

МЕТОДИ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНОЇ МОВИ

Проаналізовано мовні прийоми впливу, які використовуються в політичній сфері, розглянуто особливості їх застосування в різних видах політичної мови.

Ключові слова: політична мова, мовні прийоми впливу, політичний текст.

Основне соціальне призначення мови – бути засобом комунікації, зберігання і передачі інформації. Але в політичній сфері мова використовується не тільки як інструмент формування і висловлення думок, засіб комунікації, а і як засіб впливу на індивідуальну та громадську свідомість. Можливість застосування її з метою впливу закладена в самій природі мови та людського спілкування. Мова в значній мірі визначає і обумовлює наше розуміння оточуючого світу та відношення до нього, оскільки саме завдяки їй відбувається відображення існуючої реальності в нашій свідомості. Це дає можливість за допомогою мови потрібним чином впливати на сприйняття дійсності. Можливість впливу за допомогою мови пов'язується також із прагматичною направленістю самого акту комунікації. Ця направленість передбачає досягнення потрібної зміни в уявленнях об'єкта комунікації. Найбільш дієвим способом реалізації цієї направленості є відповідний підбір слів та організація їх у висловлювання. Таким чином, за допомогою мовних засобів та прийомів можна формувати та коригувати сприйняття дійсності.

Методів мовного впливу в сфері політики так чи інакше торкаються багато дослідників, серед яких філософи, лінгвісти, політологи, психологи. В різні часи дослідженням використання мови в політичній сфері з метою здійснення впливу на громадськість і, зокрема мовних засобів та прийомів займалися Р. Бахем, М. Еделман, Д. Болінджер, Р. Блакар, А. А. Стриженко, І. В. Рогозіна, Б. П. Базилев, Т. М. Бережна, К. С. Горюнов та ін. Однак, всі ці науковці аналізували мовні прийоми у контексті різних аспектів функціонування мови у сфері політики. Тому метою даної статті є спроба розглянути мовні методи впливу, які використовуються в політичній сфері, як окремих предмет дослідження та систематизувати їх.

Спектр застосування методів політичної мови досить широкий. Мовні методи впливу використовуються в діяльності ЗМІ, в політичній рекламі та пропаганді, в мовленні політичних діячів.

Доведено, що в комунікації особливості мовного вживання того, хто передає інформацію, структурують і здійснюють вплив на того, хто сприймає цю інформацію. У зв'язку з цим Р. Блакар виділяє такі "інструменти влади, які має у своєму розпорядженні відправник інформації", тобто мовні прийоми, які можуть сприяти здійсненню впливу:

1. *Вибір слів і висловів.* Вибір слів одночасно передбачає і вираження свого відношення до події чи особи. У політичній мові вибір слів і виразів є дуже ефективним інструментом влади.

2. *Створення нових слів і висловів.* Слова створюються не тільки тоді, коли виникають нові явища, але й тоді, коли є причини для зміни вже існуючих явищ. Тенденція створювати слова з позитивним забарвленням характерна для використання мови в сфері політики.

3. *Вибір граматичних форм.* За допомогою граматичних форм можна подавати інформацію у різних контекстах.

4. *Вибір послідовності.* Навіть послідовність рівних між собою елементів, зокрема при перерахуванні, здійснює вплив на створюване враження. Так, змінивши

порядок послідовності характеристик політичного діяча, можна змінити враження, що справляється.

5. *Суперсегментні характеристики* (наголос у реченні (емфаза), тон голосу та ін.). За допомогою цих характеристик можливо наголосити на важливості чогось, виразити згоду чи заперечення та ін.

6. *Вибір передумов, які приховані чи мають на увазі.* Інформація часто може бути зрозуміла лише тоді, коли відомі ці передумови. Але вони рідко усвідомлюються, тому що розділяються всіма, хто бере участь у комунікації. Зокрема цей прийом використовується мас-медіа при передачі новин, коли інтерпретуються реальні події [1].

Як відзначає А. А. Стриженко, для того, щоб смислова й експресивна направленість слова впливала на громадськість у тій мірі, в якій значення слів, що вкладаються в повідомлення, здалися їй своїми, здійснюється особливий відбір і застосування мовних засобів, який сприяє можливості психологічного зрушення в свідомості громадськості, можливості чинити вплив на її поведінку, контролювати й направляти її дії [2].

При цьому використовується досить широкий спектр різноманітних семантичних та риторичних прийомів впливу:

Створення та застосування евфемізмів, тобто незвичних слів, якими замінюють поняття смисл яких є вже звичним для суспільної свідомості, з метою маскування справжнього змісту явища. Створення евфемізмів відбувається декількома способами:

1) знаходиться прийнятне за денотацією (за смислом) слово, тобто таке в денотації (діапазоні смислів) якого є і таке розуміння, що може бути використане для позначення даного поняття, навіть якщо воно маловживане та другорядне. Наприклад, слово "війна" може бути замінено словом "умиротворення";

2) відбувається підміна понять на рівні конотації, тобто слова, які викликають негативні асоціації замінюються на більш нейтральні слова або слова з позитивною оцінкою. Наприклад, слова "війна", "наступ", "зброя" замінювалися на такі слова, як "конфлікт", "операція", "обладнання";

3) використовуються терміни, тобто спеціальні слова, які мають точний зміст, але значна частина населення не знає їх точного значення. Та головне, що ці терміни виглядають дуже авторитетно й здійснюють "магічний" вплив на свідомість аудиторії. Наприклад, заборона на торгівлю називається ембарго.

Підбір фраз, які вимагають односторонності в поведінці та створюють враження, ніби всі роблять так ("Всі нормальні люди розуміють, що...").

Використання невизначеного згадування, тобто розпливчастих фраз ("Що вам казати, самі знаєте, як ми живемо").

Застосування складнопідрядних речень, що вказують на час – дозволяє перевести увагу слухачів на повідомлення, яке нічого не означає, і вивести з-під сумніву головне ("Перш ніж ви погодитесь з моїми пропозиціями, пропоную послухати відомого виконавця?").

Вживання епітетів та метафор, які викликають негативне емоційне відношення, асоціації з низькими

вчинками певних осіб з метою підірвати авторитет, дискредитувати їх.

Прийом припущення існування програмованої дії передбачає програмування аудиторії на якусь дію, що вважається сама собою зрозумілою та вже відбулась. Цей прийом здійснюється за допомогою часових дієслів "починати", "продовжити", "закінчити" та прислівників "усе ще", "вже" та ін. ("Продовжуючи замислюватися над сьогодишньою несправедливістю, ви задаєтеся питанням — а хто зможе нас вивести з цієї кризи?").

Ще один прийом мовного впливу — *зняття навантаження зі значущого питання*, тобто коли смисловий акцент переноситься із внутрішнього, головного питання на зовнішнє ("Чи не правда, наскільки важливо, щоб президентом була така людина, як наш...?").

Прийом коментаря методом пропущеної умови полягає в переносі можливих сумнівів аудиторії на причини, що викликають необхідність коментаря, за допомогою прикметників і прислівників "необхідно", "на щастя", "вдало" ("На щастя, нам немає необхідності кардинально змінювати існуючу владу").

Конструювання фрази за допомогою дієслів "зауважувати", "розуміти", "знати" — дозволяє зацентрувати увагу аудиторії на якійсь позитивній якості політика чи, навпаки, на негативному аспекті діяльності конкурента ("Ми знаємо як вирішити цю проблему").

Використання союзу "або" для формування пропозиції помилкового вибору. Цей прийом полягає в тому, що вибір "робити чи ні" замінюється на варіанти "як саме робити" ("Ви можете допомогти нам коштами або своєю участю в організації компанії...").

За допомогою порядкових числівників домагаються переносу уваги слухачів на послідовність пропозицій замість того, щоб дати їм можливість оцінити їх реалізованість ("Спочатку покінчимо зі злочинністю, потім візьмемося за екологію, потім будемо вирішувати проблеми...").

Застосування прийомів, які засновані на принципах причинно-наслідкового моделювання. До них відносяться:

1) використання реальних причинно-наслідкових зв'язків між явищами для вираження однозначного розуміння того, що відбувається ("Економічна криза — це наслідок непродуманої політики нової влади");

2) об'єднання за принципом причинно-наслідкового зв'язку таких явищ, які, по суті, не мають відношення одне до одного. При цьому відсутність явного зв'язку між явищами складає враження великої поінформованості промовця ("От ви слухаєте мене і починаєте задумуватися — скільки ж іще буде зберігатися їхня влада").

Зв'язування "причини" й "наслідку" може здійснюється трьома способами;

1) за допомогою сполучних союзів і фраз "можете уявити собі", "цікаво довідатися" (необов'язковий тип);

2) за допомогою слів на зразок "коли", "у той час як", "тоді як" та ін. (середня обов'язковість);

3) за допомогою причинно-наслідкових дієслів "вимагає", "змушує", "спонукає" і т. п. (обов'язковий тип зв'язування).

Застосування метафор, які надають текстам виразності, емоційності, експресії, багаторазово підсилюють ефект впливу. Загалом, метафора є досить популярним прийомом впливу, оскільки, як зазначає Г. Почепцов, "метафора задає умови нового світу, метафора порушує звичні зв'язки, метафора привертає і затримує наш погляд" [3].

В різноманітних технологіях впливу використовуються два основних різновиди метафор:

1) метафори-застереження, що показують можливий негативний розвиток подій. Вони будуються за на-

ступною схемою: спочатку надається проблемний опис існуючої ситуації; потім викладається її можливий розвиток за небажаною стратегією; а далі вже передбачається небажаний результат;

2) метафори-вказівки, які пропонують реальний вихід із ситуації. Вони будуються інакше — складаються з постановки проблеми, визначення сполучної стратегії і далі вже бажаного результату.

Найпростішим способом метафоризації є використання лапок. Таке вживання слів у незвичному, умовному значенні надає висловлюванню більшої гостроти, дозволяє підкреслити, наприклад, псевдоістинність будь-яких штампів ("нові порядки", "добрий вождь"), надає фразі додаткової образності, дає можливість підсилити негативну оцінку дій та якостей суперників та ін.

В політичній мові застосовуються також такі моделі семантичних маніпуляцій як старе слово (форма) — новий зміст; старий зміст — нове слово (форма); перифраз; підміна понять; розмитість значень; політичний зміст — неполітична форма ("упаковка"); подвійність значень і т. п.

Для політичних текстів характерне використання певних методик, в основі яких лежить застосування мовних прийомів та особливих способів побудови текстів, завдяки яким здійснюється приховане управління сприйняттям інформації.

Одним із таких прийомів є *використання невизначених чи неспецифічних дієслів*, тобто дієслів, які не розкривають змісту того, що конкретно необхідно зробити, не містять інформації про конкретний перебіг процесів. Їх застосування дає можливість націлювати увагу виборця на характеристики іміджу кандидата, про які в тексті прямо не говориться, завдяки тому, що кожен вкладає у цей текст свій зміст ("Ви мене знаєте — я вас не підведу!").

Інший прийом — *використання номіналізації*, тобто іменників, що не мають конкретного значення, але несуть певне емоційне забарвлення. Номіналізації передають властивий дієсловам зміст дії. Однак, на відміну від дієслів вони вказують на стан (тобто, що якась дія вже зроблена), а не прямо вказують на здійснення дії (наприклад, "висування на політичну арену"). Застосування номіналізації дозволяє приховано керувати сприйняттям електорату, тому що коли дія вже завершена, свідомість припиняє контролювати ситуацію, що супроводжує дану дію. Тому, якщо основні положення політичного тексту передаються за допомогою номіналізації, то вони сприймаються менш критично, ніж коли виклад проведений за допомогою дієслів.

Ще одним прийомом є *"пропуск інформації"*, коли пропускається основний іменник, до якого відноситься фраза ("Життя його не балувало"). У свідомості кожного, хто це читає, народжується власна версія "його важкого життя".

Застосування такого прийому як *"невизначене звернене позначення"* полягає в тому, що іменник, про який іде мова, не визначається (наприклад, "Рідко хто зумів до кінця відстояти свої переконання"). Ціль даного прийому полягає в поданні прихованого стимулу, який звернений в першу чергу до емоційної сфери особистості, завдяки чому людина переживає почуття причетності й тим самим одержує сильний емоційний заряд, на тлі якого будь-які дії кандидата здаються позитивно забарвленими.

Варто відзначити й *прийом побудови фраз за допомогою акцентування на виборі*, який має декілька варіантів:

1) за допомогою пропозиції різних варіантів вибору ("Буде пізно каятися у тому, що махнули на всіх рукою і не пішли на вибори, у тому, що вчинили зопалу й про-

голосували проти всіх, у тому, що піддалися ілюзіям і проголосували за минуле");

2) за допомогою пропозиції декількох варіантів вибору, кожен з яких покликаний викликати необхідну дію. При цьому надана можливість альтернативного рішення "затмарює" навмисне пропущені варіанти ("Ви можете проголосувати в будь-який зручний час – зранку чи ввечері", тобто пропозиція проголосувати в будь-який час, "затмарює" питання про те чи треба взагалі йти голосувати);

3) за допомогою виключення одного з видимих варіантів вибору – має на меті викликати бажану дію через її заборону ("Не думайте про майбутнє і живіть спокійно");

4) за допомогою пропозиції будь-яких різновидів вибору, що охоплюють усі можливі й неможливі варіанти. Метою тут є заплутати й "демобілізувати" виборця ("Ви можете голосувати чи не голосувати, віддати перевагу нам чи іншим...").

При побудові політичного тексту використовується *прийом моделювання якісної виразності за допомогою порівняльних ступенів прикметників*, що дозволяє зробити порівняння на користь "свого" кандидата ("Наш кандидат зуміє це зробити, як ніхто інший").

Популярним є *прийом побудови тексту, заснований на принципі використання протиставлень* ("Не словом, а ділом...").

Ще один стилістичний прийом передбачає *перефразування смислу чи контексту*, коли у фразу з самого початку закладається подвійний зміст або фраза будується з двох однакових, але різних за змістом частин ("Політика – моє життя, але моє життя – не лише політика").

Забезпечити бажаний ефект в політичному тексті може *використання негативних команд*. Так, за допомогою семантичного оператора "не", спрямовуючи неявним чином увагу читача на негативні сторони супротивника, можна давати приховану інструкцію ("Не будемо згадувати про їхні помилки"). Оператори "не" і "ні" також використовуються для того, щоб надміром установок заперечення викликати в читача нерозуміння ("Ні праві, ні ліві, ні демократи, ні комуністи, ні патріоти, ні космополіти, ніхто не врятує нашу країну"). Ще одним засобом, пов'язаним із вживанням оператора "не", є моделювання відсутності в супротивника конкретної програми дій. Його мета – сформувати в реципієнтів нерозуміння, після чого перейти до рекламованої політичної сили, представити її за контрастом у найбільш сприятливому світлі ("Ті, хто править країною нині нездатні захистити інтереси народу. Лише ми можемо зробити людей щасливими").

Значні можливості для впливу надає лексична система мови. Використовуючи її можливості, в політичній мові застосовуються такі прийоми, як *використання однозначних слів і виразів*, що розуміються всіма однаково, або ж *слів та виразів, що мають кілька значень*. Поряд з цим застосовуються омоніми ("Ця газетна качка вже давно полетіла"). Ефективним способом організації тексту при конструюванні слоганів, гасел, закликів є використання фонетичної множинності смислів, тобто близьких за звучанням, але різних за змістом слів ("Серп і молот – смерть і голод").

В. В. Петренко

МЕТОДЫ ВЛИЯНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЯЗЫКА

Анализируются языковые приемы влияния, которые используются в политической сфере, рассматриваются особенности их использования в разных видах политического языка.

Ключевые слова: политический язык, приемы языкового влияния, политический текст.

V. V. Petrenko

THE POLITICAL LANGUAGE'S METHODS OF INFLUENCES

Analyzed the linguistic methods of influence, used in political sphere and considered the peculiarities of their application in different kinds of political language.

Keywords: the political language, the linguistic methods of influence, the political text.

Нерідко також *використовуються слова-символи, слова-стереотипи* з метою підкреслити позитивні чи негативні сторони якогось явища, емоційно забарвити ті чи інші уявлення, зробити основним чинником мотивації виборців їхні несвідомі реакції на створені рекламою образи [4].

У цілому для політичної мови характерні наступні показники, які сприяють її впливу:

1. Використання *мовних маркерів "грандіозних" (історичних) стандартів* ("епохальне рішення", "історична подія" та ін.).

2. Застосування *мовних засобів інтимізації*, створення з їхньою допомогою атмосфери дружнього спілкування, що сприяє завоюванню довіри у громадськості. Типовою є реклама, в якій робиться акцент на "людський елемент". Тобто, кандидат ніби запросто розмовляє з виборцями, говорить довірливим, задушевним тоном, як близький друг, при цьому не забуваючи про мету такої розмови – повернути на свій бік якомога більше виборців.

3. Часте використання таких граматичних форм як *апелятиви* – форми, які застосовуються для того, щоб закликати людей до певних дій, в тому числі й мислительного характеру ("Голосуйте за...", "Підтримайте на виборах..." і т. п.).

4. Аналіз мови політичних текстів, особливо рекламних, показує стійке використання деяких *слів із великим відхиленням при співставленні*. Найчастіше вживаються такі слова: "новий", "великий", "історичний" та ін.

5. Уміле використання *конотативних значень* для того, щоб налаштувати громадськість на користь певного кандидата, політичного діяча чи програми, тобто значень, які часто не мають ніякого зв'язку з самими особами.

6. *Часте повторювання тексту* без змін або ж у різних варіаціях.

7. *Номінація політичного "товару" за допомогою назви, яка добре запам'ятовується і привертає увагу громадськості*. Номінація політичних діячів здійснюється, як правило, за допомогою відомих, чим-небудь знаменитих особистостей, або ж слів-ярликів із позитивним забарвленням.

Таким чином, як бачимо, в політичній мові існує чималий арсенал лексичних, стилістичних, риторичних прийомів. Всі вони активно використовуються у сфері політики з метою здійснення впливу, зокрема й маніпулятивного, оскільки їх застосування дозволяє приховано впливати на людську свідомість. Політична мова завжди включає не тільки повідомлення про політичну дійсність, а й її інтерпретацію та як явну, так і приховану оцінку, вона орієнтована на те, щоб викликати бажану для суб'єкта мовну чи поведінкову реакцію з боку об'єкта комунікації.

Список використаних джерел

1. Блалар Г. М. Язык как инструмент социальной власти: теоретико-эмпирические исследования языка и его использования в социальном контексте // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1998. – С. 107.
2. Стриженко А. А. Роль и средства социально-ориентированного общения в буржуазной пропаганде. – Барнаул : Изд-во АГУ, 1982. – С. 21.
3. Почепцов Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов. – Киев : АДЕФ-Украина, 1997. – С. 23.
4. Петренко В. Политическая мова : навч. посіб. – К. : ІМВ, 2006. – С. 193–196.

Надійшла до редколегії 25.12.12