

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет «Києво-Могилянська академія»**  
**Факультет соціальних наук і соціальних технологій**  
**Кафедра політології**

**Магістерська робота**

освітній рівень – магістр

на тему: **«РИТОРИКА ПРАВИХ ПОПУЛІСТСЬКИХ ПАРТІЙ В АВСТРІЇ»**

Виконав:

Студент 2 року навчання

Спеціальності 052 «Політологія»

Шнайдер Олег Юрійович

*(Прізвище, ім'я, по батькові)*

Керівник

Умланд А.

*(Прізвище, ім'я, по батькові)*

Кандидат наук, доцент

*(науковий ступінь, вчене звання)*

Рецензент \_\_\_\_\_

*(прізвище та ініціали)*

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою

« \_\_\_\_\_ »

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023р.

Київ 2023

## Зміст

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| <b>ВСТУП</b> .....                                                | 2  |
| <b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b> .....  | 7  |
| 1.1. Огляд літератури .....                                       | 7  |
| 1.2. Концептуалізація і операціоналізація .....                   | 9  |
| 1.3. Методологія дослідження .....                                | 16 |
| 1.4. Теоретичні засади дослідження .....                          | 17 |
| <b>РОЗДІЛ 2 ПОЛІТИЧНИЙ ЛАНДШАФТ АВСТРІЇ</b> .....                 | 19 |
| 2.1. Контекст виборів 2019 року в Австрії .....                   | 19 |
| 2.2. Політичне праве крило - Австрійська Партія Свободи.....      | 22 |
| 2.3 Популістські політичні партії Австрії в 2019 році .....       | 23 |
| Огляд літератури.....                                             | 24 |
| Методологія .....                                                 | 24 |
| Аналіз австрійських політичних партій .....                       | 26 |
| 2.4. Висновок .....                                               | 29 |
| <b>РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ РИТОРИКИ</b> .....                        | 31 |
| 3.1. Опис результатів та приклади.....                            | 31 |
| Австрійська Партія Свободи .....                                  | 31 |
| NEOS .....                                                        | 33 |
| Зелені – Зелена Альтернатива.....                                 | 34 |
| Соціал-Демократична Партія Австрії.....                           | 36 |
| Австрійська Народна Партія .....                                  | 37 |
| 3.2. Загальні тенденції.....                                      | 39 |
| 3.3. Висновок .....                                               | 42 |
| <b>РОЗДІЛ 4 ПРИЧИНИ ВИКОРИСТАННЯ ПОМИЛОК В АРГУМЕНТАЦІЇ</b> ..... | 43 |
| 4.1. Теоретичні пояснення.....                                    | 43 |
| Теорія раціонального вибору (Rational Choice Theory).....         | 43 |
| Теорія фреймінгу (Framing Theory) .....                           | 47 |
| Теорія соціальної ідентичності (Social Identity Theory).....      | 50 |
| Теорія символічної політики (Symbolic Politics Theory) .....      | 53 |
| Теорія когнітивного дисонансу (Cognitive Dissonance Theory) ..... | 56 |
| 4.2. Висновок .....                                               | 59 |
| <b>ВИСНОВКИ</b> .....                                             | 62 |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....                           | 68 |
| <b>ДОДАТКИ</b> .....                                              | 78 |
| <b>АНОТАЦІЯ</b> .....                                             | 87 |

## ВСТУП

**Актуальність:** За останні роки у Європі зросла частка правих популістських політичних партій у національних парламентах<sup>1</sup>. Правий популізм може бути небезпечний для суспільства, наприклад коли популісти поширюють риторику, в якій присутні наративи расизму та шовінізму (Boréus 2017; Krzyżanowski 2013). Крім того, присутність правих популістських політичних партій при владі негативно впливає на екологічну політику (Zografakis et al.. 2020), політику охорони здоров'я (Mazzoleni and Ivaldi 2021) та якість демократії загалом (Spittler 2019). Юрген Габермас, провідний науковець у сферах комунікативної дії, дискурсу та раціональності, критикує інструментальне використання мови. У своїй роботі «Between Facts and Norms Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy» він пише, що для створення етичного політичного дискурсу, потрібне неспотворене спілкування (Habermas 1996). Стратегічне використання мови, спрямоване на маніпулювання громадською думкою, прикладом якого може бути помилка в аргументації, перешкоджають діалогу в суспільстві, пригнічують свободу слова та створюють асиметричні відносини влади в суспільстві.

Оскільки риторика має значний вплив на процеси законотворчості та реалізації політики, вона вже давно є об'єктом вивчення в галузі політології. Чимало досліджень присвячено проблематиці риторики. Більша дискурсу з цього приводу відбувається в рамках популізму. Багато дослідників зосереджуються на риториці популістських політичних партій у політичному дискурсі, висвітлюючи такі проблеми, як расизм та дискримінація. Тим не менш, використовується переважно якісний підхід до риторики. Менш досліджено те, як будується комунікація політиків і чому саме вона будується таким чином. Це дослідження має на меті показати, як будується риторика правих популістів в Австрії, чому вона будується у певний спосіб і дасть можливість додатково

---

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/statistics/883893/populism-in-europe/>

проаналізувати риторику інших політиків, визначити їхні наміри та зробити прогнози щодо їхніх цілей.

Як кейс для дослідження буде використовуватись Австрія. Серед німецькомовних країн Європейського союзу вона є унікальним об'єктом для дослідження. На відміну від Німеччини, Австрія має довгу історію правих на сильних позиціях в Парламенті. В силу свого розміру і кількості населення, Австрія може здатися маловпливовою на світовій арені, але її внутрішньо-політичний вимір не варто ігнорувати. Наприклад, Австрія може стати союзником Угорщини у питанні протидії російській агресії. З огляду на політичний скандал в 2018 році, коли міністерка закордонних справ Австрії (призначена Австрійською Партією Свободи) запросила на власне весілля президента Росії В. Путіна<sup>2</sup>, можна говорити про потенційний розкол в європейській антиросійській коаліції. Таким чином, політичні події в Австрії можуть впливати на всю політику в Європейському Союзі.

В Парламенті Австрії, станом на 2023 рік, є 5 політичних партій, які були обрані в 2019 році:

- Австрійська народна партія (Österreichische Volkspartei),
- Соціал-демократична партія Австрії (Sozialdemokratische Partei Österreichs),
- NEOS (NEOS – Das Neue Österreich und Liberales Forum),
- Австрійська Партія Свободи (Freiheitliche Partei Österreichs),
- Зелені – Зелена Альтернатива (Die Grünen – Die Grüne Alternative).

**Проблема:** Попри наявність якісної оцінки риторики правих популістів, науковому дискурсу бракує кількісної оцінки помилок в аргументації (fallacies), використовуваних у риториці цих політичних партій.

---

<sup>2</sup> <https://www.dw.com/en/vladimir-putin-dances-raises-eyebrows-at-austrian-ministers-wedding/a-45132381>

**Мета:** Встановити, яку кількість помилок в аргументації використовують праві популісти.

**Завдання:**

- Дослідити науковий дискурс щодо дослідження риторики політичних партій.
- Дати визначення популізму.
- З'ясувати, яку кількість помилок в аргументації використовують праві популісти.
- З'ясувати яку кількість помилок в аргументації використовують інші політичні партії.
- З'ясувати чому політичні партії використовують помилки в аргументації у своїй риториці.

**Об'єкт:** Риторика політичних партій в Австрії.

**Предмет:** Риторика політичних партій, які присутні в Австрійському парламенті станом на 2023 рік, в соціальній мережі Instagram в період з 1 липня по 29 вересня 2019 року.

**Методи:** Для аналізу риторики австрійських політичних партій використано кількісний контент аналіз. Для успішного виконання поставлених завдань в роботі використано аналіз наукової літератури. Для з'ясування відповідей на дослідницькі питання використано кейс-стаді. Для визначення класифікації політичних партій використано якісний контент аналіз.

**Аналіз джерел:**

Дане дослідження спирається в основному на англomовну літературу щодо помилок у риториці. Україномовна література має обмежену кількість робіт в цій сфері, тому лише декілька робіт будуть розглянуті тут. Риторика політичних партій довлі вивчена галузь, яка показує як політики використовують риторику та аргументацію. Проте, для багатьох дослідників, є проблемою використання риторики для створення необґрунтованих тверджень.

Дослідження помилок в аргументації базується на дослідженнях популістської риторики і налічує відносно не багато робіт. Загалом авторів більшості робіт цікавить вплив риторики, або її зміст. Натомість, питання кількісної оцінки мовлення популістів досліджено менше.

Література щодо явища популізму є надзвичайно обширною, тому, для цілей дослідження важливо виділити спільні риси визначень популізму. Загалом багато робіт відзначаються в тому, що називають популізмом – від ідеології до способу фреймування інформації.

Теоретична література також налічує десятки праць. Кожна з використаних у цьому дослідженні теорій розвивалася протягом багатьох років, створюючи похідні наукові роботи. Для цілей дослідження, оглянуті тільки ті роботи, які дають загальне розуміння теорій, яке необхідне для пояснення результатів аналізу.

### **Дослідницькі питання:**

Оскільки дослідженню риторики бракує порівняльної точки зору щодо використання помилок в аргументації у політичній сфері, ця робота буде зосереджена на порівнянні риторики популістських і непопулістських політичних партій в Австрії. Тому першим питанням буде визначити, чи популістські актори використовують більше помилок в аргументації, ніж непопулістські актори:

1. Чи частіше популістські політичні партії використовують помилки в аргументації у своїй риториці, ніж непопулістські політичні партії?

Наступним кроком у дослідженні буде пояснення різниці у використанні помилок в аргументації чи її відсутності. Якби це було так, що популістські політичні партії справді більш схильні до використання помилок в аргументації, потрібно було б зрозуміти, чому. Таким чином, наступне питання, на яке буде дана відповідь у цій роботі:

2. Чому політичні партії використовують помилки в аргументації у своїй риторичі?

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 1.1. Огляд літератури

Риторика політичних партій — це добре досліджена галузь, яка дає знання про те, як політики говорять, дебатують і представляють себе. Проблема для багатьох вчених полягає в тому, що деякі політичні актори використовують риторику, щоб надати ваги необґрунтованим заявам. Наприклад, дослідження 2013 року використовує дискурсивний аналіз стенограм, щоб показати використання неформальних помилок в аргументації у політичних дебатах, щоб виправдати аргумент. Висновок полягає в тому, що «політики не переймаються істинною достовірністю чи прийнятністю передумов своїх аргументів. Навпаки, вони приділяють більше уваги «риторичним аспектам аргументації» (Zurloni and Anolli 2013). Також дослідники встановили, що під час політичних дебатів політики стратегічно використовують помилки в аргументації, щоб виправдати свої ідеї і показати їх як послідовні та сильні (Zurloni and Anolli 2013). Явище коли помилкові аргументи служать риторичними інструментами для формування дискурсу на користь власних інтересів політиків, в історичній літературі, іноді називають стратегічним маневруванням (van Eemeren and Houtlosser 1999). Проблемою для науковців є можливість вводити виборців в оману, адже без критичної оцінки ці помилки в аргументації будуть сприйматися як вдалі аргументи, що виставлятимуть неправдиву інформацію як правдиву (van Eemeren and Houtlosser 1999; Wilson et al. 2012).

Дослідники також вивчали негативний вплив помилок в аргументації риторики. По суті, їх використання може призвести до поширення дезінформації не лише в масштабі політичної агітації, а й на рівні ЗМІ (Southwell and Thorson 2015). Література про наслідки такої риторики демонструє її вплив на сприйняття війни в Іраку через критичний дискурс аналіз або сферу здоров'я через аналіз риторики, показуючи, як хибні аргументи використовуються для переконування виборців або перемоги в дебатах (Sahlane 2015; Heiss and Bates 2016).



Інша частина наукового дискурсу про риторику політичних партій пов'язана з дослідженням популізму. Переважно роботи в цій галузі вивчають нещодавнє зростання популізму в Західній та Центральній Європі за допомогою таких методів, як порівняльний огляд досліджень (Aalberg et al. 2017; Albertazzi and McDonnell 2008; Kriesi and Pappas 2015; Mudde 2004; Mudde and Rovira Kaltwasser 2012). Загалом дослідження також зосереджені на популістських повідомленнях у пресі, політичних публікаціях і маніфестах. У дослідженнях використовуються порівняльні тематичні дослідження, систематичний аналіз контенту, кількісний контент аналіз (Akkerman 2011; Bos et al. 2011; Pauwels 2011; Rooduijn 2014; Rooduijn and Akkerman 2015; Rooduijn et al. 2014). Однак ці дослідження не розглядали детально концепцію помилок у поєднанні з популізмом.

Стратегії аргументації, які використовують популісти отримують обмежену увагу з точки зору дослідження політичної комунікації. Хоча деякі науковці і припустили, що популісти часто використовують помилкову аргументацію (Reisigl 2002) або вдаються до інших дискурсивних практик (Mudde 2001), такі твердження не були систематично досліджені. Багато досліджень популістської риторики є були переважно якісними і використовують критичний дискурс аналіз або різні лінгвістичні методи (Geden 2006; Reisigl 2012; Wodak 2003, 2015; Wodak et al., 2013). Більшість досліджень має на меті забезпечити інтерпретацію та контекстуальне розуміння аргументаційного дискурсу в окремих країнах (Reisigl 2002; Wodak 2003; Luginbühl 2010) або регіонах (Wodak et al. 2013).

Ще одна важлива праця, яка використовує поняття помилок в аргументації у зв'язку з риторикою, – це «Популізм і неформальні помилки в аргументації: аналіз правої популістської риторики у виборчих кампаніях» Сіни Бласніг та інших. На відміну від інших робіт у цій галузі, вона не використовує критичний дискурс аналіз для аналізу риторики політичних партій. Дослідження стосується

двох політичних партій: однієї зі Швейцарії та однієї з Великобританії (Blassnig et.al. 2018).

Конкретно риторика популістських австрійських партій, як наприклад Австрійської Партії Свободи, також аналізується науковцями, у більшості випадків цей аналіз виконується в рамках критичного дискурс аналізу (Krzyżanowski 2013; Boréus 2017; Aalberg et al. 2017).

## **1.2. Концептуалізація і операціоналізація**

### **Популізм**

Для цілей дослідження слід визначити поняття популізму. При виборі політичних партій для порівняльного аналізу в цій роботі важливо мати поділ. У цьому дослідженні використовуватиметься визначення, надане Cas Mudde: «ідеологія, яка вважає суспільство остаточно розділеним на дві однорідні та антагоністичні групи, «чисті люди» проти «корумпованої еліти», і яка стверджує, що політика має бути вираженням *volonté générale* (загальної волі) народу» (Mudde 2004). Детальніше процес вибору цього визначення описано в другому розділі.

### **Помилки в аргументації**

Помилки в аргументації або так звані «fallacies» в україномовній науковій літературі не мають певного уніфікованого відповідника. Наприклад, в «Словнику термінів і понять з риторики» авторства Макович Х.Я., Вербицької Л.О., та Капітана Н.О. до понять, які в англійській літературі об'єднані терміном «fallacy» застосовуються різні назви. У їхній роботі присутні такі вирази як «помилка у створенні аргументації» або «виверт у сперечанні» (Макович та ін. 2016). Більш коротко і зі збереженням змісту, перекладає це поняття Апалат Г. у статті «Аргументативні тактики в текстах-інтерв'ю сучасної англійської преси». Авторка використовує словосполучення «помилка в аргументації» на позначення англійського поняття «fallacy» (Апалат 2011). Саме цей відповідник буде надалі використовуватись в роботі.

При аналізі риторики конкретного актора це дослідження шукатиме певний набір помилок в аргументації. Власне, помилки в аргументації діляться на формальні і неформальні. Формальні — це ті, які побудовані на хибній логічній передумові, тоді як неформальні можуть мати здорову логіку, але їм бракує доречності чи достатності (Bunnin and Yu 2004). Остання форма помилок в аргументації зазвичай використовується з метою вмовити чи переконати (Walton 2008). Тому ця робота буде зосереджена на неформальних помилках в аргументації, оскільки вони більше відповідають меті риторики політичних партій. Відповідно до методології Сіни Бласніг та інших, наступні помилки в аргументації будуть цікавими при аналізі риторики сторін: *Petitio principii*, *ad hominem*, *ad consequentiam*, слизький шлях, *ad baculum*, фальшива причина ('*post hoc ergo propter hoc*'), *ad misericordiam*, *ad ignorantiam*, хибна аналогія, поспішне узагальнення, солом'яна людина, *ad populum*, *ad veresundiam*, багато запитань і червоний оселедець (Blassnig et.al. 2018).

Для цілей дослідження кожна помилка в аргументації буде визначена нижче таким чином:

1) ***Petitio principii*** – виникає, коли передумова (*premise*) аргументу ґрунтується на висновку, який впливає з передумови. Наприклад, А є істинним, оскільки В є істинним, а В є істинним, тому що А є істинним (Blassnig et.al. 2018: 117). Замість того, щоб надавати нові докази чи міркування, ця помилка в аргументації просто повторює твердження, використовуючи інші слова. По суті, це циклічне доведення, оскільки базується на припущенні, яке не було доведено.

2) ***ad hominem*** – це просто напад на особистісні якості людини замість її фактичних аргументів (Blassnig et.al. 2018: 117). Ця помилка в аргументації має на меті дискредитувати опонента, зосереджуючись на його характері, особистих рисах чи минулих діях, а не на фактичному змісті його аргументу. Таким чином, нападаючи на людину, опонент намагається підірвати довіру до її аргументу.

3) **ad consequentiam** – це аргумент, який передбачає наслідки вчинених дій. Залежно від того, хороші чи погані ці наслідки, особа підтримує або спростовує твердження. Наприклад, якщо вжито дії А, то трапляться погані речі (Blassnig et.al. 2018: 117-118). По суті, ця помилка в аргументації стверджує, що твердження має бути істинним чи хибним на основі бажаних чи небажаних можливих результатів, пов'язаних із якоюсь дією чи рішенням. Проте правдивість або обґрунтованість аргументу не може визначатися виключно її можливими наслідками, оскільки це ігнорує фактичні докази та обґрунтування, що підтверджують аргумент.

4) **слизький шлях (slippery slope)** – це припущення, що одна дія призведе до ланцюгової реакції з хорошим або поганим результатом. Наприклад, якщо вжито дії А, це призведе до наслідків Б, які потім призведуть до поганого результату (Blassnig et.al. 2018: 118). Тобто ця помилка в аргументації припускає причинно-наслідковий зв'язок між кожним кроком у ланцюжку подій без надання достатніх доказів. Вона не враховує альтернативні можливості розвитку або наявність пом'якшувальних факторів і, таким чином, перебільшує ймовірні наслідки.

5) **ad baculum** – суперечка з погрозою особи, яка сперечається, на адресу слухача. Наприклад, «ви повинні підтримати А, інакше ваша робота під загрозою» (Blassnig et.al. 2018: 118). Ця помилка в аргументації прагне створити страх перед якоюсь подією, щоб змусити когось прийняти певну точку зору. Ця помилка спирається на примус, а не на подання логічних чи фактичних доказів, а тому не є правильним аргументом.

6) **фальшива причина (false cause) («post hoc ergo propter hoc»)** – це спроба представити кореляції чи співвипадки як такі, що впливають одне на одне (Blassnig et.al. 2018: 118-119). Наприклад, «у 2022 році кількість паперових книг зросла на 25%, а споживання чаю впало на 25%, тому люди, які п'ють чай, не читають книжок». Ця помилка в аргументації передбачає плутання кореляції з

причинно-наслідковим зв'язком і ігнорує інші можливі пояснення або фактори, які могли сприяти певному результату.

7) **ad misericordiam** – звернення до емоцій. Це означає, що замість того, щоб підкріплювати аргумент фактами, людина намагається змусити свого слухача відчувати гнів або радість щодо проблеми (Blassnig et.al. 2018: 119). Ця помилка в аргументації намагається викликати емоційну реакцію замість надання логічних чи фактичних доказів. Покладаючись на емоції, ця помилка в аргументації намагається вплинути на судження аудиторії, не вдаючись до обґрунтування позиції.

8) **ad ignorantiam** – подання як доказу відсутності доказів або спростування. Наприклад, буква А є істинною, тому що ніхто не може довести, що вона не відповідає дійсності (Blassnig et.al. 2018: 119). Ця помилка в аргументації ігнорує потребу в доказах на підтримку аргументу, натомість покладаючись на відсутність доказів, які б свідчили про його істинність чи хибність.

9) **хибна аналогія (false analogy)** – порівняння, яке не ґрунтується на однаковій природі порівнюваних об'єктів. Наприклад, порівняння яблук і апельсинів (Blassnig et.al. 2018: 119). Ця помилка в аргументації стверджує, що оскільки дві речі схожі в одному аспекті, вони повинні бути подібними і в інших. Однак, така логіка є хибною, адже нехтує відмінностями між цими двома речами і може призвести до оманливих або недійсних висновків.

10) **поспішне узагальнення (hasty generalization)** – це робити висновки на основі дуже обмежених даних. Наприклад, «десять людей сказали мені сьогодні, що вони люблять яблука, тому всі повинні любити яблука» (Blassnig et.al. 2018: 120). Тобто, така помилка в аргументації трапляється, коли робиться загальне твердження про групу людей чи ситуацію на основі нерепрезентативної вибірки чи неофіційних свідчень. Таким чином, не враховується потреба в суттєвих доказах для підтримки наданого узагальнення.

11) **straw man** – неправильно подає аргументацію опонента, щоб зробити її менш привабливою для аудиторії. Наприклад, політик, який виступає проти вакцинації, може представити аргумент на користь вакцинації таким чином: «вони хочуть, щоб ви прийняли вакцину, тому що вона має мікрочіпи для відстеження вас» (Blassnig et.al. 2018: 120). По суті, замість звернення до фактичного аргументу ця помилка в аргументації замінює його слабшою або спотвореною версією, яка є більш вигідною для промовця. Атакуючи цю слабшу версію, промовець уникає взаємодії зі справжніми позиціями опонента, які можуть бути правдивими і раціональними.

12) **ad populum** – подання чогось як правдивого, тому що це популярне серед людей. Наприклад, «всі знають, що Земля кругла» (Blassnig et.al. 2018: 120). Тобто ця помилка в аргументації говорить, що твердження повинно бути правдивим або правильним, оскільки велика кількість людей вірить у нього. Проте популярність певного твердження не означає його правдивості чи логічної обґрунтованості.

13) **ad verecundiam** – недоречне звернення до влади. Прикладами можуть бути А) звернення до фізика в суперечці про літературу, Б) неправильне цитування або неправильне тлумачення думки експерта, В) цитування експертної думки без надання джерела (Blassnig et.al. 2018: 120-121). По суті, ця помилка в аргументації стверджує, що оскільки хтось із авторитетом або досвідом дотримується певної точки зору, ця точка зору має бути правдивою чи дійсною, навіть якщо сфера експертизи людини полягає в нерелевантній до питання. Таке твердження ігнорує потребу в незалежних доказах і критичному аналізі.

14) **Хибна дилема (many questions)** – по суті питання, яке означає, що звинувачення правдиве. Одним із добре відомих прикладів є питання «Чи припинили ви жорстоке поводження зі своєю дружиною?» (Walton 2008: 46-50). Таке питання змушує респондента, відповідаючи на запитання, прийняти припущення як воно предсталене, безальтернативно.

15) **red herring** – відволікає увагу від питання. Замість того, щоб сперечатися проти іншого аргументу, людина просто змінює тему (Blassnig et.al. 2018: 121). Ця помилка в аргументації має на меті відволікти аудиторію від оригінального аргументу та спрямувати її мислення в інше русло. Таким чином, промовець намагається зірвати дискусію та уникнути розгляду обговорюваної теми.

Операціоналізовано ці помилки в аргументації наступним чином:

1) **Petitio principii** – аргументи чи твердження, які повторюють твердження без надання нових доказів чи логічних аргументів. Твердження, коли висновок є припущенням.

2) **ad hominem** – аргументи чи твердження проти опонентів, де використовуються напади на особисті якості. Можуть містити принизливу лексику, лайки чи спроби дискредитувати опонента. Втім, не буде враховуватись об'єктивна характеристика на кшталт «за його каденції показник ВВП знизився».

3) **ad consequentiam** – аргументи чи твердження, які покладаються виключно на наслідки прийняття або відхилення певного рішення для обґрунтування позиції.

4) **слизький шлях (slippery slope)** – аргументи чи твердження, які свідчать про те, що ланцюжок дедалі серйозніших наслідків виникне на основі певної початкової дії. Якщо ланцюжок складається лише з дії чи рішення і її наслідку, це кодуватиметься як *ad consequentiam*.

5) **ad baculum** – аргументи чи твердження, які місять погрози чи залякування. На відміну від *ad consequentiam* чи слизького шляху, твердження матиме більш особистий характер: «ви втратите роботу» замість «економіка країни постраждає».

6) **фальшива причина (false cause) («post hoc ergo propter hoc»)** – аргументи чи твердження, які припускають причинно-наслідковий зв'язок виключно на основі, того що події відбувалися в один період часу.

7) **ad misericordiam** – аргументи чи твердження, які апелюють до жалю, співчуття чи інших емоцій. Спроби викликати емоційну реакцію через використання прикметників, формулювання речень чи аудіо-візуальних прийомів.

8) **ad ignorantiam** – аргументи чи твердження, які стверджують, що теза є істинною чи хибною базуючись на відсутності доказів, неможливості довести протилежне.

9) **хибна аналогія (false analogy)** – аргументи чи твердження, де присутня аналогія, яка не враховує важливих відмінностей між об'єктами порівняння і призводить до недійсних або оманливих висновків.

10) **поспішне узагальнення (hasty generalization)** – аргументи чи твердження, які роблять висновки на основі недостатніх або обмежених доказів. Аргументування з посиланням на не репрезентативну інформацію чи особистий досвід рахується як поспішне узагальнення.

11) **straw man** – аргументи чи твердження, які подають позицію опонента неправильно або спотворено. Будь-яка згадка позицій інших партій сприйматиметься як потенційний straw man, доки не буде доведено протилежне.

12) **ad populum** – аргументи чи твердження, які апелюють до загальноприйнятої думки, переконань чи цінностей.

13) **ad verecundiam** – аргументи чи твердження, в яких свідчення або думка авторитетної особи використовуються як доказ їх підтримку. Також враховуються недоречні звернення до експерта в недоречній сфері, неправильне цитування або неправильне тлумачення думки експерта або дослідження, цитування експертної думки або дослідження без надання джерела.

14) **Хибна дилема (many questions)** – запитання, які змушують респондентів прийняти аргумент шляхом відповіді на запитання, не допускаючи альтернативних відповідей чи пояснень.



15) **red herring** – аргументи чи твердження, які вводять нерелевантну інформацію чи аргументи, щоб відвернути увагу від основної теми чи проблеми.

### 1.3. Методологія дослідження

Ця робота досліджує поле австрійського політичного медіа дискурсу. Порівняння риторики популістських і не популістських політичних партій в Австрії дасть відповідь на перше запитання дослідження.

Дані для цього дослідження будуть зібрані з відкритих джерел, таких як дописи політичних партій в соціальній мережі Instagram. Обґрунтування такого вибору джерельної бази полягає в тому, що саме цей медійний ресурси використовувались всіма політичними партіями під час досліджуваного періоду. Такі альтернативи як веб-сайти політичних партій та їхні сторінки в Twitter було опущено, адже не всі політичні партії публікували там матеріали, які можна було б використати у цій роботі. Також для цього дослідження не буде аналізуватися риторика, яка подана ЗМІ, щоб виключити упередження, яке можуть мати журналісти. Працівники ЗМІ керуються певними принципами, вибираючи які вислови політиків публікувати, а які ні (Altheide and Snow 1979; Esser 2013; Galtung and Ruge 1965; Schulz 1976). Таким чином, досліджуючи риторику політичних партій у тому вигляді, в якому вони самі її подають, дозволить краще оцінити їх підхід до використання помилок в аргументації.

Дописи будуть відібрані за період часу, який включатиме 3 місяці до парламентських виборів в Австрії у 2019 році. Маються на увазі вибори, які є національними, а не регіональними чи європейськими. Таким чином, період охоплення починається 1 липня 2019 року і закінчується днем виборів 29 вересня 2019. Після збору необхідного матеріалу його проаналізовано за допомогою кількісного контент-аналізу. Таким чином, риторика політичних партій, про які йде мова, буде перевірена на наявність помилок в аргументації. Це дасть змогу з'ясувати чи використовують популістські політичні партії більшу кількість помилок у своїй риториці ніж не популістські.

Передвиборчі кампанії є найбільш показовим середовищем риторики, оскільки це час, коли політичні партії та політики прагнуть переконати виборців та опонентів підтримати їхні аргументи найбільш інтенсивно. Ці політичні кампанії концентрують політичну риторику, роблячи їх ідеальними подіями для аналізу (Esser and Strömbäck 2012: 308).

#### **1.4. Теоретичні засади дослідження**

Ця робота має на меті пояснити феномен помилок в аргументації у риториці політичних партій. Крім кількісного контент аналізу, дослідження спирається на перспективу п'яти різних теорій. Базуючись на різних дисциплінах, таких як політологія, дослідження комунікації та психологія, ці теорії дозволять пояснити основні механізми та мотиви використання помилок в аргументації політичними партіями. Аналізуючи дані кількісного дослідження з допомогою різних теоретичних підходів, забезпечується всебічне розуміння взаємозв'язків між політичною комунікацією, когнітивними процесами та формуванням громадської думки. П'ять теорій, що використовуються у цьому дослідженні, включають теорію раціонального вибору, теорію фреймінгу, теорію соціальної ідентичності, теорію символічної політики та теорію когнітивного дисонансу. Кожна з наведених теорій дає унікальне розуміння різних вимірів помилкової риторики, яку використовують політичні актори. За допомогою аналізу з використанням цих теорій пояснено роль помилок в аргументації в політичній комунікації.

Теорія раціонального вибору наголошує на раціональних розрахунках і стратегічному маневруванні політичних акторів у їхньому прагненні до влади та впливу. Вона стверджує, що політичні партії приймають політичні рішення, які максимізують їх перевагу на виборах. У цьому контексті використання помилок в аргументації можна розуміти як прораховане рішення, спрямоване на звернення до емоцій та упереджень виборців.

Теорія соціальної ідентичності досліджує роль групової динаміки та ідентичності у формуванні політичної поведінки. Політичні партії можуть використовувати помилки у своїй риторичі, щоб створити наратив «ми проти них», звернувшись до колективної ідентичності своїх виборців.

Теорія символічної політики говорить про те, що політична комунікація використовує не тільки буквальний зміст повідомлень. Натомість вона значною мірою покладається на символи, наративи чи створення іміджу. Політичні партії можуть використовувати помилки в аргументації для створення суспільного сприйняття, підвищення свого авторитету і вигідного позиціонування себе у політичному дискурсі. Помилкову риторичу, згідно даної теорії, можна розглядати як інструмент для посилення певних образів, які сприятимуть досягненню цієї мети.

Теорія когнітивного дисонансу базується на припущенні, що люди відчують психологічний дискомфорт, коли стикаються з суперечливими переконаннями чи інформацією. Надаючи, помилкове обґрунтування своїх позицій, політичні партії можуть впливати на сприйняття та ставлення людей. Таким чином, політичні партії можуть бачити в помилках в аргументації спосіб пом'якшити когнітивний дисонанс серед своїх виборців.

Теорія фреймінгу досліджує, як фреймування інформації впливає на інтерпретації та рішення людей. Згідно цієї теорії, політичні партії можуть використовувати помилки як інструменти для фреймування. Таким чином, вони здійснюють вплив на громадську думку, вибірково наголошуючи на певних аспектах політичної проблеми, спотворюючи або применшуючи інші.

Використовуючи ці п'ять теоретичних точок зору, визначено роль помилок в аргументації у політичній риторичі. Таким чином, аналіз вищенаведених теорій висвітлює складну взаємодію між когнітивними процесами, груповою динамікою та символічним представленням в політичній сфері.

## РОЗДІЛ 2 ПОЛІТИЧНИЙ ЛАНДШАФТ АВСТРІЇ

### 2.1. Контекст виборів 2019 року в Австрії

Австрію можна назвати одним з прикладів політичної стабільності. Цю стабільність забезпечувала вже багато років двопартійна система. З появою популістських партій на початку двадцятого століття ця система змінилась. Поступово саме вони підривали фундаментальні основи демократії. Вибори 2019 року стали важливим поворотом в австрійській політиці, зокрема через масштабний політичний скандал, де популістська Австрійська Партія Свободи опинилася в центрі подій.

Важливо зазначити, що протягом декількох років, що передували виборам, у Австрії, яка є частиною Європейського Союзу, вибори проходили крізь призму певного скептицизму з боку електорату щодо міграційної політики. Ця проблема ще з 2015 року дедалі гостріше поставала в багатьох європейських країнах і Австрія не була виключенням. Біженці з Сирії та інших країн рухалися через Західні Балкани, Італію і Грецію до Європи. Дублінський регламент говорив про те, що вони мали шукати притулку в першій країні Європейського союзу, куди прибувають.

Проте, на практиці Німеччина призупинила цю постанову щодо сирійських біженців, припинивши депортацію до країн прибуття. Багато біженців прибувало і до Австрії. Як повідомляло британське видання BBC: «З серпня 2015 року сотні, а часом і тисячі, щодня прибували до Австрії, спочатку через Угорщину, а потім через Словенію. Багато хто хотів поїхати до Німеччини, але близько 90 000 попросили притулку в Австрії, що еквівалентно приблизно 1% її населення»<sup>3</sup>. Хоча у відсотковому відношенні, цифри і не були вражаючими, ця проблема була використана популістами для поширення уже наявних євроскептичних поглядів серед їхніх виборців. Питання національного суверенітету країни та взаємодія з ЄС як з інститутом викликала критику серед популістських політичних партій,

---

<sup>3</sup> <https://www.bbc.com/news/world-europe-40714946>

які не вважали за необхідність віддавати частку своєї суверенності наднаціональному органу. Крім того, виборці були занепокоєними й іншими соціально-політичними проблемами. Зокрема, вони стосувалися податкових реформ, нових робочих місць, розвитку економіки, створення нових робочих місць і збереження потужної системи соціального страхування.

В цьому політичному контексті провідні австрійські партії позиціонували себе по різному. Австрійська народна партія, на чолі з Себастьяном Курцем поставала в очах електорату як партія, що боротиметься з імміграцією. Також ця правоцентристська партія була зацікавлена у безпекових питаннях та економічних реформах. Крім неї, риторику про імміграцію посилювала й Австрійська Партія Свободи. Їх політичні ідеї покладалися на однакові актуальні проблеми: міграційну кризу, євроскептицизм та питання збереження суверенітету країни. Зелені на чолі з Вернером Коглером, виступали на платформі занепокоєння проблемами навколишнього середовища, соціального прогресивізму та впровадження джерел відновлюваної енергії. Соціал-демократична партія Австрії, в свою чергу, традиційно виступала за права робочих, програми соціальної підтримки і соціальну справедливість.

Скандал на Ібіці в 2019 році неочікувано змінив політичне середовище Австрії. 17 травня 2019 два провідних німецьких ЗМІ, а саме Die Süddeutsche Zeitung та Der Spiegel опублікували відеозаписи інкримінуючого характеру. Ці записи було зроблено ще 2017 року<sup>4</sup>. На них було видно віце-канцлера Австрії та очільника Австрійської Партії Свободи Гайнц-Крістіан Штрахе та його близької особи Йоганнеса Гуданеса. Відео показувало як політики спілкуються ще з одним німецькомовним чоловіком, а також жінкою, яка нібито була племінницею російського олігарха. Остання висловлювала свою зацікавленість у придбанні та отриманні бізнес контрактів в Австрії. Натомість Штрахе мав отримати підтримку від купленою нею газети Kronen Zeitung . Близько шести

---

<sup>4</sup> <https://www.theguardian.com/world/2019/may/20/austria-ibiza-scandal-sting-operation-what-happened-why-does-it-matter>

годин на цьому записі, вживаючи алкоголь, вони обговорювали різноманітні формати співпраці. Варто зазначити, що під час їх розмови було також згадано корупційні схеми виробника зброї, чий товар у обігу сягав мільйонів доларів, і одного з найбільших забудовників Австрії. І хоча видання не розкрили особистості тих, хто зняв це відео, вплив скандалу на Ібіці фундаментально вплинув на політику в Австрії.

Наступного ранку після публікації тисячі протестувальників зібралися перед будівлею канцлера Австрії, вимагаючи відставки Штрахе. Уже за декілька годин йому довелося покинути одразу дві власних посади та щезнути з публічного простору. Відео мали значний вплив на вибори та надзвичайно великий ефект на політичний ландшафт загалом. Варто зазначити, що відставка Штрахе з усіх своїх посад стала наслідком скандалу на Ібіці. Компрометуюче відео поклало кінець коаліційному уряду між Австрійською народною партією та Австрійська Партія Свободи. Очільник Австрійської народної партії Себастьян Курц навіть закликав до проведення дострокових виборів. Його самого було усунуто з посади рішенням Парламенту. Вибори 2019 року, які розглядаються у даному дослідженні були достроковими саме через гостру потребу політичної зміни в країні, спричинену скандалом.

Водночас репутація партії Австрійська Партія Свободи отримала велику пляму, що призвело до втрати підтримки серед виборців. Розкриті скандалом відеозаписи, не лише висвітили корупційні проблеми та можливий вплив інших держав, але й змінили вектор політичної динаміки в Австрії. Зокрема, нові можливості отримали Зелені. Через скандал коаліційні партії відійшли на задній план, навіть враховуючи те, що вони активно адресували ключові питання на кшталт міграційної кризи, членства у ЄС та збереження суверенітету. На тлі скандалу та більш актуальних проблем у країні, екологія та турботи про навколишнє середовище змогли отримати більше уваги. Чимало впливу мали й плівки з Ібіци й на формування результатів виборів загалом.

Якщо взяти довгострокову перспективу, то скандал з відео Ібіци на роки підірвав довіру до правопопулістських партій. Деякі ЗМІ навіть через декілька років після публікації записів висвітлювали вплив на сучасну політику. Наприклад, німецьке видання Deutsche Welle у 2020 році опублікувало статтю під назвою «Через рік австрійська «справа Ібіци» все ще актуальна»<sup>5</sup>. У ній розповідалося про вплив скандалу на суспільну думку виборців, про те, що Ібіца – назавжди стала символом корупції для електорату, а також про спроби реінкарнації правоцентристської партії у політичному житті країни. Усе це говорить про неймовірний вплив одного запису на політичне життя країни протягом років у різних напрямках: персоналізована, загальнонаціонально та на рівні партій.

## **2.2. Політичне праве крило - Австрійська Партія Свободи**

Хоча праві рухи часто асоціюються з нацизмом, антисемітизмом і напіввійськовими структурами, сучасні праві партії в Європі можуть не потрапляти в жодну з цих категорій. Натомість, як пише А. Пелинка, вони концентруються здебільшого на одному питанні. Їх цілюю не є радикальна зміна державного ладу ліберальних демократій чи революція, навпаки, вони здебільшого виступають за збереження статусу кво і «захисті» від явищ глобалізації, міграції та європеїзації (Pelinka 2013).

Важливою зазначити, що сучасні праві і традиційні праві мають спільну рису - звернення до нижчих прошарків середнього класу, які сприймають соціально-економічні тенденції як загрозу своєму соціальному статусу. Проте, сутнісна складова цих прошарків відрізняється. К. Бейме пише, що тепер це не традиційна «дрібна буржуазія» чи фермери, які відіграли ключову роль у підйомі фашистських партій на початку 20 століття. Натомість, ключова виборча база для сучасних правих політичних партій здебільшого охоплює так званих «синіх комірців» (Beume 2011). Цей зсув у підтримці виборців демонструє К. Мудде на

---

<sup>5</sup> <https://www.dw.com/en/the-dark-side-of-politics-austrias-ibiza-affair-still-sticks/a-53451354>

прикладі таких країн, як Австрія, де Австрійська Партія Свободи набула значної популярності серед «синіх комірців» у 1990-х роках (Mudde 2007). У своєму прагненні отримати голоси цієї категорії виборців праві партії позиціонують себе як захисника держави загального добробуту (welfare state). А. Пелинка стверджує, що використовуючи виклики, з якими стикаються національні системи соціального забезпечення з 1980-х років у Західній Європі, ці політичні партії представляють себе як гарантію соціальної держави. Цей підхід виявився успішним у залученні підтримки робітничого класу. Праві політичні партії, традиційно асоційовані з буржуазними та аграрними виборцями, перетворилися на представників значної частини європейського пролетаріату (Pelinka 2013).

Таким чином, Австрійська Партія Свободи служить яскравим прикладом правої партії. Як зазначає А. Пелинка, ця політична партія виникла як спадкоємиця пангерманського руху в Австрії, який відіграв значну роль у відстоюванні «аншлюсу» з Німеччиною на початку 20 століття. І навіть коли Австрійська Партія Свободи вибрала нову траєкторію розвитку в 1955 році, вона, певною мірою, відновила зв'язок зі своїм історичним корінням (Pelinka 2013). Таким чином, фокусуючись на захисті ліберальної австрійської держави від сучасних соціально- економічних викликів (як міграція), Австрійська Партія Свободи є прикладом сучасної правої партії.

### **2.3 Популістські політичні партії Австрії в 2019 році**

Завдання даного розділу сформульоване наступним чином:

Визначити, які з перелічених політичних партій можна назвати популістськими: Австрійська народна партія (Österreichische Volkspartei), Соціал-демократична партія Австрії (Sozialdemokratische Partei Österreichs), NEOS (NEOS – Das Neue Österreich und Liberales Forum), Австрійська Партія Свободи (Freiheitliche Partei Österreichs), Зелені – Зелена Альтернатива (Die Grünen – Die Grüne Alternative).



## Огляд літератури

Популізм є популярною темою для дослідження. Як термін його намагається визначити багато дослідників. Велика частина наукових праць присвячена саме цьому завданню. Деякі науковці називають популізм тонкою і мало пропрацьованою ідеологією (Mudde 2004; Abts and Rummens 2007; Stanley 2008; Albertazzi and McDonnell 2008; Kriesi 2014; Wirth et al. 2016). Інші говорять про нього як про скоріше набір певних ідей (Taggart 2000; Hawkins 2009; Rooduijn 2014; Rooduijn and Akkerman 2015). Протилежний бік дискурсу вбачає в популізмі стиль комунікації чи фреймування (Canovan 1999; Laclau 2005; Jagers and Walgrave 2007; Bos et al. 2011; Cranmer 2011; Hawkins 2009; Aslanidis 2016;). Загалом у більшості робіт можна виділити спільний погляд на визначення популізму через протиставлення «чистого народу» і «корумпованих еліт».

Важливою частиною наукового дискурсу щодо популізму є роботи, що намагаються виміряти його. Кількісний контент аналіз використовується у багатьох роботах. Наприклад Джегерс і Вальгрейв аналізують трансляції політичних партій (Jagers and Walgrave 2007), інші – програми (Rooduijn and Pauwels 2011), промови (Hawkins 2010) чи агітацію в соцмережах (Engesser et al. 2017).

## Методологія

Ідеологія політичних партій може бути відмінною від політики політичної партії чи ідеології її учасників. Тим не менш, для того, щоб визначити наскільки політична партія є популістською потрібно мати надійний метод аналізу інформації про цю політичну партію. Оскільки особисту ідеологічну приналежність кожного члена політичної партії неможливо об'єктивно і ефективно проаналізувати, а політика партії є наслідком ідеологічного спрямування, то найкращим джерелом ідеології політичної партії є її програмні документи. В них політичні партії прописують свої цілі, ідеї, бачення політики. Часто ці документи затверджуються на з'їзді політичної партії, а у їх створенні

беруть участь члени політичної партії. Зрештою, політики, які є членами політичної партії, демонструють свою ідеологічну приналежність через членство у політичній партії. Відповідно, для визначення того, чи є певна політична партія популістською, буде проведено якісний контент аналіз програмних документів політичних партій. Всі твердження, які демонструватимуть змістовну відповідність до визначення популізму, будуть враховуватись при класифікації політичної партії. Таким чином, якщо у програмних документах політичної партії не буде жодного популістського твердження, вона не буде вважатися популістською, втім якщо одне або більше тверджень будуть присутні, то політична партія вважатиметься популістською.

Для того щоб виконати поставлене у розділі завдання, політичні партії буде перевірено на відповідність визначенню популізму за допомогою якісного контент аналізу. У цьому дослідженні використовуватиметься визначення, надане Касом Мудде: «ідеологія, яка вважає суспільство зрештою розділеним на дві однорідні та антагоністичні групи, «чисті люди» проти «корумпованої еліти», і яка стверджує, що політика має бути вираженням *volonté générale* (загальної волі) людей»<sup>6</sup> (Mudde 2004). Дане визначення достатньо чітке для операціоналізації, а також, зважаючи на огляд літератури, відображає основні характеристики популізму, які присутні в багатьох інших визначеннях.

Операціоналізовано визначення популізму наступним чином. По-перше, визначатиметься наявність згадок про «волю народу» і її репрезентацію політичною партією чи її представниками. Риторика про «підзвітність народу» і захист його волевиявлення також рахуватиметься як перша складова популізму. По-друге, згадки про антиелітаризм, що в ширшому розумінні означає критику владних установ, критику держави як інституту, критику політичної системи та критику ЗМІ, складатимуть другу складову популізму. По-третє, вимоги

---

<sup>6</sup> Оригінал: «an ideology that considers society to be ultimately separated into two homogeneous and antagonistic groups, 'the pure people' versus 'the corrupt elite', and which argues that politics should be an expression of the *volonté générale* (general will) of the people»

народного суверенітету та елементів прямої демократії, хоча і є окремим за змістом, проте діють як додатковий прояв першої складової.

За результатами аналізу, політичні партії, які міститимуть положення з індикаторами вищезазначених складових популізму, будуть вважатися популістськими.

### **Аналіз австрійських політичних партій**

Австрійська народна партія (Österreichische Volkspartei) - неофіційна спадкоємиця Християнсько-соціальної партії в Австрії. Ця політична партія була заснована відразу після війни в 1945 році. Відтоді, поряд із Соціал-демократичною партією Австрії, вона була однією з двох найбільших політичних партій в Австрії. В 2019 отримала 37% голосів виборців, зайнявши найбільше місць в австрійському Парламенті<sup>7</sup>.

В її програмних документах йдеться в основному про адресування проблем і викликів для Австрії як країни. Наприклад у сфері гендерної рівності, захисту навколишнього середовища, міграції, розвитку бізнесу. Змістовно документи зосереджені на описі певних проблем і шляхах їх вирішення. Згадок протистоянню «еліт» також не зустрічається<sup>8</sup>. Хоча ця політична партія і визнає своє християнське коріння, варто відзначити її бажання репрезентувати «усіх», але без закликів до влади більшості: «Ми є і стоїмо на боці громадян. Ми розуміємо політику як службу, яка має створювати найкращі умови для можливостей розвитку, свободи вибору та реалізації життєвих планів. Держава і політика мають бути для людей, а не навпаки. Як політична партія, яка міцно закріплена в австрійських громадах, ми завжди працювали близько до громадян. Ми живемо поруч із громадянами на всіх рівнях»<sup>9 10</sup>.

<sup>7</sup> <https://bundeswahlen.gv.at/2019/>

<sup>8</sup> <https://www.dievolkspartei.at/Programme-Statuten-Logos>

<sup>9</sup> Там само.

<sup>10</sup> Оригінал: «Wir sind und ergreifen Partei für Bürgerinnen und Bürger. Wir verstehen Politik als Dienstleistung, die bestmögliche Rahmenbedingungen für Entwicklungschancen, Wahlfreiheit und Verwirklichung von Lebensentwürfen schaffen soll. Staat und Politik müssen für die Menschen da sein – und nicht umgekehrt. Als Partei, die in Österreichs Gemeinden stark verankert ist, arbeiten wir seit jeher nah am Bürger. Wir leben Bürgernähe auf allen Ebenen.»

Соціал-демократична партія Австрії (Sozialdemokratische Partei Österreichs) – найстаріша політична партія Австрії, заснована в 1889. За результатами виборів 2019 року займає друге місце за кількістю депутатів в Парламенті.

В програмних документах цієї політичної партії також йдеться про національні і глобальні виклики для Австрії. Клімат, фемінізм, імміграція є основними темами дискусії. Політична партія також не показує себе як таку, що репрезентує весь народ. «Ми є партією малих самозайнятих та одноосібних підприємств, працюючих працівників, а також малого та середнього бізнесу. Ми є партією всіх людей, праця яких є основою їхнього власного існування»<sup>11</sup> – говориться в програмі Соціал-демократичної партії Австрії<sup>12</sup>.

NEOS (NEOS – Das Neue Österreich und Liberales Forum) – заснована в 2012 році є доволі невеликою і новою політичною партією в Австрії. На останніх виборах в 2019 році виборола 8% голосів<sup>13</sup>.

Проаналізувавши програмні документів цієї політичної партії, можна говорити як про антиелітизм так і про репрезентацію волі народу. Наприклад, зустрічаємо таке твердження «Тому ми бачимо своєю місією дати кожній людині шанс. Сьогодні і в майбутньому»<sup>14</sup> <sup>15</sup>. Тут очевидно йдеться про намагання задовольнити всіх громадян країни, що не відносяться до «еліт». Натомість, щодо людей, яких можна назвати «елітами», програма пише наступне: «Це те, що ми відстоювали протягом останніх 10 років, але політичне оновлення в Австрії ще далеке від завершення»<sup>16</sup> <sup>17</sup>. Іншою важливою цитатою, яка говорить про розділення суспільства на народ і «еліти» є: «Від відео з Ібіци до чатів ÖVP про корупцію в пошті, хабарництво та мільйони рекламодавцям – останні кілька

<sup>11</sup> Оригінал: «Wir sind die Partei der kleinen Selbstständigen und der Ein-Personen-Unternehmen, der hart arbeitenden Angestellten ebenso wie der kleinen und mittleren Unternehmen. Wir sind die Partei aller Menschen, deren Arbeitseinsatz die Grundlage für den eigenen Lebensunterhalt ist»

<sup>12</sup> <https://www.spoe.at/das-sind-wir/downloads/>

<sup>13</sup> <https://bundeswahlen.gv.at/2019/>

<sup>14</sup> Оригінал: «Deshalb sehen wir es als unseren Auftrag, jedem Menschen alle Chancen zu ermöglichen. Heute, und in der Zukunft»

<sup>15</sup> <https://www.neos.eu/programm>

<sup>16</sup> Оригінал: «Dafür sind wir in den letzten 10 Jahren eingetreten – doch die politische Erneuerung in Österreich ist bei weitem noch nicht abgeschlossen»

<sup>17</sup> Там само.

років в Австрії характеризуються корупційними скандалами. Республіка все більше схожа на магазин самообслуговування для тих, хто старанно набиває свої кишені вашими податковими грошима»<sup>18 19</sup>. Таким чином можна говорити, що дана політична партія має ознаки апелювання до народу і протиставлення себе «корумпованим елітам». Відтак можна говорити, що ця політична партія є популістською.

Австрійська Партія Свободи (Freiheitliche Partei Österreichs) – заснована в 1956 році, політична партія є доволі популярною в Австрії. Після політичного скандалу, партія втратила свої сильні позиції в Парламенті і перейшла в опозицію з 16% голосів<sup>20</sup>.

Програмні документи політичної партії містять як загальні положення про перспективи розвитку Австрії, так ідеологічно вмотивовані твердження. Один з прикладів, в якому йдеться про протистояння впливу Брюсселю: «ЗА збереження національного суверенітету, проти брюссельського централізму та переповненої бюрократії ЄС. Ми не хочемо централізованої конфедерації держав, як Сполучені Штати Америки, а радше європейської конфедерації суверенних національних держав із сильною прямою демократичною легітимністю»<sup>21</sup> (FPÖ 2011). Крім протистояння європейським елітам, є ще згадка про «мультинаціональні корпорації»: «ЗА збереження національних економік, проти диктату транснаціональних корпорацій і неправильної побудови єдиної євровалюти»<sup>22</sup> (FPÖ 2011). Таким чином, ця політична партія вбачає розмежування «еліт» і «народу» на європейському та глобальному рівнях. Також політична партія виступає за пряму демократію: «Ми віддані розширенню

<sup>18</sup> Оригінал: «Vom Ibiza-Video hin zu den ÖVP-Chats rund um Postenkorruption, Bestechung und Inseratenmillionen – die letzten Jahre in Österreich waren geprägt von Korruptionsskandalen. Die Republik wirkt immer mehr wie ein Selbstbedienungsladen einiger Weniger, die sich fleißig die Taschen mit deinem Steuergeld füllen»

<sup>19</sup> Там само.

<sup>20</sup> <https://bundeswahlen.gv.at/2019/>

<sup>21</sup> Оригінал: «FÜR den Erhalt der nationalen Souveränität, gegen den Brüsseler Zentralismus und eine ausufernde EU-Bürokratie. Wir wollen keinen zentralistischen Staatenbund wie die Vereinigten Staaten von Amerika, sondern eine europäische Konföderation souveräner Nationalstaaten mit starker direktdemokratischer Legitimation»

<sup>22</sup> Оригінал: «FÜR den Erhalt der nationalstaatlichen Volkswirtschaften, gegen das Diktat der multinationalen Konzerne und die Fehlkonstruktion der EuroEinheitswährung»

прямої демократії, вільному, таємному, рівному, особистому та прямому пропорційному представництву, а також законам про засоби масової інформації, які запобігають монополії та маніпулюванню громадською думкою»<sup>23</sup> (FPÖ 2011). Крім того, про бажання репрезентувати волю всього австрійського народу говорить також і заклик: «Спочатку австрійці, потім європейці!»<sup>24</sup> (FPÖ 2011). Отож, з впевненістю можна стверджувати, що Австрійська Партія Свободи є популістською політичною партією.

Зелені – Зелена Альтернатива (Die Grünen – Die Grüne Alternative) – є відносно новою політичною партією в Австрії. Її було засновано в 1986 році. В Парламенті репрезентує майже 14% громадян країни<sup>25</sup>.

В своїх програмних документах політична партія говорить про репрезентацію всіх людей, не залежно від віросповідання, статусу, походження, кольору шкіри. Проте, також немає закликів до створення прямої демократії. Натомість політична партія пропонує відмовитись від голосування більшістю. Важливими темами висвітленими в програмних документах є захист навколишнього середовища, відкрите суспільство, гендерна рівність. Протистояння «елітам» також не згадується (Die Grünen 2001) . Тому, цю політичну партію не можна назвати популістською.

## 2.4. Висновок

Аналіз програмних документів сучасних політичних партій в Австрійському парламенті показав, що тільки дві з них можна назвати популістськими. Австрійська народна партія, Соціал-демократична партія Австрії, Зелені – Зелена Альтернатива, у своїх документах не мають згадок про протистояння елітам. Загалом проблематика не популістських політичних партій зосереджена на проблемах сучасності, таких як гендерна політика, екологія чи

<sup>23</sup> Оригінал: «Wir bekennen uns zum Ausbau der direkten Demokratie, zu einem freien, geheimen, gleichen, persönlichen und unmittelbaren Verhältniswahlrecht und zu Mediengesetzen, die Monopole und Manipulationen der öffentlichen Meinung verhindern»

<sup>24</sup> Оригінал: «Zuerst Österreicher, dann Europäer!»

<sup>25</sup> <https://bundeswahlen.gv.at/2019/>

міграція, але без перекладання відповідальності на політичні партії при владі чи глобальних гравців. Щодо репрезентації «всіх громадян», то деякі політичні партії (Соціал-демократична партія Австрії), які не можна назвати популістськими, орієнтуються на певні категорії населення. Водночас варто відзначити, що дві політичні партії (Австрійська Народна Партія та Зелені) намагаються охопити якомога більшу кількість населення визначаючи своїх виборців вкрай широко. Тим не менш, вони не закликають до народовладдя шляхом прямої демократії. Це свідчить скоріше про намагання залучити нову аудиторію, але без наміру перетворити з її допомогою політичну систему країни, таким чином, щоб нівелювати вплив політичних партій меншості.

NEOS та Австрійська Партія Свободи використовують у своїх документах риторику з антиелітистським наративом. Кожна з політичних партій позиціонує себе як заміну корумпованих чиновників чи борців з глобальними елітами, що намагаються зруйнувати звичний для австрійців спосіб життя. Власне, позиціонування власних політичних сил, як таких, що репрезентують весь австрійський народ є другим елементом використовуваного визначення популізму. Оскільки в обох політичних партій можна відзначити риторику, спрямовану на охоплення всього населення Австрії, то можна стверджувати, що другий елемент популізму також наявний у документах політичних партій. Відповідно, обидві складові з використовуваного визначення були виявлені за допомогою аналізу програмних документів політичних партій NEOS і Австрійська Партія Свободи. Отже, можна стверджувати, що в рамках проведеного дослідження ці політичні партії можна назвати популістськими.

## РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ РИТОРИКИ

### 3.1. Опис результатів та приклади

#### Австрійська Партія Свободи

Сторінка Австрійської Партії Свободи в Instagram містить 141 допис в період з 1 липня по 29 вересня 2019 року. Аналіз цих дописів показав, що 34 з них містять помилки в аргументації, що становить 24,11% від загальної кількості.

Найбільша кількість помилок в аргументації припадає на серпень і вересень, а найбільша кількість помилок в аргументації на допис трапляється у вересні, за декілька днів до голосування (табл.1).

Помилки в аргументації, які були найчастіше використані в дописах це *ad consequentiam* (14 разів/ 9,92%) та *straw man* (12 разів/8,51%) (табл.2). Прикладом першого є допис (скріншот 1) за 29 вересня – день виборів, де говориться наступне:

ТВОЄ МАЙБУТНЄ ПОТРЕБУЄ ТВОГО ГОЛОСУ! СЬОГОДНІ ТВОЯ Батьківщина терміново потребує ТЕБЕ: ВСТАВАЙ і ГОЛОСУЙ - за Австрію! Тому що своїм ГОЛОСОМ за Австрійську Партію Свободи ви не допустите лівого уряду з відкритими кордонами та виборчими правами для іноземців! Голосуючи за Австрійську Партію Свободи, ви зберігаєте свої цінності та австрійську ідентичність! Голосуючи за Австрійську Партію Свободи, ви захищаєте свою батьківщину від ісламізації! Своїм голосом за Австрійську Партію Свободи ви забезпечуєте соціальну справедливість для всіх австрійців! Голосуючи за Австрійську Партію Свободи, ви забезпечуєте гарне майбутнє для своїх дітей! Поділіться цим важливим повідомленням з усіма, кого ви знаєте!<sup>26</sup>

<sup>26</sup> Оригінал: «DEINE ZUKUNFT BRAUCHT DEINE STIMME! HEUTE braucht deine Heimat DICH ganz dringend: STEH AUF und GEH WÄHLEN - für Österreich! Denn mit DEINER STIMME für die FPÖ verhinderst du eine Linksregierung mit offenen Grenzen und Wahlrecht für Ausländer! Mit DEINER STIMME für die FPÖ bewahrst du deine Werte und die österreichische Identität! Mit DEINER STIMME für die FPÖ schützt du deine Heimat vor Islamisierung! Mit DEINER STIMME für die FPÖ sicherst du soziale Gerechtigkeit für alle Österreicherinnen und



Тут Австрійська Партія Свободи обґрунтовує свій висновок (потрібно голосувати за Австрійську Партію Свободи), спираючись виключно на бажаність наслідку (соціальна справедливість для австрійців, гарне майбутнє для дітей) і небажаність наслідку (ісламізація, відкриті кордони).

Одним з прикладів straw man є допис за 12 вересня (скріншот 2):

Увага, увага! Ми побачили записи того, як могла створюватися передвиборча програма Австрійської Народної Партії. Нинішня передвиборча програма Австрійської Народної Партії знову дуже нагадує програму Австрійської Партії Свободи. Вже під час минулої виборчої кампанії наші вимоги були безсоромно «скопійовані» або запозичені. Зараз історія знову повторюється. Але жарти в сторону: нам цікаво, з ким пан Курц хоче вступити в коаліцію, щоб проштовхнути «свої» вимоги. Нам спадає на думку лише одна партія: Австрійська Партія Свободи! Обмежувальна імміграційна політика, боротьба з нелегальною міграцією і послідовне впровадження нової схеми мінімального доходу можуть бути реалізовані тільки з Австрійською Партією Свободи в уряді! <sup>27</sup>

Тут передвиборча програма Австрійської Народної Партії показана як така, що була скопійована з передвиборчої програми Австрійської Партії Свободи. Остання говорить, що підходи до міграційної політики і мінімального доходу у обох політичних партій є ідентичними. Швидкий аналіз програми Австрійської Народної Партії дозволяє виділити три напрямки політики цієї політичної партії у сфері міграції. Перший – боротьба з нелегальною імміграцією на європейському рівні. Йдеться про посилення контролю за міграцією між

---

Österreicher! Mit DEINER STIMME für die FPÖ sicherst du deinen Kindern eine gute Zukunft! Teile diese wichtige Botschaft mit allen, die du kennst!» (<https://www.instagram.com/p/B2-5tISogJo/>)

<sup>27</sup> Оригінал: «Achtung, Achtung! Wir haben Aufnahmen zu Gesicht bekommen, wie in etwa das ÖVP-Wahlprogramm entstanden sein dürfte. Das jetzige ÖVP-Wahlprogramm erinnert wieder einmal sehr an jenes der FPÖ. Bereits im letzten Wahlkampf wurden schamlos unsere Forderung „kopiert“ bzw. übernommen. Nun wiederholt sich die Geschichte ein weiteres Mal. Aber Spaß beiseite: Wir sind gespannt mit wem Herr Kurz eine Koalition eingehen will, um „seine“ Forderungen durchzubringen. Uns fällt hier nur eine Partei ein: Die FPÖ!

Eine restriktive Zuwanderungspolitik, die Bekämpfung der illegalen Migration und die konsequente Umsetzung der Mindestsicherung neu, werde sich wohl nur mit einer FPÖ in der Regierung umsetzen lassen!» (<https://www.instagram.com/p/B2Tng2JI8Sq/>)

європейськими країнами та відповідальність на державному рівні за несерйозне ставлення до цієї проблеми. Другий це надання мінімального доходу для осіб, які мають право на притулок, лише за певних умов (таких як володіння мовою). Третій – створення робочої групи, яка перевірятиме чи немає зловживань в системі виплат для іммігрантів.<sup>28</sup> Натомість програма Австрійської Партії Свободи вимагає: а) використовувати дані телефонів для встановлення ідентичності мігрантів та інші обмеження для статусу шукача притулку; б) депортація іноземців з кримінальним минулим; в) зменшення можливості перебувати в статусі шукача притулку довгий час<sup>29</sup>. Таким чином позиції обох політичних партій, попри певну схожість, фактично відрізняються у цілях і засобах досягнення цих цілей. Втім, Австрійська Партія Свободи вдається до цієї помилки в аргументації для досягнення своєї риторичної цілі – виставити політичного опонента некомпетентним.

## NEOS

Сторінка NEOS в Instagram містить 46 дописів у період з 1 липня по 29 вересня 2019 року. Аналіз цих дописів показав, що 10 з них містять помилки в аргументації, що становить 21,74% від загальної кількості.

Найбільша кількість помилок в аргументації припадає на кінець липня і початок вересня, а кількість помилок в аргументації на допис трапляється один раз і налічує 2 помилки (табл.3).

Помилки в аргументації, які були найчастіше використані в дописах це *ad veresundiam* (4 рази/8,69%) та *ad populum* і поспішне узагальнення (по 2 рази/4,34%) (табл.4). Наприклад, *ad veresundiam* можна побачити на скріншоті 3, де надані заголовки, імовірно, з різних медіа-ресурсів. В заголовках можна побачити певні підрахунки діяльності міністра внутрішніх справ. Тобто присутня апеляція до авторитету видань, «медіа пишуть». Проте, не надано

<sup>28</sup> [https://www.dievolkspartei.at/Download/100\\_Projekte.pdf](https://www.dievolkspartei.at/Download/100_Projekte.pdf)

<sup>29</sup> [https://www.fbi-politikschule.at/fileadmin/user\\_upload/www.fbi-politikschule.at/blaues\\_oesterreich/Wahlprogramme/Wahlprogramm\\_NRW\\_2019\\_Mit\\_Sicherheit\\_fuer\\_OEsterreich\\_nur\\_online.pdf](https://www.fbi-politikschule.at/fileadmin/user_upload/www.fbi-politikschule.at/blaues_oesterreich/Wahlprogramme/Wahlprogramm_NRW_2019_Mit_Sicherheit_fuer_OEsterreich_nur_online.pdf)

жодного посилання, авторство і авторитетність імовірних видань не може бути підтверджена. Інший приклад помилки в аргументації, який використала NEOS, *ad populum*, бачимо на скріншоті 4. Цей допис містить відео, де говориться наступне:

Добре відомо, що Австрійська Партія Свободи, Австрійської Народна Партія та Соціал-демократична партія Австрії мають особливо складні проблеми з прозорістю. Зелені роблять хорошу роботу, але є ще місце для вдосконалення. Проте прозорість - це так просто. NEOS є прозорим 365 днів на рік, і ніхто інший не робить цього з глибокого переконання.<sup>30</sup>

Це класичний приклад апеляції до популярності. Фраза «добре відомо» чітко вказує слухачу на правдивість інформації, обґрунтовуючи цю правдивість тим, що подана інформація, начебто, є загальновідомим фактом. Крім того, речення про те, що «ніхто інший не робить цього з глибокого переконання», є прикладом *ad ignorantiam*, адже неможливо довести з якої причини насправді політичні партії нібито не є прозорими.

### **Зелені – Зелена Альтернатива**

Сторінка Зелених в Instagram містить 285 дописів у період з 1 липня по 29 вересня 2019 року. Аналіз цих дописів показав, що 29 з них містять помилки в аргументації, що становить 10,18% від загальної кількості.

Найбільша кількість помилок в аргументації припадає на серпень і вересень, а найбільша кількість помилок в аргументації на допис трапляється у вересні, за декілька днів до голосування (табл.5).

Помилки в аргументації, які були найчастіше використані в дописах це *ad verecundiam* (14 разів/4,91%) та *ad consequentiam* (7 разів/2,45%) (табл.6).

<sup>30</sup> Оригінал: «Die FPÖ, ÖVP und SPÖ mit Transparenz besonders schwertun, ist ja bekannt. Die Grünen stellen sich schon geschickte an, aber es gibt doch Luft nach oben. Dabei ist Transparenz doch so einfach. NEOS sind 365 Tage im Jahr transparent und das aus tiefer Überzeugung macht sonst keiner.» (<https://www.instagram.com/p/B2yzpxlBb-Y/>)

Типовим прикладом використання *ad verecundiam* для Зелених є використання статистики про екологічні проблеми без надання посилань на джерела (чи навіть згадок інституції, яка виконала підрахунки). На скріншоті 5 один з таких дописів містить наступний текст:

Наша зелена молодь з акціонізмом #comeback! Геть нафту і газ! Ми хочемо справжнього енергетичного переходу! Сьогодні з 6:30 ранку ми заблокували під'їзд до нафтобази OMV Лобау і, таким чином, доступ автоцистерн! Ми протестуємо проти антикліматичної політики нафтової компанії OMV. OMV є однією зі 100 найбільших компаній у світі, що видобувають викопне паливо, відповідальною за 70 відсотків викидів з 1988 року! Генеральний директор OMV Райнер Зеле називає кліматичні дебати істеричними і висміює прихильність тисяч молодих людей. OMV руйнує наше майбутнє! Ми вимагаємо радикального повороту в енергетиці, повного переходу на відновлювані джерела енергії та відмови від фіктивних рішень і грінвошингу за допомогою водню з викопного газу. Ми хочемо врятувати наше майбутнє!<sup>31</sup>

Згадка про місце нафтової компанії в неназваному рейтингу величини компаній світу, а також її відповідальність за певну кількість викидів у період з 1988 року, не є обґрунтованими з точки зору аргументації. Оскільки не було згадано джерело, звідки були отримані дані, і не було надано посилання на відповідне дослідження, то можна вважати даний текст таким, що допустив помилку в аргументації.

---

<sup>31</sup> Оригінал: «Unsere grüne Jugend mit dem #comeback Aktionismus! Raus aus Öl und Gas! Wir wollen eine echte Energiewende! Seit 6:30 Uhr blockieren wir heute den Straßeneingang zum OMV Tanklager Lobau und somit die Zufahrt von Tankwägen! Wir protestieren gegen die klimafeindliche Politik des Mineralölkonzerns OMV. Dieser ist global einer der größten 100 fossilen Konzerne, die für 70 Prozent der Emissionen seit 1988 verantwortlich ist! Der OMV-Chef Rainer Seele bezeichnet die Klimadebatte als hysterisch und zieht das Engagement tausender Jugendlicher ins Lächerliche. Die OMV zerstört unsere Zukunft! Wir fordern eine radikale Energiewende, einen vollständigen Umstieg auf erneuerbare Energien und keine Scheinlösungen und Greenwashing durch Wasserstoff aus fossilem Gas. Wir wollen unsere Zukunft retten!» (<https://www.instagram.com/p/B23fBDSIleA/>)

Також специфіка ідеології боротьби за навколишнє середовище зумовлює використання помилки в аргументації *ad consequentiam*. Допис за 20 вересня говорить наступне:

Курц і Ко хочуть нового видання коаліції "Бірюзово-блакитна Ібіца". Продовжуйте, як і раніше. "Окремі випадки" щотижня та заперечення зміни клімату в кабінетах. Цього не повинно статися. Потрібен #Comeback. Повернення захисту клімату та навколишнього середовища. Повернення верховенства права та послідовного антифашизму. Повернення справедливості та контролю. Ви можете отримати це лише із Зеленими. Ці вибори будуть вирішальними - кожен голос має значення. Якщо ви хочете #Comeback, ви повинні проголосувати за нього.<sup>32</sup>

Тобто, типово для цього виду помилки в аргументації, Зелені обіцяють читачам позитивні наслідки у разі їх приходу до влади. Йдеться про захист клімату, верховенство права та антифашизм, при цьому маючи на увазі, що стан цих проблем погіршиться, якщо заклик буде проігноровано.

### **Соціал-Демократична Партія Австрії**

Сторінка Соціал-Демократичної Партії Австрії в Instagram містить 172 дописи в період з 1 липня по 29 вересня 2019 року. Аналіз цих дописів показав, що 15 з них містять помилки в аргументації, що становить 8,72% від загальної кількості.

Найбільша кількість помилок в аргументації припадає вересень, а найбільша кількість помилок в аргументації на допис трапляється у вересні, за декілька днів до голосування.

---

<sup>32</sup> Оригінал: «Kurz und Co. wollen die Neuauflage der türkis-blauen Ibiza-Koalition. Weitermachen wie gehabt. "Einzelfälle" jede Woche und Klimawandelleugner in den Kabinetten. Das darf nicht passieren. Was es braucht, ist ein #Comeback Ein Comeback von Klima- and Umweltschutz. Ein Comeback Rechtsstaat and konsequenter Antifaschismus. Ein Comeback Gerechtigkeit and Kontrolle. Das bekommt man nur mit den Grünen. Diese Wahl wird knapp werden - Es geht um jede Stimme. Wenn Du das #comeback willst, dann musst du es wählen.» (<https://www.instagram.com/p/B2ogoVIIIdUs/> )

Помилка в аргументації, яка була найчастіше використана в дописах це *ad verescundiam* (9 разів/5,23%). Як і у випадку інших політичних партій, Соціал-Демократична Партія Австрії вдається до цієї помилки, демонструючи статистичні дані без надання будь-яких посилань чи вказування джерел. Прикладом такого помилкового допису є допис 19 вересня (скріншот 6). Тут продемонстрований графік, який показує преференцію виборців до 25 років. Значення надані імовірно у відсотках (прямо не вказано). Судячи з цього графіку, категорія виборців до 25 років надає перевагу саме Соціал-Демократичній Партії Австрії. Метою такого допису може бути мобілізація молодих виборців за принципом «голосуй як однолітки», або мобілізація виборців старших за 25 років за принципом «голосуй як молоде покоління». Якою б, зрештою, не була ціль такого допису, він містить помилку в аргументації.

### **Австрійська Народна Партія**

Сторінка Австрійської Народної Партії в Instagram містить 152 допис в період з 1 липня по 29 вересня 2019 року. Аналіз цих дописів показав, що 11 з них містять помилки в аргументації, що становить 7,23% від загальної кількості.

Найбільша кількість помилок в аргументації припадає на серпень і вересень, а найбільша кількість помилок в аргументації на допис трапляється у серпні (4 помилки на допис).

Помилки в аргументації, які були найчастіше використані в дописах це *red herring*, *ad verescundiam* та поспішне узагальнення (3 рази/1,97%). Зважаючи на те, що Австрійська Народна Партія використовує найменшу кількість помилок в аргументації у своїй риториці, виглядає цікавим той факт, що вона є лідером у використанні *red herring*. Прикладом допис 14 серпня (скріншот 7). На відеозаписі в дописі, депутатка від Австрійської Народної Партії доктор Маргарет Шрамбок говорить наступне:

Якби ми так робили в бізнесі, зосереджуючись лише на конкурентах і ображаючи їх, у нас скоро не залишилося б клієнтів. Я прийшла у політику

в 2017 році як людина, що змінює кар'єру, і як експерт. Моїм найбільшим бажанням було покласти край застою і жити в новому політичному стилі. Озираючись на останні кілька днів і тижнів, я відчуваю хвилювання і шок. Все ще існують партії, які зацікавлені лише в політичних суперечках, а не в нових ідеях для Австрії. Інші партії мають лише одну програму: Курц повинен піти. Ось чому ми повинні показати наші кольори разом і повністю підтримати Себастьяна Курца, щоб ми могли продовжувати йти шляхом змін.<sup>33</sup>

Дана цитата містить ряд помилок в аргументації. Перша, яка уже була згадана вище, це *red herring*. Ця помилка яскраво виражена в майже кожному реченні. У першому реченні вжито хибну аналогію – порівняння бізнесу і політики, що також виконує роль зміни теми (*red herring*), адже ніяк не адресує звинувачення на адресу С. Курца. Наступні три речення представляють нам промовця, і допускають ще одну помилку - *ad misericordiam*, апеляцію до емоцій. В наступному реченні знову слідує спроба зміни теми – начебто потрібно проігнорувати звинувачення, і просувати, натомість, якісь «нові ідеї». Далі слідує *straw man*, приписування всім політичним партіям однієї політичної програми – усунення чинного, на той час, канцлера. Звісно ж, це є перебільшенням, але також і помилкою в аргументації, адже, як можна побачити вище в описі помилок в аргументації Австрійської Партії Свободи, інші політичні партії мають на порядку денному багато проблем, наприклад міграція.

Іншим прикладом помилки в аргументації, яка відносно часто зустрічається в дописах Австрійської Народної Партії, є поспішне узагальнення. Так у дописі 16 вересня (скріншот 8) міститься відеозапис, де, вищезгадана доктор Маргарет Шрамбок, говорить:

<sup>33</sup> Оригінал: «Wenn wir das in der Wirtschaft täten, sich nur auf die Mitbewerber konzentrieren und diese Mitbewerber beschimpfen, dann hätte man bald keine Kunden mehr. Ich bin 2017 als Quereinsteigerin und als Expertin in die Politik gekommen. Mein Wunsch war es vor allem, den Stillstand zu beenden und einen neuen politischen Stil zu leben. Der Rückblick auf die letzten Tage und Wochen stimmt mich bedenklich und schokiert mich. Es gibt immer noch Parteien, die allein auf politisches Hickhack aus sind und nicht auf neue Ideen für Österreich. Die anderen Parteien haben nur ein Programm: Kurz muss Weg. Deshalb heißt es für uns gemeinsam Farbe bekennen und Sebastian Kurz voll zu unterstützen damit wir den Weg der Veränderung weiter gehen können.» (<https://www.instagram.com/p/B1Jcbikngoj/> )

Я отримую багато позитивних відгуків. Про нас і шлях, який ми розпочали. Але в той же час ще дещо: шлях не закінчений, і півтора року - це буквально занадто мало, щоб сказати, що ми зробили все. Ще так багато потрібно реалізувати, і ми були сильною командою, і цей зворотній зв'язок також був отриманий. Ми не сперечалися. Тож якщо ви подивитеся на ці наклепи один на одного і постійне затягування один одного вниз, то це не те, як ми працюємо, це не те, як ми рухаємося вперед. І я отримала цей зворотній зв'язок: Так тримати, так і продовжуйте, йдіть у майбутнє так само і беріть на себе цю відповідальність. І, звичайно, дуже приємно це чути і відчувати.<sup>34</sup>

У наведеній цитаті чітко видно цю помилку в аргументації. Політикиня говорить, що «отримує багато позитивних відгуків». Проте ці дані є вкрай обмеженими. Кількість людей, яка фізично може надати зворотній зв'язок доктору М. Шрамбок має величезну кількість обмежувальних факторів: її країна, коло спілкування, соціальний клас, робочий графік. Тобто, жодним чином, мова не може йти про репрезентативне опитування. Крім того, тут присутня ще й *ad ignorantiam*, адже слухач жодним чином не може ані підтвердити, ані спростувати чи був насправді отриманий певний зворотній зв'язок. Оскільки мова не йде про репрезентативне опитування, то залишається лише спиратись на слово політикині, чого є недостатньо.

### 3.2. Загальні тенденції

Загалом можна говорити про те, що найбільш використовуваним типом помилки в аргументації у риториці політичних партій у період з липня по вересень 2019 є *ad versundiam* (35 разів) і *ad consequentiam* (26 разів). При цьому *ad versundiam* був найпопулярнішою помилкою в аргументації, як для

<sup>34</sup> Оригінал: «Ich bekomme ganz viel positives Feedback. Für uns und den Weg, den wir begonnen haben. Gleichzeitig aber auch etwas: Der Weg ist nicht zu Ende und eineinhalb Jahre waren im wahrsten Sinne des Wortes zu kurz, um sagen zu können, wir haben alles gemacht. Es gibt noch so viel umzusetzen und wir waren ein starkes Team und dieses Feedback hat man auch bekommen. Wir haben nicht gestritten. Wenn ihr also schaut, dieses Anpatzen und dieses ständige übereinander Herziehen, das ist nicht der Weg, wie wir arbeiten, der Weg, wie wir vorangehen. Und dieses Feedback habe ich bekommen: Macht so weiter, tut so weiter, geht so in die Zukunft und nehmt diese Verantwortung. Und das tut natürlich sehr gut, dass auch zu hören und zu spüren.» (<https://www.instagram.com/p/B2eXcHQHvB5/>)



популістських (NEOS) так і для не популістських політичних партій (Зелені, Австрійська Народна Партія, Соціал-Демократична Партія Австрії). Тобто цей тип в аргументації помилки не є винятковим для якогось з типів політичних партій. Так само *ad consequentiam* значною мірою зустрічається як в популістській Австрійській Народній Партії так і в не популістській політичній партії Зелені.

Такі типи помилок як *petitio principii*, слизький шлях, фальшива причина («*post hoc ergo propter hoc*») та хибна дилема не зустрічаються в дописах за цей період жодного разу. Скоріше за все причиною цього є природа медіуму, через який транслюється риторика. Так, для *petitio principii* скоріш за все підійшов би розмовний формат, дебатів наприклад. Ця помилка в аргументації не виглядає переконливо в письмовому форматі, бо вона ґрунтує висновок на уже зазначеній тезі. Тобто читач, маючи змогу побачити помилкове речення повністю чи перечитати його декілька разів, скоріш за все зможе сам зрозуміти його невдалість. З цієї точки зору, стає зрозуміло, чому чотири з п'яти розглянутих політичних партій вдаються до *ad vercundiam* – ця помилка в аргументації створює ілюзію фактичності, начебто аргумент заснований на доведених даних чи експертних думках. В такому випадку немає сенсу вдаватися до хибної логіки.

З іншого боку виникає питання чому, в такому разі, не спостерігається взаємодії чи чергування *ad vercundiam* і фальшивої причини («*post hoc ergo propter hoc*»). З першого погляду здається, що обидві помилки в аргументації апелюють до певних даних, що виглядають фактичними чи науковими. Різниця, в широкому значенні, полягає в тому, що фальшива причина зводить ці дані в хибну кореляцію. Скоріш за все, попри схожість цих двох типів помилок в аргументації, вони є взаємовиключними. Коли *ad vercundiam* тільки апелює до статистики («ця компанія відповідальна за 90% викидів CO<sub>2</sub> в атмосферу»), фальшива причина має її надати, щоб вибудувати подальшу кореляцію («викиди в атмосферу певної компанії ростуть пропорційно зі зменшенням кількості мігрантів в країні»). Так само, як і у випадку з *petitio principii*, цей аргумент в

письмовому вигляді легше спростувати, при цьому витрачаючи на його опис більше часу. Також, як демонструє дане дослідження, у більшості випадків, австрійські політичні партії не в змозі надати посилання на джерела, з яких вони беруть статистику чи фактичну інформацію. Враховуючи це, при використанні кореляції потрібно було б подвоїти кількість *ad versundiam* або використовувати підтвержені джерела даних задля помилки в аргументації, що не видається доцільним.

Хибна дилема також є більш підходящою для розмовного медіуму. У форматі дебатів, наприклад, влучно поставивши питання з цією помилкою в аргументації можна збентежити опонента, змусити його замислитись над правильною відповіддю до питання, на яке немає правильної відповіді. В результаті промовець, який вдало використає таку помилку в риториці, хоча і не переконає співрозмовника, але може здобути символічну перемогу в очах публіки (виставивши опонента невпевненим, або таким, що вагається у відповіді на «просте» запитання).

Непопулярність слизького шляху також можна пояснити природою медіуму. Формат дописів в Instagram – швидкий, влучний, візуально виразний. В такому випадку немає сенсу вдаватися до аргументування позиції через вибудовування ланцюгової реакції: якщо ми допустимо А, то станеться Б, яке в свою чергу, матиме негативні наслідки для нас. Натомість набагато більш підходящим форматом аргументу буде лаконічний *ad consequentiam*: голосуйте за нас, інакше до влади прийдуть корупціонери.

В цілому, у всіх австрійських політичних партій можна помітити кореляцію між збільшенням кількості помилок в дописах і наближенням дати виборів. Так само, Австрійська Партія Свободи, Соціал-демократична партія Австрії і Зелені виявляють тенденцію до збільшення кількості помилок на один допис в цей період.

### 3.3. Висновок

Кількісний аналіз дописів на сторінках австрійських політичних партій в Instagram показав, що популістські і не популістськими політичні партії відрізняються за частотою використання помилок в аргументації у своїй риториці. NEOS і Австрійська Партія Свободи, які були визначені як популістські в попередньому розділі, є лідерами за помилками в аргументації у своїх публікаціях, у відсотковому відношенні. Різниця полягає приблизно в 10%. Таким чином, можна стверджувати, що популістські політичні партії використовували більше помилок в аргументації у своїй риториці ніж не популістські.

Різниця між правою партією Австрійська Партія Свободи і NEOS в кількості використаних помилок в аргументації присутня, але не є суттєвою. Отож, можна говорити про те, що не залежно від розташування партії на політичному спектрі, кількість помилкової риторики залишається незмінною. Тобто вирішальним фактором є саме приналежність партії до категорії популістських.

## РОЗДІЛ 4 ПРИЧИНИ ВИКОРИСТАННЯ ПОМИЛОК В АРГУМЕНТАЦІЇ

### 4.1. Теоретичні пояснення

Як показало дослідження, результати якого описані в попередньому розділі, уся риторика оглянутих політичних партій містила помилки в аргументації. Крім того, риторика популістських політичних партій містила більше помилок в аргументації ніж риторика непопулістських. Завданням цього розділу є пояснити цю різницю, давши відповідь на друге дослідницьке питання. Для цього будуть використані п'ять теорій. Кожна з них відрізняється своїм історичним розвитком, що дає різнобічні перспективи на питання прийняття рішень. Наведені нижче теорії намагаються пояснити чому індивіди приймають ті чи інші рішення. В контексті цієї роботи такий підхід видається доречним, адже рішення про застосування помилок в аргументації, свідомо чи не свідомо, має бути прийняте індивідом або групою індивідів, які є членами тої чи іншої політичної партії. Таким чином, в розділі буде пояснено яким чином і чому приймається таке рішення.

#### Теорія раціонального вибору (Rational Choice Theory)

Теорія раціонального вибору виникла з ідеї, що всі люди діють у раціональний спосіб, що вони приймають те чи інше рішення на основі витрат і вигод. Одним з перших засновників теорії в соціології був Джордж Хоманс (Homans 1961). Взявши за основу припущення біхевіористської психології, він побудував теорію обмінів. Згодом наукова спільнота спростувала ці припущення, хоча теорія обмінів і продовжила надихати нові дискусії. В 60-х і 70-х роках П. Блау, Коулмен і Кук (Coleman 1973; Blau 1964; Cook 1977) розширили та збільшили його напрацювання і створили більш формальні, математичні моделі для опису раціональних дій (Coleman 1990). Тенденція до формальних математичних моделей раціональних дій збереглася у подальших дослідженнях на різну тематику. Створення теорії голосування та формування коаліцій у політичній науці (Downs 1957; Buchanan and Tullock 1962; Riker 1962),

пояснення відносин етнічних меншин (Hechter 1987), дослідження соціальної мобільності і репродукції соціальних класів (Goldthorpe 1996; Breen and Rottman 1995) брали за основу моделі раціональних дій.

Як пише Джон Скотт, Теорія раціонального вибору припускає, що всі індивіди у своєму виборі вмотивовані бажанням отримати певні вигоди чи задовольнити свої вподобання (Scott 2012). Відповідно, вони діють (приймають рішення) спираючись на інформацію, яку вони мають про умови і обмеження, які існують в їхньому випадку. Таким чином, відношення вигод та вподобань до обмежень і складає той спосіб, у який зважується рішення про прийняття рішення. Оскільки реалістично індивід не може задовольнити всі свої вподобання, уникнувши всіх обмежень, то вони повинні робити вибір не тільки на рівні досягнення вподобання, а й на рівні вибору способу досягнення вподобання також. Завданням індивіда, в такому випадку, є передбачити всі альтернативи і вирахувати який вибір призведе до найменших обмежень і найбільших вигод. Таким чином йдеться про раціональність цього вибору.

З точки зору теорії раціонального вибору, соціальні взаємодії є процесом соціального обміну, говорить Дж. Скотт (Scott 2012). Так само як в економіці йдеться про обмін товарами і капіталом, в соціальних взаємодіях відбувається обмін визначеними цінними поведінками. Отож, в них також присутній елемент максимально вигідного вибору, в якому враховуються як вподобання, так і обмеження. Ряд переваг і обмежень в таких взаємодіях може значно варіюватися: від матеріальних до нематеріальних.

Наприклад перевага, яку надає вдала покупка в магазині може задовольнити як фізичну потребу (втамування голоду), так і абстрактну (соціальне схвалення). Так само і крадіжка цінної речі може виконати ці обидві функції. Проте, обидва вибори мають свою ціну. Якщо покупка в магазині вимагає втрати грошей в обмін на товар, то крадіжка потенційно тягне за собою кримінальну відповідальність і соціальний осуд.

Бажання індивіда вдатися до того чи іншого вибору, в такому разі, буде залежати від кількості і цінності тої вигоди, яку він потенційно може отримати. Матеріальна вигода є відносно легко вимірюваною, адже більшість матеріальних речей може бути оцінена грошми. Втім, нематеріальні вигоди, такі як соціальне схвалення, не можуть бути оцінені. Для вирішення цієї проблеми, теоретики раціонального вибору використовують порівняння відносно інших цінностей. Тобто з двох вигод, цінніша та, якій індивід надасть перевагу, за умови, що жодна з них не тягне за собою жодних обмежень.

Ще одним важливим аспектом теорії раціонального вибору в соціальному вимірі є обіцянка вигоди чи покарання. Тобто, в рамках теорії, обіцянка вигоди прирівнюється до вигоди, у впливі, який вона чинить на індивіда, що приймає рішення. До прикладу, одна людина може допомогти іншій людині в очікуванні, що ця людина допоможе їй у майбутньому. Часте повторення такої поведінки призводить зрештою до збільшення кількості людей, які допомагають одне одному, адже вони бачать вигоду цієї взаємодії. Також, чим більше вигоди отримує людина від допомоги іншій, тим більше ця вигода знецінюється. Ці наслідки поширюються також і на покарання. Якщо людина була покарана за якусь дію в минулому, говорить Дж. Скотт, то вона буде уникати її кожного разу, коли вважатиме, що за цим слідуватиме покарання (Scott 2012).

В будь-якій соціальній взаємодії індивіди щось витрачають і щось отримують. «Жоден обмін не продовжується якщо обидві сторони не мають прибутку» пише Хоманс (Homans 1961: 61), маючи на увазі, що щоб взаємодія між двома індивідами відбулася, обидва мають отримати вигоду, яку вважають прийнятною власним витратам. Якщо ж витрати вважаються неприйнятними однією зі сторін, вона намагатиметься вийти із взаємодії. Отож, довготривалі соціальні стосунки засновуються на взаємовигоді. Якщо обидві сторони продовжують отримувати вигоду, їхні стосунки триватимуть далі. У випадку, коли стосунки перериваються, сторони починають шукати альтернативи, які принесуть їм вигоди.

Такі стосунки обміну можуть містити також елемент влади, адже ресурси, якими обмінюються індивіди рідко бувають рівноцінними, пояснює Дж. Скотт (Scott 2012). Таким чином, в кожному випадку взаємодії, результат визначатиметься відносною владою сторін. Сила переговорної позиції змінюється залежно від ваги кожної конкретної взаємодії для її учасника. Ця залежність, в свою чергу, залежить від альтернативних взаємодій. Якщо індивід може отримати певну вигоду тільки з однієї конкретної взаємодії, то це означатиме залежність, яка виліється у втрату контролю за ціною на згадану вигоду. Індивід з монополією на вигоду завжди матиме владу над ціною на неї. Як і в економічних відносинах, в соціальних існує багато форм контролю над ціною вигод.

Одним з пояснень чому політичні партії застосовують помилки в аргументації в своїй риториці може бути намагання інструменталізувати їх для маніпуляцій громадською думкою та отримання більшої кількості голосів на виборах. Помилки в аргументації, можуть впливати на виборців через емоції, хибні дані та маніпуляції фактами. Застосування теорії раціонального вибору до використання політичними партіями помилок в аргументації може надати пояснення чому політичні партії вдаються до такого інструменту і як він може діяти на виборців.

Оскільки теорія раціонального вибору концентрується на прийнятті окремими індивідами рішень на основі їхніх вподобань і обмежень, вона може дати пояснення для дій окремих політиків, з яких складаються політичні партії. Так, наприклад, якщо раціональні індивіди в політичній партії вважають, що вигоди від використання помилок в аргументації переважають витрати і покарання, то цей вибір буде виглядати раціонально в їх очах. Якщо розглянути можливі витрати політичної партії від такого вибору, то вони нічим не відрізняються витратам на непомилкову риторику. Втім, якщо говорити про вигоди, то можна зрозуміти чому помилковій риториці надаватиметься перевага. Помилки в аргументації мають широкий спектр дії – ними можна замінити

фактичні дані, якщо ті не виглядають дуже вражаюче (*ad verecundiam*), або виставити опонента некомпетентним, не вартим голосу (*straw man*). В результаті, виборці будуть більш схильні голосувати за ту політичну партію, яка має найбільш компетентного кандидата чи говорить «мовою цифр і фактів». За відсутності покарань чи обмежень за використання помилок в аргументації, вибір чи застосовувати їх у риториці буде очевидним для раціональних індивідів.

Загалом, з точки зору політичної партії, якщо застосування помилки в аргументації, в цілому, є раціональним рішенням, то тип цієї помилки не має значення. Проте, теорія раціонального вибору може також пояснити чому в риториці з'являється саме певний тип помилки в аргументації частіше ніж інші. Якщо раціональний індивід в особі політика, свідомий раціональності виборців, він може сподіватись вплинути на оцінку останніми їхніх можливих вигод чи покарань. Наприклад, як було зазначено в попередньому розділі, політичні партії використовують значну кількість *ad consequentiam*. Згідно теорії раціонального вибору, кожен з випадків її застосування можна інтерпретувати як спробу надати більшій ваги потенційним вигодам чи покаранням виборця.

### **Теорія фреймінгу (Framing Theory)**

Витоки теорії фреймінгу беруть початок у соціологічній, так і в психологічній літературі. У соціологічній науці фундаментальною є праця Ервінга Гофмана (Goffman 1974). Він говорить, що фрейми є інструментами, за допомогою яких люди можуть люди розуміють світ у повсякденному житті. Самі фрейми є культурно зумовленими і виконують роль спрощення складних явищ, з якими може стикнутися людина. У психологічній науці основоположною працею можна назвати роботу Канемана та Тверського (Kahneman and Tversky 1984). Їхня теорія полягає в припущенні, що нова інформація оцінюється в залежності від того чи сприймається вона через фрейм вигоди чи втрати. У дослідженнях політичної комунікації використовуються напрацювання обох підходів до явища фреймування. Наприклад робота Тачмана та Гітліна значною мірою ґрунтується на соціологічному підході, у той час як багато пізніших



наукових праць щодо фреймінгу беруть за основу психологічний підхід. Крім того, поняття фреймінгу також було застосовано щодо засобів масової інформації в роботі Ентмана (Entman 1993). Дослідження фреймінгу в новинах намагається пояснити, чому «(часто невеликі) зміни у поданні проблеми чи події призводять до (іноді більших) змін у думці» або інших змінних результату (Chong and Druckman 2007: 104).

По своїй суті фреймінг позначає процес розгляду певної ситуації, об'єкта чи інформації з певних перспектив. Денніс Чонг і Джеймс Н. Дракман, політологи Північно-Західного університету, Еванстон, Іллінойс описують цю теорію наступним чином: «Основна передумова теорії фреймінгу полягає в тому, що проблему можна розглядати з різних точок зору та тлумачити як таку, що має наслідки для багатьох цінностей або міркувань. Фреймінг позначає процес, за допомогою якого люди розвивають певну концептуалізацію проблеми або переорієнтовують своє мислення щодо проблеми» (Chong and Druckman 2007: 104).

Набір параметрів, які впливають на те, як індивід оцінює певну інформацію чи ситуацію, складає фрейм цього індивіда (Chong and Druckman 2007). Наприклад, в питанні міграції індивід може вважати, що в певній країні мають право жити тільки люди, батьки яких самі народилися в цій країні, в такому разі це переконання і буде фреймом індивіда. Якщо натомість індивід звертає увагу на інші, причетні до питання, фактори, як наприклад політичний притулок, довгостроковий туризм, демографічна ситуація, то його загальна думка про міграцію буде сформована через фрейм суміші всіх цих факторів, і зрештою відрізнятиметься від думки вищезгаданого індивіда.

Оскільки фрейми можуть помітно вплинути на загальну думку людей, політики намагаються мобілізувати виборців, заохочуючи їх думати про свою політику через певний фрейм (Chong and Druckman 2007). Наприклад, ліберальний політик може презентувати свій закон про підвищення податків для малого бізнесу, який не до вподоби його виборцям, через фрейм залучення

інвестицій і посилення великого бізнесу, який в результаті принесе більше вигоди державі і створить більше робочих місць. Таке фреймування може змінити ставлення виборця, який не розглядав ситуацію з цієї перспективи. Тобто фреймування досягається через «виділення певних особливостей політики, таких як її ймовірні наслідки або її зв'язок із важливими цінностями» (Chong and Druckman 2007: 106).

Використовуючи теорію фреймінгу можна пояснити чому політичні партії використовують помилки в аргументації у своїй риториці. Якщо сприймати згадані помилки як інструменти, які можуть бути складовою ширшої стратегії фреймінгу, то їхнє використання набуває сенсу. Політична партія може використати помилки в аргументації для спотворення або спрощення складних питань, створення хибних дихотомій або спотворення протилежних точок зору, щоб повернути дискусію на свою користь.

Напевно, найбільш яскравим прикладом фреймінгу є *straw man*. Перефразування, розставлення акцентів у певних місцях, інтерпретація і фальсифікація слів опонента можуть повністю змінити фрейм сприйняття його, як людини чи політика. Ставлення до політичних питань також змінюється від застосування *straw man*. Зрештою, фреймування позиції опонента у невігідному світлі, робить роботу політика легшою.

Деякі інші помилки в аргументації також можна розглянути з точки зору теорії фреймінгу. До прикладу, *ad populum* фреймує питання як таке, що має очевидну відповідь, апелює до уже наявного знання слухача і надає йому статусу фактичного. Якщо людина вважає, що держава повинна боротися з глобальним потеплінням, то аргумент «усім відомо, що альтернативні джерела енергії це єдиний спосіб врятувати планету», може зафреймувати її особисті погляди на конкретні політичні рішення, таким чином, щоб вона підтримала їх.

Маніпуляції даними, які найчастіше зустрічаються у дослідженій риториці політичних партій, також можна розглядати як спосіб фреймування. *Ad*

verescundiam та поспішне узагальнення представляють певну інформацію як правдиву спираючись на приховані (або неіснуючі) дані і на значно обмежені дані відповідно. Якщо припустити, що більшість виборців вважають фактичні дані більш переконливими за особисту думку, то можна зробити висновок, що фреймування інформації (чи особистих думок) як факту може бути ефективною стратегією у виборчому процесі.

Такі помилки в аргументації, як *ad hominem*, *ad consequentiam*, *ad baculum* хибна дилема та *ad misericordiam* в силу своєї природи фреймуватимуть проблему чи політика на емоційному рівні. Хоча не кожна з них прямо апелює до емоцій, фрейми, які створюються в результаті апелюють саме до почуттів. Нападом на особисті якості опонента, політик фреймує його в очах аудиторії як погану людину, недостойну посади. Погрожуючи негативними наслідками від прийнятого рішення, фреймуючи їх як невідворотні, політик апелює до емоцій невизначеності, страху, злості у слухача.

### **Теорія соціальної ідентичності (Social Identity Theory)**

Теорія соціальної ідентичності вперше була розроблена соціальним психологом Анрі Тайфелем (Ellemers and Haslam 2012). У своїх ранніх роботах він говорить про те, що до створення цієї теорії його спонукав особистий досвід. Будучи євреєм в часи Другої світової війни, він побачив як без жодної об'єктивної чи раціональної причини друзі і сусіди можуть почати сприймати одне одного як небезпечних ворогів. Таким чином він підходить до дослідження цього феномену, вивчаючи групи людей у лабораторних умовах, досліджуючи основні соціальні когнітивні процеси, які, як він визначив у своїх попередніх дослідженнях, також були важливими (Tajfel 1969). Як наслідок його роботи, було проведено низку експериментів, відомих як «дослідження мінімальних груп» (Tajfel et al. 1971). Суть цих експериментів полягала в тому, щоб розділити учасників на дві групи на основі нерелевантного критерію або випадково. Їхня інформація про інших і взаємодія з ними була вкрай обмежена. Завданням учасників було розділити бали між учасниками експерименту. Очікуванням

дослідників було рівномірне розподілення очок між усіма учасниками, адже не було жодної об'єктивної причини розрізняти інших учасників на групи (в експерименті не було ні нагород, ні переможців).

Результат цих експериментів став важливим кроком для подальшого розвитку теорії (Ellemers and Haslam 2012). Навіть за мінімальних умов, визначили науковці, люди виявляють тенденцію систематично надавати перевагу членам своєї групи перед членами інших груп. Цей ефект став відомий як ефект «простої категоризації» («mere categorization effect»). Отже, ці експерименти довели, що сам факт розподілу людей на групи, змушував людей до виокремлення себе від членів іншої групи. Відповідно змінювалась поведінка: преференції отримували члени спільної групи, з осторогою сприймалися члени другої групи.

Особливо важливим цей результат був через те, що на той час домінувала реалістична теорія конфлікту, яка говорить, що конфлікти між членами різних груп виникають через конкуренцію за обмежені ресурси (Sherif 1967). Отож, «дослідження мінімальних груп» спростували це припущення, показавши, що членам різних груп достатньо лише факту їхньої «інакшості». Це спровокувало велику кількість нових досліджень, які намагалися надати альтернативні пояснення для роботи ефекту «простої категоризації» (Diehl 1990; Rabbie et al.. 1989). Сам Тайфел продовжив розвивати свою теорію, представивши згодом концепцію соціальної ідентичності. Вона, в свою чергу, пояснювала чому іноді люди поведуться як члени групи, а не як окремі індивіди (Tajfel 1974, 1975, 1978а, 1978б, 1978в). Пізніше, у співпраці з Джоном Тернером, він сформулював Теорію соціальної ідентичності, назвавши її «теорією міжгрупового конфлікту» (Tajfel and Turner 1979; Tajfel 1982).

Саме поняття соціальної ідентичності Тайфел визначає наступним чином: «частина Я-концепції індивіда, яка впливає з його знання про його членство в соціальній групі (або групах) разом з емоційним значенням, яке надається цьому членству» (Tajfel 1974: 69). Теорія соціальної ідентичності намагається

зрозуміти та пояснити, як люди починають переймати колективну ідентичність попри особистісну і як ця зміна впливає на їх поведінку. Зробити це теорія намагається, вивчаючи наслідки для поведінки і самосприйняття індивідів у різних групах.

Основні принципи Теорії соціальної ідентичності описують Еллемерс Н. та Хаслам С. у своїй роботі «Теорія соціальної ідентичності»: «По-перше, вони описують психологічні процеси, які пояснюють, чим соціальна ідентичність людей відрізняється від їх особистої ідентичності. По-друге, вони розрізняють різні стратегії, які люди можуть використовувати для отримання позитивної соціальної ідентичності. І по-третє, вони визначають ключові характеристики соціальної структури, які визначають, яка з цих стратегій, швидше за все, буде використана в тому чи іншому випадку» (Ellemers and Haslam 2012).

В питанні використання політичними партіями помилок в аргументації у своїй риториці теорія соціальної ідентичності може дати пояснення причин цього феномену. Теоретично політичні партії можуть використовувати помилки, щоб звернутися до ідентичності та емоцій своїх прихильників. Використовуючи помилки в аргументації, політичні партії можуть звертатися до групової ідентичності своїх виборців. Різноманітні заклики єднання і солідарності з метою мобілізувати і згуртувати виборчу базу, для досягнення цього результату можуть спиратися на помилки в аргументації.

Серед прикладів можна навести *ad hominem*, якщо політик критикує особисту характеристику опонента, апелюючи в цей час до групової ідентичності своїх виборців: «Ця людина не здатна керувати країною, бо він мусульманин», - може сказати представник консервативної християнської політичної партії. В контексті виборів 2019 року в Австрії можна навести приклад *ad consequentiam*. Деякі політичні партії обіцяли негативні наслідки, у випадку якщо люди будуть голосувати за політичну партію-конкурента. Таким чином, виключалася можливість розгляду іншої політичної партії як потенційного кандидата, адже вони є «іншими» і відповідно будуть діяти в інтересах відмінних від «наших».

Хоча таке пояснення і є ймовірним, воно обмежує використання помилок в аргументації виключно до інструменту взаємодії з представниками уже існуючої виборчої бази. Таким чином, дана теорія не буде здатною розкрити повний потенціал використання цього інструменту в риторичі, але може надати цінну перспективу для кращого його розуміння.

### **Теорія символічної політики (Symbolic Politics Theory)**

Теорія символічної політики виникає в політичній науці в пізнішій половині 20 століття. У сфері політичної комунікації важливим є доробок Мюррея Едельмана. В своїй книзі «The Symbolic Uses of Politics» (Edelman 1964) він пояснює як політичні символи і риторика використовуються задля врегулювання конфліктів у соціумі та задля підтримання політичної стабільності. На думку М. Едельмана символи є інструментами вираження та врегулювання політичних вимог та інтересів.

Важливим аспектом теорії М. Едельмана є концепція «символів конденсації» («condensation symbols»). Ці символи є певними сигналами, що викликають «патріотичну гордість, тривогу, спогади про минулу славу чи приниження, обіцянки майбутньої величі» (Edelman 1964: 5). Вони також грають роль розділення різних соціальних груп, формують очікування щодо членів внутрішніх і зовнішніх груп.

Розвиваючи ці ідеї, інші науковці роблять вклад у цю теорію (Mendelberg 2018). Вони досліджують роль символів, наративів та образів у формуванні політичної комунікації, виробленні політики та формуванні громадської думки. Наприклад, Девід О. Сірс (Sears 1993) пише, що люди, як правило, сприймають політику через прості та емоційні символи, які містяться у політичній комунікації. Такими символами може бути американський прапор для американців (Tesler and Sears 2010), або думка про мігрантів для етноцентричного місцевого жителя (Aarøe et al. 2017).

Важливість доробку Д.О. Сірса полягає в тому, що він протиставляє символічне конкретному (Kinder and Sears 1981; Sears et al. 1979; Sears and Funk 1991; Sears et al. 1980). Інші теорії, які вивчали голосування за конкретні питання чи голосування інших типів, є інструментальними. Вони говорять, що політика відбувається для задоволення потреб. Політичні актори прагнуть забезпечити себе різного роду ресурсами: можливостями, грошима чи територіями. Політика, тоді, виступає засобом для досягнення цих цілей. Натомість, Д.О. Сірс вважає, що дуже рідко в політиці все зводиться до такого типу мотивації. На його думку, тут домінує більш нематеріальні мотивації. Учасники політичного процесу прагнуть не так розбагатіти, як збільшити свій національний авторитет за кодомом чи захистити власні цінності (Citrin and Green 1990).

Багато теорій символічної політики знайшли підтвердження у дослідженнях поведінкової та когнітивної психології (Bargh 1994; Chaiken 1980; Eagly and Chaiken 1993; Paivio 2007; Petty and Cacioppo 1986; Strack and Deutsch 2004). Загалом ці дослідження вказують на те, що люди обробляють інформацію і приймають рішення базуючись на двох системах, які присутні у людському мозку. Перша система, швидка і емоційна, спирається на асоціації зі знайомими концепціями від зовнішніх стимулів і не потребує свідомої обробки. Ця система виробляє швидкі та прості рішення, які можуть бути помилковими. Друга система - повільна, логічна і контролюється свідомо. Вона виробляє складні, довготривалі рішення і менше помиляється. В знайомих середовищах частіше працює перша система, а в незнайомих – друга. Таким чином суть критики, яку дає теорія символічної політики, в тому, що в деяких політичних ситуаціях (наприклад вибори), певні політичні актори (виборці) діють в рамках першої системи. Це означає, що для політиків завданням їхньої комунікації є адресування цієї першої системи. Для цього вони можуть використовувати різні символи, щоб викликати швидку, емоційну реакцію у виборця, змусивши першу систему прийняти нераціональне рішення.

Таким чином, теорія символічної політики підкреслює ту роль, яку символи і символічні дії відіграють у конструюванні політичних реалій. Вона досліджує візуальні образи, гасла, метафори та наративи та їх стратегічне використання, зокрема і в політиці, для генерації емоційних реакцій, створення спільних смислів і культивування підтримки. Для політичних діячів символічна політика може бути інструментом досягнення різних цілей, таких як посилення групової ідентичності, перенаправлення уваги громадськості від суттєвих питань політики, згуртування прихильників або делегітимізація опонентів,.

Крім того, теорія символічної політики приділяє значну увагу впливу медіа та комунікації у посиленні і розповсюдженні символічних повідомлень (Mendelberg 2018). Безперечно формуванні публічного дискурсу, формування громадської думки та транслювання політичних символів і наративів аудиторії відбувається за безпосередньої участі засобів масової інформації.

Помилки в аргументації можуть служити символічними інструментами, які використовуються політичними партіями для передачі певних цінностей, ідей або політичних позицій. Замість того, щоб зосереджуватися на фактах і статистиці, помилкова риторика може бути використана як сигнал лояльності до певних ідеологічних принципів або для провокування емоцій, пов'язаних з певними проблемами.

Обмеженням цієї теорії може бути той факт, що лише декілька помилок в аргументації мають потенціал бути інструментом символічного. Наприклад, *ad misericordiam* може провокувати згадану вище першу систему мислення. Такі вислови як «тисячі тварин вмирають щодня через бездіяльність цих політиків» або «ми власноручно поставили нашу країну на світову карту», водночас апелюють до емоцій, роблять помилку в аргументації і символізують певні ідеї, що можуть бути близькі для потенційних виборців.



## Теорія когнітивного дисонансу (Cognitive Dissonance Theory)

Теорія когнітивного дисонансу бере початок з кінця 50-х років 20 століття, коли Леон Фестінгер опублікував свою роботу «A Theory of Cognitive Dissonance» (Festinger 1957), яка відтоді стала однією з найбільш впливовіших в соціальній психології (Jones 1985). Багато подальших досліджень в цій галузі спиралися на працю Л. Фестінгера і відкрили дорогу для вивчення таких понять як детермінанти установок і переконань, інтерналізацію цінностей, наслідки рішень, наслідки незгоди між людьми (Harmon-Jones and Mills 1999).

Теорія дисонансу за Л. Фестінгером почалася з припущення щодо взаємозв'язків між когніціями (елементами знання). Якщо дві когніції мають відношення одне до одної (так звана «релевантність»), вони можуть бути або консонантними або дисонантними. Консонантними вони будуть у випадку, якщо одна когніція впливає з іншої, а дисонантними вони будуть у випадку, якщо протилежність когніції впливатиме з іншої когніції. В другому випадку, дисонанс створює психологічний дискомфорт, який в свою чергу, спонукає людину уникати певної інформації, яка може призвести до посилення дисонансу. Таким чином, зі збільшенням дисонансу, людина відчуває більше потребу його зменшити (Festinger 1957).

Величина дисонансу може змінюватись залежно від зв'язку одної когніції з рештою когніцій, які можуть варіюватися в їх важливості, консонантності і дисонантності (Harmon-Jones and Mills 1999). Науковці можуть виміряти коефіцієнт дисонансу поділивши кількість дисонансних когніцій на кількість консонантних когніцій плюс кількість дисонансних когніцій. Відповідно величина дисонансу зростатиме при зростанні дисонансних когніцій і збереженні консонантних когніцій на одному рівні. За таким же принципом буде зменшуватись величина дисонансу, якщо кількість консонантних когніцій зростатиме, а дисонансних залишатиметься сталою.

Таким чином, додаючи нові консонантні когніції, можна вплинути на зменшення дисонансу (Harmon-Jones and Mills 1999). Видалення дисонансних когніцій матиме схожий ефект. Крім того, важливим аспектом є здатність когніцій до змін. Так, більш стійкі когніції буде важче змінити ніж менш стійкі. Стійкість когніції залежить від відношення ступеня дискомфорту до задоволення, який принесе зміна поведінки. Приклад для ілюстрації теорії надає сам Л. Фестінгер. Якщо людина, яка курить дізнається про шкоду для здоров'я, яку несе куріння, у неї виникне дисонанс з фактом того, що вона продовжує курити. Один зі способів зменшити цей дисонанс – змінити поведінку, кинути курити. Або людина може змінити своє уявлення про вплив куріння на здоров'я, якщо вона знайде доказ позитивного впливу сигарет. Це було б усуненням дисонансної когніції. Інший спосіб – додання консонантних когніцій. Курець може почати перелічувати різноманітні позитивні аспекти куріння (зменшення стресу, соціалізація). Також можна зменшити вагу дисонансу через знецінення, зменшення важливості дисонансної когніції. Наприклад, коли курець порівнює небезпеку для життя від куріння і від автомобільних аварій. Також, збільшуючи важливість консонантної когніції людина може досягти зменшення дисонансу. В такому випадку вона скаже, що куріння є важливою частиною її життя і приносить їй задоволення (Festinger 1957).

Теорія когнітивного дисонансу спровокувала численні дослідження, дискусії та спроби її переглянути. Її широкий і абстрактний характер дозволяє застосовувати її до різних психологічних явищ, які пов'язані із взаємодією сприйняття, мотивації та емоцій. На відміну від інших теорій, які обмежені конкретними сферами дослідження, теорія когнітивного дисонансу актуальна для багатьох тем і контекстів, в тому числі і політичного (Harmon-Jones and Mills 1999).

З точки зору теорії когнітивного дисонансу політичні партії можуть використовувати помилки в риториці, щоб узгодити протиріччя чи непослідовність у своїх позиціях чи політиці. Тобто помилкові аргументи

можуть мінімізувати когнітивний дисонанс, надаючи обґрунтування або раціоналізацію позицій, які інакше могли видатися непослідовними або суперечливими. З іншого боку, деякі помилки в аргументації можуть позиціонувати аргументи опонента таким чином, щоб викликати дисонанс у виборців.

Прикладами помилок в аргументації, що мінімізують дисонанс можуть бути *Petitio principii*, *red herring*, поспішне узагальнення, *ad ignorantiam*, *ad misericordiam*. Використовуючи зміну теми, циркулярну логіку, висновки на обмежених даних чи неможливість довести протилежне, політичні партії можуть з легкістю маніпулювати когніціями. Якщо виборець вважає, що надання притулку біженцям призводить до ісламізації країни, але в реальності не бачить мечетей на вулицях чи присвоєння мусульманським святкам статусу державного вихідного, то у нього виникне дисонанс. Завданням політика антиіммігрантської політичної партії, по відношенню до такого виборця, буде вирішити цей дисонанс. Зробити це можна у декілька способів. Посилення консонантної когніції може добитись з допомогою *red herring* чи *ad misericordiam*. В такому випадку політик скаже «мусульмани зневажають нас і нашу культуру і хочуть її знищити», що водночас викличе емоції страху і обурення, одночасно переводячи тему розмови в інше русло. З точки зору виборця, дисонанс буде вирішений наступним чином: «можливо я і не спостерігаю стрімкої ісламізації країни, але я хоча б не буду перейматися за долю нашої культури, якщо біженців буде менше». Іншим способом вирішити дисонанс буде усунення дисонансної когніції. Відтак, політик може заявити, що у парламенті таємно обговорюють закон про перетворення всіх християнських церков у мусульманські мечеті, через збільшення кількості біженців. Таким чином, *ad ignorantiam* переконає виборця у тому, що насправді дисонансу не існує і насправді надання притулку біженцям призводить до ісламізації країни.

## 4.2. Висновок

Як показує теоретичний аналіз, причин для застосування політичними партіями помилок в аргументації у своїй риториці може бути багато. Для генерування одного комплексного пояснення потрібно спершу визначити чи відбувається використання помилок в аргументації радше свідомо чи радше несвідомо.

Розглянемо припущення, що політики допускають помилки в аргументації без усвідомлення цього. Вважатимемо, що при формулюванні повідомлень представники політичних партій «говорять, що думають», спираючись на власні емоції, досвід та загальні знання. Тобто, ці політики допускають помилки в аргументації не умисно, не цілеспрямовано. Базуючись на цьому припущенні, теоретично можна надати загальне пояснення причин помилкової риторики. Для цього потрібно звернутися до теорії соціальної ідентичності та теорії символічної політики. З точки зору цих теорій, рішення політика не повинно бути цілком усвідомленим. Апелювання до емоційних символів чи колективної ідентичності не вимагає наявності чіткого умислу ввести слухача в оману. Якщо політик веде розмову з публікою, яка знаходиться з ним у спільному ідеологічному просторі, символічного сигналізування буде важко уникнути. В цьому аспекті політична промова нічим не відрізняється від розмови двох людей зі спільним інтересом. Знайомі для обох сторін символи, будуть несвідомим виявом спорідненості. Фраза «всі ж ми знаємо, що наша планета скоро загине, але політики відмовляються впроваджувати кліматичні реформи» не тільки допустить помилку поспішного узагальнення, а й символізуватиме ідеологічну приналежність до руху захисту навколишнього середовища. Політики консервативного спрямування можуть використовувати інакшість своїх конкурентів як аргумент і робити це не свідомо. В очах такого політика і в очах його прихильників сам факт знаходження поза групою буде вагомим аргументом, без необхідності раціоналізувати його використання.

Недоліками такого шляху мислення, є те, що більшість з наведених теорій, все ж спираються на свідоме прийняття рішень. Тому, важко стверджувати, що всі чи навіть більшість випадків застосування політичними партіями помилок у риторичі, є зумовленими несвідомо прийнятим рішенням. Більшість типів помилок вимагають свідомого застосування і, у наведених теоріях, знаходять краще обґрунтування причин їх використання.

Спираючись на припущення, що політики свідомо вдаються до використання помилок в аргументації, кожна з теорій дає пояснення чому це відбувається. Важливо зазначити, що ці пояснення не є взаємовиключними і можуть поєднуватись. Теорія раціонального вибору говорить, що індивід приймає рішення на основі відношення вигод до витрат і покарань. Ця теорія без проблем може взаємодіяти з іншими. Наприклад, рішення про використання помилки в аргументації може бути раціональним і, водночас, діяти методом фреймування. В свою чергу певний фрейм може виконувати роль консонантної чи дисонантної когніції і бути символом. Якщо цей аргумент виникає у просторі чутливого до групової ідентичності, то мобілізація слухачів може бути метою цього раціонального рішення. Проілюструвати цей процес можна наступним чином: політик прагне закликати своїх виборців піти на вибори; його прихильники відчують дисонанс щодо політичного питання, тому політик фреймує це питання, апелюючи до символів, близьких виборцям, таким чином вирішуючи цей дисонанс.

Виходячи з усього вищесказаного, можна зробити підсумок, що більшою мірою рішення використати помилку в аргументації приймається політичними партіями свідомо. Враховуючи те, що популістські політичні партії в Австрії в 2019 році використовували більше таких помилок у своїй риторичі можна зробити декілька висновків.

По-перше, популістські політичні партії, які і не популістські, вважають використання помилок в аргументації загалом вигідним. Оскільки єдиним покаранням за це може бути лише відтік аудиторії, а витрати жодним чином не

відрізняються від витрат на непомилкову риторику, то рішення використати помилки в аргументації є раціональним. Судячи з рівня помилковості дописів, відтік аудиторії є більш значним або більш важливим для не популістських політичних партій. Це може свідчити, що ці політичні партії розглядають своїх виборців, як більш спроможних визначити помилкову риторику або більш схильних проголосувати за альтернативну політичну партію при виявленні помилкової риторики.

По-друге, з точки зору інструменталізації помилок в аргументації, вони можуть бути більш вигідними загалом, або в окремих випадках, для переконування виборців. Питання ефективності помилок в аргументації залишається відкритим, але судячи з частоти використання *ad consequentiam*, *straw man* та *ad verecundiam*, створюється враження, що для політичних партій вдається важче фреймувати інформацію не вдаючись до помилок. Вказуючи на різницю між популістськими і не популістськими політичними партіями, можна зазначити, що риторика популістів страждає на помилкові фрейми більшою мірою.

По-третє, повна інтерпретація причин використання політичними партіями помилок в аргументації через призму вищезгаданих теорій вимагає інших методів дослідження. Якісне дослідження риторики політичних партій дасть змогу підтвердити чи спростувати використання певного типу помилки у рамках якоїсь з теорій. Наприклад, вище наведені способи, якими певні типи помилок в аргументації, можуть вирішувати когнітивні дисонанси виборців. Проте, для того, щоб довести, що ці дисонанси присутні і продемонструвати дію помилок в аргументації, потрібно аналізувати зміст повідомлень та проблем, які вони адресують.

## ВИСНОВКИ

Науковий дискурс щодо дослідження риторики політичних партій є доволі обширним. Аналіз наукової літератури показав, що більшість науковців вивчали це питання через призму якісного контент аналізу. Використовуючи різноманітні джерела даних, вони намагалися знайти відповідь на питання «про що говорять політичні партії?». Відповідь на це запитання безперечно має цінність. Класифікуючи теми політичних питань, які піднімаються політичними партіями, можна визначити розташування цієї політичної сили на політичному спектрі. Ставлення політичних партій до певних питань дозволяє краще зрозуміти політичні тенденції в країні, динаміку політичної боротьби.

Тим не менш, питання «як говорять політичні партії?» вивчалось менше. Водночас, значну частину досліджень риторики приділено риториці саме популістських політичних партій, репутація яких, зазвичай асоціюється з частим використанням брехні і пустих обіцянок задля залучення якомога більшої кількості виборців. Систематичних досліджень, які б підтверджували таку тенденцію бракувало. Таким чином, для вивчення цієї теми деякі дослідники вдалися до кількісного контент аналізу. Використавши у своїх роботах концепцію помилок в аргументації, вони змогли створити методологічну рамку для подальших досліджень.

Для проведення кількісного дослідження риторики популістських політичних партій потрібно визначити, які з політичних партій можна назвати популістськими. Наукова література надає велику кількість визначень терміну «популізм». Деякі науковці зводять його до набору ідей, в той час як інші розглядають його радше як стиль комунікації. Втім, спільним для багатьох робіт є загострення уваги на ключовій характеристиці популізму – виокремленні «чистого народу» і «корумпованих еліт». Така дихотомія має сенс, адже популізм має звертатися до максимально великої кількості виборців. Розділяючи все населення країни на дві групи, одна з яких становить надзвичайно малий

відсоток всього населення, популісти намагаються позиціонувати себе представниками всього народу.

Втім, лише одна характеристика робила б визначення занадто широким, унеможливлюючи його змістовне використання. Таким чином, для ефективної категоризації політичних партій популізм визначено трьома характеристиками: 1) риторика антиелітизму; 2) риторика про політику як волевиявлення всього народу; 3) заклики до прямої демократії.

Згідно наведеного вище визначення, популістськими політичними партіями в австрійському парламенті в 2019 році є Австрійська Партія Свободи і NEOS. Риторика їх програмних документів має ознаки антиелітизму. Варто зазначити, що Австрійська Партія Свободи протиставляє себе «елітам» саме європейським, які уособлює Європейський Союз. Причиною цього може бути те, що до 2019 року ця політична партія входила в правлячу коаліцію і сама становила «національну еліту» Австрії. NEOS, будучи відносно новою і маленькою політичною партією, ніколи не мала багато влади, тому для неї позиціонування себе як противника поточній «еліті» мало сенс.

Інші політичні партії, Зелені – Зелена Альтернатива, Соціал-Демократична Партія Австрії та Австрійська Народна Партія не є популістськими. В програмних документах цих політичних партій немає згадок антиелітизму. Переважно, проблематикою для них є питання соціально-політичного характеру, як наприклад, зміни клімату, гендерна рівність чи міграція. Тим не менш, у деяких політичних партій є згадки про репрезентацію всього народу. Австрійська народна партія та Зелені схоже не концентруються на якійсь специфічній групі виборців, натомість надаючи перевагу розширенню аудиторії. Жодна з них, втім, не згадує боротьбу з «корумпованими елітами» і не закликає до прямої демократії. Це говорить про те, що для суттєвого визначення популізму потрібно більше ніж критерій «намагання залучити якомога більше людей».



Дослідження риторики політичних партій в австрійському парламенті у період з 1 липня по 29 вересня 2019 показало, що існує різниця між кількістю помилок в аргументації в риторичі популістських і не популістських політичних партій. Популістські політичні партії мають помилки в аргументації в приблизно 20% відсотках дописів. Для не популістських політичних партій значення відрізняються. Найменше значення для цього виду політичних партій - приблизно 7%, найбільше – приблизно 10%. Можна стверджувати, що популісти вдаються до помилок в аргументації вдвічі частіше.

Також немає помітної різниці у використанні помилок між політичними партіями на основі їх приналежності до правого чи іншого політичного спрямування. Натомість вирішальна відмінність полягає в класифікації партій як популістських чи непопулістських. Дані, зібрані та проаналізовані з Instagram, вказують на те, що помилки в аргументації не є винятковими для будь-якої конкретної ідеологічної спрямованості. Всі типи партій демонструють подібні тенденції у використанні помилок в аргументації для підкріплення своїх аргументів і впливу на громадську думку. Це свідчить про те, що схильність використовувати помилки в аргументації походить скоріше від приналежності партії до категорії популістських політичних партій. Таким чином, популістські політичні партії, незалежно від їхньої ідеологічної орієнтації, демонструють вищу схильність до використання помилок у своїй риторичі. Цей висновок свідчать про чітку характеристику популістських партій, як таких, для яких використання помилок є поширеною стратегією залучення та мобілізації їх електорату.

Крім того, політичні партії використовують лише певні типи помилок у дописах Instagram за цей період. Найбільш часто зустрічається *ad vercundiam* – хибне звернення до експертів чи фактичних даних, що включає в себе цитування статистики (чи інших даних) без надання джерел, неправильну інтерпретацію чи цитування експертів, недоречне звернення до експертів та інші способи маніпулювати фактичною інформацією. Іншою популярною помилкою є *ad*

*consequentiam* – аргументація позиції через передбачення наслідку якоїсь дії. Обидва типи помилок в аргументації зустрічаються як в популістських політичних партіях так і в не популістських. В свою чергу, *petitio principii*, слизький шлях, фальшива причина («*post hoc ergo propter hoc*») та хибна дилема не зустрічаються жодного разу за весь досліджуваний період часу. Ці обидві тенденції можна пояснити природою медіуму, через який політичні партії подають інформацію. Формат дописів в Instagram вимагає швидкого візуального повідомлення, яке захопить увагу читача. Таким чином, політичні партії звертаються скоріше до аргументів, які закликають до дії, швидко пояснюють чи описують політичну проблему чи обґрунтовують позицію. Відповідно помилки в аргументації будуть відображати це. Натомість, ті помилки, які не зустрічаються жодного разу в дописах, є більш доречними в розмовних медіумах на кшталт дебатів.

Політичні партії свідомо приймають рішення про використання помилки в аргументації в своїй риториці. При чому, популістські і не популістські політичні партії роблять цей вибір не з примусу, а через те, що вважають його більш вигідним (у деяких випадках) ніж використання риторики без помилок. Оскільки популістські політичні партії використовують помилкову риторику частіше, це означає, що вони, як раціональні індивіди, оцінюють ризик відтоку аудиторії як менш низький ніж у випадку з не популістськими політичними партіями.

Використання різних типів помилок в аргументації свідчить про їх інструменталізацію для переконування виборців. Судячи з частоти використання *ad consequentiam*, *straw man* та *ad verecundiam*, політичні партії використовують помилки, намагаючись фреймувати політичні питання чи риторику опонентів у вигідний для себе спосіб. Варто зазначити, що саме популісти частіше вдаються до такого помилкового фреймування.

Отже, результати цього дослідження пропонують важливі дані для науковців, практиків і політиків, які стурбовані природою та впливом помилкової риторики в сучасному політичному дискурсі. Також дослідження

сприятиме уточненню класифікацій партій. Беручи до уваги відмінності між популістськими та не популістськими партіями, а не зосереджуючись лише на традиційному ідеологічному спектрі лівих і правих, науковці можуть розробити більш чіткі рамки розуміння та аналізу політичних партій. Це дозволить краще зрозуміти фактори, що впливають на їхні риторичні практики.

Також результати цього дослідження підкреслюють унікальні характеристики риторичних засобів популістських політичних партій. Це може бути основою для майбутніх досліджень впливу популізму на політичні системи та поведінку виборців. Майбутні дослідження можуть глибше розглянути основні теоретичні пояснення того, що спонукає популістські політичні партії до використання помилок в аргументації. Наприклад, хоча деякі наведені теорії і дають гіпотетичне пояснення чому помилки в аргументації можуть використовуватись політичними партіями, вони все ж вимагають перевірки цих пояснень науковим методом. Якісне дослідження риторики політичних партій зможе краще обґрунтувати теоретичну рамку теорії когнітивного дисонансу, наприклад.

Визначені відмінності між популістськими та не популістськими партіями відкривають можливість для подальшого порівняльного аналізу. Дослідники можуть розширити дослідження спільних і відмінних рис у використанні помилок в аргументації різними популістськими політичними партіями в різних країнах. Такий підхід дозволить краще зрозуміти види помилок, які використовують популістські актори, ступінь впливу популізму на використання помилкової риторики залежно від держави чи державного ладу та наслідки для демократичних процесів і політичної стабільності.

Визнання того, що популістські партії більше покладаються на помилкову риторику має також вплив на дослідження з пошуку політичних рішень. Науковці можуть використати результати цієї роботи для дослідження механізмів інформування громадського дискурсу і формування політики, на основі критичної оцінки політичних повідомлень. В подальшому політичні діячі

зможуть розробити, на основі цих досліджень, стратегії протидії маніпулятивній риторичі, що призведе до покращення якості політичного дискурсу в цілому.

Також в майбутніх роботах може бути покращена методологія та розширене розуміння причини спостережених тенденцій. Науковці можуть розробити більш досконалі інструменти виявлення та аналізу помилок в аргументації у політичному дискурсі. Враховуючи поширення риторичи партій на різні види медіа, в тому числі і соціальні мережі, помилки в аргументації зможуть виходити за межі подання інформації в промовах чи дебатах. Таким чином, знадобиться методологія, яка розширюватиметься не тільки на види помилок в аргументації, притаманні усній мові.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Aalberg, T., F. Esser, C. Reinemann, J. Stromback, and C. de Vreese (eds.). 2017. *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge.
- 2) Aarøe, Lene, Michael Bang Petersen, and Kevin Arceneaux. 2017. "The Behavioral Immune System Shapes Political Intuitions: Why and How Individual Differences in Disgust Sensitivity Underlie Opposition to Immigration." *American Political Science Review* III(2): 277-94.
- 3) Abts, K., and Rummens, S. 2007. Populism versus democracy. *Political Studies*, 55(2), 405–424.
- 4) Akkerman, T. 2011. Friend or foe? Right-wing populism and the popular press in Britain and the Netherlands. *Journalism* 12(8): 931–945.
- 5) Albertazzi, D., and McDonnell, D. 2008. Introduction: A new spectre for Western Europe. In D. Albertazzi and D. McDonnell (Eds.), *Twentyfirst century populism: The spectre of Western European democracy* (pp. 1–11). Palgrave Macmillan.
- 6) Altheide, D.L., and R.P. Snow. 1979. *Media logic*. Sage Library of Social Research. Beverly Hills: SAGE Publications.
- 7) Aslanidis, P. 2016. Is populism an ideology? A refutation and a new perspective. *Political Studies*, 64(1), 88–104.
- 8) Bargh, J. A. 1994. "The Four Horsemen of Automaticity: Intention, Awareness, Efficiency, and Control as Separate Issues." In *Handbook of Social Cognition*, ed. R. Wyer and T. Srull. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- 9) Beyme, K. von .2011. "Representative democracy and the populist temptation", in Alonso, S., Keane, J. and Merkel, W. (eds), *The Future of Representative Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 50–73.
- 10) Blassnig, S., Büchel, F., Ernst, N., and Engesser, S. 2018. Populism and Informal Fallacies: An Analysis of Right-Wing Populist Rhetoric in Election Campaigns. *Argumentation*, 33(1), 107–136. <https://doi.org/10.1007/s10503-018-9461-2>

- 11) Blau, P. M. 1964. *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley
- 12) Boréus, K. 2017. Migrants and Natives - 'Them' and 'Us': Mainstream and Radical Right Political Rhetoric in Europe. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, and C. de Vreese (Eds.), *Populist Political Communication in Europe*. Routledge.
- 13) Bos, L., van der Brug, W., and de Vreese, C. 2011. How the media shape perceptions of right-wing populist leaders. *Political Communication*, 28(2), 182–206.
- 14) Breen, R., and D. B. Rottman. 1995. *Class Stratification: A Comparative Perspective*. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- 15) Buchanan, J. M., and G. Tullock. 1962. *The Calculus of Consent*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- 16) Bunnin, N., and J. Yu. 2004. *The Blackwell Dictionary of western philosophy*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- 17) Canovan, M. 1999. Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political Studies*, 47(1), 2–16.
- 18) Chaiken, Shelly. 1980. “Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues in Persuasion.” *Journal of Personality and Social Psychology* 39(5): 759-66.
- 19) Chong, D., and Druckman, J. N. 2007. Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103–126.
- 20) Citrin, Jack, and Donald Philip Green. 1990. “The Self-Interest Motive in American Public Opinion.” *Research in Micropolitics* 3: I-28.
- 21) Coleman, J. 1973. *The Mathematics of Collective Action*. London: Heinemann.
- 22) Coleman, J. S. 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Belknap
- Cook, K. S. 1977. Exchange and power in networks of interorganizational relations. *The sociological quarterly*, 18(1), 62-82.
- 23) Cranmer, M. 2011. Populist communication and publicity: An empirical study of contextual differences in Switzerland. *Swiss Political Science Review*, 17(3), 286–307.

- 24) Diehl, M. 1990 The minimal group paradigm: Theoretical explanations and empirical findings. *European Review of Social Psychology*, 1, 263–292.
- 25) Downs, A. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Brothers
- 26) Eagly, Alice Hendrickson, and Shelly Chaiken. 1993. *The Psychology of Attitudes*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- 27) Edelman, Murray. 1964. *The Symbolic Uses of Politics*. Champaign: University of Illinois Press.
- 28) Ellemers, Naomi and Haslam, S.. 2012. Social identity theory. *Handbook of Theories of Social Psychology*. 379-398. 10.4135/9781446249222.n45.
- 29) Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., and Büchel, F. 2017. Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication and Society*, 20(8), 1109–1126.
- 30) Entman, R. M. 1993. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51–58.
- 31) Esser, F. 2013. Mediatization as a challenge: Media logic versus political logic. In *Challenges to democracy in the 21st century series: Democracy in the age of globalization and mediatization*, ed. H. Kriesi, 155–176. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- 32) Esser, F., and J. Stromback. 2012. Comparing news on national elections. In *International Communication Association (ICA) handbook series: Handbook of comparative communication research*, ed. F. Esser and T. Hanitzsch, 308–326. New York, NY: Routledge.
- 33) Festinger, L. 1957. *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row, Peterson.
- 34) Galtung, J., and M.H. Ruge. 1965. The structure of foreign news. *Journal of Peace Research* 2(1): 64–90.
- 35) Geden, O. 2006. *Diskursstrategien im Rechtspopulismus: Freiheitliche Partei O“sterreichs und Schweizerische Volkspartei zwischen Opposition und Regierungsbeteiligung*. 1st ed. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- 36) Goffman, E. 1974. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- 37) Goldthorpe, J. H. 1996. 'Class Analysis and the Reorientation of Class Theory'. *British Journal of Sociology*, 47.
- 38) Grundsatzprogramm der Grünen Beschlossen beim 20. Bundeskongress der Grünen am 7. und 8. Juli 2001 in Linz
- 39) Habermas Jürgen and William Rehg. *Between Facts and Norms : Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. 1996. MIT Press.
- 40) Harmon-Jones, E., and Mills, J. 1999. An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspectives on the theory. In *American Psychological Association eBooks* (pp. 3–24). <https://doi.org/10.1037/0000135-001>
- 41) Hawkins, K. A. 2009. Is Chavez populist? Measuring populist discourse in comparative perspective. *Comparative Political Studies*, 42(8), 1040–1067.
- 42) Hawkins, K.A. 2010. *Venezuela's Chavismo and populism in comparative perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 43) Hechter, M. 1987. *Principles of Group Solidarity*. University of California Press. <http://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt1pn8xb>
- 44) Heiss, S.N., and B.R. Bates. 2016. When a spoonful of fallacies helps the sweetener go down: The Corn Refiner Association's use of Straw-Person arguments in health debates surrounding high-fructose corn syrup. *Health Communication* 31(8): 1029–1035.
- 45) Homans, G. 1961. *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. London: Routledge and Kegan Paul.
- 46) Jagers, J., and Walgrave, S. 2007. Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–345.
- 47) Jones, E. E. 1985. Major developments in social psychology during the past five decades. In G. Lindzey and E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3rd ed., pp. 47–108). New York, NY: Random House.



- 48) Kahneman, D., and Tversky, A. 1984. Choices, values and frames. *American Psychologist*, 39, 341–350.
- 49) Kinder, Donald R., and David O. Sears. 1981. “Prejudice and Politics: Symbolic Racism versus Racial Threats to the Good Life. *Journal of Personality and Social Psychology* 40(3): 414-31.
- 50) Kriesi, H. 2014. The populist challenge. *West European Politics*, 37(2), 361–378.
- 51) Kriesi, H., and T.S. Pappas (eds.). 2015. *European populism in the shadow of the great recession* (1. publ). ECPR studies in European political science. Colchester: ECPR.
- 52) Krzyżanowski, M. 2013. From Anti-Immigration and Nationalist Revisionism to Islamophobia. *Right-Wing Populism in Europe*, 135–148.  
<https://doi.org/10.5040/9781472544940.ch-009>
- 53) Laclau, E. 2005. *On populist reason*. Verso. Rooduijn, M. 2014. The mesmerising message: The diffusion of populism in public debates in Western European media. *Political Studies*, 62(4), 726–744.
- 54) Luginbuhl, M. 2010. Die Schweizerische Volkspartei (SVP) – ein linguistischer Streifzug. In *Sprache - Politik - Gesellschaft: Bd. 4. Wahl der Woörter - Wahl der Waffen? Sprache und Politik in der Schweiz*, vol. 4, ed. K.S. Roth, 187–205. Bremen: Hempen.
- 55) Mazzoleni, O., and Ivaldi, G. 2021. Right-wing populism and the trade-off between health and the economy during the COVID-19 pandemic: A comparison between Western Europe and the United States. *Politics and Society*, 49(1), 3-32.
- 56) Mendelberg, T. 2018. From the Folk Theory to Symbolic Politics: Toward a More Realistic Understanding of Voter Behavior. *Critical Review*, 30(1–2), 107–118. <https://doi.org/10.1080/08913811.2018.1448515>
- 57) Mudde, C. 2001. In the name of the peasantry, the proletariat, and the people: Populisms in eastern Europe. *East European Politics and Societies* 15(1): 33–53.
- 58) Mudde, C. 2004. The populist Zeitgeist. *Government and Opposition* 39(4): 542–563.

- 59) Mudde, C. 2007, *Populist Radical Right Parties in Europe*, Cambridge: Cambridge University Press.
- 60) Mudde, C., and C. Rovira Kaltwasser. 2012. *Populism in Europe and the Americas: Threat or corrective for democracy?*. Cambridge, NY: Cambridge University Press.
- 61) Paivio, Allan. 2007. *Mind and Its Evolution: A Dual Coding Theoretical Debate*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- 62) Parteiprogramm der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) Beschlossen vom Bundesparteitag der Freiheitlichen Partei Österreichs am 18. Juni 2011 in Graz
- 63) Pauwels, T. 2011. Measuring populism: A quantitative text analysis of party literature in Belgium. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* 21(1): 97–119.
- 64) Pelinka, A. 2013. Right-Wing Populism: Concept and Typology. In R. Wodak, M. KhosraviNik and B. Mral (Eds.). *Right-Wing Populism in Europe: Politics and Discourse* (pp. 3–22). London: Bloomsbury Academic. Retrieved June 6, 2023, from <http://dx.doi.org/10.5040/9781472544940.ch-001>
- 65) Petty, Richard E., and John T. Cacioppo. 1986. “The Elaboration Likelihood Model of Persuasion.” In *Advances in Experimental Social Psychology*, ed. Leonard Berkowitz. Cambridge, Mass.: Academic Press.
- 66) Rabbie, J.M., Schot, J.C. and Visser, L. 1989 Social identity theory: A conceptual and empirical critique from the perspective of a behavioral interaction model. *European Journal of Social Psychology*, 19, 171–202.
- 67) Reisigl, M. 2002. Dem Volk aufs Maul schauen, nach dem Mund reden und Angst und Bange machen.: Von populistischen Anrufungen, Anbietungen und Agitationsweisen in der Sprache österreichischer PolitikerInnen. In *Rechtspopulismus: Österreichische Krankheit oder europäische Normalität?*, ed. W. Eismann, 149–198. Wien: Czernin.
- 68) Reisigl, M. 2012. Rechtspopulistische und faschistische Rhetorik – Ein Vergleich. *Totalitarianism and Democracy* 9(2): 303–324.

- 69) Riker, W. H. 1962. *The Theory of Political Coalitions*. New Haven: Yale University Press.
- 70) Rooduijn, M. 2014. The mesmerising message: The diffusion of populism in public debates in Western European media. *Political Studies* 62(4): 726–744.
- 71) Rooduijn, M., and Akkerman, T. 2015. Flank attacks: Populism and left-right radicalism in Western Europe. *Party Politics*, 23(3), 193–204.
- 72) Rooduijn, M., and Pauwels, T. 2011. Measuring populism: Comparing two methods of content analysis. *West European Politics*, 34(6), 1272–1283.
- 73) Rooduijn, M., S.L. De Lange, and W. van der Brug. 2014. A populist Zeitgeist? Programmatic contagion by populist parties in Western Europe. *Party Politics* 20(4): 563–575.
- 74) Sahlane, A. 2015. Dialectics of argument and rhetoric: Protesting the Iraq War in US-British opinion press. *Discourse and Society* 26(6): 754–774.
- 75) Schulz, W. 1976. *Die Konstruktion von Realitat in den Nachrichtenmedien* [The Construction of Reality in the News Media]. Alber-Broschur Kommunikation: Bd. 4. Freiburg im Breisgau: Verlag Karl Alber.
- 76) Scott, J. D. 2012. Rational Choice Theory. In SAGE Publications Ltd eBooks (pp. 126–138). <https://doi.org/10.4135/9781446218310.n9>
- 77) Sears, David O. 1993. “Symbolic Politics: A Socio-Psychological Theory.” In *Explorations in Political Psychology*, ed. Shanto Iyengar and William J. McGuire. Durham: Duke University Press
- 78) Sears, David O., and Carolyn L. Funk. 1991. “The Role of Self-Interest in Social and Political Attitudes.” In *Advances in Experimental Social Psychology*, ed. Mark P. Zanna. Cambridge, Mass.: Academic Press.
- 79) Sears, David O., Carl P. Hensler, and Leslie K. Speer. 1979. “Whites’ Opposition to Busing: Self-Interest or Symbolic Politics?” *American Political Science Review* 73: 369–84.
- 80) Sears, David O., Richard R. Lau, Tom R. Tyler, and Harris M. Allen. 1980. “SelfInterest vs. Symbolic Politics in Policy Attitudes and Presidential Voting.” *American Political Science Review* 74(3): 670–84.

- 81) Sherif, M. 1967 *Social Interaction Process and Products: Selected Essays*. Chicago: Aldine Publishing.
- 82) Southwell, B.G., and E.A. Thorson. 2015. The prevalence, consequence, and remedy of misinformation in mass media systems. *Journal of Communication* 65(4): 589–595.
- 83) Spittler, M. 2019. Are right-wing populist parties a threat to democracy? An analysis of their policy platforms. *Democratization*, 26(7), 1148-1166.
- 84) Stanley, B. 2008. The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies*, 13(1), 95–110.
- 85) Strack, Fritz, and Roland Deutsch. 2004. “Reflective and Impulsive Determinants of Social Behavior.” *Personality and Social Psychology Review* 8(3): 220–47.
- 86) Taggart, P. 2000. *Populism*. Open University Press. Wirth, W., Esser, F., Engesser
- 87) Tajfel, H. 1969. Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, 79–97
- 88) Tajfel, H. 1974 Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13, 65–93.
- 89) Tajfel, H. 1975 The exit of social mobility and the voice of social change. *Social Science Information*, 14, 101–118.
- 90) Tajfel, H. 1978a Interindividual behaviour and intergroup behaviour. In H. Tajfel (ed.), *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*, pp. 27–60. London: Academic Press.
- 91) Tajfel, H. 1978b Social categorization, social identity, and social comparison. In H. Tajfel (ed.), *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*, pp. 61–76. London: Academic Press.
- 92) Tajfel, H. 1978b The achievement of group differentiation. In H. Tajfel (ed.), *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*, pp. 77–98. London: Academic Press.

- 93) Tajfel, H. 1982 Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1–39
- 94) Tajfel, H. and Turner, J.C. 1979 An integrative theory of intergroup conflict. In W.G. Austin and S. Worchel (eds), *The Social Psychology of Inter group Relations*, pp. 33–47. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- 95) Tajfel, H., Billig, M.G., Bundy, R.F. and Flament, C. 1971 Social categorisation and intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149–177.
- 96) Tesler, Michael, and David O. Sears. 2010. *Obama’s Race: The 2008 Election and the Dream of a Post-Racial America*. Chicago: University of Chicago Press.
- 97) van Eemeren, F.H., and P. Houtlosser. 1999. Strategic manoeuvring in argumentative discourse. *Discourse Studies* 1(4): 479–497.
- 98) Walton, D.N. 2008. *Informal logic: A pragmatic approach*. 2nd ed. Cambridge, NY: Cambridge University Press.
- 99) Wilson, J., A. Sahlane, and I. Somerville. 2012. Argumentation and fallacy in newspaper op/ed coverage of the prelude to the invasion of Iraq. *Journal of Language and Politics* 11(1): 1–30.
- 100) Wodak, R. 2003. Populist discourses: The rhetoric of exclusion in written genres. *Document Design* 4(2): 132–148.
- 101) Wodak, R. 2015. *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. London: Sage.
- 102) Wodak, R., M. Khosravinik, and B. Mral (eds.). 2013. *Right-wing populism in Europe: Politics and discourse*. London: Bloomsbury.
- 103) Zografakis, N., Xepapadeas, A., and Tsialis, P. 2020. How do right-wing populist parties influence climate and renewable energy policies? Evidence from OECD countries. *Energy Policy*, 140, 1–11.
- 104) Zurloni, V., and L. Anolli. 2013. Fallacies as argumentative devices in political debates. In *Lecture notes in artificial intelligence: Vol. 7688. Multimodal communication in political speech: Shaping minds and social action: International*

Workshop, Political Speech 2010, Rome, Italy, November 10-12, 2010, Revised selected papers, vol. 7688, ed. I. Poggi, 245–257. Heidelberg: Springer.

- 105) Апалат Г. 2011. Аргументативні тактики в текстах-інтерв'ю сучасної англомовної преси. Матеріали п'ятої Міжнародної науково-практичної конференції «Мови і світ: дослідження та викладання» Серія: Філологічні науки (мовознавство) Випуск 96 (1) Кропивницький . 376-381
- 106) Макович Х.Я., Вербицька Л.О., Капітан Н.О. 2016. Словник термінів і понять з риторики. Львів. 140 с.

## ДОДАТКИ



Таблиця 1



Таблиця 2



Таблиця 3

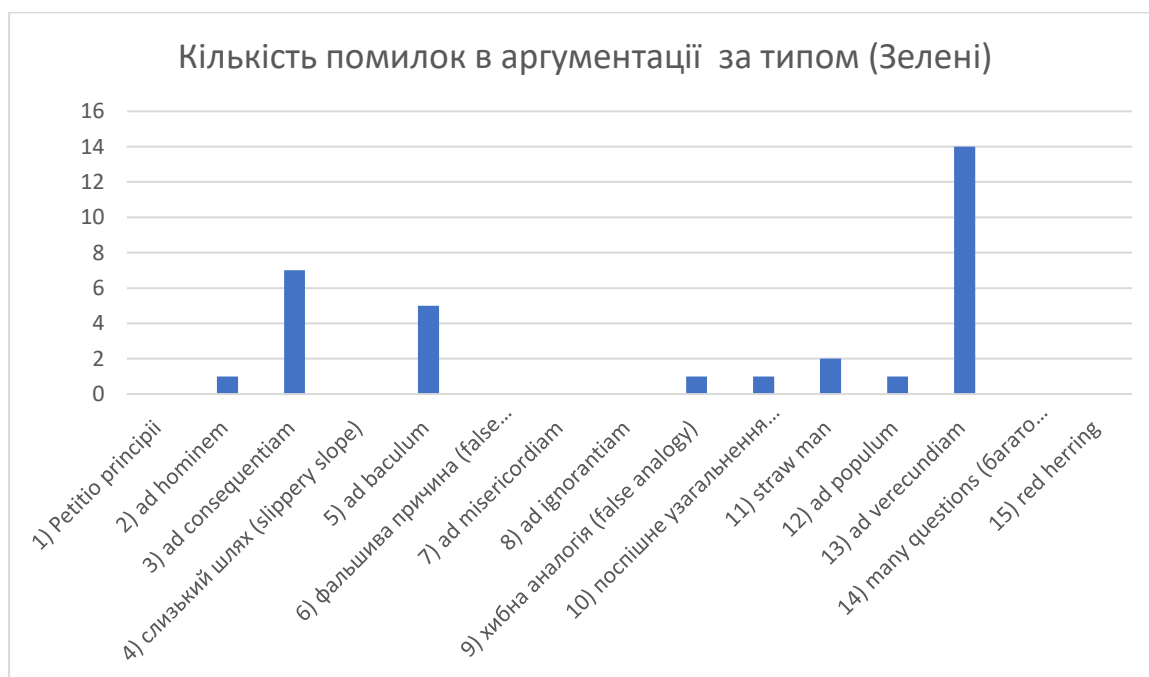


Таблиця 4





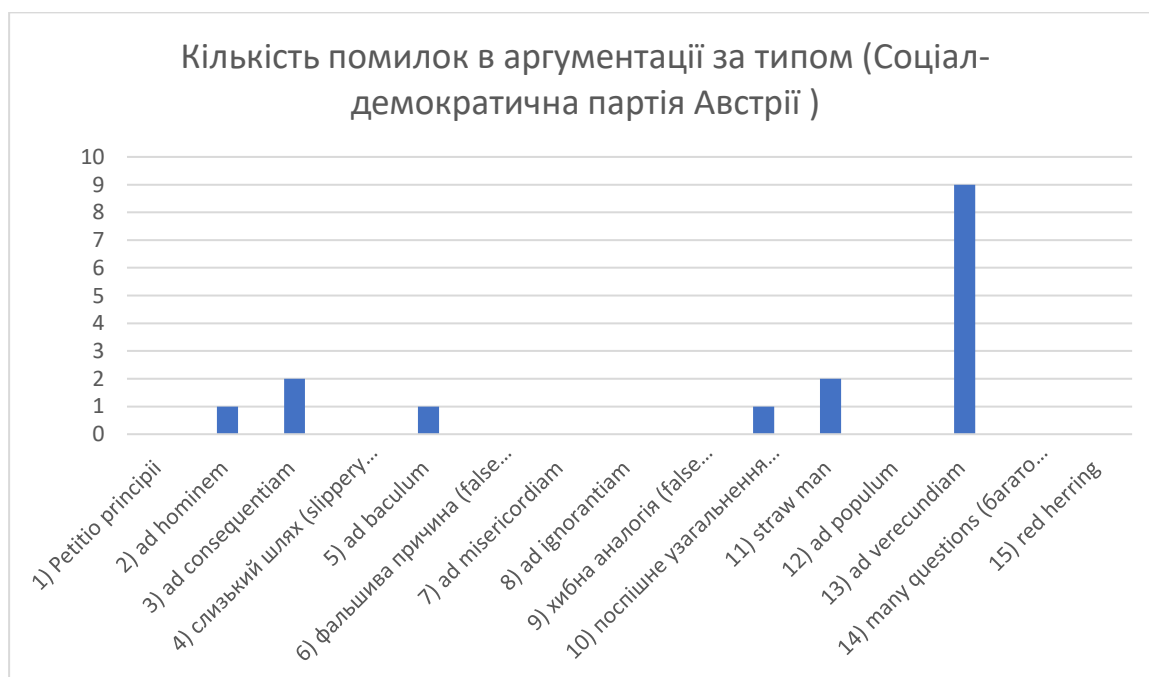
Таблиця 5



Таблиця 6



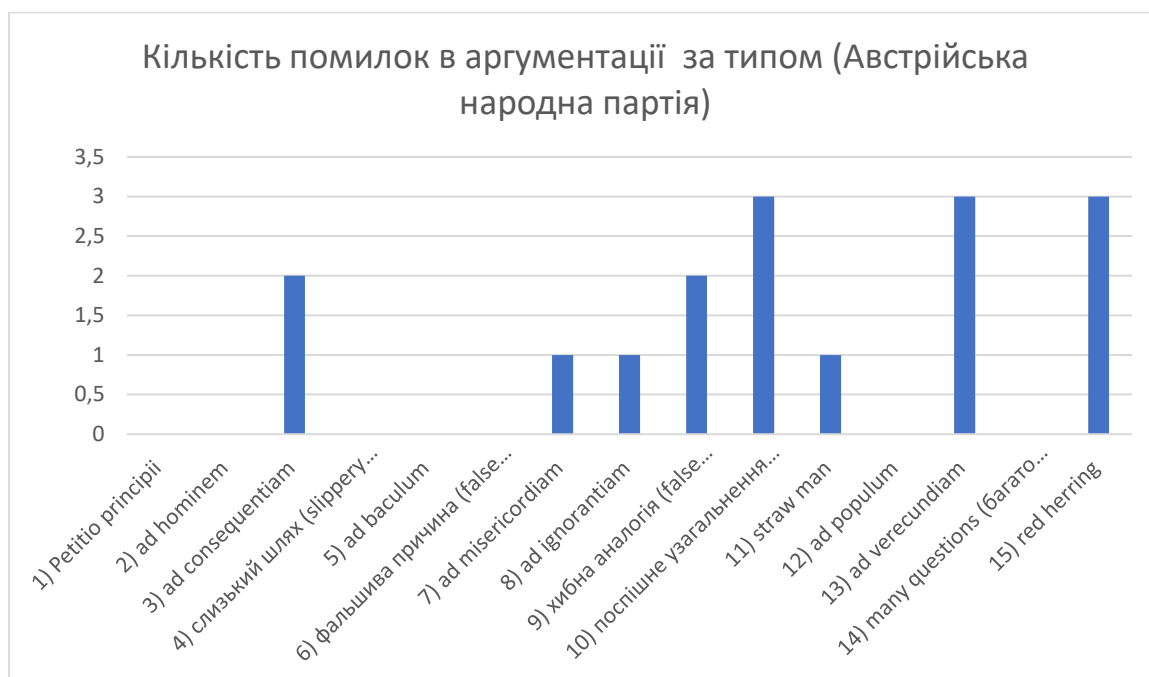
Таблиця 7



Таблиця 8



Таблиця 9



Таблиця 10



**WAHLTAG:**  
**ÖSTERREICH**  
**braucht dich**  
**HEUTE!**



Скріншот 1

**fpoe\_at** • **Стежити**

**fpoe\_at** **DEINE ZUKUNFT BRAUCHT DEINE STIMME!**

HEUTE braucht deine Heimat DICH ganz dringend: STEH AUF und GEH WÄHLEN - für Österreich!

Denn mit DEINER STIMME für die FPÖ verhinderst du eine Linksregierung mit offenen Grenzen und Wahlrecht für Ausländer!

Mit DEINER STIMME für die FPÖ bewahrst du deine Werte und die österreichische Identität!

Mit DEINER STIMME für die FPÖ schützt du deine Heimat vor Islamisierung!

Mit DEINER STIMME für die FPÖ sicherst du soziale Gerechtigkeit für alle Österreicherinnen und Österreicher!

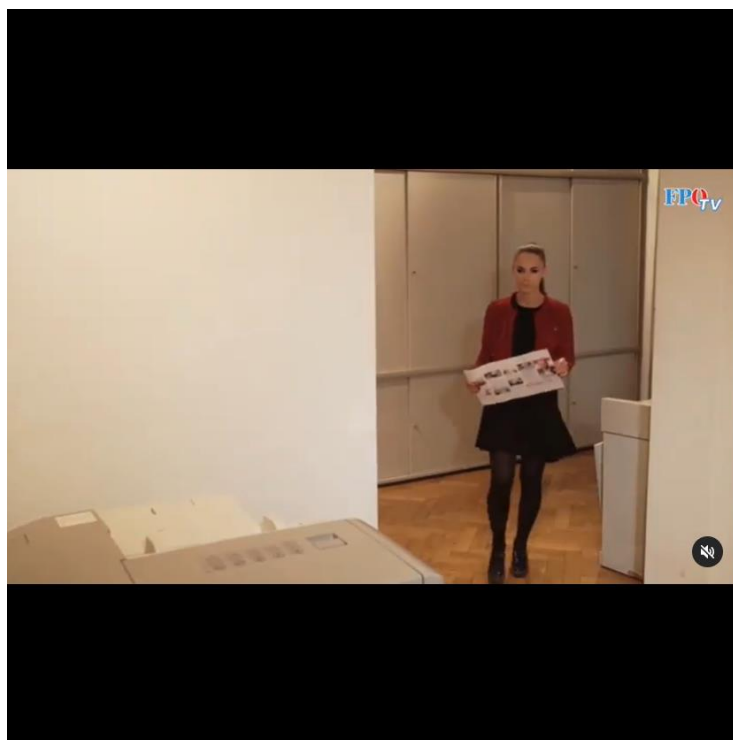
Mit DEINER STIMME für die FPÖ sicherst du deinen Kindern eine gute Zukunft!

Teile diese wichtige Botschaft mit allen, die du kennst!  
X FPÖat #fpoe #norberthofer #hofer #herbertkickl #kickl #wahltag #nationalratswahlen2019 #nationalratswahlen

👍 🗨 📌

Позначки «Подобається»: 1 474  
ВЕРЕСНЯ 29, 2019

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)



**fpoe\_at** • **Стежити**

**fpoe\_at** **Achtung, Achtung!**

Wir haben Aufnahmen zu Gesicht bekommen, wie in etwa das ÖVP-Wahlprogramm entstanden sein dürfte 😏 Das jetzige ÖVP-Wahlprogramm erinnert wieder einmal sehr an jenes der FPÖ. Bereits im letzten Wahlkampf wurden schamlos unsere Forderung „kopiert“ bzw. übernommen. Nun wiederholt sich die Geschichte ein weiteres Mal.

Aber Spaß beiseite: Wir sind gespannt mit wem Herr Kurz eine Koalition eingehen will, um „seine“ Forderungen durchzubringen. Uns fällt hier nur eine Partei ein: Die FPÖ!

Eine restriktive Zuwanderungspolitik, die Bekämpfung der illegalen Migration und die konsequente Umsetzung der Mindestsicherung neu, werde sich wohl nur mit einer FPÖ in der Regierung umsetzen lassen!

#fpoe #norberthofer #hofer #politics #politik #austria #österreich

191 тиж. [Переглянути переклад](#)

**humanpower\_7373** Wieso beschimpft ihr ihn dann die ganze Zeit, wenn ihr eh nicht ohne ihn könnt? ❤

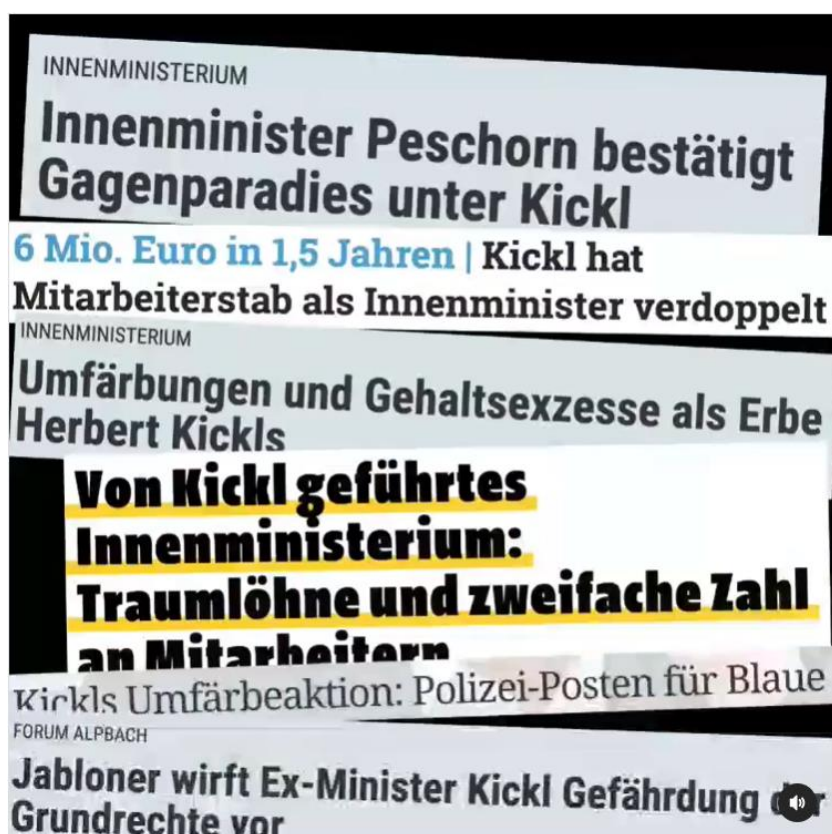
191 тиж. [Позначки «Подобається»: 3](#) [Відповісти](#)  
[Переглянути переклад](#)

👍 🗨 📌

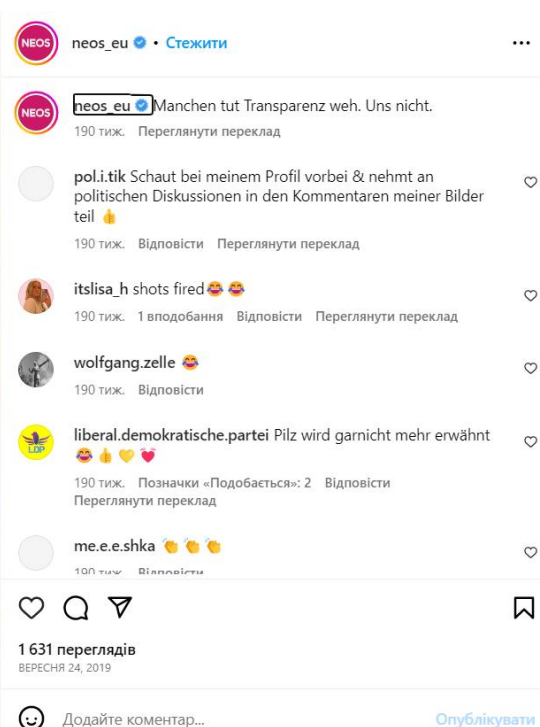
**4 131 переглядів**  
ВЕРЕСНЯ 12, 2019

😊 Додайте коментар... [Опублікувати](#)

Скріншот 2

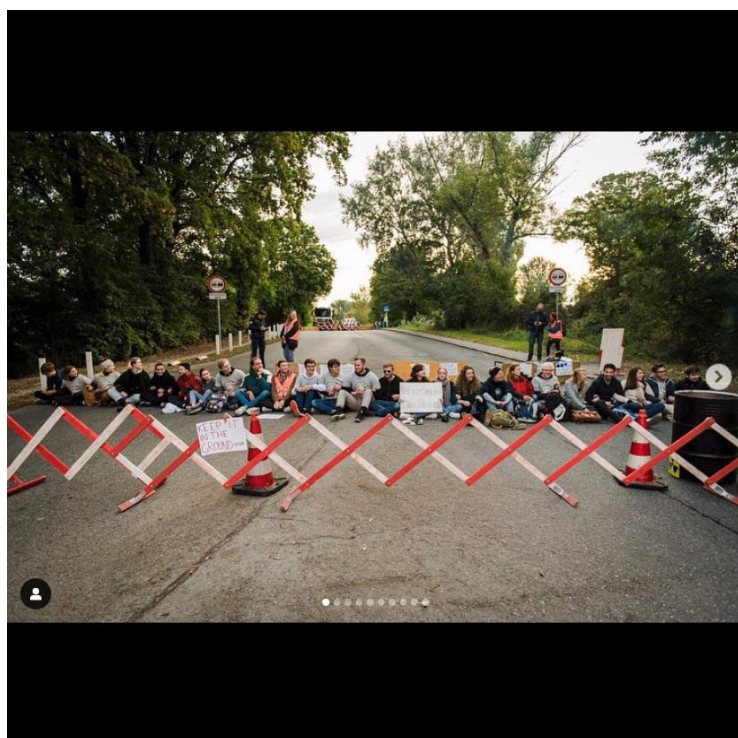


Скріншот 3



Скріншот 4





diegruenen • [Стежити](#)  
OMV Lobau



diegruenen • Unsere grüne Jugend mit dem #comeback Aktionismus!  
Raus aus Öl und Gas!  
Wir wollen eine echte Energiewende!  
Seit 6:30 Uhr blockieren wir heute den Straßeneingang zum OMV Tanklager Lobau und somit die Zufahrt von Tankwagen! Wir protestieren gegen die klimafeindliche Politik des Mineralölkonzerns OMV. Dieser ist global einer der größten 100 fossilen Konzerne, die für 70 Prozent der Emissionen seit 1988 verantwortlich ist!  
Der OMV-Chef Rainer Seele bezeichnet die Klimadebatte als hysterisch und zieht das Engagement tausender Jugendlicher ins Lächerliche. Die OMV zerstört unsere Zukunft!  
Wir fordern eine radikale Energiewende, einen vollständigen Umstieg auf erneuerbare Energien und keine Scheinlösungen und Greenwashing durch Wasserstoff aus fossilem Gas.  
Wir wollen unsere Zukunft retten!

189 тиж. [Переглянути переклад](#)



justanothervegandude 🌱  
189 тиж. [Відповісти](#)



Позначки «Подобається»: 1 000  
ВЕРЕСНЯ 26, 2019



Додайте коментар...

[Опублікувати](#)

Скріншот 5



spoe\_at • [Стежити](#)



spoe\_at • Danke für eure Unterstützung! ♥ Eure Stimme zählt am 29. September!

191 тиж. [Переглянути переклад](#)



amir\_hazara88 +ich 🍕 🍕

190 тиж. 1 вподобання [Відповісти](#)



paulpkruse Super! 🍕 🍕

190 тиж. Позначки «Подобається»: 2 [Відповісти](#)



lemuelperner Eigentlich sind die Grünen an erster Stelle aber ok!

190 тиж. Позначки «Подобається»: 3 [Відповісти](#)  
[Переглянути переклад](#)



alfredst.1957 Den sie wissen nicht was sie tun.

190 тиж. [Відповісти](#) [Переглянути переклад](#)



canela\_the\_Leonberger Und warum zeigt ihr nicht wie der Rest von Österreich wählt.... muss ja wirklich schlimm sein, wenn ihr es nicht zeigen wollt



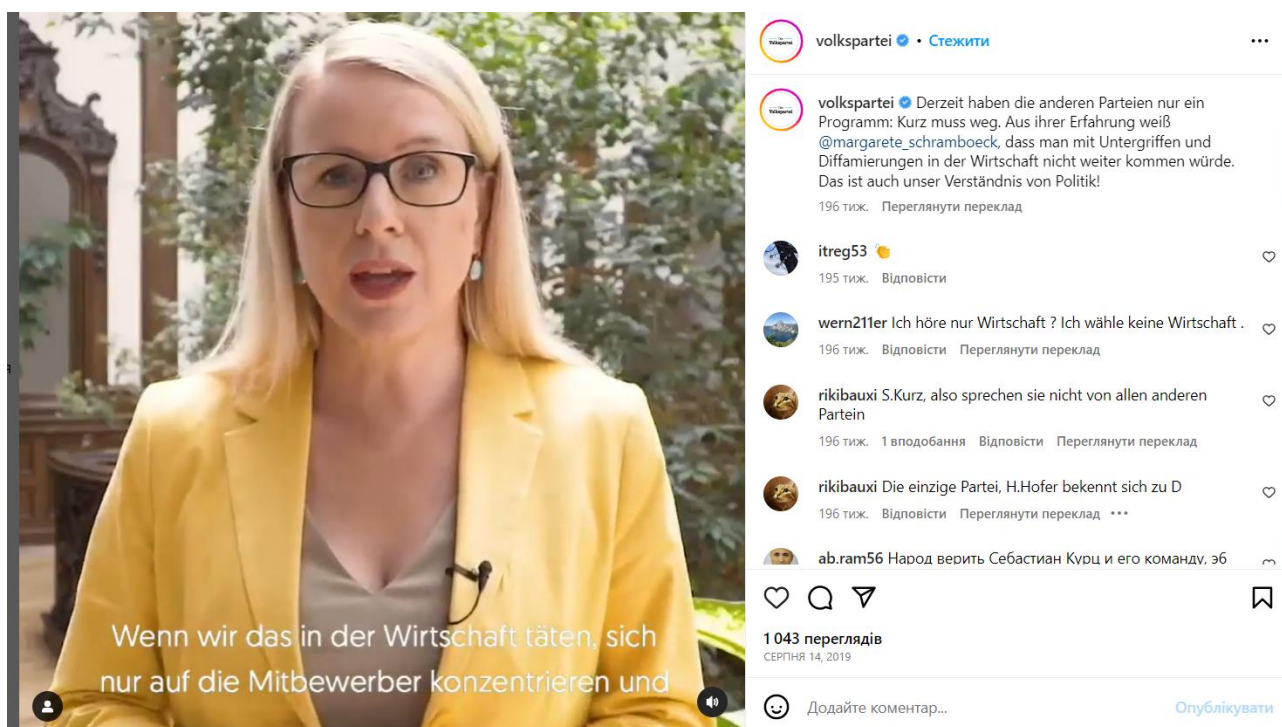
Позначки «Подобається»: 842  
ВЕРЕСНЯ 19, 2019



Додайте коментар...

[Опублікувати](#)

Скріншот 6



Скріншот 7



Скріншот 8

## АНОТАЦІЯ

### АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційної роботи

**Тема : «РИТОРИКА ПРАВИХ ПОПУЛІСТСЬКИХ ПАРТІЙ В АВСТРІЇ»**

**Студент:** Шнайдер Олег Юрійович

(прізвище, ім'я та по-батькові)

**Рік навчання, факультет:** 2 р.н., Факультет соціальних наук та соціальних технологій, Спеціальність 052 «Політологія»

**Науковий керівник:** Кандидат наук, доцент, Умланд А.

(вчений ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

**Рецензент** \_\_\_\_\_

(вчений ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Захищена “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_ р.

#### **Короткий зміст роботи:**

Дипломна робота присвячена дослідженню риторики політичних партій Австрії в 2019 році. У роботі коротко розглянуто науковий дискурс щодо риторики та її ролі в політиці. Для відповіді на дослідницькі запитання використано якісний і кількісний контент аналіз. Перший розділ роботи пояснює теоретичні і методологічні засади дослідження, а також позиціонує його в науковому дискурсі щодо риторики. Другий розділ представляє кейс виборів в Австрії в 2019, пояснює їх контекст та класифікує популістські і не популістські партії. В третьому розділі проводиться дослідження риторики за тримісячний період перед виборами в 2019 році. В результаті з'ясовано, що популістські політичні партії, не залежно від розділення на лівих-правих, використовують більше помилок в аргументації ніж не популістські політичні партії. Останній розділ дає відповідь на друге дослідницьке питання і пояснює чому політичні партії вдаються до помилок в аргументації. Для цього використовуються різні теоретичні рамки. Зрештою, було продемонстровано взаємозв'язок між правими популістськими політичними партіями та використанням помилок в аргументації.



**Short summary:**

The thesis is devoted to the research of the rhetoric of political parties in Austria in 2019. The work gives a brief overlook of a scientific discourse on rhetoric and its role in politics. Qualitative and quantitative content analysis is used to answer the research questions. The first chapter of the work explains the theoretical and methodological premises of the study, as well as positions it in the scientific discourse on rhetoric. The second chapter introduces the case of Austrian elections in 2019, explains their context and classifies populist and non-populist parties. The third chapter examines the rhetoric in the three-month period leading up to the 2019 elections. As a result, it was found that populist political parties, regardless of the left-right division, use more fallacies than non-populist political parties. The last chapter answers the other research question and explains why political parties are use fallacies in argumentation. Various theoretical frameworks are used for this. Finally, a relationship between right-wing populist political parties and the use of fallacies has been demonstrated.