

ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ТА ІДЕОЛОГІЯ

DOI 10.31558/2519-2949.2018.2.15

УДК 32.019.5

*Дяченко О. В., Одеський національний університет імені І.І. Мечникова*СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ
В ПОЛІТИЦІ

В статті проаналізовано процес мовно-маніпулятивного впливу в політиці, з'ясовано механізм реалізації та рівні маніпуляції. Виявлені складові механізму мовної маніпуляції в політиці, до яких віднесені стратегія, тактика, техніки (прийоми) та засоби мовного маніпулювання.

Визначено загальну структуру процесу мовного маніпулятивного впливу (механізму реалізації мовної маніпуляції): визначення цілей маніпуляції (інтенція впливу); підготовчий етап (створення вихідних переваг, оформлення контексту комунікації); формування стратегії маніпуляції (стратегічне бачення всього проведення операції, визначення загального плану маніпуляції, вибір векторів впливу); визначення тактик маніпуляції (підбір мішеней і комплексу прийомів впливу на них, виходячи з підзадач стратегії); вибір конкретних прийомів впливу; підбір мовних засобів впливу прийомів (втілення прийомів маніпуляції в тексті); сприйняття повідомлення адресатом; вплив на мішені; запуск механізмів маніпуляції; перлокутивний ефект (наслідки впливу маніпулятора та конкретного адресата).

Проаналізовано типи маніпулювання: референціальне (пов'язане зі спотворенням образу денотата/референта в процесі позначення дійсності) та аргументативне (пов'язано з порушенням постулатів спілкування). Визначені прийоми, притаманні для цих типів маніпуляції. Досліджено три рівні маніпуляції: макро-, мезо- та макрорівень. Встановлено прийоми, що використовуються на кожного з рівнів. З'ясовано, що на мезорівні застосовується дві групи прийомів: логічні (за допомогою яких здійснюється вплив на розум читача в необхідному автору тексту напрямку) та емоційні (призначені для впливу на канали сприйняття інформації).

Ключові слова: *політичне маніпулювання, механізм мовно-маніпулятивного впливу, стратегія маніпуляції, тактика маніпуляції, техніки (прийоми) та засоби маніпулятивного впливу.*

Постановка проблеми. Маніпулювання свідомістю людей наразі є однією з найгостріших проблем сучасності, що отримала широке обговорення. Використання широкого спектру маніпулятивних технологій має своїм наслідком трансформацію суспільної свідомості, руйнування стереотипів та моральних ідеалів, поширення жорстокості та насильства тощо.

Говорячи про феномен маніпулювання науковці розуміють під ним вплив на людину з метою спонукати її зробити що-небудь (повідомити інформацію, зробити вчинок, змінити свою поведінку) неусвідомлено або всупереч її власним бажанням, думці, намірам [18, с. 27].

В умовах інформаційного суспільства маніпулювання в цілому та мовне політичне маніпулювання зокрема, набуває глобального масштабу.

Маніпулювання передбачає, перш за все, процес впливу. Для розуміння його сутності та прикметних рис необхідно визначити структурні елементи механізму мовної маніпуляції.

Все вищенаведене вказує на актуальність теми дослідження даної статті.

Мета статті полягає встановленні складових механізму реалізації мовної маніпуляції в політиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів політичного маніпулювання присвятили свої праці як вітчизняні (М. Бебик, С. Грабовська, І. Жданов, В. Петренко, А. Романюк, Л. Скочиляс), так і зарубіжні науковці (В. Бенет, Г. Грачов, Ф. Грін, Е. Жукова, О. Ланге, С. Лівінстоун, Я. Манхейм, Г. Філіппов, Т. Хоув, Р. Шапіро та ін.)

Особливості мовних засобів маніпулювання, що використовуються в різних сферах життя аналізували такі дослідники, як: Ж. Бодрийяр, Ю. Лотман, Г. Грайс, І. Стернін, М. Кочкін та інші.

Окремі аспекти використання політичної мови розглянули в своїх працях Т. Бережна, О. Григор'єва, К. Горюнов, Н. Гронська, Є. Какорін, І. Рогозіна, А. Стриженко та ін.

Проте незважаючи на чималий науковий інтерес до означеної міждисциплінарної проблеми, на даний час більшість авторів розглядає окремі технології політичного маніпулювання, що використовуються під час певних політичних процесів. Досі не існує комплексної праці, що б містила розгорнутий аналіз механізму мовно-маніпулятивного впливу в політиці.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні поряд з традиційними загрозами, які існують у сфері формування, зберігання і поширення інформаційних ресурсів, що підлягають охороні з боку держави, виникла і небезпека, пов'язана з такими новими явищами, як «інформаційна експансія», «інформаційна зброя», «інформаційна війна».

В результаті їх проведення можуть широко застосовуватись дезінформація, інформаційний шантаж з використанням результатів електронного контролю за життям людей, їх політичною діяльністю і особистими планами, з використанням всього спектру сучасних засобів масової інформації.

Для України зазначена загроза її інформаційній безпеці пов'язана з такими факторами, як слабка інтегрованість України у світове інформаційне поле, недостатня кваліфікованість й активність її інформаційних служб та використання ЗМІ окремими політичними силами, вплив на них організованої злочинності, мафіозних структур [5, с. 95].

Наслідком слабкої інтегрованості України у світове інформаційне поле є те, що уявлення про Україну в світі формують ЗМІ інших держав, виходячи з їх власних геополітичних, військових, економічних та інших інтересів.

Україна не може протистояти інформаційно-пропагандистським акціям інших держав, які через вторгнення в інформаційний простір України намагаються забезпечити свої політичні та економічні інтереси, що створює загрозу національній безпеці України. Дана проблема набуває особливої актуальності в умовах російської агресії та ведення проти України гібридної війни.

Особливістю іноземної присутності в інформаційному просторі нашої країни є боротьба за сфери впливу в ньому Росії та США, котрі відстоюють власні геополітичні інтереси у центральноевропейському регіоні.

Крім того, державні засоби масової інформації в Україні сьогодні фактично перетворено на знаряддя політичної боротьби між різними політичними силами [6]. З цією метою широко застосовуються технології мовно-маніпулятивного впливу.

Залежно від характеру інформаційних перетворень в політичному дискурсі розмежовуються два види маніпулювання: референціальне та аргументативне [20, с. 135].

Референціальне маніпулювання пов'язане зі спотворенням образу денотата/референта в процесі позначення дійсності. Воно може здійснюватись за допомогою:

- фактологічного маніпулювання – спотворення фактів (брехня, підтасування фактів, перебільшення, недоводки, створення референціальної невизначеності);
- фокусувального маніпулювання (зрушення прагматичного фокусу – змінюється кут зору і, відповідно, характер сприйняття денотата, що змушує адресата сприймати його у вигідному для маніпулятора світлі).

Аргументативне маніпулювання пов'язано з порушенням постулатів спілкування:

- порушення логіки розвитку тексту або цілісності тексту (відхід від відповіді, зміна теми);
- ухилення від обов'язку доведення, наприклад, використання стратегії імунізації – формулювання точки зору в незаперечній формі, яка не потребує доказів, або ухилення від повноти подачі інформації, яка б підтверджувала висловлену точку зору [22];
- маскувannya логічних ходів, наприклад, маскувannya асерції під пресуппозицію або імплікатури [21], заперечення під виглядом згоди [2], помилкові аргументи.

Спотворення інформації про денотат може бути представлено у вигляді двох градаційних шкал, що перетинаються (вісі інформаційного простору):

- повідомлення про факт – недовомовленність (часткове замовчування) – повне замовчування (приховування інформації);
- правда (повна відповідність фактам) – часткове спотворення – відверта брехня (повне спотворення) [20, с. 135].

Процес мовної маніпуляції з точки зору дій маніпулятора передбачає використання механізму маніпулювання.

Для опису мовної поведінки в ході комунікації в сучасній лінгвістичній науці широко поширені поняття мовної (комунікативної) стратегії і тактики. Саме вони є головними елементами механізму

мовно-маніпулятивного впливу. Однак, на даний момент загальноприйнята система визначення цих понять не сформувалася. Пов'язано це в першу чергу з різними лінгвістичними підходами до вивчення процесу комунікації.

Деякі дослідники виділяють ще два рівня мовного впливу додатково до стратегій і тактик, а саме – техніки (або прийоми), як окремі мовні ходи, з яких складається тактика (Е. Двойніна [9, с. 3], Е. Попова [18, с. 281], І. Катенева [15, с. 5]), і мовні засоби (Н. Гронская [8, с. 226], І. Катенева [15, с. 5]). Такий чотирирівневий підхід видається вдалим для вивчення мовної дії, так як дозволяє аналізувати текст не тільки на макро-, але і на мікрорівні, враховуючи також стилістичні, риторичні і інші особливості його організації, які можуть грати значну роль в процесі мовної маніпуляції.

Під стратегією маніпуляції розуміють 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, з урахуванням особливостей комунікативної ситуації, загального проекту (сценарію) мовного впливу, розрахованого на створення певного перлокутивного ефекту і, в кінцевому підсумку, досягнення запланованого результату. Таким чином, вибір стратегії мовної маніпуляції обумовлює системний підхід до організації мовлення (в т.ч. до вибудовування композиції, використання мовних засобів), вибору ракурсу, відбору та подачі інформації.

Реалізація стратегії маніпуляції передбачає вирішення низки складових її підзадач. Цю функцію виконує тактика маніпуляції, яка передбачає вибір і застосування технік (приймів) впливу, спрямованих на вирішення одного із стратегічних завдань, що сприяють реалізації загальної стратегії маніпуляції. Виконання всієї сукупності тактик покликане забезпечити досягнення поставленої маніпулятором мети. При цьому стратегія маніпуляції може здійснюватися за допомогою різних тактик, а тактики через достатню автономність однієї від одної можуть застосовуватися як в комплексі, так і окремо.

Стратегію і тактику мовної маніпуляції слід розуміти, як різного рівня плани змісту, які не виражені на зовнішньому рівні тексту. Якщо вербалізацією стратегії можна вважати лише ціле повідомлення (а в разі, коли маніпуляція має комплексну структуру, суму повідомлень), то тактика знаходить вербалізовану форму, втілюючись за допомогою прийому в конкретних мовних засобах. Так, в політичній рекламі найчастіше застосовуються стратегії самопрезентації та презентації, дискредитації, аргументації та агітації.

Наприклад, стратегія самопрезентації (передбачає «емоційну» самовіддачу» оратора, непряму демонстрацію психічних якостей його особистості для формування певного враження про нього самого і його цілі» [16, с. 43]) реалізується за допомогою таких тактик, як солідаризація (з адресатом), отождолення (з ким-небудь або чим-небудь), створення «свого кола», дистанціювання (від політичних конкурентів і тих, хто з ними асоціюється), нейтралізація негативного уявлення про себе, гіпертрофована «я-теми», епатування, глузування а й ін.

У свою чергу, прийом (або техніку) маніпулятивного впливу визначають як складовий компонент тактики маніпуляції, що відповідає за її реалізацію, функція якого – зробити певний маніпулятивний ефект на адресата. Відповідно, прийом мовної маніпуляції – це виражена в повідомленні єдина мовна конструкція (мовна дія), призначення якої зробити певний перлокутивний ефект. За допомогою сукупності технік і реалізується тактика мовної маніпуляції. Необхідно зауважити, що мовні дії в повідомленні, які складають одну тактику, можуть перебувати окремо одна від одної. Виокремити тактику і її конструктивні елементи дозволяє загальна функціональна спрямованість, наявність «одного єдиного сенсу, який може бути виражений самими різними вербальними і невербальними засобами» [4]. При цьому, як тактика маніпуляції може бути вербалізована за допомогою різних наборів прийомів, так і прийом, як конструктивний елемент, може застосовуватися в рамках різних тактик.

Спектр прийомів маніпуляції є дуже широким. Набір таких прийомів в конкретній ситуації залежатиме від самого суб'єкта маніпуляції та його мети, сфери суспільного життя тощо. Так, класифікуючи маніпулятивні технології в мас-медіа, І. Дзялошинський виділяє наступні групи прийомів маніпуляції в ЗМІ: використання механізмів соціального контролю; актуалізація, трансформація або формування ментально-міфологічних конструктивів; актуалізація ціннісно-емоційних уявлень; управління інформаційним простором; задіяння психологічних автоматизмів; використання психологічних і переконуючих логічних прийомів [10; 11].

Цікавий підхід до класифікації прийомів мовного маніпулювання в мас-медіа пропонує О. Бикова. Вона розділяє різні прийоми на три види способів мовного впливу, ґрунтуючись на тому,

яким чином відбувається зміна «поля значень» в свідомості адресата: за допомогою повідомлення невідомої раніше інформації (введення нових компонентів в поле значень), за рахунок повідомлення нових відомостей про вже відоме (трансформація існуючих компонентів поля значень), у повідомленнях, які, не зачіпаючи знань адресата про елементи дійсності, коригують ставлення до них (зміна входження компонента в поле значень) [3].

П.Б. Паршин пропонує класифікувати прийоми впливу компонентами внутрішнього світу людини, на які може бути спрямована маніпуляція. Виходячи з цього, він виділяє три види маніпуляції – через звернення до: емоцій, соціальних установок, уявлень про світ [17, с. 63–71].

Таким чином, аналіз літератури, присвяченої класифікації технік маніпуляції, дозволяє погодитися з твердженням І. Дзялошинського про те, що «загальноприйнятих змістовних класифікацій досі не створено» [10].

Конкретні форми комунікації (мовні форми), що безпосередньо сприймаються об'єктом, за допомогою яких маніпулятор реалізує техніку впливу, називають засобами маніпуляції. Вони передають два рівні змісту мовної маніпуляції: маскуючий явний (Грачов і Доценко називають його «легендою» [8, с. 43; 12, с. 131–132]) та впливаючий прихований (пов'язаний з прийомами). При маніпулюванні справжній комунікативний намір не артикулюється комунікантом. Замість цього на перший план виводиться «відволікаючий» рівень змісту, який прикриває мету і факт мовної дії, завдяки чому виконується необхідний критерій прихованості маніпуляції. Таким чином, мовні засоби маніпуляції, які реалізують прийоми впливу, вбудовані в «легенду», що приховує їх, в якості її складових елементів або непомітних включень.

Правильний вплив на вразливі особистісні структури і когнітивно-психічні утворення в свідомості об'єкта («мішені» або «кнопки» впливу [1]) за допомогою спеціальних прийомів призводить до запуску механізму маніпуляції, тобто таких когнітивних і психічних процесів у свідомості об'єкта, активація яких з високою ймовірністю призводить до очікуваного результату, тобто реалізації маніпулятивного впливу. Мішені впливу можуть відноситися, як до «раціональних» (розум, логіка, здоровий глузд) так і до «ірраціональних» елементів людської психіки (віра, почуття, підсвідомість).

Таким чином, якщо маніпулятору вдається за допомогою обраних в рамках тактики прийомів, таємно впливати на правильно підібрані мішені, активізувати потрібний механізм маніпуляції і досягти бажаного результату (перлокутивний ефект), маніпуляцію можна вважати успішною. Вірно і зворотнє, якщо поставлена мета була досягнута, отже, маніпулятор обрав ефективну стратегію і компетентно провів її реалізацію.

Відповідно, загальну структуру процесу мовного маніпулятивного впливу (механізму реалізації мовної маніпуляції) можна представити таким чином:

- визначення цілей маніпуляції (інтенція впливу);
- підготовчий етап (створення вихідних переваг, оформлення контексту комунікації);
- формування стратегії маніпуляції (стратегічне бачення всього проведення операції, визначення загального плану маніпуляції, вибір векторів впливу);
- визначення тактик маніпуляції (підбір мішеней і комплексу прийомів впливу на них, виходячи з підзадач стратегії);
- вибір конкретних прийомів впливу;
- підбір мовних засобів впливу прийомів (втілення прийомів маніпуляції в тексті);
- сприйняття повідомлення адресатом;
- вплив на мішені;
- запуск механізмів маніпуляції;
- перлокутивний ефект (наслідки впливу маніпулятора та конкретного адресата).

При наявності ефективних механізмів зворотного зв'язку або спостереження за адресатом, наведену схему можна також доповнити заключним етапом оцінки успішності/неуспішності реалізації мети.

На думку А. Казакова, все різноманіття методів (засобів) інформаційно-комунікаційного впливу умовно можна розділити на три відносно самостійних рівні: мікро-, мезо- і макрорівень. Підставою для такого поділу автор пропонує вважати масштаб того чи іншого способу впливу. До мікрорівня слід віднести використання таких засобів: метафори, синоніми, евфемізми та дісфемізми; штампи або універсальні істини, тенденційне найменування кого- або чого-небудь, вживання абстрактних денотативно вільних слів [13, с. 88].

Зазначені засоби реалізуються в рамках одного або декількох слів. Така «точковість» механізмів мікрорівня робить їх в порівнянні з більшістю інших методів маніпуляційного впливу майже

непомітними: сприймаючи їх, читач, що не володіє спеціальними лінгвістичними знаннями, мимоволі потрапляє під вплив авторського задуму, при цьому навряд чи усвідомлює це.

В межах мезорівня можна виділити два блоки маніпулятивних прийомів:

I – «логічні» – прийоми, за допомогою яких здійснюється вплив на розум читача в необхідному автору тексту напрямку, зокрема такі: підміна аргументу або його відсутність в принципі; спрощення або примітивізація інформації; перенесення смислового акценту; використання великої кількості цифр, статистики або даних соціологічних опитувань; публікація точок зору експертів, «лідерів думок» і «людей з народу»; проведення вигідних автору аналогій; обговорення чуток; використання стереотипів та міфів; «притягування за вуха» (висвітлення самих незначних сюжетів, що часом навіть не мають ніякого відношення до суті проблеми) тощо.

II – «емоційний» – складові його прийоми в першу чергу призначені для впливу на канали сприйняття інформації, що не пов'язані з розумом. Це використання різних варіантів повторів і паралельних конструкцій; елементів гумору – від тонкої іронії до сарказму і відвертого висміювання людини; фразеологізмів; афоризмів; прислів'їв і приказок; невербальних способів впливу – елементів креолізованого тексту (фотографій, ілюстрацій, карикатур і т.д.) [13, с. 89].

Зазначені два блоки мезорівня маніпуляції (як сукупності конкретних прийомів) можна назвати тактиками мовного впливу.

Прийоми та засоби мезорівня мають більш широкий спектр дії, проте і легше розпізнаються.

До прийомів макрорівня належать масштабні важелі маніпулятивного впливу на аудиторію. Найпоширеніший механізм подібного роду – це відбір інформації для висвітлення або, інакше кажучи, формування медійної порядку денного [14]. Публікуючи лише ті факти, які сприяють реалізації комунікаційної мети (або ігноруючи факти, що перешкоджають цьому), творець тексту тим самим впливає на свою аудиторію. За своїм масштабом та потенціалом впливу на аудиторію встановлення інформаційної порядку денного цілком може вважатися самостійною стратегією процесу комунікації.

За результатами проведеного дослідження доходимо до висновку, що механізм мовної маніпуляції включає чотири основних складових: стратегії, тактики, техніки (прийоми) та засоби. Конкретний набір технологій, прийомів та засобів впливу формується в залежності від якісних характеристик суб'єкта, сфери застосування та мети маніпуляції.

Структура процесу мовного маніпулятивного впливу включає: визначення цілей маніпуляції; підготовчий етап (створення умов та переваг); формування стратегії маніпуляції; визначення тактик маніпуляції; вибір конкретних прийомів впливу; підбір мовних засобів впливу прийомів (втілення прийомів маніпуляції в тексті); сприйняття повідомлення адресатом; запуск механізмів маніпуляції та перлокутивний ефект.

Бібліографічний список:

1. Braiker H. B. Who's Pulling Your Strings?: How to Break The Cycle of Manipulation and Regain Control of Your Life / H.B. Braiker. – N.Y. : McGraw-Hill Prof Med/Tech, 2004. – 256 с.
2. Булыгина Т. В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.
3. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ / О.Н. Быкова // Речевое общение: Вестн. Росс. рит. ассоц. – Красноярск : Изд-во Красноярск, гос. ун-та, 2000. – №1. – С. 42–53.
4. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. В поисках новых путей развития лингвострановедения: концепция речеповеденческих тактик / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М. : Ин-т русс.яз. им. А.С.Пушкина, 1999. – 84 с.
5. Головій В.М. Механізми взаємодії влади та ЗМІ в контексті становлення громадянського суспільства в Україні : дис... канд. наук з держ. управління: 25.00.02 / Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя, 2009. – 199 с.
6. Гонцяж Я., Гнидюк Н. Свобода інформації та виконавча гілка влади: Правові норми. Інституції. Процедури / Я. Гонцяж, Н. Гнидюк. – К. : Міленіум, 2002. – 240 с.
7. Грачев Г. В., Мельник И. К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г.В. Грачев, И.К. Мельник. – М. : ИФРАН, 1999. – 230 с. – Режим доступа : <http://www.eartist.narod.ru/text3/72.htm>
8. Гронская Н. Э. Языковые механизмы манипулирования массовым политическим сознанием / Н.Э. Гронская // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2003. – № 1. – С. 220–231.
9. Двойнина Е.В. Речевая манипуляция в Интернет-дискурсе (на материале русско- и англоязычных новостных сайтов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2010. – 22 с.
10. Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в масс-медиа / И.М. Дзялошинский // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 56–75.

11. Дзялошинский И. М. Манипулятивные технологии в СМИ: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / И.М. Дзялошинский. – М., 2006. – Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/04-master/metod/manipulyativnye-tehnologii.doc>
12. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М. : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
13. Казаков А. А. Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации / А.А. Казаков // Политическая лингвистика. – 2013. – № 3 (45). – С. 87–90.
14. Казаков А. А. Теоретико-методологический потенциал категории «медийная повестка дня»: возможности и ограничения // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2012. – С. 138–143.
15. Катенева И. Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ (на примере общественно-политических оппозиционных изданий): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Новосибирск, 2010. – 24 с.
16. Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика / Под ред. О.Б.Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. / О.Н. Паршина. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.
17. Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности // Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, П.Б. Паршин. – М.: Международный институт рекламы; Издательский дом Гребенникова, 2000. – 270 с.
18. Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте / Е.С. Попова // Известия Уральского государственного университета. – Екатеринбург, 2002. – №24. – С. 276–288.
19. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж : Воронеж, гос. ун-т, 2001. – 252 с.
20. Тибицько Н. Д. Манипуляция в политическом дискурсе / Н.Д. Тибицько // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 3 (218). Филология. Искусствоведение. Вып. 50. – С. 134-137.
21. Ухванова, И. Ф. Дискурс средств массовой информации как объект исследования / И.Д. Ухвалова // Методология исследований политического дискурса. – Минск, 1998. – С. 222–230.
22. Шейгал Е. И. Язык и власть // Языковая личность : проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. – Волгоград : Перемена, 1999. – С. 142–158.

Dyachenko O. V. Elements of the mechanism language manipulations in policy

In article process of speech manipulative influence in policy is analysed, the mechanism of realization and levels of manipulation is found out. The revealed components of the mechanism of language manipulation in policy to which are carried strategy, tactics, technology (receptions) and means of language manipulation.

The structure of process of speech manipulative influence (the mechanism of realization of language manipulation) is defined the general: definition is more whole than manipulation (influence intension); preparatory stage (creation of initial advantages, registration of a context of communication), formation of strategy of manipulation (strategic vision of all carrying out operation, definition of the general plan of manipulation, choice of vectors of influence); definition of tactics of manipulation (selection of targets and complex of methods of impact on them); choice of concrete methods of influence; selection of language levers (the embodiment of methods of manipulation in the text); perception of the message by the addressee; influence on targets and start of mechanisms of manipulation perlokutivny effect (consequence of influence of the manipulator and specific addressee).

Manipulation types are analysed: referentsialny (it is connected with distortion of an image of the denotat / reviewer in the course of designation of reality) and argumentativny (it is connected with violation of postulates of communication). The receptions characteristic of these types of manipulation are defined. Three levels of manipulation are investigated: macro-, meso- and macrolevel. It is established the receptions used on each of them. It is found out that at the mesolevel two groups of methods are used: logical (by means of which impact on mind of the reader in the direction necessary for the author of the text is carried out) and emotional (are intended for impact on channels of perception of information).

Key words: *political manipulation, mechanism of speech manipulative influence, strategy of manipulation, tactics of manipulation, equipment (receptions) and means of manipulative influence.*