

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ПРИЙОМИ МОВЛЕННЕВОГО МАНІПУЛЮВАННЯ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ. ГРА У ПРОСТОНАРОДНІСТЬ

Д. М. Каліщук

(м. Луцьк)

Каліщук Д. М. „Психолінгвістичні прийоми мовленнєвого маніпулювання у політичному дискурсі. „Гра у простонародність”». У статті розглядається поняття маніпулятивного впливу як однієї з провідних психолінгвістичних характерних ознак політичного дискурсу, засоби та прийоми для здійснення маніпулятивного впливу на адресата; виявляються та аналізуються особливості використання різноманітних мовних засобів та конструкцій, що слугують таким прийомом маніпулятивного впливу як „гра у простонародність”.

Ключові слова: політичний дискурс, маніпуляція, прийоми маніпулятивного впливу, прийом „гра у простонародність”.

Калищук Д. Н. «Психолінгвистические приемы речевого манипулирования в политическом дискурсе. «Игра в простонародность»». В статье рассматривается понятие манипуляционного влияния как одного из главных психолінгвистических характерных признаков политического дискурса, средства и приемы для осуществления влияния на адресата; определяются и анализируются особенности использования различных языковых средств и конструкций, которые служат таким приемом манипуляционного влияния как „игра в простонародность”.

Ключевые слова: политический дискурс, манипуляция, приемы манипуляционного влияния, прием „игра в простонародность”.

Kalishchuk D. “Psycholinguistic Techniques of Speech Manipulation in Political Discourse. “Plain Folks””. The article focuses on the notion of manipulation as one of the main psycholinguistic features of political discourse, means and techniques of manipulative influence on the recipient; the peculiarities of using different means and constructions of language that serve as “plain folks” manipulation technique, are defined and analysed.

Key words: political discourse, manipulation, manipulation techniques, “plain folks” technique.

Упродовж останніх років політичний дискурс постає об'єктом пильної уваги лінгвістів, психолінгвістів, політологів, журналістів. Політика – це колективна, складно організована, цілеспрямована діяльність, котра потребує масової комунікації між державою та громадянами, між окремими представниками влади та окремими громадянами. Політична комунікація характеризується публічністю, нестабільним та неоднорідним характером аудиторії та спрямованістю в один бік (від комунікатора до адресата). Із ускладненням політичного процесу посилюється маніпулятивність політичного мовлення і цим зумовлена **актуальність** нашого дослідження. Політична комунікація визначається багатьма факторами, серед яких виділяють мовні, соціально-економічні, релігійні, етнічні, соціокультурні. Тільки тоді, коли дослідник має чітке уявлення про усі ці фактори, він здатен осмислити ті зміни, які відбуваються у політичній комунікації на сучасному етапі, і таке наукове осмислення можливе лише у межах міждисциплінарного підходу. У наш час особливо актуальною стає проблема лінгвістичної

інтерпретації політичної події (або політичного процесу загалом). Мовне маніпулювання – це використання особливостей та можливостей мови і принципів її використання з метою прихованого (тобто неусвідомленого адресатом) впливу на адресата у потрібному для мовця напрямку [1, с. 220-221].

Загальноновизнаним є той факт, що маніпулятивність є однією із основних ознак сучасного політичного дискурсу. Маніпуляція, як і будь-яке інформаційне подразнення, передбачає спеціальну подачу інформації, яка може здійснюватись кількома загальними способами: перекручування інформації (від відкритої неправди до зсуву поняття в семантичному, значеннєвому полі), що дає змогу коригувати ступінь психологічного впливу, створювати власний образ реальності; приховування інформації; маніпулювання зі способом подачі матеріалу і часом подачі інформації; підпорогова подача інформації (урахування особливостей неусвідомлюваного сприйняття інформації); перевантаження адресата відомостями, відібраними за певним параметром [5, с. 49]. У найзагальнішому розумінні маніпуляція – це вид психологічного впливу для прихованого впровадження в психіку адресата цілей, намірів, відношень чи установок, які не збігаються з наявними у адресата в конкретний момент. Маніпуляція – це психологічний вплив, спрямований на неявне спонукання іншого до здійснення визначених маніпулятором дій [2, с. 60]. Політичною маніпуляцією називається специфічний тип впливу, який має на меті впровадження у свідомість під виглядом об'єктивної інформації прихованого, але бажаного для тих чи інших політичних груп змісту таким чином, щоб у адресата на основі даного змісту сформувався думка, максимально наближена до тієї, що вимагається [1, с. 221]. Механізми маніпулювання невіддільні від мови. Одні й ті ж самі засоби використовуються як для з'ясування істини, так і для її викривлення. Жоден із мовних механізмів не призначений спеціально для маніпулювання, проте майже кожен із них може бути використаний для цього.

Маніпуляція – це особлива комунікативно-мовленнєва стратегія, спрямована на впровадження у психіку адресата бажань, установок, оцінок, які слугують для здійснення інтересів адресанта. Це може розглядатись як варіативна реалізація загальної персуазивної стратегії. При маніпулюванні наявне особливе мовленнєве формулювання, яке використовує можливості мови для прихованого впливу. Для здійснення маніпулятивного впливу суб'єкт вибирає певні прийоми та тактики і використовує (відбирає) певні мовні засоби [6, с. 46-47]. Психолінгвістичні методи аналізу політичного тексту дозволяють виявити різні мовні конструкції, що слугують прийомами маніпулятивного впливу, найпоширенішими серед яких є прийоми „надузагальнення”, „наведення прикладу”, „розширення”, „атрибуція”, „наклеювання ярликів”, „удале узагальнення”, „перенесення”, „свідчення”, „гра в простонародність”,

„підтасовка карт”, „роби, як усі”, „спрощення”, „аксіоматичність”, „відволікання уваги” [3, с. 65-66; 4, с. 59-64].

Об’єктом нашого дослідження є мовні засоби та конструкції, які слугують прийомом маніпулятивного впливу „гра у простонародність” (plain folks) на *матеріалі* промов Барака Обама. „Гра у простонародність” – це прагнення схилити аудиторію на свій бік шляхом ототожнення себе з нею – „я з народу”, „я – один із вас” [3, с. 66]. Мета цього прийому – установити дружні стосунки з аудиторією, переконуючи її, що автор належить до простого народу, а отже, його ідеї, висловлювання, вчинки повинні оцінюватись позитивно. Тут ініціюються асоціативні зв’язки особи автора з позитивними цінностями через їхню народність. Імідж „людини з народу” має формувати довіру й позитивне ставлення [5, с. 109]. Для цього відправнику повідомлення потрібно створити враження, що він мислить і говорить так, як мислять і говорять його слухачі / читачі / глядачі. Адресант створює семантичне поле „свої”, для чого дуже часто використовується так званий інклюзивний займенник *ми (we)*, особливість якого полягає в тому, що він може об’єднувати у своїй семантиці відправника та отримувача повідомлення. Наприклад:

(1) *My fellow citizens. I stand here today humbled by the task before us, grateful for the trust you have bestowed, mindful of the sacrifices borne by our ancestors. ... At these moments, America has carried out on not simply because of the skill or vision of those in high office, but because **We the People** have remained faithful to the ideals of our forebearers, and true to our founding documents. So it has been. So it must be with this generation of Americans* [1].

(2) *On September 11, 2001, in our time of grief, the American people came together. We offered our neighbours a hand, and we offered the wounded our blood. We reaffirmed our ties to each other, and our love of community and country. On that day, no matter where we came from, what God we prayed to, or what race or ethnicity we were, we were united as one American family* [5].

(3) *Like any cash-sprapped family, we will work within a budget to invest in what we need and sacrifice what we don't. And if I have to enforce this discipline by veto, I will* [6].

У (1) та (2) Барак Обама, використовуючи займенник *we* та похідні від нього *us, our*, підкреслює те, що він і його аудиторія належать до одного кола, яке він окреслює як *the people, americans* у (1), *the american people* у (2). Для того, щоб переконати аудиторію у тому, що вони насправді є єдиним цілим, Обама підкреслює наявність спільного минулого, спільних предків – *our ancestors, our forebearers* у (1), що є ознакою приналежності до однієї родини *one american family* у (2), причому ці родинні зв’язки розширюються на общину і навіть на усю країну, що передається через використання лексем *community, country* у (2). У прикладі (3), говорячи про фінансові проблеми, Обама вводить образ „сімейного бюджету”, нагадує про те, що треба

економити, як це робить більшість сімей, підкреслює, що він є „одним із вас, членом вашої родини”, і тому, відповідно, отримувачі повідомлення повинні зробити правильний висновок – він не може прийняти рішення, яке б зашкодило його власній сім’ї.

(4) *We are **part of the American family**. We believe that in a country where every race and faith and point of view can be found, we are still **bound together as one people**; that we share **common hopes and a common creed**; that the dreams of a **little girl in Tucson** are not so different than those of **our own children**, and that they all deserve the chance to be fulfilled* [7].

(5) *Now, the conversation I had **with Joe the plumber**, what I essentially said to him was, “Five years ago, when you were in position to buy your business, you needed a tax cut then”. And what I want to do is to make sure that **the plumber, the nurse, the firefighter, the teacher, the young entrepreneur** who doesn’t yet have money, I want to give them a tax break now. And that requires us to make some important choices* [2].

У (4) та (5) Барак Обама наводить приклади із життя пересічних людей (*a little girl in Tucson*), простих американців усіх професій (*the plumber, the nurse, the firefighter, the teacher* etc.). Він називає їх на ім’я (*Joe*) як у (5), чи, не називаючи імені, використовує означений артикль, щоб подати інформацію як уже відому (*the nurse* etc.) у (5), або для більшої достовірності називає місце події (*Tucson*) у (4). Такі прийоми змушують адресата відчутти ситуацію, наблизити її до реальності опису, співставити себе із особами та подіями, які описані. Спільність, співвіднесеність із ситуацією підсилюється використанням лексем *common, our, us*.

(6) *It’s the answer spoken by young and old, rich and poor, Democrat and Republican, black, white, Hispanic, Asian, Native American, gay, straight, disabled, Americans who sent a message to the world that we have never been just a collection of individuals or a collection of red states and blue states. We are, and always will be, the United States of America* [1].

(7) *The American people know what the right choice is. So do I* [9].

(8) *By ourselves, this change will not happen. Divided, we are bound to fail. ... That beneath all the differences of race and region, faith and station, we are one people. ... That is our purpose here today. That’s why I’m in this race. Not just to hold an office, but to gather with you to transform a nation. ... I want us to take up the unfinished business of perfecting our union, and building a better America* [4].

Необхідність об’єднання для прийняття спільних рішень для спільного майбутнього підкреслюється використанням лексем *common* (7), *to gather with you, divided we are bound to fail, our union* у (8). Для того, щоб наголосити на тому, що він насправді не є кимось, хто вищий, чи кращий, чи чимось відрізняється від народу, Барак Обама вживає вирази *we are one people* у (8), *one nation* у (6), причому він уточнює, хто це – *we: the young and old, native*

Americans, Hispanic, black, white etc. у (6), для того, щоб кожен отримувач відчув, що він є членом родини президента і бере активну участь у прийнятті важливих рішень для власного ж майбутнього. Активність власної позиції Обама підкреслює використанням лексеми **I** та конструкції *So do I* в активному стані, дійсному способі дієслова у (7). Образ Америки як домівки, яку вони будують усі разом (*Building a better America*) у (8), лише підсилює дух родинності.

(9) *The decisions **we** make today are going to determine whether or not **our kids** grow up in a country where those values still thrive. And Scranton, I don't know about you, but I want **our kids** to grow up – I want **Malia and Sasha and all your kids**, I want them to come into a country that is built on those big, generous values, an America that reflects the values that **we** inherited from **our parents** and **our grandparents** [8].*

(10) *I came from very modest means. I had a **single mom** and **my grandparents** raised me and it was because of the help of scholarship and **my grandmother scrimping on things** that she might have wanted to purchase and **my mom**, at one point, getting **food stamps** in order for us to put food on the table. Despite all that, I was able to go to the best schools on earth and I was able to succeed in a way that I could not have succeeded anywhere else in this country. The same is true for **Michelle** and I'm sure the same is true for **a lot of you** [10].*

Модель великої родини і відчуття залучення до неї створюється, коли Обама називає свою дружину та дочок на ім'я (*Malia, Sasha* у (9), *Michelle* у (10)), що одразу робить їх близькими кожному, та ставить їх у один ряд із простими американцями – *all your kids* у (9), *a lot of you* у (10). Розповідаючи про своїх маму, бабусю, які виховували його у скрутних умовах (*a single mom, my grandmother, scrimping, food stamps*) у (10), Барак Обама доводить, що він насправді розуміє проблеми простих людей, вони є близькі для нього, оскільки він сам неодноразово із ними стикався, проте йому вдалося досягнути успіху (абстрактного, без жодних уточнень), ніби „забуваючи” сказати про те, що зараз він живе в умовах, які для більшості американців є недосяжними і згадка про них зробила б далеким та недосяжним і самого президента.

Отже, на основі проведеного аналізу можна стверджувати, що політичний дискурс наскрізь пронизаний стратегіями та тактиками для здійснення маніпулятивного впливу на адресата. Для цього політики використовують у своєму мовленні різноманітні прийоми. Вибір мовних засобів зумовлений прогнозуванням ефекту, який ті чи інші вербальні елементи та конструкції можуть спричинити. Прийом „гра у простонародність” є характерним прийомом політичного мовлення Барака Обами. Для цього він використовує певні лексеми (*we, one nation, one people, Americans, common, family*), які слугують своєрідною основою для об'єднання в

одну велику родину. Звертаючись до фактів з власного минулого, порівнюючи свою історію із історіями простих людей, Обама створює образ сім'янина, сусіда, друга, члена общини, який розділяє погляди пересічних американців, виріс на тих самих цінностях, що й вони, виховує своїх дітей так, як і вони. Це робить президента близьким кожному громадянину і, відповідно, посилює довіру до його слів та вчинків, однозначно привертає аудиторію на його бік.

У нашій роботі ми зосередили увагу на аналізі лише одного психолінгвістичного прийому „гра у протонародність”, але, оскільки дослідники політичного дискурсу виділяють значну кількість прийомів маніпулятивного впливу, то аналіз мовних засобів та конструкцій, які використовуються для реалізації кожного з них, видається дуже перспективним.

Література:

1. Гронская Н. Э. Языковые механизмы манипулирования массовым политическим сознанием / Н. Э. Гронская // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. – 2003. - № 1. – С. 220-231.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – СПб. : Речь. – 2004. – 304 с.
3. Засекіна Л. В. Психолінгвістична діагностика: навч. посіб. / Л. В. Засекіна, С. В. Засекін. – Луцьк : РВВ „Вежа”. – 2008. – 188 с.
4. Психолінгвістическая експертиза ксенофобии в средствах массовой информации / Под ред. А. А. Леонтьева. – М. : Смысл. – 2003. – 85 с.
5. Різун В. В. Лінгвістика впливу: монографія / В. В. Різун, Н. Ф. Непійвода, В. М. Корнеєв. – К. : Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”. – 2005. – 148 с.
6. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М. : Флинта; Наука. – 2006. – 136 с.

Список ілюстративних джерел:

1. Barack Obama's Victory Speech. – 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/the-full-text-of-barack-obamas-victory-speech-993008.html>
2. Complete Final Debate Transcript. – 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://latimesblogs.latimes.com/washington/2008/10/debate-transcri.html>
3. Obama Inaugural Address. – 2009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://obamaspeeches.com/>

4. Obama Presidential Announcement. – 2007. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://obamaspeeches.com/099-Announcement-For-President-Springfield-Illinois-Obama-Speech.htm>
5. Osama bin Laden Killed: Barack Obama’s Speech in Full. – 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/barackobama/8487354/Osama-bin-Laden-killed-Barack-Obamas-speech-in-full.html>
6. Remarks by the President in State of the Union Address. – 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-state-union-address>
7. Remarks by the President in State of the Union Address. – 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2011/01/25/remarks-president-state-union-address>
8. Remarks by the President on the American Jobs Act. – 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2011/11/30/remarks-president-american-jobs-act>
9. State of the Union 2012. – 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.washingtonpost.com/politics/state-of-the-union-2012-obama-speech-excerpts/2012/01/24/gIQA9D3QOO_story.html
10. The second Presidential Debate. – 2008. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elections.nytimes.com/2008/president/debates/transcripts/second-presidential-debate.html>