, метафоризація та порівняння; згущення негативних смислів; використання емоційних аргументів замість раціональних; евфемізація та дисфемізація (Bihunova & Zubilevych, 2017).

Розглянемо, як досягається маніпулятивний ефект з прикладу окремих тактичних рішень, що з дискредитацією актором свого опонента.

Тактика звинувачення полягає у створенні негативного образу опонента виключно за рахунок лексички чи конструкцій із негативною конотацією.

(1) The former first minister said that Ms Sturgeon had mislead parliament and broken the ministerial code with breaches including failing to inform the civil service in good time of her meetings with him (The Guardian).

Алекс Салмонд – лідер Шотландської національної партії до 2014 р. – звинувачує свою послідовницю Н. Стержен – першого міністра Шотландії.

(Приклад 1). За допомогою таких засобів, як mislead parliament (ввести в оману членів парламенту), break the code, fail to inform (порушити код, навмисно не поінформувати), створюється негативний образ Н. Стержен як людини, яка не виконує своїх зобов'язань і грубо порушує прийняті норми. Зауважимо, що критика не поширюється на політичні рішення Н. Стержен (оскільки вона є наступницею Салмонда та лідером очолюваної ним раніше партії), а спрямована на її моральні та ділові якості, які становлять, на думку автора звинувачення, загрозу стійкості роботи парламенту. Фактологічна база у заяві Салмонда відсутня.

Тактика викриття з метою викриття опонента полягає у приведенні аргументів, що роблять його винність доведеною, – статистичних даних та цитат із промов самого опонента. Так, наприклад, у дебатах із Д. Трампом Джо Байден підкріплює свою заяву про винність президента Трампа у смерті людей (responsible for many deaths) офіційною статистикою смертності від коронавірусу в США (приклад 2). Звинувачуючи його в недотриманні епідеміологічних заходів, він апелює до слів самого Трампа про те, що його зустрічі з виборцями відвідали сотні людей. Таким чином, звинувачення Байдена ("He's been totally irresponsible", "who's responsible for that many deaths", "He's a fool on this", "He's not worried about the people"), спираються на об'єктивну інформацію – дані статистики і свідчення опонента.

(2) Biden blames Trump for 200,000 US coronavirus deaths in explosive presidential debate. «Anyone who's responsible for that many deaths should not remain president of the United States of America,» he said. While Mr Trump boasted that thousands of people have attended his political rallies in recent months, Mr Biden said that was a black mark on the president's record, putting people's lives at risk. "He's been totally irresponsible the way in which he's handled the social distancing and people wearing masks, basically encouraging them not to. He's a fool on this. He's not worried about the people," Mr Biden said (The Independent).

Під час президентських дебатів 2016 р. Х. Клінтон викриває Д. Трампа, висуваючи як аргумент цитату з його промови, що доводить його причетність до виникнення іпотечної кризи. Вона звертається як до статистичних даних (дев'ять мільйонів людей втратили роботу, п'ять мільйонів людей втратили житло, сім'ї втратили доходи на суму 13 трильйонів доларів), так і апелює до цитати Трампа 2006 р. (приклад 3).

(3) In fact, Donald was one of the people who rooted for the housing crisis. He said, back in 2006, «Gee, I hope it does collapse, because then I can go in and buy some and make some money». Well, it did collapse. Nine million people – nine million people lost their jobs. Five million people lost their homes. And \$13 trillion in family wealth was wiped out (The New York Times).

Тактика образи передбачає бездоказове завдання образи, що супроводжується експлікацією емоційно-оцінного компонента. Проведення історичних, літературних чи соціальних паралелей між чином опонента та чином, наділеним різко негативними асоціаціями, у певному співтоваристві зближує цю тактику з тактикою створення «образу ворога».

Так, у зверненні Б. Джонсона до британської нації він дозволив собі змодельовати насолоду (дослівно захват), яку отримує В. Путін від чемпіонату світу з футболу 2018 р., за образом поведінки А. Гітлера під час проведення Олімпійських ігор у Берліні у 1936 р. (Приклад 4).

(4) Boris Johnson has predicted Vladimir Putin will revel in the World Cup in Russia this summer

in the same way that Adolf Hitler did in the Olympic Games in Berlin in 1936, and suggested the UK may advise English football fans to avoid travelling to the tournament for their own safety (The Guardian).

**Висновки.** Розглянуті в рамках статті маніпулятивні стратегії є необхідною основою для якісного та кількісного аналізу сучасних засобів маніпулювання масовою свідомістю з точки зору їх успішності. Реалізація макростратегій дискредитації та легітимації, спрямованих на опорочування опонента та одночасне виправдання власних дій, робить дискурс, що реалізується в медіапросторі, найвищою мірою маніпулятивним, де очікуваним результатом стає створення атмосфери страху та тривоги. Тенденційне посилення примітивного протистояння «свій-чужий», що спрощує сприйняття дійсності та нав'язує адресату хибно орієнтовані оцінки, сприяє поляризації настроїв та зниженню критичного мислення в суспільстві, що, у свою чергу, полегшує маніпулювання масовою свідомістю при проведенні дій загарбницького чи реагування.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бігунова С.А., Зубілевич М.І. Афіксальна номінація відантропонімних деривативів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2017. № 64. С. 53–55.
2. Clausner T. C. Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 1999 Vol. 10, №. 1. P. 1–31.
3. Freeman M. Metaphor making meaning: Dickinson's conceptual universe. *Journal of Pragmatics*. 1995. №. 24. P. 643–666.
4. Кіщенко Н.Д. Вербалізація концепту WISDOM/МУДРИСТЬ у дискурсі англійської авторської казки : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / КНЛУ. Київ, 2017. 189 с.
5. Kishchenko, N. Models of Artistic-Figurative Metaphors of Wisdom in English Fairy Tales. *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University*, 2019, №. 9. P. 87–94.
6. Mykhalchuk, N., Bihunova, S., Fridrikh, A., Vietrova, I. Cross-cultural understanding of metaphors in information technology sphere. *Cognitive Studies*. 2021. №. 21. P. 16.
7. The Guardian. <https://www.theguardian.com/politics/2022/dec/01/boris-johnson-will-stand-again-at-next-general-election-source-says>
8. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2022/11/10/us/judge-trump-clinton.html>
9. The Independent. <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/trump-contempt-doj-prisoner-swap-taliban-latest-b2241953.html>

#### REFERENCES

1. Bihunova S.A., Zubilevych M.I. (2017) Afiksalna nominatsiia vidantroponimnykh deryvativ [Affixal nomination of anthroponymic derivatives] *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»* 2017. № 64. С. 53–55. [in Ukrainian]
2. Clausner T. C. Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 1999 Vol. 10, №. 1. P. 1–31. [in English]
3. Freeman M. Metaphor making meaning: Dickinson's conceptual universe. *Journal of Pragmatics*. 1995. №. 24. P. 643–666. [in English]
4. Kishchenko, N.D. Verbalizatsiya kontseptu WISDOM/MUDRIST' u diskursi anglomovnoyi avtorskoyi kazky [Verbalization of the WISDOM/WISDOM concept in the discourse of an English-language author's fairy tale]: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 / KNLU. Kyiv, 2017. 189 s. [in Ukrainian]
5. Kishchenko, N. Models of Artistic-Figurative Metaphors of Wisdom in English Fairy Tales. *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University*, 2019, №. 9. P. 87–94. [in English]
6. Mykhalchuk, N., Bihunova, S., Fridrikh, A., Vietrova, I. Cross-cultural understanding of metaphors in information technology sphere. *Cognitive Studies*. 2021. №. 21. P. 16. [in English]
7. The Guardian. <https://www.theguardian.com/politics/2022/dec/01/boris-johnson-will-stand-again-at-next-general-election-source-says>
8. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2022/11/10/us/judge-trump-clinton.html>
9. The Independent. <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/trump-contempt-doj-prisoner-swap-taliban-latest-b2241953.html>