

DOI 10.31558/2519-2949.2025.2.11

УДК 32.019.5

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-2458-6867>**Мужеляк Ю. В., Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського**

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ МОВНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ В ПОЛІТИЦІ

Актуальність дослідження визначається тим, що стратегії і тактики мовної маніпуляції є відносно малодослідженою темою. Це зумовлює розбіжності у визначенні цих понять, а також обумовлює відсутність єдиного підходу щодо того, як співвідносяться між собою ці поняття. Відтак, метою дослідження є комплексний аналіз стратегій та тактик мовної маніпуляції у політиці. Мовленнєві засоби маніпуляції добираються й компонуються відповідно до певних стратегій та тактик впливу, спрямованих на переконання адресата у правильності запропонованих маніпулятором позицій. При цьому стратегії та тактики не є універсальними та ефективними у всіх ситуаціях, а їх вибір залежить від існуючого контексту, який визначається багатьма параметрами, серед яких характер дискурсу, контекст культури та її цінності, типи мовних особистостей, що беруть участь у формуванні дискурсу, тощо. Водночас, способи побудови висловлювання чи тексту – так звані техніки або прийоми, також набувають маніпулятивності лише в конкретному комунікативному (мовленнєвому) акті. На сьогодні немає єдиного підходу щодо того, як співвідносяться між собою стратегії і тактики мовного маніпулювання. Деякі дослідники пов'язують їх між собою як рід і вид, і в окремих випадках допускають використання цих понять як синонімів, водночас інші – пропонують чітко розрізняти ці терміни між собою, як загальне і часткове. Крім стратегій та тактик, деякі дослідники виділяють мовні засоби та техніки (прийоми) мовного впливу, які зазвичай розуміються як окремі мовні дії, з яких складається тактика мовного впливу. І такий підхід, на наш погляд, є доволі вдалим, оскільки дозволяє аналізувати мовний вплив як на макрорівні, так і на мікрорівні. У цьому контексті, та чи інша комунікативна стратегія реалізується у відповідних комунікативних тактиках. Водночас, та чи інша комунікативна тактика реалізується послідовним впровадженням комунікативних ходів (приймів) – мінімально значущих елементів, спрямованих на досягнення комунікативної мети. При цьому комунікативні тактики й ходи (прийоми) тісно корелюють із мовленнєвими тактиками й ходами (прийомами). Отже, мовленнєва тактика є способом мовленнєвого впливу через використання сукупності мовленнєвих технік, і водночас будь-яка мовленнєва стратегія реалізується через використання мовленнєвої тактики (або сукупності мовленнєвих тактик).

Ключові слова: мовна (мовленнєва) маніпуляція, стратегія мовної (мовленнєвої) маніпуляції, тактика мовної (мовленнєвої) маніпуляції, техніки (прийоми) мовного (мовленнєвого) впливу, засоби мовного (мовленнєвого) впливу, комунікативний вплив, комунікативні технології, засоби масової інформації, політичний дискурс.

Вступ. Незважаючи на те, що різноманітні аспекти мовних маніпуляцій є предметом наукових досліджень багатьох політологів, соціологів, психологів, філософів, мовнознавців тощо, стратегії і тактики мовної маніпуляції є відносно малодослідженою темою. Це зумовлює розбіжності у визначенні цих понять, а також обумовлює відсутність єдиного підходу щодо того, як співвідносяться між собою ці поняття.

Відтак, попри існуючий науковий доробок багатьох дослідників серед яких О.Ю. Герасименко [1], Ж.Д. Горіна і О.В. Олійник [2], О.В. Дмитрук [3], О.В. Дяченко [4], В.Л. Іващенко [5], А.М. Коваленко і Т.С. Марченко [6], Т.М. Пустовіт і М.С. Крещенко [7], О.Г. Руда [8] і Дун Ци [9], досить перспективним, як із теоретичної, так і практичної точки зору, залишається комплексний аналіз стратегій і тактик мовної маніпуляції в політиці.

Мета дослідження. Метою дослідження є комплексний аналіз стратегій та тактик мовної маніпуляції у політиці.

Методи дослідження. В основі дослідження лежать системний, міждисциплінарний і дискурсивний підходи, використання яких, значною мірою, й дозволило досягти означеної мети. Були застосовані такі загальнонаукові методи пізнання як індукція і дедукція, аналіз і синтез, порівняння й аналогія, узагальнення й абстрагування, а також такі спеціально-наукові методи як дескриптивний і контент-аналіз, методи деконструкції і реконструкції тощо.

Результати. Як зазначають Т.М. Пустовіт і М.С. Крещенко, мовленнєві засоби маніпуляції добираються й компонується відповідно до певних стратегій та тактик впливу, спрямованих на переконання адресата у правильності запропонованих маніпулятором позицій [7, с. 174].

За словами В.Л. Іващенко, комунікативна стратегія корелює з мовленнєвою стратегією, що передбачає певну послідовність або комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети, реалізація якої відповідає певному планові (у разі вольової поведінки) або певній настанові (у разі імпульсивної поведінки) [5, с. 94].

О.В. Дяченко пропонує розглядати стратегію маніпуляції як «загальний задум, сукупну послідовність запланованих і реалізованих актором комунікативних впливів на об'єкт, спрямованих на досягнення кінцевої мети маніпуляції. Відповідно до цього, стратегія мовної маніпуляції полягає в побудові загального проекту (сценарію) мовного впливу, з урахуванням особливостей комунікативної ситуації» [4, с. 47]. Зрештою, зауважує О.В. Дяченко, системність в організації мовлення, у виборі ракурсу, при відборі та подачі інформації тощо, обумовлює вибір стратегії мовної маніпуляції [4, с. 47].

В цьому контексті, зазначає О.Ю. Герасименко, «стратегію» слід розуміти як процес розробки та реалізації комунікативного завдання, що має на меті ефективний вплив на адресата, відповідно до задуму маніпулятора. Водночас під «тактикою» розуміються комунікативні прийоми, використовуючи які можна досягти поставлених маніпулятором цілей.

Як зазначає О.Г. Руда, хоча і існують суттєві розбіжності у визначенні означених понять, але науковцями визнається спрямованість цих елементів спілкування на зміну поведінки адресата [8, с. 51-52]. «Маніпулятивну стратегію репрезентують мовні засоби, ужиті з метою маніпулювання, у поєднанні з певними прийомами структурування та подання інформації» [8, с. 51-52]. Водночас, маніпулятивна мовленнєва тактика являє собою таку мовленнєву дію, що відповідає певному етапу в реалізації тієї чи іншої стратегії, «і є сукупністю в певний спосіб організованих прийомів здійснення прихованого впливу, націленого на досягнення бажаного ефекту чи попередження небажаного результату» [8, с. 52].

При цьому стратегії та тактики не є універсальними та ефективними у всіх ситуаціях, а їх вибір залежить від існуючого контексту, який визначається багатьма параметрами, серед яких характер дискурсу, контекст культури та її цінності, типи мовних особистостей, що беруть участь у формуванні дискурсу, тощо. Водночас, способи побудови висловлювання чи тексту – так звані техніки або прийоми, також набувають маніпулятивності лише в конкретному комунікативному (мовленнєвому) акті [1, с. 79-82; 8, с. 51-52].

Отже, на сьогодні немає єдиного підходу щодо того, як співвідносяться між собою стратегії і тактики мовного маніпулювання. Деякі дослідники пов'язують їх між собою як рід і вид, і в окремих випадках допускають використання цих понять як синонімів (зокрема Ж.Д. Горіна і О.В. Олійник [2], Т.М. Пустовіт і М.С. Крещенко [7]), водночас інші – пропонують чітко розрізняти ці терміни між собою, як загальне і часткове (зокрема О.В. Дмитрук [3], О.В. Дяченко [4], А.М. Коваленко і Т.С. Марченко [6]).

Як зазначає О.В. Дяченко, крім стратегій та тактик, деякі дослідники виділяють мовні засоби та техніки (прийоми) мовного впливу, які зазвичай розуміються як окремі мовні дії, з яких складається тактика мовного впливу. І такий підхід, на наш погляд, є доволі вдалим, оскільки дозволяє аналізувати мовний вплив як на макрорівні, так і на мікрорівні.

О.В. Дяченко пропонує розглядати стратегію маніпуляції як систему стратегічних задач, реалізація яких передбачає вибір і застосування певних тактик маніпуляції, виконання яких у всій їх сукупності забезпечує досягнення поставленої маніпулятором мети. Водночас, реалізація тактики маніпуляції передбачає вибір і застосування певних технік (приймів) впливу, спрямованих на вирішення однієї зі стратегічних задач, які сприяють реалізації стратегії маніпуляції. В цьому контексті, техніку (прийом) маніпулятивного впливу можна визначити як структурний елемент тактики маніпуляції, і водночас як єдину повну конструкцію, яка виражається в якійсь мовній дії.

За словами В.Л. Іващенко, «та чи інша комунікативна стратегія реалізується у відповідних

комунікативних тактиках» [5, с. 94]. В свою чергу, та чи інша комунікативна тактика реалізується послідовним впровадженням комунікативних ходів (прийомів) – мінімально значущих елементів, спрямованих на досягнення комунікативної мети. При цьому комунікативні тактики й ходи (прийоми) тісно корелюють із мовленнєвими тактиками й ходами (прийомами). Мовленнєві тактики іноді трактують як одну чи декілька мовленнєвих дій або як конкретні мовленнєві ходи (кроки, етапи), які сприяють реалізації мовленнєвої стратегії, відмежовуючи їх від мовленнєвих прийомів, що спричиняє певну плутанину в поняттях [5, с. 94].

За словами А.М. Коваленко та Т.С. Марченко: «Комунікативна тактика визначається як мовленнєва дія, що відповідає певному етапу в реалізації тієї чи іншої стратегії. Тобто, тактика є інструментом втілення стратегії і підпорядкована її основній меті, [водночас] стратегія досягає основної цілі через рішення проміжних тактичних завдань» [6, с. 214].

За словами Дун Ци, а також Т.М. Пустовіт і М.С. Крещенко, мовленнєву стратегію слід розуміти «як сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на розв'язання загальної комунікативної задачі мовця», а мовленнєву тактику – «як одну або декілька дій, які сприяють реалізації стратегії», оскільки обрана учасниками спілкування стратегія в тій чи іншій комунікативній ситуації передбачає використання відповідних комунікативних тактик [7, с. 174; 9, с. 53-54]. Отже, мовленнєва стратегія і мовленнєва тактика пов'язані між собою як рід і вид. Мовленнєва тактика є способом мовленнєвого впливу через використання сукупності мовленнєвих технік (прийомів), і водночас будь-яка мовленнєва стратегія реалізується через використання мовленнєвої тактики (або сукупності мовленнєвих тактик) [7, с. 174].

За словами О.В. Дмитрук, вплив на людську свідомість у ЗМІ відбувається через використання маніпулятивних стратегій, які реалізуються за допомогою мовних засобів у поєднанні з немовними засобами, певними прийомами організації тексту, структурування та подання інформації тощо. При цьому, у межах маніпулятивних стратегій реалізуються певні тактики [3, с. 4].

Стратегія ухиляння від істини включає тактики «навішування ярликів», «сяючих узагальнень», «перенесення» або «трансферу» та вживання неологізмів.

Тактика «навішування ярликів» полягає у виборі негативно забарвленої лексики для позначення певного явища, людини, ідеї тощо, що має породити емоційно негативне ставлення до явища, людини, ідеї, тощо, яке позначається за допомогою даної лексичної одиниці.

Тактика «сяючих узагальнень» полягає в перейменуванні, позначенні певного явища більш загальним родовим іменем, яке, як вважається, має більш позитивне емоційне забарвлення і має породжувати більш доброзичливе ставлення адресата.

Тактика «перенесення» або «трансферу» ґрунтується на непомітному перенесенні конотації одного поняття на інше, використанні позитивних асоціацій і пов'язуванні поняття із об'єктом, який викликає позитивні конотації у адресата. Для цього використовуються позитивна або абстрактна лексика, соціально-політичні, воєнно-політичні і політично коректні евфемізми тощо.

Тактика вживання неологізмів ґрунтується на активному створенні, поширенні та використанні неологізмів – нової лексики та фразеології, які мають викликати негативні чи позитивні емоції та ставлення.

Стратегія викривлення інформації передбачає реалізацію тактик повторення, гіперболізації, применшення та спрощення понять, замовчування, підтасовки та фабрикації фактів, подрібнення цілісної картини.

Тактика повторення інформації передбачає багаторазове повторення фраз, словосполучень та слів, які змушують адресата прийняти їх як істинні. З часом ці фрази, словосполучення та слова можуть бути вкорінені, стати частиною шаблонного, стереотипного сприйняття певної інформації, і вже їх повторення дозволяє досягти найбільш тривалого маніпулятивного ефекту.

Тактику гіперболізації застосовують як для зміщення уваги від існуючих реальних проблем, так і, навпаки, для надання інформації про них більшої ваги. Вона може використовуватися для того, щоб викликати резонанс у суспільстві, загострити сприйняття подій населенням або суспільно-політичними силами тощо. Гіперболізація впливає на емоції адресата, нерідко збуджуючи почуття страху або інші сильні почуття задля досягнення бажаного для маніпулятора результату.

Тактика спрощення понять базується на характерній особливості людської психіки – принципі економії зусиль, яка дозволяє стверджувати в суспільстві стереотипи, що мають чітко негативний або чітко позитивний характер.

Тактика замовчування фактів полягає в тому, що від адресата приховується правда у всій її цілісності: одні, вигідні маніпулятору факти висвітлюються, а інші – ні. Отже адресат не може

правильно оцінити стан речей.

Тактика підтасовки або фабрикації фактів полягає в тому, щоб окремі факти, які можуть і відповідати дійсності, були підібрані і скомпоновані у такий спосіб, аби всі разом вони давали викривлену картину.

Тактика подрібнення цілісної картини полягає в демонструванні лише тієї частини проблеми, яка відповідає інтересам маніпулятора, зокрема може «висмикуватися» і демонструватися лише передісторія проблеми, її виникнення, розвиток чи спроби вирішення.

Стратегія імунізації висловлювань включає тактики посилення на авторитети та вживання універсальних висловлювань.

Тактика посилення на авторитети полягає в наведенні висловлювань авторитетних осіб або, навпаки, тих осіб, які викликають негативну реакцію в цільовій аудиторії. Зазвичай, відповідні висловлювання містять оцінні судження (осуд чи схвалення) людей, ідей, подій, програм, організацій тощо. І оскільки автори цих висловлювань – люди авторитетні, то вони повинні сприйматися з повагою та довірою, а якщо автори цих висловлювань викликають негативну реакцію в цільовій аудиторії. То, навпаки, ці висловлювання мають сприйматися з неповагою та недовірою.

Тактика використання універсальних висловлювань має викликати в адресата враження, що члени певної спільноти, до якої адресат бажає належати, поділяють окреслені погляди. Відповідні узагальнення підштовхують адресата до того, аби він мимоволі поділяв позицію, до якої його схилиють.

Стратегія групової ідентифікації включає тактики інклюзивності та дистанціювання. Їх реалізація передбачає використання займенників для активізації стереотипів, заснованих на протиставленні за принципом «Ми – Вони», що має викликати позитивне ставлення до однієї групи людей та негативне – до протилежної.

Стратегія структурування за принципом релевантності включає тактики надання важливої інформації на початку й у кінці повідомлення, а також використання структур з імплікативним потенціалом.

Тактика надання важливої інформації на початку та в кінці повідомлення базується на особливості сприйняття людиною інформації, коли вступна та заключна частини повідомлення краще запам'ятовуються адресатом, ніж його основна частина. Спираючись на це, в повідомленні, яке містить негативний матеріал, аби нівелювати його негативний характер, позитивну інформацію слід розташовувати на початку та в кінці повідомлення, і навпаки [3, с. 4-10]. «Це стосується не тільки загальної тематичної або схематичної організації повідомлення, але й порядку речень в абзацах, що описують певний епізод, чи порядку слів усередині речень (де на першому місці розташовують ту його частину, яка є найважливішою для досягнення маніпулятивного ефекту). Отже, стратегія структурування за принципом релевантності пронизує весь текст, усі його рівні» [3, с. 10].

Водночас, як ми вже сказали, існує і інший підхід до того, як співвідносяться між собою стратегії і тактики мовного маніпулювання. Зокрема, аналізуючи мовні маніпуляції в соціальних мережах, Ж.Д. Горіна і О.В. Олійник стверджують, що в даному разі можна фактично ототожнювати стратегії і тактики мовної маніпуляції, оскільки вибір мовної стратегії визначає засоби і прийоми її реалізації, а стратегія і тактика мовної маніпуляції пов'язані між собою як рід і вид.

В цьому контексті, Ж.Д. Горіна і О.В. Олійник виділяють такі поширені стратегії/тактики мовного маніпулювання: 1) НЛП (нейролінгвістичне програмування); 2) посилення на (невідомий) авторитет або «трансфер»; 3) «читання думок» або «фургон з оркестром»; 4) «моделювання особистості адресата»; 5) «гра у протинародність» або «свої хлопці»; 6) повторення інформації; 7) нагнітання паніки [2, с. 24].

НЛП (нейролінгвістичне програмування) реалізується в «моделі спілкування і поведінки, яка ґрунтується на створенні дійсності у свідомості кожного індивіда у формі глибинної структури, сформованої в процесі вербальної і невербальної комунікацій» [2, с. 24]. НЛП зазвичай провокує сильні позитивні та/або негативні емоції і формує суспільну думку через використання асоціацій та/або дисоціацій.

Посилення на авторитет або «трансфер» ґрунтується на ненав'язливому та, на перший погляд, непомітному посиленні на відому та/або впливову особистість, що нібито розділяє повідомлення маніпулятора. Водночас суттєвою ознакою посилення на невідомий авторитет є посилення на безіменне джерело інформації та/або невідомий експеримент, які підтверджують повідомлення маніпулятора.

«Читання думок» або «фургон з оркестром» використовують психологічні механізми, зорієнтовані на бажання людини належати до певної спільноти, певного колективу [2, с. 24-25]. «Маніпулятивна тактика “читання думок” є спекуляцією на ступені вірогідності повідомлення і спрямована на те, щоб подати ймовірний умовивід як очевидний висновок» [2, с. 25].

«Моделювання особистості адресата» базується на моделюванні ситуації, за якої автор та адресат, нібито, знайомі люди. Вербальний компонент охоплює використання адресного компонента, вираженого особовими («ти», «ви», «ми») і присвійними займенниками («твій», «ваш», «наш») тощо.

«Гра у протинародність» полягає в наближенні адресанта до своєї цільової аудиторії, створенні для них образу «свого хлопця». Аби викликати потрібне враження, створити образ «людини з народу», і викликати в цільовій аудиторії позитивні емоції, адресант створює семантичне поле «я – свій». Ця тактика є характерною здебільшого для політичного дискурсу, в якому політики позиціюють себе вихідцями з народу, створюючи ефект близькості з громадянами та посилюючи довіру виборців до них.

Тактика повторення скерована на вживлення у масову свідомість того, з чим люди мають справу щоденно, зокрема на надлишкову концентрацію уваги на певних поняттях, висловах, лексемах, мовних кліше тощо, які, за умови постійного повторювання та вживання, можуть перетворитися на стійкі стереотипи.

Тактика нагнітання паніки натомість націлена на навіювання сильних емоцій страху, адже повідомлення з сильним негативним забарвленням, практично безперешкодно потрапляє в несвідоме, а через деякий час – у свідоме, «застрягаючи в голові» [2, с. 24-25].

Висновки. Мовленнєві засоби маніпуляції добираються й компонуються відповідно до певних стратегій та тактик впливу, спрямованих на переконання адресата у правильності запропонованих маніпулятором позицій.

При цьому стратегії та тактики не є універсальними та ефективними у всіх ситуаціях, а їх вибір залежить від існуючого контексту, який визначається багатьма параметрами, серед яких характер дискурсу, контекст культури та її цінності, типи мовних особистостей, що беруть участь у формуванні дискурсу, тощо. Водночас, способи побудови висловлювання чи тексту – так звані техніки або прийоми, також набувають маніпулятивності лише в конкретному комунікативному (мовленнєвому) акті.

На сьогодні немає єдиного підходу щодо того, як співвідносяться між собою стратегії і тактики мовного маніпулювання. Деякі дослідники пов'язують їх між собою як рід і вид, і в окремих випадках допускають використання цих понять як синонімів, водночас інші – пропонують чітко розрізняти ці терміни між собою, як загальне і часткове.

Крім стратегій та тактик, деякі дослідники виділяють мовні засоби та техніки (прийоми) мовного впливу, які зазвичай розуміються як окремі мовні дії, з яких складається тактика мовного впливу. І такий підхід, на наш погляд, є доволі вдалим, оскільки дозволяє аналізувати мовний вплив як на макрорівні, так і на мікрорівні.

У цьому контексті, та чи інша комунікативна стратегія реалізується у відповідних комунікативних тактиках. Водночас, та чи інша комунікативна тактика реалізується послідовним впровадженням комунікативних ходів (приймів) – мінімально значущих елементів, спрямованих на досягнення комунікативної мети. При цьому комунікативні тактики й ходи (прийоми) тісно корелюють із мовленнєвими тактиками й ходами (прийомами).

Отже, мовленнєва тактика є способом мовленнєвого впливу через використання сукупності мовленнєвих технік, і водночас будь-яка мовленнєва стратегія реалізується через використання мовленнєвої тактики (або сукупності мовленнєвих тактик).

Бібліографічний список:

1. Герасименко О.Ю. Стратегії і тактики маніпулятивного впливу у політичному дискурсі : аналіз та класифікація. *Інтелект. Особистість. Цивілізація*. 2023. № 2(23). С. 78–88.
2. Горіна Ж.Д., Олійник О.В. Мовні засоби маніпулятивного впливу в дискурсі соціальних мереж. *Молодий вчений*. 2020. № 9(85.1). С. 22–26.
3. Дмитрук О.В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000- 2005 рр.) : Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ. 2006. 19 с.
4. Дяченко О.В. Застосування засобів мовно-маніпулятивної політичної діяльності у сучасних політичних процесах : дис. ... канд. політ. наук: 03.00.02 / Південноукр. нац. пед. ун-т імені К.Д. Ушинського. Одеса, 2018. 201 с.

5. Іващенко В.Л. Сучасні медіакомунікативні технології. Київ: ТОВ «Видавництво “Розумники”». 2021. 192 с.
6. Коваленко А.М., Марченко Т.С. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англомовних ЗМІ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія : збірник наукових праць*. Одеса. 2019. Вип. 38. Т. 1. С. 214–218.
7. Пустовіт Т.М., Крещенко М.С. Мовні засоби здійснення прихованого впливу у політичній рекламі. *Матеріали XLVIII науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету* (НТКП ВНТУ, 13–15 березня 2019 р.). Вінниця : ВНТУ, 2019. С. 173–175.
8. Руда О.Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі. Київ. 2012. 232 с.
9. Dun Tsi Strategies of manipulation as levers of influence on human consciousness in English-speaking political discourse. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. № 3-4. 2022. С. 49–55.

References:

1. Herasymenko, O.Yu. (2023). Stratehii i taktyky manipulyativnoho vplyvu u politychnomu dyskursi : analiz ta klasyfikatsiia [Strategies and tactics of manipulative influence in terms of political discourse: analysis and classification]. *Intelekt. Osobystist. Tsyvilizatsiia*. 2(23): 78–88.
2. Horina Zh.D., Oliynyk O.V. (2020). Movni zasoby manipulyativnoho vplyvu v dyskursi sotsialnykh mrezh [Linguistic methods of manipulative influencing in social network discourse]. *Molodyi vchenyi*. 9(85.1): 22–26.
3. Dmytruk, O.V. (2006). Manipulyativni stratehii v suchasni anhlomovni komunikatsii (na materialy tekstiv drukovanykh ta Internet-vydan 2000- 2005 rr.) [Manipulative Strategies in Modern English Communication (on the material of printed and Internet editions of 2000-2005)]: Avtoref. dys... kand. filol. nauk: 10.02.04. Kyivsyi nats. un-t im. T. Shevchenka. K. 19 p.
4. Diachenko, O.V. (2018). Zastosuvannia zasobiv movno-manipulyativnoi politychnoi diialnosti u suchasnykh politychnykh protsesakh [The use of methods of speech-manipulative political activity in modern political processes]: dys. ... kand. polit. nauk: 03.00.02. Pivdenoukr. nats. ped. un-t imeni K.D. Ushynskoho. Odesa. 201 p.
5. Ivashchenko, V.L. (2021). Suchasni mediakomunikatyvni tekhnolohii [Modern media and communication technologies]. Kyiv: TOV «Vydavnytstvo “Rozumnyky”». 192 p.
6. Kovalenko A.M., Marchenko T.S. (2019). Movni zasoby realizatsii manipulyativnoho vplyvu v suchasnykh anhlomovnykh ZMI [The language means of manipulation in modern English mass media]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Filolohiia : zbirnyk naukovykh prats*. Odesa. 38(1): 214–218.
7. Pustovit T.M., Kreshchenko M.S. (2019). Movni zasoby zdiisnennia prykhovanoho vplyvu u politychnii reklamii [Language means of performing the hidden influence in political advertising]. *Materialy XLVIII nauково-tekhnichnoi konferentsii pidrozdiliv Vinnytskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu* (NTKP VNTU, 13–15 bereznia 2019 r.). Vinnytsia : VNTU. 173–175.
8. Ruda, O.H. (2012). Movne pytannia yak obiekt manipulyativnykh stratehii u suchasnomu ukrainskomu politychnomu dyskursi [The language issue as an object of manipulative strategies in contemporary Ukrainian political discourse]. Kyiv. 232 p.
9. Dun, Tsi (2022). Strategies of manipulation as levers of influence on human consciousness in English-speaking political discourse. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii*. 3-4: 49–55.

Muzheliak Y. Strategies and tactics of linguistic manipulation in politics

The relevance of the study is determined by the fact that strategies and tactics of linguistic manipulation are a relatively understudied topic. It causes differences in the definition of these concepts, and also the absence of a single approach to how these concepts relate to each other. Therefore, the purpose of the study is a comprehensive analysis of strategies and tactics of linguistic manipulation in politics. Linguistic means of manipulation are selected and composed in accordance with certain strategies and tactics of influence aimed at convincing the addressee in the correctness of the positions proposed by the manipulator. At the same time, strategies and tactics are not universal and effective in all situations, and their choice depends on the existing context, which is determined by many parameters, including the nature of the discourse, the context of culture and its values, the types of linguistic personalities participating in the formation of the discourse, etc. At the same time, the ways of constructing a statement or a text – the so-called techniques or moves – also acquire manipulateness only in a specific communicative (linguistic) act. Today, there is no single approach to how strategies and tactics of linguistic manipulation relate to each other. Some researchers link them as type and sort and in some cases allow the use of these concepts as synonyms, while others propose to clearly distinguish these terms from each other, as general and particular. In addition to strategies and tactics, some researchers distinguish linguistic means and techniques (moves) of linguistic influence, which are usually understood as separate linguistic actions that make up the tactics of linguistic influence. And such an approach, in our opinion, is quite successful, since it allows analyzing linguistic influence both at the macro

and micro levels. In this context, a particular communicative strategy is implemented in the corresponding communicative tactics. At the same time, a particular communicative tactic is implemented by the consistent implementation of communicative moves (techniques) – minimally significant elements aimed at achieving a communicative goal. At the same time, communicative tactics and moves (techniques) are closely correlated with linguistic tactics and moves (techniques). So, linguistic tactics are the way of linguistic influence through the use of a set of linguistic techniques, and at the same time any linguistic strategy is implemented through the use of linguistic tactics (or a set of linguistic tactics).

Keywords: *linguistic (speech) manipulation, linguistic (speech) manipulation strategy, linguistic (speech) manipulation tactics, techniques (moves) of linguistic (speech) influence, means of linguistic (speech) influence, communication technologies, mass media, political discourse.*