

**SAYLOVOLDI DASTURINI SHAKLLANTIRISHDA
MANIPULATSIYANING O‘RNI**

Sobirova Feruza Islomjon qizi

O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti,

o‘qituvchi, PhD tadqiqotchi

Manzil: 100138, O‘zbekiston, Toshkent shahri,

Kichik Halqa Yo‘li ko‘chasi, 21-uy, G9-A

Telefon: +998 94 971-06-60

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-7989-8092>

E-mail: f.sobirova@uzswlu.uz

Annotatsiya: Mazkur maqolada saylovoldi dasturlarini shakllantirish jarayonida manipulyativ strategiya va vositalarning o‘rni pragmatolingvistik hamda siyosiy diskurs nuqtai nazaridan tahlil qilinadi. Saylovoldi dasturi siyosiy partiya yoki nomzodning jamiyat oldidagi asosiy maqsadlari, ustuvor yo‘nalishlari va kelajakdagi siyosiy faoliyatini ifodalovchi muhim kommunikativ vosita hisoblanadi. Bunday dasturlar nafaqat muayyan siyosiy g‘oyalarni bayon qilish, balki saylovchilarning qarashlari, hissiyotlari va tanloviga ta’sir ko‘rsatish vazifasini ham bajaradi. Shu sababli dastur matnida manipulyativ strategiyalar, emotsional baholash, ijobiy o‘zini taqdim etish, raqibni salbiy tasvirlash, “biz” va “ular” qarama-qarshiligi, umid va qo‘rquvga murojaat qilish, takror, metafora hamda presuppozitsiyalardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotda siyosiy manipulyatsiyaning mazmuniy, leksik, pragmatik va ritorik xususiyatlari ko‘rib chiqiladi. Tahlil shuni ko‘rsatadiki, manipulyatsiya saylovoldi dasturlarining mazmunini tanlash va uni auditoriyaga taqdim etish jarayonida yashirin yoki ochiq strategik ta’sir vositasi sifatida namoyon bo‘ladi.

***Kalit soʻzlar:** siyosiy diskurs, saylovoldi dasturi, manipulyatsiya, pragmatlingvistika, siyosiy kommunikatsiya, persuaziya, emotsional taʼsir, siyosiy strategiya, diskursiv strategiya, saylovchi.*

Kirish

Siyosiy kommunikatsiya zamonaviy jamiyatda ijtimoiy ongning shakllantirish, siyosiy qarashlarni rivojlantirish va fuqarolarning siyosiy tanloviga taʼsir koʻrsatishning muhim vositalaridan biridir. Ayniqsa, saylovoldi davrida siyosiy partiyalar va nomzodlarning kommunikativ faolligi sezilarli darajada ortadi. Ushbu davrda siyosiy subyektlar oʻz dasturlarini taqdim etish, jamiyatdagi mavjud muammolarga munosabat bildirish, kelajak haqidagi tasavvurlarini shakllantirish va saylovchilarni oʻz siyosiy pozitsiyasining maqbulligiga ishonitirishga intiladilar.

Saylovoldi dasturi mazmunan siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy masalalarni qamrab oluvchi hujjat boʻlishi bilan birga, kommunikativ jihatdan ham katta ahamiyatga ega. Unda siyosiy subyekt oʻzining ustuvor maqsadlarini belgilaydi, mavjud vaziyatga baho beradi va kelajakdagi faoliyatining asosiy yoʻnalishlarini taklif etadi. Shu jarayonda dastur muallifi auditoriyaning ehtiyojlari, qadriyatlari, qoʻrquvlari va kutishlarini hisobga oladi. Demak, saylovoldi dasturi faqat axborot yetkazuvchi matn emas, balki ishonitirish va taʼsir koʻrsatishga yoʻnaltirilgan siyosiy-kommunikativ vosita sifatida ham namoyon boʻladi.

Zamonaviy tadqiqotlarda siyosiy nutqning manipulyativ xususiyati tobora koʻproq oʻrganilmoqda. Masalan, D'Ambrosio manipulyativ nutqni yashirin strategik nutq sifatida talqin qilib, unda soʻzlovchi oʻz maqsadlarini auditoriya manfaatlaridan ustun qoʻyishi va nutqining strategik xususiyatini yashirishga intilishini taʼkidlaydi. Shu nuqtai nazardan, saylovoldi dasturidagi manipulyatsiya bevosita yolgʻon axborot berish bilangina chegaralanmaydi. U maʼlum faktlarni tanlab koʻrsatish, ayrim muammolarni boʻrttirish, ijobiy yoki

salbiy baholovchi birliklardan foydalanish va auditoriyaning hissiy holatiga ta'sir qilish orqali ham amalga oshirilishi mumkin.

Mazkur maqolaning asosiy maqsadi saylovoldi dasturini shakllantirishda manipulyatsiyaning o'rnini aniqlash, uning asosiy strategiya va taktikalarini pragmatik jihatdan tavsiflash hamda siyosiy kommunikatsiyada qanday kommunikativ maqsadlarni amalga oshirishini ko'rsatishdan iborat.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotda siyosiy diskursni o'rganishga yo'naltirilgan pragmatik, diskursiv va tanqidiy diskurs tahlili metodlaridan foydalanildi. Tahlil jarayonida siyosiy matnning leksik, semantik, sintaktik va pragmatik xususiyatlari o'zaro bog'liqlikda ko'rib chiqildi.

Tadqiqotning nazariy asosini siyosiy diskursda manipulyatsiyani o'rganishga qaratilgan yondashuvlar tashkil etadi. Xususan, van Dijk tomonidan ishlab chiqilgan diskursiv manipulyatsiya modeli siyosiy nutqning mazmuni, leksikasi, mavzulari, sintaksisi, ritorik vositalari va diskursning tartiblanishini tahlil qilish imkonini beradi. Ushbu yondashuv asosida siyosiy subyektning "o'z guruhi"ni ijobiy, "boshqa guruh"ni esa salbiy ko'rsatishga intilishi manipulyatsiyaning muhim ko'rinishlaridan biri sifatida izohlanadi.

Shuningdek, siyosiy kommunikatsiyada emotsional strategiyalarning roliga alohida e'tibor qaratildi. 2025-yildagi tadqiqotlar siyosiy diskursda hissiyotlarning lingvistik vositalar orqali ongli va tizimli ravishda manipulyativ ta'sir vositasiga aylanishi mumkinligini ko'rsatadi.

Saylovoldi dasturi siyosiy kommunikatsiya vositasi sifatida

Saylovoldi dasturi siyosiy partiya yoki nomzodning jamiyatga murojaat qilishi uchun asosiy kommunikativ platformalardan biridir. Unda siyosiy subyekt o'zining siyosiy identifikatsiyasini yaratadi, muammolarni qanday talqin qilishini ko'rsatadi va kelajak uchun ma'lum bir siyosiy modelni taklif qiladi.

Saylovoldi kommunikatsiyasining asosiy xususiyati shundaki, unda axborot va persuaziya bir-biridan ajralmagan holda namoyon bo'ladi. Siyosiy aktor biror muammo haqida ma'lumot berayotgan paytda ayni vaqtda ushbu muammoning qanday baholanishi kerakligini ham auditoriyaga taklif qiladi. Masalan, iqtisodiy qiyinchilik "inqiroz", "vaqtinchalik muammo", "islohot uchun imkoniyat" yoki "oldingi siyosatning natijasi" sifatida turlicha talqin qilinishi mumkin. Har bir nomlanish auditoriyaning hodisaga munosabatini o'zgartirishi mumkin.

2026-yilda saylovoldi kommunikatsiyasiga bag'ishlangan tadqiqotda kampaniya diskursi siyosiy aktorlarning o'z yutuqlarini ta'kidlashi, raqibga mas'uliyat yuklashi va siyosiy voqelikni muayyan narrativlar orqali shakllantirishi bilan bog'liqligi qayd etilgan. Bu holat saylovoldi dasturini oddiy siyosiy reja emas, balki saylovchining siyosiy voqelikni idrok etishiga ta'sir qiluvchi kommunikativ konstruksiya sifatida ko'rishga asos beradi.

Saylovoldi dasturini shakllantirishda manipulyatsiyaning asosiy strategiyalari

Ijobiy o'zini taqdim etish

Saylovoldi dasturlarida eng ko'p uchraydigan strategiyalardan biri siyosiy subyektning o'zini ijobiy obrazda namoyon etishidir. Bunda "taraqqiyot", "barqarorlik", "adolat", "farovonlik", "yangilanish", "imkoniyat", "kelajak" kabi ijobiy semantikaga ega birliklardan faol foydalaniladi.

Ijobiy o'zini taqdim etish orqali siyosiy subyekt o'zining kompetentligi, ishonchliligi va xalq manfaatlariga sodiqligini ta'kidlaydi. Bunda real siyosiy natijalar bilan bir qatorda, kelajakdagi kutilayotgan natijalar ham ijobiy kommunikativ obraz yaratish uchun ishlatiladi.

Masalan, "yangi imkoniyatlar yaratamiz", "xalq farovonligini ta'minlaymiz", "adolatli jamiyat barpo etamiz" kabi konstruktsiyalar konkret mexanizmlardan ko'ra ko'proq ijobiy kelajak obrazini shakllantirishga xizmat

qiladi. Bunday ifodalar auditoriyada umid va ishonch hissini kuchaytirishi mumkin.

“Biz” va “ular” qarama-qarshiligi

Siyosiy manipulyatsiyaning muhim strategiyalaridan biri “biz” va “ular” oppozitsiyasidir. “Biz” odatda xalq, fuqarolar, siyosiy partiya yoki ijobiy qadriyatlarni ifodalovchi guruh sifatida tasvirlanadi. “Ular” esa mavjud muammolar, muvaffaqiyatsizliklar yoki salbiy hodisalar bilan bog‘lanishi mumkin.

Bunday diskursiv qarama-qarshilik siyosiy voqelikni soddalashtirib, uni ikki qarama-qarshi guruhga ajratadi. Tadqiqotlarda ham ideologik polarizatsiya siyosiy manipulyatsiyaning muhim strategiyalaridan biri sifatida ko‘rsatilgan; ayniqsa, “us/them” modeli siyosiy guruhlar o‘rtasidagi chegaralarni kuchaytirishga xizmat qilishi mumkin.

Saylovoldi dasturida “biz” birliklarining ko‘payishi siyosiy subyektning xalq bilan yaqinligini ifodalashi mumkin. “Biz xalq bilan birgamiz”, “bizning maqsadimiz”, “birgalikda kelajakni quramiz” kabi birliklar kollektiv identifikatsiyani kuchaytiradi. Shu bilan birga, “ular” yoki raqibning salbiy tasviri mavjud siyosiy vaziyatdan norozilikni ma’lum bir siyosiy subyektga yo‘naltirish imkonini beradi.

Emotsional manipulyatsiya

Saylovoldi dasturlarida emotsional ta’sir ko‘rsatish ham muhim o‘rin egallaydi. Siyosiy kommunikatsiyada qo‘rquv, umid, g‘urur, xavotir, norozilik va ishonch kabi hissiyotlar auditoriyaning qaror qabul qilish jarayoniga ta’sir qilishi mumkin.

Emotsional manipulyatsiya, odatda, siyosiy muammoni faqat ratsional dalillar asosida emas, balki hissiy jihatdan baholashga undaydi. 2025-yilgi tadqiqotda emotsional va ekspressiv birliklar siyosiy kommunikatsiyada auditoriyaning hissiy reaksiyasini shakllantirish uchun strategik qo‘llanishi mumkinligi ko‘rsatilgan.

Masalan, “farzandlarimizning kelajagi”, “xalqimizning xavfsizligi”, “adolatli kelajak”, “milliy taraqqiyot” kabi birikmalar bevosita auditoriyaning qadriyatlari va hissiyotlariga murojaat qiladi. Bunday birliklar aniq siyosiy taklifning mazmunidan tashqari, uning emotsional qabul qilinishiga ham ta’sir ko’rsatadi.

Qo’rquv va umid strategiyasi

Saylovoldi diskursida qo’rquv va umid bir-biriga qarama-qarshi, biroq o’zaro bog’liq manipulyativ vositalar sifatida namoyon bo’lishi mumkin. Qo’rquv strategiyasida mavjud muammolar yoki ehtimoliy xavflar kuchaytirib ko’rsatiladi. Umid strategiyasida esa siyosiy subyekt kelajakni ijobiy va farovon tarzda tasvirlaydi.

Bunday strategiya quyidagi mantiqiy model asosida shakllanishi mumkin:

muammo → xavf → siyosiy yechim → ijobiy kelajak.

Masalan, dasturda iqtisodiy yoki ijtimoiy muammo avval jiddiy xavf sifatida ko’rsatiladi, keyin esa aynan mazkur siyosiy subyekt taklif qilayotgan choralar muammoning asosiy yechimi sifatida taqdim etiladi. Natijada auditoriyada “ushbu yo’l tanlanmasa, muammo davom etadi; ushbu yo’l tanlansa, kelajak yaxshilanadi” degan kommunikativ tasavvur shakllanishi mumkin.

Raqibni diskreditatsiya qilish

Manipulyatsiyaning yana bir ko’rinishi siyosiy raqibni salbiy obrazda tasvirlashdir. Bunda raqibning siyosiy tajribasi, qarorlari, faoliyati yoki kompetensiyasi tanqid qilinishi mumkin. Biroq manipulyativ diskursda tanqid ko’pincha aniq faktlar bilan chegaralanmay, umumlashtirish, salbiy baholash va hissiy birliklar orqali kuchaytiriladi. Siyosiy diskursga oid tadqiqotlarda ijobiy o’zini taqdim etish va salbiy “boshqani” tasvirlash manipulyativ strategiyalarning markaziy shakllaridan biri sifatida qayd etilgan. Raqibni diskreditatsiya qilish orqali siyosiy subyekt o’zining nisbiy ustunligini

yaratishga intiladi. Ya'ni "bizning dasturimiz yaxshi" degan bevosita da'vodan ko'ra "biz taklif qilayotgan yo'l muqobil yo'llardan samaraliroq" degan qarama-qarshi konstruktsiya auditoriyaga kuchliroq ta'sir qilishi mumkin.

Leksik va pragmatik vositalarning manipulyativ funksiyasi

Saylovoldi dasturidagi manipulyatsiya faqat umumiy strategiya darajasida emas, balki alohida til birliklari orqali ham amalga oshiriladi. Leksik tanlov siyosiy voqelikning qanday talqin qilinishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Baholovchi leksika bunga yaqqol misol bo'la oladi. "samarali", "zamonaviy", "adolatli", "barqaror", "ilg'or", "xalqparvar" kabi birliklar ijobiy obraz yaratadi. Aksincha, "inqiroz", "muvaqqiyatsizlik", "adolatsizlik", "beqarorlik", "mas'uliyatsizlik" kabi birliklar salbiy baholashni kuchaytiradi.

Bundan tashqari, metaforalar ham siyosiy diskursda muhim pragmatik vazifa bajaradi. "Yangi yo'l", "taraqqiyot sari qadam", "kelajak poydevori", "islohotlar yo'li" kabi metaforik birliklar murakkab siyosiy jarayonlarni oddiy va tushunarli obrazlar orqali ifodalash imkonini beradi.

Presuppozitsiya ham manipulyativ ta'sirning samarali vositalaridan biri hisoblanadi. Masalan, "islohotlarni davom ettirish", "taraqqiyotni jadallashtirish", "xalq farovonligini yanada oshirish" kabi birikmalar muayyan ijobiy holat allaqachon mavjud yoki oldindan tan olingan degan yashirin farazni yuzaga keltiradi. Natijada auditoriya ushbu farazni alohida muhokama qilmasdan qabul qilishi mumkin.

Takror va siyosiy shiorlarning ta'siri

Saylovoldi dasturlarida takroriy birliklardan foydalanish ham kommunikativ ta'sirni kuchaytiradi. Bir xil g'oyaning turli shakllarda takrorlanishi uni auditoriya xotirasida mustahkamlashga xizmat qiladi. Masalan, "xalq", "kelajak", "taraqqiyot", "adolat", "farovonlik" kabi kalit so'zlar dastur matnining turli qismlarida takrorlanishi mumkin. Bu birliklar siyosiy subyektning asosiy qadriyatlarini ifodalovchi semantik markazlarni yaratadi. 2026-yilgi korpus tadqiqotlarida zamonaviy saylovoldi nutqlarida

soddalik, takror, salbiy emotsional birliklar va inqirozga oid narrativlarning persuaziv yoʻnalishlar bilan bogʻliqligi koʻrsatilgan. Demak, takror oddiy stilistik hodisa emas, balki auditoriya eʼtiborini maʼlum gʻoyalarga yoʻnaltiruvchi strategik vosita sifatida ham qaralishi mumkin.

Manipulyatsiya va persuaziya oʻrtasidagi farq

Saylovoldi dasturini tahlil qilishda manipulyatsiyani oddiy persuaziya bilan farqlash muhimdir. Persuaziya auditoriyani dalillar, argumentlar va ochiq kommunikativ maqsadlar orqali muayyan fikrga ishonitirishni nazarda tutadi. Manipulyatsiyada esa taʼsir koʻpincha yashirin strategiyalar, hissiy bosim, biryoqlama taqdimot yoki auditoriyaning zaif tomonlaridan foydalanish orqali amalga oshiriladi. Shu sababli har qanday siyosiy ishonitirishni manipulyatsiya deb baholash ilmiy jihatdan toʻgʻri emas. Siyosiy dasturda muayyan maqsadlarni ilgari surish, oʻz siyosiy qarashlarini asoslash va saylovchilarni ishonitirish demokratik siyosiy kommunikatsiyaning tabiiy qismidir. Manipulyatsiya esa auditoriyaning mustaqil va tanqidiy qaror qabul qilish imkoniyatini cheklashi mumkin boʻlgan yashirin taʼsir mexanizmlari bilan ajralib turadi. Manipulyativ nutqning aynan “yashirin strategik nutq” sifatidagi tabiati zamonaviy nazariy tadqiqotlarda ham alohida taʼkidlangan.

Saylovoldi dasturida manipulyatsiyaning funksiyalari

Tahlil asosida saylovoldi dasturidagi manipulyatsiyaning bir nechta asosiy funksiyalarini ajratish mumkin. Birinchi navbatda, **legitimatsiya funksiyasi** mavjud. Siyosiy subyekt oʻz qarashlari va takliflarini qonuniy, maqbul va jamiyat manfaatlariga mos sifatida koʻrsatishga intiladi. Ikkinchidan, **identifikatsiya funksiyasi** amalga oshiriladi. “Biz”, “xalq”, “yoshlar”, “kelajak avlodi” kabi birliklar orqali siyosiy subyekt maʼlum ijtimoiy guruhlar bilan oʻzini birlashtiradi. Uchinchidan, **emotsional funksiyasi** mavjud boʻlib, u auditoriyada umid, ishonch, xavotir yoki norozilik kabi hissiyotlarni shakllantirishga xizmat qiladi. Toʻrtinchidan, **polarizatsiya funksiyasi** orqali siyosiy maydon “biz” va “ular” kabi qarama-qarshi guruhlariga ajratiladi. Bu

usul siyosiy identifikatsiyani kuchaytirishi mumkin. Beshinchidan, **persuaziv funksiya** orqali auditoriya ma'lum siyosiy tanlovga yo'naltiriladi.

Natijalar va muhokama

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, saylovoldi dasturini shakllantirish jarayonida manipulyatsiya mazmun tanlash, muammolarni talqin qilish, siyosiy subyektning obrazini yaratish va auditoriyaga ta'sir ko'rsatishning bir nechta bosqichlarida namoyon bo'ladi. Manipulyativ strategiyalarni shartli ravishda uch darajaga ajratish mumkin. Birinchi daraja — **mazmuniy manipulyatsiya** bo'lib, unda siyosiy muammolarning ayrim jihatlari tanlab yoritiladi. Ikkinchi daraja — **lingvistik manipulyatsiya**, bunda baholovchi leksika, metafora, takror, modal birliklar va boshqa til vositalari qo'llanadi. Uchinchi daraja — **pragmatik manipulyatsiya**, bunda auditoriyaning bilimlari, qadriyatlari, hissiyotlari va kutishlariga murojaat qilinadi. Siyosiy diskurs bo'yicha empirik tadqiqotlarda ideologik polarizatsiya, raqibni diskreditatsiya qilish, emotsional argumentatsiya va so'zlovchining kuchi hamda ishonchliligini ta'kidlash manipulyatsiyaning muhim ko'rinishlari sifatida aniqlangan. Shu jihatdan saylovoldi dasturlaridagi manipulyatsiya individual til birliklaridan ko'ra kengroq kommunikativ tizim sifatida namoyon bo'ladi. Bundan tashqari, zamonaviy siyosiy kommunikatsiya an'anaviy dastur matni bilan cheklanmaydi. Saylovoldi dasturlaridagi g'oyalar televideniye, ijtimoiy tarmoqlar, video, grafik materiallar va boshqa multimodal shakllarda qayta ishlab chiqiladi. Saylovoldi reklamalari bo'yicha tadqiqotlar ham matn, tasvir va ovozning o'zaro birikishi siyosiy persuaziyaning ko'p qatlamli mexanizmini yaratishini ko'rsatadi. Bu esa kelajakdagi tadqiqotlarda manipulyatsiyani faqat lingvistik emas, balki multimodal nuqtai nazardan ham o'rganish zarurligini ko'rsatadi.

Xulosa qilib aytganda, saylovoldi dasturini shakllantirish jarayonida manipulyatsiya siyosiy kommunikatsiyaning muhim strategik komponentlaridan biri sifatida namoyon bo'ladi. U siyosiy subyektning o'zini

ijobiy taqdim etishi, raqibni salbiy baholashi, auditoriya bilan identifikatsiya yaratishi, emotsional ta'sir ko'rsatishi va muayyan siyosiy tanlovni maqbul sifatida ko'rsatishiga xizmat qiladi.

Saylovoldi dasturidagi manipulyatsiya turli lingvistik va pragmatik vositalar orqali amalga oshiriladi. Xususan, ijobiy baholovchi leksika, "biz-ular" oppozitsiyasi, emotsional birliklar, metaforalar, takror, presuppozitsiya, modal konstruksiyalar va kelajakni tasvirlovchi va'daviy birliklar siyosiy ta'sirni kuchaytirishi mumkin.

Shuningdek, manipulyatsiya va persuaziya o'rtasidagi chegarani aniq belgilash muhimdir. Siyosiy kommunikatsiyada ishontirish tabiiy va zarur jarayon bo'lsa-da, yashirin ta'sir mexanizmlari auditoriyaning mustaqil fikrlashi va tanqidiy baholash qobiliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli saylovoldi dasturlarini pragmalingsvistik tahlil qilish nafaqat tilshunoslik, balki siyosiy kommunikatsiya, media savodxonligi va demokratik jarayonlarni o'rganish uchun ham muhim ilmiy ahamiyatga ega. Kelgusidagi tadqiqotlarda turli mamlakatlarning saylovoldi dasturlarini qiyosiy tahlil qilish, manipulyativ birliklarning chastotasini aniqlash hamda ijtimoiy tarmoqlardagi siyosiy kommunikatsiya bilan an'anaviy saylovoldi dasturlarini solishtirish maqsadga muvofiqdir. Ayniqsa, sun'iy intellekt yordamida yaratilayotgan siyosiy kontentning manipulyativ imkoniyatlari zamonaviy siyosiy kommunikatsiyaning yangi tadqiqot yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda. 2026-yilgi tadqiqotlar generativ sun'iy intellekt siyosiy kampaniyalarda katta hajmdagi individuallashtirilgan vizual materiallarni tez ishlab chiqarish imkonini berayotganini ko'rsatmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Abrahamyan, S. (2020). Peculiarities of Manipulative Strategies in English Political Discourse. *Armenian Folia Anglistika*, 16(1), 66–81. <https://doi.org/10.46991/AFA/2020.16.1.066>.

2. Cabrejas-Peñuelas, A. B. (2017). Manipulation as an ideological tool in the political genre of Parliamentary discourses. *Pragmatics*, 27(2), 207–234. <https://doi.org/10.1075/prag.27.2.02cab>.
3. Clifford, S. (2019). How Emotional Frames Moralize and Polarize Political Attitudes. *Political Psychology*. <https://doi.org/10.1111/pops.12507>.
4. D'Ambrosio, J. (2026). A Theory of Manipulative Speech. *The Monist*, 109(1), 61–79. <https://doi.org/10.1093/monist/onaf031>.
5. Kakisina, P. A., Indhiarti, T. R., & Al Fajri, M. S. (2022). Discursive Strategies of Manipulation in COVID-19 Political Discourse: The Case of Donald Trump and Jair Bolsonaro. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440221079884>.
6. Kenzhekanova, K., Zhanabekova, M., & Konyrbekova, T. (2015). Manipulation in Political Discourse of Mass Media. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 325. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4s1p325>.
7. Licenji, L. L. (2026). Leader role and platform in electoral campaign communication. *Frontiers in Political Science*, 8. <https://doi.org/10.3389/fpos.2026.1754813>.
8. Pałuszyńska, E. (2019). Communication emotional strategies in media political discourse. *Przegląd Politologiczny*. <https://doi.org/10.31648/pj.4437>.
9. Prokopenko, A., & Panchenko, Y. (2025). Instrumentalization of Emotions in Manipulative Practices of Political Discourse. *Philological Treatises*, 17(1). [https://doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17\(1\)-4](https://doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17(1)-4).