

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра стилістики та мовної комунікації

**ВЕРБАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА
МАСОВУ АУДИТОРІЮ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЛІТИЧНИХ
ПРОМОВ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО)**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «Бакалавр»
студентки 4 курсу,
галузь знань 03 Гуманітарні науки,
спеціальність – 035 Філологія / 035.01,
освітня програма «Українська мова і
література та західноєвропейська мова»
Гурик Софії Олександрівни

Науковий керівник:
канд. філол. наук, доцент
кафедри стилістики та мовної комунікації
Сизонов Дмитро Юрійович

Допущено до захисту на засіданні кафедри
стилістики та мовної комунікації
і затверджено протоколом № _____ від _____
Зав. каф. стилістики та мовної комунікації
д.філол.н., проф. Лариса ШЕВЧЕНКО _____

Київ – 2024

АНОТАЦІЯ

Бакалаврську роботу присвячено аналізу вербальних та невербальних засобів впливу на масову аудиторію, що представлено на матеріалі політичних виступів В. Зеленського. Було з'ясовано, як і за яких причин змінювалася категорія *політична комунікація* та в чому полягають функції, які вона реалізує. Розглянуто *політичну промову* як один із жанрових різновидів політичного дискурсу та визначено *роль особистості* в політичній комунікації. Охарактеризовано також домінантні лінгвокомунікативні стратегії й тактики та стилістичні прийоми, що використовуються у промовах В. Зеленського. Вбачаємо дослідження актуальним у зв'язку зі змінами політичних систем та еліт, ролі мовної комунікації в цих процесах, а також у контексті еволюції медійної українськомовної комунікації. **Метою роботи** є сформулювати та проаналізувати вербальні й невербальні засоби впливу, окресливши особливості їхньої реалізації в політичному дискурсі на основі промов В. Зеленського від 24 лютого 2022 року – повномасштабного російського вторгнення. **Об'єктом дослідження** є вербальні та невербальні засоби впливу в політичній комунікації. **Предметом дослідження** є особливості реалізації засобів вираження комунікативних стратегій і тактик у політичних промовах В. Зеленського. **Матеріалом бакалаврської роботи** слугували фрагменти з політичних промов, які були виголошені В. Зеленським до українського народу та членів парламентів і урядів різних країн. Ілюстрації відібрано методом системної вибірки з 23 політичних промов президента України від 24 лютого 2022 року. **Результати дослідження** можуть сприяти кращому розумінню механізмів публічного впливу в умовах сучасної політичної комунікації.

Ключові слова: політичний дискурс, політична промова, комунікативні стратегії й тактики, стилістичні прийоми, невербальна мова, вплив, Володимир Зеленський.

ABSTRACT

The bachelor's thesis is devoted to the analysis of verbal and non-verbal means of influencing the mass audience, which is presented on the basis of V. Zelenskyy's political speeches. It was found out how and for what reasons the category of *political communication* has changed and what are the functions it performs. *Political speech* is considered as one of the genre types of political discourse and *the role of the individual* in political communication is determined. The dominant linguistic and communicative strategies and tactics and stylistic devices used in V. Zelenskyy's speeches are also characterised. We believe that the study is relevant in connection with changes in political systems and elites, the role of language communication in these processes, as well as in the context of the evolution of media Ukrainian-language communication. **The purpose of the study** is to formulate and analyse verbal and non-verbal means of influence, outlining the peculiarities of their implementation in political discourse based on V. Zelenskyy's speeches of 24 February 2022, the day of the full-scale Russian invasion. **The object of the study** is verbal and non-verbal means of influence in political communication. **The subject of the study** is the peculiarities of the implementation of means of expression of communication strategies and tactics in V. Zelenskyy's political speeches. **The material of the bachelor's thesis** was based on fragments from political speeches delivered by V. Zelenskyy to the Ukrainian people and members of parliaments and governments of different countries. The illustrations were selected by a systematic sampling method from 23 political speeches of the President of Ukraine of 24 February 2022. **The results of the study** can contribute to a better understanding of the mechanisms of public influence in the context of modern political communication.

Keywords: political discourse, political speech, communication strategies and tactics, stylistic techniques, non-verbal language, influence, Volodymyr Zelenskyy.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ПОЛІТИЧНА ПРОМОВА В КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	9
1.1 Дефінітивне наповнення поняття <i>політична комунікація</i>	9
1.2 Роль особистості в політичній комунікації.....	12
1.3 Політична промова як жанровий різновид сучасної комунікації.....	15
<i>Висновки до розділу I</i>	18
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО	19
2.1 Лінгвокомунікативні стратегії й тактики як комплекс прийомів та засобів для впливу на реципієнта.....	19
2.2 Стилістичні прийоми в промовах В. Зеленського до іноземних парламентаріїв.....	25
<i>Висновки до розділу II</i>	29
РОЗДІЛ III. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАСОБІВ НЕВЕРБАЛЬНОГО ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНІЙ ПРОМОВІ	30
3.1 Специфіка використання аргументів та емоційних компонентів у промовах В. Зеленського.....	30
3.2 Невербальні засоби комунікації в політичних виступах В. Зеленського: жести, міміка, тілесна мова.....	34
<i>Висновки до розділу III</i>	38
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	41
СПИСОК ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ	45
ДОДАТКИ. Візуалізація невербальних засобів, що супроводжували промови В. Зеленського	48

ВСТУП

У сучасному суспільстві мова використовується не лише як засіб комунікації, але й як ефективний інструмент впливу на оточення. Нерідко можна зустріти застосування політичних промов, що є одним зі способів переконання чисельної аудиторії щодо правильності своїх ідей та позицій у різних дискурсах. Тому отримання бажаного результату від промови часто залежить від того, якими вербальними та невербальними засобами оратори доповнюють зміст свого виступу для донесення основної мети їхніх закликів до реципієнтів.

Наразі інформація стає все доступнішою, а конкуренція між політичними силами зростає, тому вдале використання комунікативних стратегій і тактик може стати ключовим чинником успіху в політиці. Адже «політична комунікація для політичної системи – це те саме, що кровообіг для організму людини» [Шварценберг 1992, с. 242]. Тому перед дослідниками постає необхідність дослідження комунікативно-стратегічного потенціалу виступів політичних діячів. У цьому напрямку працювали такі мовознавці, як Б. Гой, Н. Дяченко, В. Халін, Н. Кондратенко, Л. Славова, О. Чепіль, Д. Харитонова, С. Шило, В. Якимчук та ін.

Актуальність дослідження вербальних та невербальних засобів впливу полягає у потребі вивчення сучасної політичної комунікації, яка стрімко розвивається у зв'язку зі змінами політичних систем та еліт, ролі мовної комунікації в цих процесах; наростанням інтересу комунікативних стратегій та методів їх втілення шляхом відповідних лінгвістичних тактик у політичному дискурсі. Для дослідження було взято промови В. Зеленського, що спрямовані як до українського народу, так і до іноземної аудиторії, що є актуальним в контексті крос-культурної комунікації. Окрім того, сьогодні політика – це сфера, де комунікація є важливим інструментом для формування

громадської думки та впливу на поведінку громадян, що потребує ґрунтовного аналізу.

Метою наукової роботи є сформулювати та проаналізувати вербальні й невербальні засоби впливу та окреслити особливість їхньої реалізації в політичному дискурсі (ПД) на основі політичних промов Володимира Зеленського від 24 лютого 2022 року – повномасштабного російського вторгнення.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв’язати такі **завдання**:

- з’ясувати дефініцію поняття «*політична комунікація*» та функції, які вона реалізує;
- розглянути політичну промову як один із жанрових різновидів ПД;
- визначити роль особистості в політичній комунікації;
- охарактеризувати лінгвокомунікативні стратегії й тактики як комплекс прийомів для впливу на реципієнтів;
- простежити та науково зінтерпретувати стилістичні прийоми в промовах В. Зеленського до іноземних парламентаріїв.
- проаналізувати аргументацію та емоційний складник у політичних промовах В. Зеленського;
- дослідити невербальні засоби впливу в політичних виступах.

Об’єктом дослідження є вербальні та невербальні засоби впливу в політичній комунікації.

Предметом дослідження є особливості реалізації засобів вираження комунікативних стратегій і тактик у політичній промові.

Матеріалом бакалаврської роботи стали фрагменти з політичних промов, які були написані для Володимира Зеленського до українського народу та членів парламентів урядів різних країн. Ілюстрації було відібрано *методом системної вибірки* з 23 політичних промов президента України від 24 лютого 2022 року (див. список аналізованих промов у кінці роботи).

Методи дослідження. Для досягнення поставлених завдань були застосовані наступні методи, як *аналіз і синтез* – для упорядкування теоретичного матеріалу наукової роботи. *Описовий метод* був використаний для характеристики поданих фрагментів із політичних промов; *метод випадкової вибірки* для збору дослідницького матеріалу. Використано *метод контент-аналізу*, який був спрямований для діагностики мовлення В. Зеленського в політичних промовах; *лінгвокомунікативний метод*, на основі застосування якого було з'ясовано та охарактеризовано комунікативні стратегії й тактики. *Дедуктивний метод* застосовувався для встановлення реалізації вербальних та невербальних засобів впливу. Елементи *когнітивного методу* були використані для аналізу пізнання мовцями процесу політичної комунікації та встановлення зв'язку мовних аспектів із мотивами комуніканта.

Наукова новизна праці полягає у спробі систематизувати теоретичний та практичний матеріал про специфіку комунікативних стратегій і тактик, які мають неоднозначне розуміння у сучасній медіалінгвістиці. Розгляд вербальних та невербальних засобів у політичній комунікації на матеріалі промов президента також є новим для медіалінгвістичної науки.

Теоретичне значення дослідження полягає в розширенні та поглибленні теоретичного вивчення інституційного політичного дискурсу, акцентуючи увагу на реалізації вербальних та невербальних засобів впливу. Робота над дослідженням дозволяє зробити певний внесок у теорію політичної риторики та її впливу на суспільство.

Практична значимість магістерської роботи окреслюється тим, що матеріали та результати дослідження можуть бути застосовані практиками в різних сферах гуманітаристики (політологія, соціологія, іміджмейкерство, медійна лінгвістика та ін.), зокрема для вивчення вербальних та невербальних засобів впливу в політичній комунікації.

Апробація дослідження: доповідь «Політична промова в нових реаліях сучасної комунікації» на Всеукраїнському науковому читанні «Філологія ХІХ століття: нові дослідження і перспективи» (круглий стіл «Медійна парадигма

в сучасній мовній комунікації»), що проводилося в Навчально-науковому інституті філології 11 квітня 2024 року.

Структура наукової роботи. Робота складається з анотації українською та англійською мовами, змісту, вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаної літератури, списку політичних промов та додатків.

У першому розділі з'ясовано поняття політичної комунікації та функції, які вона реалізує. Також розглянуто один із жанрів політичного дискурсу – політичну промову та визначено роль особистості в політичній сфері. *Другий розділ* присвячений лінгвокомунікативним стратегіям і тактикам та стилістичним прийомам, що реалізовані в політичних промовах В. Зеленського. *У третьому розділі* проаналізовано аргументацію й емоційний складник політичних звернень президента України та досліджено використані невербальні засоби впливу. Робота завершується висновками та списком використаної літератури. У кінці роботи поданий реєстр аналізованих промов В. Зеленського, а в *додатках* – візуалізація невербальних засобів, що використовувалися В. Зеленським під час виголошення промов.

РОЗДІЛ І. ПОЛІТИЧНА ПРОМОВА В КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1 Дефінітивне наповнення поняття *політична комунікація*

Останні роки в сучасній українській лінгвістиці відзначаються помітним інтересом до дослідження політичної комунікації. «Політичний дискурс став предметом особливої та навіть прискіпливої уваги лінгвістів саме у той період, коли політична комунікація набула рис засобу маніпулювання свідомістю» [Бутова 2009, с. 232]. Окрім того, увага до політичної комунікації спричинена інтенсивним розвитком політичного життя, зокрема й загостренням політичного протистояння у країні, що так само призводить до безперервних змін лексичного та граматичного фондів української мови. Таким чином, можна відзначити, що мова й політика є нерозривно пов'язаними, адже мова є основним інструментом формування політичної культури.

Загальні проблеми дискурсу й політичної комунікації зокрема досліджуються багатьма українськими (І. Бутова, Г. Вусик, Н. Кондратенко, О. Максимчук, Л. Нагорна), так й іноземними дослідниками (Р. Перлофф, Р.Г. Шварценберг), однак наразі немає загальноприйнятого визначення цих концепцій. «Численність та різноспрямованість робіт у цій сфері інколи приводить дослідників до думки, що створення стрункої системи трактування політичного дискурсу не є теоретично можливим» [Ковальова 2020, с. 102]. Це зумовлено великою різноманітністю інтерпретацій поняття «дискурс».

Як відомо, «дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різну форму вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями й тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики

спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [Бацевич 2004, с. 138].

Є й інше тлумачення цієї дефініції: «Дискурс як одиниця являє собою поєднання вимог мовних і соціальних. Це вже не суто лінгвістична структура, а соціолінгвістична» [Почепцов 1999, с. 75]. Г. Почепцов розглянув приклади різних дискурсів (художнього, рекламного, медійного тощо) та створив їхню класифікацію, серед яких виділяє й політичний дискурс. Цей дискурс може бути представлений як у вузькому, так і ширшому значенні. «У широкому розумінні дискурс може розглядатися як механізм узгодження персонального, соціального й культурного знання. У більш вузькому, прикладному аспекті він зосереджується на аналізі мовного спілкування й окремих текстів, промов, інтерв'ю тощо. У руслі теорії комунікації дослідження політичного дискурсу ведеться переважно на основі аналізу заяв політиків та політичних оглядачів, програм політичних партій і об'єднань, публікацій у ЗМІ, матеріалів спеціалізованих політологічних видань» [Нагорна 2005, с. 34].

Іноземний дослідник Р.Г. Шварценберг визначає *«політичний дискурс»* як «процес передавання політичної інформації, що циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами» [Шварценберг 1992, с. 242]. Відповідно, політичний дискурс включає в себе комунікацію між представниками різних соціальних та політичних установ, а також взаємодію з представниками інших політичних громад чи виборцями.

Дослідження політичних дискурсів відбувається в рамках різних дослідницьких підходів. Дослідниця Н. Кондратенко стверджує, що політичний дискурс варто аналізувати, використовуючи комунікативно-дискурсивний підхід, який, у свою чергу, поділяє на три групи: комунікативний, дискурсивний та лінгвопрагматичний. Комунікативний підхід побудований на діалогічному спілкуванні в політичному дискурсі, зокрема на вербальних аспектах спонтанного мовлення політиків.

Дискурсивний підхід включає в себе виокремлення параметрів формування та функціонування ПД, таких як театральність, міфологізація, агональність, ритуальність та інші. Також проводиться аналіз різних типів дискурсу, що пов'язані з політичним (насамперед це рекламний дискурс та дискурс ЗМІ). Окрім цього, досліджується мовне маніпулювання в політичному дискурсі тощо. Лінгвопрагматичний підхід пов'язаний із вивченням мовленнєвих жанрів у політичній комунікації та аналізом комунікативних стратегій і тактик, особливостей мовленнєвої поведінки в політичному спілкуванні [Кондратенко 2015, с. 146-148]. Враховуючи класифікацію підходів за Н. Кондратенко, у своїй праці ми зосередимось саме на лінгвопрагматичному підході, адже будемо досліджувати реалізацію лінгвокомунікативних засобів впливу в промовах В. Зеленського.

Н. Кондратенко виділяє *такі типи ПД*: 1) за формою (усні та писемні); 2) за чинником мовця (адресантно-прямі й опосередковані); 3) за метою (інформативні (новини, повідомлення), спонукальні (агітаційні листівки, прокламації), іміджеві (буклети, телевізійні рекламні ролики), мотиваційні (тексти чорного PR), експресивні (фото, пісні, анекдоти)); 4) за чинником адресата (особисто адресовані (пряме поштове листування) та масово адресовані (телевізійні повідомлення)); 5) за сферою функціонування (телевізійний, газетно-журнальний, радіо-, рекламний або PR) [Кондратенко 2007, с. 12-13]. «До цього типу видається доцільним додати ПД, що функціонує у Всесвітній мережі, тобто інтернет-ПД. Можна також виокремити види ПД за типом комунікативної взаємодії: агональний (конфліктний), наприклад, дебати, та гармонізуючий (кооперативний), наприклад, новорічне вітання президента» [Ковальова 2020, с. 104].

Як і типи політичного дискурсу, так і функції, вивчаються українськими та європейськими науковцями. Н. Кондратенко окреслює три функції ПД, а саме: інформування, вплив, агітацію [Кондратенко 2007, с. 14-15]. Натомість Л. Нагорна розширює діапазон функцій політичного дискурсу та виділяє інформативну, орієнтаційну, мобілізаційну, консолідаційну та

ідентифікаційну функції [Нагорна 2005, с. 35]. «Однією з найважливіших функцій політичного дискурсу є функція переконання та політичної пропаганди. Найважливішою цільовою установкою політичного дискурсу є формування в соціумі тих думок та оцінок, які є необхідними для автора дискурсу» [Павлуцька 2008, с. 220]. Таким чином, варто зауважити, що політичний дискурс має свої специфічні риси, що реалізуються у досягненні цілей політики, які здебільшого відносяться до питань влади.

Отже, розглянувши основні теоретичні засади ПД, можна зробити висновок, що політичний дискурс — це складна ідеологічно конструйована система комунікації, яка використовує різноманітні комунікаційні джерела для передачі єдності комунікативної поведінки, прагматичних, політичних, соціокультурних і психологічних чинників.

1.2 Роль особистості в політичній комунікації

Активізація особи як суб'єкта, прискорення процесу соціалізації та зростання рівня політичної культури призвели до підвищення ролі політики в суспільному житті. У політичному дискурсі особистість є тією, хто несе політичні ідеї, орієнтири, цілі, стимули та навички політичної діяльності. Тому важливою роллю в цьому процесі є діалог між владою та громадянами, а також між їх об'єднаннями, що забезпечують комунікативний зв'язок між учасниками політичних відносин.

«Політична комунікація, таким чином, є специфічним видом політичних відносин, за допомогою яких політичні суб'єкти створюють та розповсюджують суспільно-політичну інформацію. Саме тому можна говорити про діалогічну сутність політичної комунікації, за якої один суб'єкт політичних відносин розпочинає діалог, а інший має за мету досягнення взаєморозуміння та оцінку самого процесу комунікації між політичними суб'єктами» [Кадлубович 2011, с. 157]. Відповідно, політична комунікація — це не лише процес передавання повідомлень, але й інформаційний вплив, який

здійснюють різні політичні суб'єкти один на одного та на соціум, у якому вони перебувають.

Варто зауважити, що суб'єкти політичної комунікації – це ті, хто певною мірою виявляють політичну активність, чітко усвідомлюють свою мету, шляхи її досягнення та втілюють власні вподобання та цілі в політичному житті. «Суб'єктами політичної комунікації є громадяни, групи, політичні інститути і політичні актори (зовнішні і внутрішні), виборці, формальні й неформальні групи, об'єднання громадян, громадські організації, об'єднання й рухи, політичні партії, лобістські структури, органи державної влади й місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні й міжнародні організації» [Остапенко 2012, с. 141]. «Політичним актором (суб'єктом політичної комунікації) може бути, наприклад, політичний лідер, особистий вплив якого відіграє суттєву роль у різноманітних політичних ситуаціях та процесах, у регулюванні взаємовідносин, що склалися в тій чи іншій соціальній спільності, організації, суспільстві в цілому» [Кадлубович 2011, с. 157]. У політичному процесі в Україні політичні лідери відіграють велику роль, так як визначають напрямок та перебіг найважливіших політичних процесів, а також розвиток владних відносин.

Виокремлюють три групи політичних лідерів. «*Першу групу* складають політичні діячі, відомі в українському суспільстві, які обіймали чи обіймають високі державні посади. *Другу групу* політичних лідерів утворюють лідери партій і рухів, профспілок, громадсько-політичних об'єднань. *Третю* складають представники регіональних політичних угруповань, а також представники українського бізнесу» [Рудич 2006, с. 125]. На нашу думку, вони є важливими учасниками політичної арени, які мають значний вплив на громадську думку та рішення, що приймаються владою.

Політичні лідери є учасниками різних рівнів політичної комунікації: горизонтальної або вертикальної. «Вертикальна політична комунікація передбачає передачу політичної інформації від тих, хто керує, тим, ким керують. При цьому політичний лідер не лише є інструментом передачі

інформації, він виражає своє ставлення до неї, робить наголоси на певних моментах, додає інтонацію, міміку тощо... Горизонтальний рівень політичної комунікації – це спілкування між суб'єктами, рівними за статусом на кожному ієрархічному рівні й особливо на рівні недержавних політичних та неполітичних інститутів» [Кадлубович 2011, с. 159]. Прикладом вертикальної політичної комунікації може слугувати взаємодія між елітою й масами, парламентом чи партіями з однієї сторони, та громадянами чи виборцями з іншої; горизонтальної – між групами еліт.

Т. Кадлубович стверджує, що виступ політика перед аудиторією...є такою формою політичної комунікації, яка дозволяє одержати громадянам уявлення про політика та ту політичну силу, яку він представляє [Кадлубович 2011, с. 159]. Політичний лідер показує свій вплив із індивідуальною специфікою через особистісні характеристики чи конкретні можливості, які можуть бути втілені в життя через політичну силу, яку він представляє. Це стає очевидним у різних випадках політичної взаємодії (комунікації), де політичний лідер виступає. Таким чином, значний вплив на реципієнтів здійснюється через особистий контакт суб'єкта з людьми. «Ними можуть стати ділові візити до міських районів, ... освітніх закладів, установ охорони здоров'я; ... участь в ярмарках та святкових гуляннях, спортивних подіях тощо. Вплив на аудиторію справляють також фотознімки, на яких політик зображений у незвичному для нього амплуа «Наближення» політичного лідера до мас відбувається шляхом різноманітних розповідей про його особистість, сім'ю, хобі» [Кадлубович 2011, с. 161]. Завдяки цьому громадяни надають перевагу тим політикам, які наділені певними владними повноваженнями, є авторитетними особистостями, що заслуговують на наслідування іншими.

Таким чином, за допомогою різних технологій та методів, політична комунікація робить представників влади, політичних лідерів більш доступними та зрозумілими для звичайних громадян. Політична комунікація здійснюється на всіх рівнях політичної взаємодії між тими, хто керує й тими,

ким керують, тому процес легітимізації та демократизації владних відносин стає постійним.

1.3 Політична промова як жанровий різновид сучасної комунікації

Жанрова специфіка політичного дискурсу знаходиться на стадії інтенсивних досліджень. Відповідно, у своїй науковій роботі Н. Кондратенко виділяє наступні жанри: іміджево-презентаційні (слоган, програма, біографія), інформативні (повідомлення, заява, інтерв'ю), ритуальні (промова, привітання, подяка, некролог), агітаційні (слоган-заклик, виступ, листівка) й агонально-аргументативні (дебати, ток-шоу) [Кондратенко 2017, с. 19-21].

Переважає більшість дослідників вважає, що основним критерієм розподілу мовленнєвих жанрів є характер поданої інформації, тому розрізняють фатичні та інформативні жанри. Інформативні жанри спрямовані на передачу нової та актуальної інформації, тоді як фатичні жанри мають на меті акцент на спілкуванні, мінімізації нової інформації, з пріоритетом на експресивність та етикетність у взаємодії.

Т. Кадлубович зазначає, що все більший інтерес викликають такі форми політичної комунікації як ораторський виступ політичного лідера, визначного суспільного діяча, «виступ у кадрі», який є монологом на суспільно-значиму тематику та є втіленням принципу плюралізму в засобах масової інформації [Кадлубович 2011, с. 161]. Тому основну увагу в нашому дослідженні ми звернемо на такий жанровий різновид як політична промова, що є невід'ємною частиною політичного дискурсу.

Дослідниця Л. Мацько наводить визначення «політична промова», як заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ із позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін [Мацько 1999, с. 4]. Політичні промови часто мають гостромедійний характер, оскільки вони виражають певні ідеї, погляди, напрямки чи ідеологічні позиції, що неминуче

призводить до відсторонення від інших поглядів, навіть якщо вони не називаються в промові. Таким чином, політична промова є найбільш характерним жанром політичного дискурсу, який є ефективним засобом для отримання визнання та демонстрації лідерства.

Розглянувши низку класифікацій політичної комунікації, варто схарактеризувати основні критерії політичної промови:

1. Суб'єктом політичної промови, перш за все, є політичний лідер чи політичний діяч.
2. Авторство тексту, що виявляє дві функції – декларативну та виконавчу [Грант 2008, с. 218]. Виконавчу функцію виконує той, на кого покладена відповідальність за текст, декларативну – передає ці слова аудиторії.
3. Адресат політичної промови може бути двох видів: перший – політичний суб'єкт, другий – суб'єкт, який сприймає інформацію й не є політичним об'єктом. Таким чином, щодо першого типу, адресатом може бути й сам політичний діяч, або ж політична партія чи фракція. У другому випадку адресатом може виступати як глядач, так і виборець.
4. Форма мовлення. Політичну промову варто віднести до писемної, коли ми говоримо про текст, що написаний спічрайтером, та до усної, коли суб'єкт політичної промови відтворює написаний текст під час свого виступу.
5. Політична промова – монологічний жанр, адже зазвичай її виголошує один оратор (політичний лідер) і його завданням є будувати логічний хід думок, відстоювати власну позицію та формувати певну точку зору в аудиторії.
6. Ю. Крапива зазначає, що за обсягом інформації політичну промову слід розрізняти в межах середніх та великих жанрів, але необхідно конкретизувати такий поділ, вказавши обсяг, кількість знаків. До середніх жанрів можна віднести промову на мітингу, що має бути не

затягнутою, але влучною, щоб спонукати до дій, та промову в парламенті. Великі жанри, як правило, охоплюють політичні доповіді [Крапива 2019, с. 44].

7. За метою висловлювання розрізняють такі жанри політичної промови, як інформативні (передача інформації щодо певних подій, проблем, рішень, позицій чи програми політика), оціночні (створення позитивного враження про політика, виділення кандидатури з-поміж інших, його ставлення до певних питань) та імперативні (спонукання до дії, такої як голосування, участь у протестах, підтримка певних політичних заходів тощо).

Отже, проаналізувавши один із різновидів політичної комунікації, варто зазначити, що політична промова – різноманітна та унікальна, що виражається за допомогою вербальних та невербальних засобів, які послуговуються певною метою в політичному дискурсі.

Висновки до розділу I

Детальний розгляд понять дискурс / політичний дискурс, що активно вживається в сучасній лінгвістиці показує, що вивчення цих категорій є особливо актуальними сьогодні. Йдеться, зокрема, про два погляди розуміння меж політичного дискурсу у вузькому та в широкому значенні. Вузьке трактування передбачає, що політичним дискурсом вважається той, який виходить від політичних інституцій. У широкому розумінні політичним дискурсом вважається не тільки дискурс політиків, а й дискурс журналістів, експертів, виборців та інших учасників, який стосується політичної тематики.

Погоджуємося з Н. Кондратенко, яка типізує політичний дискурс за такими критеріями: 1) за формою; 2) за чинником мовця; 3) за метою; 4) за чинником адресата; 5) за сферою функціонування [Кондратенко 2007, с. 12-13]. Проаналізувавши функції політичного дискурсу, ми визначили, що найважливішою є боротьба за владу. Від цієї функції походять інші, зокрема інформаційна, мобілізаційна, ідентифікаційна, консолідаційна, функція впливу та переконання.

Одним із різновидів сучасної комунікації є політична промова, яка є невід'ємною її частиною, що трактується як форма комунікації, коли політичні діячі висловлюють свої думки та ідеї з метою впливу на переконання та погляди аудиторії. Цей вид дискурсу володіє конкретними характеристиками, такими як особливості оратора та аудиторії; форма мовлення; зіставлення монологічного та діалогічного мовлення; обсяг інформації та мета виступу.

Отже, сучасна політична комунікація відображає всі сфери суспільно-політичного життя, впливає на формування суспільної думки, здійснює соціалізацію особистості та забезпечує діалог та взаємодію між тими, хто керує й тими, ким керують. А політичний лідер стає все більш активним суб'єктом політичної комунікації, втілюючи в собі головні напрями політики, де виконує важливу роль у політичному процесі.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО

2.1 Лінгвокомунікативні стратегії й тактики як комплекс прийомів та засобів для впливу на реципієнта

У зв'язку зі стрімким розвитком глобалізованих систем у сучасній інформаційній ері, дослідження комунікативних стратегій та відповідних тактик їх втілення має особливу актуальність у контексті загальної системи політичної комунікації.

Як відомо, у лінгвістичних дослідженнях термін "стратегія" вживався ще на початку ХХ століття, проте до сьогодні не існує єдиного визначення та універсальної класифікації комунікативних стратегій. На нашу думку, *комунікативна стратегія* – комплекс прийомів і заходів, що спрямовані для впливу на реципієнта, при цьому засобами вираження цих стратегій є комунікативні тактики. Зазвичай визначають декілька тактик, що відносяться до однієї окремої стратегії. Вони диференціюються залежно від виду дискурсу, мети оратора, жанру мови та інших факторів. Відповідно, щоб досягнути мети, варто визначити типові мовленнєві тактики, які обираються для конкретних комунікативних стратегій. «Кінцева мета використання комунікативних стратегій адресантом – це зміна свідомості адресата на користь адресанта або взаємну користь. Інструментом реалізації тактик виступають чітко визначені адресантом комунікативні дії, що мають знакову репрезентацію. На лексико-граматичному рівні вони можуть бути представлені через уживання відповідних синтаксичних стилістичних фігур (епіфора, анафора, паралелізм, риторичне запитання, тощо), певних синтаксичних конструкцій, синтаксичних синонімів тощо» [Чепіль 2015, с. 275].

Безліч праць присвячено дослідженню комунікативних стратегій, вивченням яких займалися такі науковці, як Н. Дяченко, В. Халін,

Н. Кондратенко, Л. Славова, О. Снитко, О. Чепіль, С. Шило, В. Якимчук та інші. Відтак, виокремлюють чимало різних класифікацій комунікативних стратегій та тактик у політичному дискурсі. О. Яшенкова виділяє такі основні стратегії політичної комунікації: самопрезентації, агітаційна, формування емоційного контролю, інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, маніпулювання, дискредитації, нападу, самозахисту та інші [Яшенкова 2010, с. 168-170]. Цієї класифікації ми й будемо дотримуватися в нашому дослідженні.

Тож розглянемо найдієвіші комунікативні стратегії та тактики, які використовує Володимир Зеленський у політичних промовах від початку російського вторгнення до українського народу та до членів парламентів урядів різних країн.

Ключовою стратегією політичної комунікації, на нашу думку, є **стратегія самопрезентації**. Проте під час повномасштабного вторгнення основною метою Володимира Зеленського є не самопрезентація для демонстрації своїх найкращих якостей чи формування позитивного іміджу, а заклик до дій та підтримки України.

Тому, використовуючи цю стратегію, спостерігаємо **тактику ототожнення**, за допомогою якої демонструє свою належність до українського народу, звертаючись від імені усіх українців. Наприклад: *«Я звертаюся до вас від імені українців, звертаюсь до вас від мариупольців – мирних мешканців міста, яке російські війська заблокували та рівняють із землею...Я звертаюся до вас від імені українців старшого віку...Я звертаюся до вас від усіх, хто чув, як щороку політики кажуть: «Ніколи знову»...Я звертаюся до вас від імені наших військових...»* (Зеленський, 17.03.2022). Зустрічаємо в цьому фрагменті лексико-граматичні засоби, що вказують на мовлення від 1-ої особи, насамперед використання Я-форм. Однак, промова Зеленського набуває ролі не лише офіційного звернення як глави держави, а й стає голосом всього українського народу, який звертається до людей світу зі закликом про допомогу.

Помітною була також **тактика солідаризації**, яка застосовується для встановлення контакту й створення довіри між політиком та реципієнтами, акцентуючи увагу на спільних інтересах. Наприклад: *«Тут абсолютно різні люди, різні родини, різні покоління, але ми з вами об'єднані одними прагненнями. Насправді, всі ми хочемо свободи та нормального розвитку для своїх дітей, хочемо безпеки й доброти для своїх батьків, хочемо спокою та легкості життя для своїх громад і міст. І це нас об'єднує!»* (Зеленський, 26.04.2023). Тут помічаємо вживання так званих МІ-форм, завдяки яким і простежується акцент на об'єднанні за спільними інтересами італійського народу з українцями, на якому наголошує Володимир Зеленський. Це допомагає створити нерозривний зв'язок з аудиторією, показавши спільність проблеми.

Тактика дистанціювання полягала у свідомому применшенні постаті реципієнта, віддаленні від нього. «Ця тактика передбачає активізацію комунікативної моделі «ми – вони», «свій – чужий»» [Шевченко 2014, с. 47]. Наприклад: *«Але ви – ніби знову за стіною. Так, не Берлінською. Але посеред Європи. Між свободою і неволею. І стіна ця міцнішає з кожною бомбою, яка падає на нашу землю, на Україну. З кожним рішенням, яке не ухвалюється заради миру. Не ухвалюється вами, хоча може допомогти» / «І ви не бачите, що за цією стіною, а вона між нами, між людьми у Європі. І через це не всі відчувають вповні те, що сьогодні переживаємо ми»* (Зеленський, 17.03.2022). У наведеному фрагменті Володимир Зеленський проводить паралель ми – ви, свобода – неволя, Україна – Європа для того, щоб передати дистанціювання, віддаленість і нерозуміння німецького уряду тієї проблеми, яку зараз переживають українці.

Однією з основних стратегій є також **інформаційно-інтерпретаційна стратегія**, яку президент України використовує задля інформування українського народу та всього світу про важливі події та злочини держави-агресора під час повномасштабного вторгнення. Ця стратегія вербалізується за допомогою тактики визнання існування проблеми, тактики акцентування

позитивної інформації, тактики роз'яснення та тактики позначення шляхів розв'язання проблеми. Зокрема, **тактику визнання існування проблеми** можемо помітити в нещодавньому зверненні В. Зеленського під час Конференції в Римі: *«Росія розпочала справжню енергоагресію проти Європи. Провокувала цінову кризу й збідніння мільйонів родин через зростання рахунків, що шокує. Намагалася завадити фізичному постачанню палива в Європу. Була ракетами та іранськими дронами по нашій енергетиці, щоб українці залишилися без електрики й тепла взимку...Ми маємо колосальну потребу у відбудові тисяч будинків, сотень шкіл, лікарень, транспортної, виробничої інфраструктури»* (Зеленський, 26.04.2023). У цьому фрагменті подано наслідки численних обстрілів від початку російського вторгнення. Президент наголошує на злочинах, що були здійсненні РФ та потребі у відбудові всього, що зазнало руйнувань.

Проте, зустрічається й **тактика акцентування позитивної інформації** в політичних промовах президента, незважаючи на такий складний час в історії нашої країни. Наприклад: *«Темрява не змогла затьмарити наш дух, прагнення волі, любов до рідної землі та готовність її захищати. Ми зберегли світло всередині себе...Мільйони вогників в очах мільйонів українців злилися в один потужний промінь світла...Наш прапор замайорить на берегах Азовського моря й Сіверського Дінця, над териконами та Ай-Петрі. Сонце засяє на півдні, сонце засяє на сході, сонце засяє в Криму. Жовтогаряче сонце в мирному синьому небі, й це – світло справедливості»* (Зеленський, 16.04.2023). У поданому фрагменті можемо помітити уособлення перемоги над злом у світлі та променях сонця, а війну та страх – у темряві.

Розгляньмо наступний контекст із промови президента України, де помічаємо **тактику роз'яснення**: *«Росія давно воює з вами всіма – з демократіями світу. Воює дезінформацією, втручанням у вибори, шпигунством, експортом корупції, кіберзлочинністю, намаганням спровокувати енергетичну кризу й цінові вибухи на ринках, які вдарять по ваших людях божевільними рахунками за електрику чи бензин. Погляньте:*

Кремль намагається зробити зброєю вже навіть продовольство! Блокує море, щоб на глобальному продовольчому ринку утворювався дефіцит. Чому це відбувається? Це війна, пані та панове. Війна саме проти свободи й демократії. Кожен ворог свободи діє однаково. Я підкреслю: вони діють... Маємо це виправити. Демократія повинна вміти діяти, причому діяти на випередження» (Зеленський, 29.03.2023). У вище зазначеному фрагменті В. Зеленський роз'яснює на другому Саміті під головуванням президента США ситуацію як воює Росія з українським народом та чому вона здатна на такі вчинки. Він підкреслює, що вирішити цю проблему повинна демократія, яка повинна діяти на випередження. Цими словами президент хоче пояснити наскільки згубною є ця війна, але наскільки повільною є допомога західних партнерів.

Часто зустрічаємо **тактику позначення шляхів розв'язання проблеми**, яку Володимир Зеленський використовує в кожній своїй промові задля того, щоб показати які дії є необхідними для підтримки України. Наприклад: «*Ми зробимо все, щоб Україна повернулася. А всім, хто зараз вимушено перебуває за кордоном: ми зробимо все, щоб ви повернулися до України. Щоб це стало можливим. Ми будемо боротись і повертати кожного нашого полоненого. І лише це все разом буде перемогою*» (Зеленський, 24.02.2023). У цьому контексті шляхом розв'язання проблеми є боротьба українського народу задля повернення тих, хто в полоні, чи тих, хто хоче повернутись у свою деокуповану домівку, чи навіть тих, хто закордоном.

Звертаючись до українського народу та урядів інших країн, В. Зеленський також вдається до **стратегії дискредитації**, яка вербалізована **тактикою звинувачення**. Ця тактика є типовою для ситуацій конфліктної комунікації й в основному використовується у спілкуванні з опонентами або ж спрямована проти зовнішніх ворогів. Відповідно, яскравим прикладом може слугувати уривок із промови Володимира Зеленського до українського народу на початку повномасштабного вторгнення: «*У європейських столицях головна тема – це та ціна миру, яку ще доведеться сплатити, зупиняючи розв'язану*

Росією війну. А також ціна для Росії за те, що вона знову принесла в Європу зло тотальної війни на знищення нашого народу» (Зеленський, 09.05.2022). У поданому фрагменті В. Зеленський звинувачує державу-агресора, яка розпочала військові дії на території України.

Наступною стратегією є *стратегія агітації*, яка втілюється за допомогою *тактики заклику* до певних дій. У своїх політичних промовах Володимир Зеленський завжди спонукає до рішучих дій не тільки українців, а парламентаріїв інших держав. Наприклад: *«Канцлере Шольц! Зруйнують цю стіну. Дайте Німеччині лідерство, якого ви заслуговуєте. І чим ваші нащадки будуть пишатися. Підтримайте нас. Підтримайте мир. Підтримайте кожного українця. Зупиніть війну! Допоможіть нам її зупинити» (Зеленський, 17.03.2022).* У проілюстрованому фрагменті спостерігаємо дієслова наказового способу, що використовуються з метою підсилення емоційного впливу для досягнення поставленої мети.

Ще одним мовним засобом, що виражає спонукальність є дієслова у формі першої особи однини теперішнього часу. Це ми помітили у зверненні президента до Генерального конгресу Мексики: *«Я прошу вас спробувати поглянути на світ очима жінки, очима матері, яка залишила вдома з чоловіком дворічну дитину... І я запрошую вас обрати, який пункт формули миру дає змогу Мексиці проявити лідерство!... Прошу вас: будь ласка, продовжуйте захищати принципи, конвенції й договори, на яких тримається міжнародний порядок і глобальна стабільність» (Зеленський, 21.04.2023).* Фактично, використання цього способу підсилює ефект спонукальності, перетворюючи його на виразну мовленнєву дію. У результаті мовець відчувається адресатами як переконливий оратор, якому хочеться довіритись і слідувати його закликам.

Таким чином, використовуючи ці комунікативні стратегії та тактики, президент України хоче спонукати український народ та іноземні уряди до рішучих дій та підтримки України, донести ту необхідну інформацію, щоб весь світ знав би про злочини держави-агресора.

2.2 Стилiстичнi прийоми в промовах В. Зеленського до iноземних парламентарiїв

Красномовство та вмiння переконливо говорити з'явилося ще за часiв стародавньої Грецiї. Ця навичка поступово охоплювала всi сфери суспiльного життя, включаючи й полiтичну, де взаємозв'язок мови та влади став особливо тiсним.

Полiтичне ораторське мистецтво є ключовим елементом у полiтичній комунiкацiї, адже образ полiтичного лiдера та країни створюється на основi його комунiкативних навичок. Важливо враховувати усi аспекти, якi визначають iмiдж президента: спосiб виступу Глави держави перед масовою аудиторiєю, зокрема перед iноземними парламентарiями, навички володiння державною мовою та комунiкативний зв'язок iз реципiєнтами, тому що полiтична мова – це «сукупнiсть вербальних структур, що використовуються у сферi полiтики й справляють вплив на полiтичну свiдомiсть iндивiдiв та їх участь у перебiгу полiтичних процесiв» [Петренко 2007, с. 21].

Вагомого значення також набуває лiнгвостилiстичне наповнення тексту полiтичних промов, яке створюється вiдповiдною командою фахiвцiв, що включають у себе спiчрайтерiв, медiалiнгвiстiв, iмiджмейкерiв тощо. Цi тексти мають за мету здiйснити вплив на масову суспiльну думку та настрої громадян, а також досягти правильних рiшень та пiдтримки на мiжнароднiй аренi. Вони мiстять велику кiлькiсть закодованої iнформацiї та символiв, що робить їх аналіз та правильне розумiння необхідними, особливо в контекстi iнформацiйної вiйни, якi є реалiзованими в полiтичних виступах Володимира Зеленського.

Унiкальнiсть риторики президента України полягає в його простотi: вiн уникає використання складних конструкцiй чи висловiв та не перезавантажує текст цитатами. Завдяки цьому Володимир Зеленський постає перед iноземною аудиторiєю справжнiм та простим полiтиком, котрий бажає донести полiтичну iнформацiю та закликати рiшучо дiяти в контекстi вiйни.

Тож розгляньмо найпоширеніші стилістичні засоби, до яких вдається Глава української держави в політичних промовах від початку російського вторгнення до членів парламентів урядів різних країн.

Усі виступи президента України розпочинаються із *звертань*, а саме привітань та посилянть до аудиторії, що супроводжуються надзвичайною урочистістю, дотриманням етикетних норм та почерговим звертанням до присутніх, зумовлене статусом реципієнтів та може розпочинатися з офіційного: «*Пані Спікер! Члени Конгресу! Пані та панове, Американці!*», так і з неофіційного: «*Друзі!*» (Зеленський, 16.03.2022). Таким чином, В. Зеленський апелює до масового адресата, що одразу задає позитивну тональність, скорочує дистанцію між мовцем та аудиторією, маркує шанобливе та дружнє ставлення, а також привертає увагу до важливої інформації.

Варто зауважити, що найчастотнішим стилістичним прийомом В. Зеленського є *повторення конструкцій*, що допомагає підсилити зміст сказаного та наголосити на важливості конкретних деталей, лейтмотивів промови. Наприклад, під час звернення президента до Комітету регіонів ЄС було використано двадцять один раз слова «Європа» та «Україна» й двадцять дев'ять разів варіації займенника «наш», що були ключовими словами-маркерами в цьому повідомленні. Також ми помітили й інші конструкції, що були повторюваними: «*Усе це – наша Європа, усе це – ми й усе це – те, чого не знайти в нашого спільного ворога*» / «*І я впевнений, всі вони вже скоро дадуть логічний результат, а саме: повноправне приєднання України до Євросоюзу. І я впевнений також в іще одній речі: Україна буде такою частиною Європи, у якій не залишиться жодної руїни*» (Зеленський, 25.05.2023). Бачимо, що тут повторювальні елементи створюють ритм та емоційну насиченість, що підсилює ефект впливу на слухачів.

Фіксуємо *модальні дієслова* в політичних виступах, які допомагають закликати реципієнтів до рішучих дій: «*Але для цього треба ще разом попрацювати – набагато більше!*» (Зеленський, 13.10.2023). Тут президент

України доводить важливість взаємопідтримки та взаємодопомоги від лідерів країн спільноти Joint Expeditionary Force.

Часто В. Зеленський вдається до використання *метафор*, що дозволяє створювати чітко окреслені образи, оцінювати події та виражати емоційне ставлення до теми розмови. Це помічаємо в промові президента на Конференції з питань відновлення України, яка відбувалась у Лондоні: *«Земля по світу всяяна руїнами, які нагадують про війни минулого. І політика в різних регіонах світу, на жаль, засіяна хворобливими ідеями ненависті та ресентименту, які вказують на можливі війни майбутнього» / «Очі світу дивляться на нас» (Зеленський, 21.06.2023).* Ці метафоризовані вислови підсилюють ефективність емоційного впливу на аудиторію, говорячи про наслідки проблем, які спричинила війна, розпочата росією, та наголошуючи на їхній важливості й неможливості уникнути подолання.

Особлива увага приділяється саме тим конструкціям, які здатні активізувати емоційну реакцію аудиторії. Ще одним прикладом може слугувати вживання речень із *подвійним запереченням*, що є інструментом переконання аудиторії у правильності певних заходів чи доцільності реалізації певних ідей: *«Ніхто й ніколи не зможе забути те, що терористи зробили в Ізраїлі» (Зеленський, 09.10.2023).* У цьому фрагменті, звертаючись до Парламентської асамблеї НАТО, В. Зеленський наводить приклад тероризму, що відбувся в Ізраїлі та наголошує, що це не буде забутим, так само як не повинен бути забутий терор, який чинить над українським народом сусідня держава.

Кожен великий виступ перед іноземною аудиторією закінчується приведенням *аналогій* історій конкретної країни, до якої звертається президент, та нашої держави. Не виключенням є промова президента України Володимира Зеленського перед Конгресом США: *«У своїй величній історії ви маєте сторінки, які допомагають вам зрозуміти українців...Згадайте Перл-Харбор. Страшний ранок 7 грудня 41-го року. Коли ваше небо було чорним від літаків, що атакували вас. Просто згадайте це. Згадайте 11 вересня.*

Страшний день 2001 року, коли зло намагалося перетворити ваші міста на поле битви. Коли були атаковані невинні люди... Так, як ви не могли цього зупинити. Наша держава переживає це щодня!» (Зеленський, 16.03.2022). У поданому уривку згадано важливі меморіали та події за боротьбу незалежності Америки: Перл-Харбор, 7 грудня 1941 року та 11 вересня 2001 року, що співвідносяться з боротьбою українців, які зараз так само тяжко здобувають свободу через біль, сльози, втрати, обстріли. Відповідно, це у свою чергу пробуджує ряд емоцій та асоціацій у реципієнтів, що допомагає вплинути на їхню підсвідомість.

Риторичні запитання також є частиною політичних промов В. Зеленського. За допомогою цього стилістичного засобу політичний лідер привертає увагу аудиторії та підсилює враження від своєї промови. Таким чином, відбувається залучення слухачів, створюючи їх активними учасниками політичного дискурсу в країні. Наприклад: *«Чи повірили б ви 725 днів тому, що таке взагалі можливо?» / «Але чи довго світ дозволить Росії бути такою?» (Зеленський, 17.02.2024).* Ці запитання не вимагають відповіді, проте фокусують увагу реципієнта на емоційно ключових моментах промови.

Деякі з промов насичені **іншомовними запозиченнями**: *«І це можна забезпечити лише спільними зусиллями, разом з екозахисною спільнотою світу, разом із policy makers, разом із лідерами й державами, разом із міжнародними організаціями» (Зеленський, 08.06.2023).* Зазвичай є використаними для того, щоб зробити політичне повідомлення більш чітким та експресивним, акцентуючи увагу саме на цих конструкціях.

Отже, у низці проаналізованих політичних промов В. Зеленський використовує ефективні стилістичні засоби (звертання, повтори, метафори тощо) для того, щоб залучити до швидких дій та вплинути на рішення іноземної аудиторії.

Висновки до розділу II

Використання комунікативних стратегій та тактик є важливою складовою успішної політичної комунікації, оскільки допомагає комунікатору вибрати оптимальну модель поведінки відповідно до конкретної ситуації та досягти поставленої мети.

Відповідно нами було проаналізовано в третьому розділі ті комунікативні стратегії й тактики, які були вербалізовані в політичних промовах Володимира Зеленського. Тож у політичній комунікації президента України переважають 6 комунікативних стратегій із відповідними комунікативними тактиками: «стратегія самопрезентації, стратегія дискредитації, стратегія агітації, інформаційно-інтерпретаційна стратегія, аргументативна стратегія та стратегія формування емоційного контролю» [Яшенкова 2010, с. 168-170].

Під час кризового періоду Володимир Зеленський як президент, здійснював продуктивні комунікативні дії, серед яких можна відзначити захист своєї принципової позиції, наголошення на серйозності ситуації, поширення обґрунтованої інформації, інформування про заходи, що вживаються для запобігання подібним кризам у майбутньому, детальне та зрозуміле роз'яснення результатів вжитих заходів, а також збалансовану подачу поганих та хороших новин.

Особливої уваги заслуговує вдале використання стилістичних прийомів, спрямованих на досягнення конкретних цілей, у виступах Володимира Зеленського перед іноземними парламентаріями. Зокрема, були вербалізовані риторичні запитання для емоційного впливу на аудиторію та підкреслення важливості обговорюваних питань, а також застосовані метафори, аналогії та повторення конструкцій, що допомагають акцентувати увагу на ключових ідеях та стимулювати реакцію слухачів.

Отже, лінгвокомунікативні стратегії та стилістичні засоби в політичних промовах підвищують вплив та роблять їх запам'ятовуваними для аудиторії, що сприяє здійсненню мети дипломатичного спілкування.

РОЗДІЛ III. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАСОБІВ НЕВЕРБАЛЬНОГО ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНІЙ ПРОМОВІ

3.1 Специфіка використання аргументів та емоційних компонентів у промовах В. Зеленського

У сучасній науковій літературі аргументація розглядається як спосіб мовленнєвого впливу, який передбачає правильну побудову логічних висновків та використання риторичних прийомів, які підвищують переконливість і силу впливу на реципієнтів. Іншими елементами реалізації впливу на адресата є побудова емоційного фону аудиторії. Відповідно, в політичних промовах президента України ми часто зустрічаємо використання аргументативності, яка ще й підсилена емоціями при звертанні до аудиторії стосовно важливих подій сьогодення.

Таким чином, серед комунікативних стратегій хочемо відзначити *аргументативну стратегію* та *стратегію формування емоційного контролю*. Розпочнімо з першої з них, що передбачає наведення фактичної інформації, за допомогою якої «політик формулює свою політичну позицію або точку зору, спираючись на раціональні аргументи» [Завальська 2017, с. 67]. Реалізується стратегія аргументації за допомогою таких тактик: «тактика обґрунтованих оцінок, тактика контрастивного аналізу, тактика вказівки на перспективу та тактика ілюстрації, які доводять поставлену початкову тезу» [Шило 2020, с. 174]. Головне завдання політика – не переконати й вплинути на реципієнта, а довести йому власну позицію, наводячи відповідні переконливі аргументи, без застосування будь-яких маніпуляцій. Розгляньмо декілька випадків, де Володимир Зеленський використовує аргументативну стратегію, вербалізовану через комплекс тактик.

У наступному фрагменті промови президента до українського народу помічаємо *тактику обґрунтованих оцінок*: «І зараз торговельні маршрути

між вами й державою, яка знову принесла в Європу жорстоку війну, – колючий дріт над стіною. Над новою стіною, яка розділяє Європу. І ви не бачите, що за цією стіною, а вона між нами, між людьми в Європі. І через це не всі відчувають вповні те, що сьогодні переживаємо ми» (Зеленський, 17.03.2022). Тут В. Зеленський за допомогою алегорії «стіни», яку він не раз використав у цій промові, апелює до берлінського муру, що в 20 столітті уособлював поділ між свободою й несвободою. Таким чином, він хотів наголосити на бездіяльності німецького уряду та дорікнув, що вони продовжують підтримувати економічні зв'язки з Росією, що означає фінансування війни проти України.

Яскравим прикладом **тактики контрастивного аналізу** буде слугувати контекст із виступу Володимира Зеленського, що пролунав на спільному засіданні обох палат Конгресу США: «Вони кинули все проти нас так само, як свого часу інша тиранія кинула все проти вільного світу в битві за Виступ. Подібно до того, як відважні американські солдати чинили опір і відбивалися від гітлерівських військ попри всі труднощі під час Різдва 1944 року, відважні українські солдати роблять те саме з військами Путіна цього Різдва» (Зеленський, 22.12.2022). У поданому фрагменті президент зіставив опір українського народу проти російських окупантів із самотньою непокорою Британії нацистам за дні до вступу США у війну. Цей контраст був поданий для того, щоб показати наскільки сильною є боротьба українського народу, порівняно так само, як було 80 років тому.

Тактику вказівки на перспективу зустрічаємо тоді, коли Зеленський у своїх промовах наголошує на майбутньому держави, враховуючи її контакт із іншими державами. Наприклад: «Ми з тобою, Польще, пліч-о-пліч утвердимо свободу в Європі назавжди. Тиранія програє в історії, коли програє в Україні. Москва не вбиватиме, а Петербург не ділитиме. Більше ніколи»; «Ми, українці й поляки, це добре знаємо. Тому й немає такого питання між нами, яке ми не розв'яжемо, щоб посилити наш спільний захист. Тому й цей мій візит, переговори тут у Варшаві стали ще одним кроком до перемоги» (Зеленський,

05.04.2023). У проілюстрованому вище фрагменті В. Зеленський підкреслює спільну боротьбу та існування українського та польського народів. Таким чином, ця тактика сприяє встановленню зв'язку між двома націями та підкреслює їх спільне майбутнє, утворивши міцний союз та забезпечивши підтримку в скрутні моменти.

Фіксуємо також **тактику вербальної ілюстрації**, яка застосовується для наведення конкретних фактів і прикладів на підтвердження своєї думки чи позиції. Розгляньмо наступний контекст промови: *«Я наведу вам п'ять прикладів, які продемонструють вам практичний сенс того, про що кажу. Перше – це енергетика...Друге – власне будівництво...Третій приклад – це технології...Четверте – глобальні ринки...І п'ятий приклад – і це далеко не остання з можливостей співпраці – фармацевтика й реабілітація»* (Зеленський, 26.04.2023). У поданому фрагменті президент наводить приклади стандартів безпеки, які дозволяють кожній країні захиститися від будь-яких проявів агресії та співпрацювати разом задля відбудови України, що зазначала чимало руйнувань через російських окупантів.

Стратегія формування емоційного контролю також належить особливе місце серед комунікативних стратегій у політичному дискурсі. Вона вербалізована «тактиками єднання, звернення до емоцій адресата та урахування ціннісних орієнтирів адресата» [Шило 2020, с. 174], що зачасту використовуються політиками у виступах до населення щодо тих чи інших важливих подій, впливаючи цим на емоції та підсвідомість адресата задля сприймання необхідної інформації.

Тож у промовах В. Зеленського, де він звертається до урядів інших країн, що підтримують Україну, була помічена нами **тактика єднання**: *«Єдність між суспільствами, між державами. Всі демократії мають діяти об'єднано, бути реальною спільнотою, мають допомагати одна одній, коли це необхідно. Це не питання лише взаємовідносин між лідерами держав. Це не питання того, хто з ким історично пов'язаний чи не пов'язаний. Це питання боротьби за демократичну систему»* (Зеленський, 28.09.2022). У наведеному контексті

президент залучає до єдності усіх держав демократичного світу, особливо в той час, коли найнеобхідніше. Таким чином, він вказує на майбутні дружні зв'язки всіх країн та наголошує, що саме зараз той момент, коли допомоги потребує Україна.

Тактику єднання також спостерігаємо в наступному контексті, де президент звертається до поляків: *«Брати й сестри поляки! Ще кілька поколінь тому усе те, на чому зараз базується наша сила, було лише завданням»* (Зеленський, 05.04.2023). За допомогою найменування поляків *«братами й сестрами»* Зеленський хоче показати споконвічну єдність двох народів, що йдуть пліч-о-пліч вже багато років.

Варто зазначити, що Володимир Зеленський вдається й до **тактики звернення до емоцій адресата**. Наприклад: *«Я прошу вас спробувати поглянути на світ очима жінки, очима матері, яка залишила вдома з чоловіком дворічну дитину. Вийшла на короткий час у сусідній будинок. І саме в цей час російські ракети вдарили по її будинку, по звичайному багатоквартирному будинку в одному з українських міст. Ця жінка бачить, що там, де була її квартира, де її чоловік, її дитина, вже нічого немає. Російська ракета знищила увесь цей поверх, де жила ця родина. На жаль, дитина загинула...»* (Зеленський, 21.04.2023). У проілюстрованому фрагменті президент апелює до народу та уряду Мексики, впливаючи на їхні емоції через уявлення того болю, що відчувала жінка, яка побачила згоріле місце від російської ракети замість своєї квартири та чоловіка з дитиною. Тобто подана інформація була спрямована на зміну стану реципієнтів та до рішучих дій, які породжені цими емоціями.

Тактика урахування ціннісних орієнтирів адресата представлена в кожній політичній промові президента України, адже кожного разу він акцентує увагу на важливих цінностях суспільства, таких як «мир», «демократія» та «свобода». Наприклад: *«Ми воюємо за те, що істинно для будь-якого народу на планеті – за життя та свободу, за право на щастя для всіх наших сімей, для всіх наших дітей»* (Зеленський, 29.09.2022). У поданому

фрагменті проілюстровано ряд цінностей, за які зараз бореться український народ. Таким чином, президент хотів донести, за що кожного дня українці тримають боротьбу з окупантом та віддають свої життя на фронті.

Отже, стратегії аргументації та формування емоційного контролю відіграють надважливу роль у політичному дискурсі президента України, який за допомогою них апелює до реципієнтів задля впливу на їхні емоції та заклику до рішучих дій не тільки український народ, а й уряди іноземних країн. Насамперед це було реалізовано за допомогою наведення фактичної інформації та переконливих аргументів, де вербальними маркерами були цифрові дані, складнопідрядні речення з причинно-наслідковим зв'язком, а також наведення аналогій та прикладів.

3.2 Невербальні засоби комунікації в політичних виступах В. Зеленського: жести, міміка, тілесна мова

Вербальний аспект комунікації є дуже важливим фактором успішної діяльності в будь-якій сфері, проте це не єдиний спосіб спілкування. Мовець може обирати найбільш підходящий засіб комунікації для досягнення своєї мети в будь-якій конкретній ситуації. Але нерідко невербальний аспект так само може бути важливим, як і вербальний, зокрема й в політичному дискурсі. Тому для нас важливо проаналізувати як вербальні, так і невербальні засоби комунікації, щоб зрозуміти мету політичних виступів президента України.

Влучно зауважує А. Піз, що за допомогою слів передається лише 7 % інформації, зате за допомогою звукових засобів (включаючи тон голосу, інтонацію тощо) – 38 %, а за допомогою інших засобів (міміки, жестів, пози) – 55 % [Піз 1992, с. 37]. Тому невербальна мова має навіть більше значення, ніж просто подана інформація.

Тим не менш, жести та міміка можуть використовуватися замість мовлення, утримувати увагу та підкреслювати висловлення, допомагаючи аудиторії сприймати інформацію та формулювати суспільну думку. Тому

важливо вміти керувати своєю тілесною мовою, так як це значною мірою впливає на аудиторію, з якою ведеться комунікація.

Варто зазначити, аналізуючи політичний дискурс, що «під час публічного виступу політика перед масовою аудиторією велика увага приділяється не лише вербальним, а й невербальним (інтонація, тембр голосу), паралінгвістичним (міміка, жести, рухи тіла) та екстралінгвістичним (зовнішність, манера одягатися) засобам впливу. Саме тому під час створення іміджу того чи іншого політичного діяча спеціалісти звертають особливу увагу не лише на мовленнєву складову частину поведінки політика» [Дубик 2013, с. 32]. Так як тільки невелика група людей підтримувала б політичного лідера, який передавав б інформацію лише вербальним шляхом, без невербальних засобів комунікації.

Для аналізу невербальної мови нами було взято політичні виступи президента України як до свого народу, так і до іноземних парламентаріїв у різні періоди під час повномасштабного вторгнення.

Ефективність використання мови тіла в політичних промовах В. Зеленського є надзвичайно важливою – це допомагає керувати увагою масової аудиторії, бо, як відомо, люди можуть перехоплювати емоційні вібрації від співрозмовників. Тому за допомогою відпрацьованої жестикуляції та виразної міміки можна досягнути впливу на адресата та донести ту інформацію, яка є значно вагомою для розповсюдження в такий складний час для нашої країни.

З огляду на промови, Володимир Зеленський часто жестикулює, а особливо використовує різні комбінації при складанні рук, так само як розмахує руками. Це свідчить про те, що його емоції є щирими, а це у свою чергу підвищує довіру реципієнтів. Такі жести також сприяють виділенню структури пропозиції, що полегшує розуміння інформації. Але варто зазначити, що більшість використаних жестів є сценічними, враховуючи тривалу кар'єру В. Зеленського як актора «Кварталу 95», відповідно вони контролюються та можуть бути зімітованими.

Розпочнемо з того, що неможливо не помітити ідеальну поставу В. Зеленського в кожній із політичних промов, про що говорить випрямлена спина, розправлені плечі та рівно складені руки одна на одній. Це ознаки впевненої в собі особи, що проявляє вплив та силу, прагнучи зайняти максимально можливий обсяг простору навколо себе (див. Додаток 1).

Зазначмо, що найпоширенішим використаним жестом є розсунуті руки з відкритими долонями, що говорить про те, що в доповідача немає що приховувати й він констатує поданий факт прозоро (див. Додаток 2). У поданому додатку бачимо фрагмент із промови президента в другому Міжнародному саміті міст і регіонів, де лунав заклик до взаємопідтримки та взаємодопомоги від Європи, щоб така ж історія, яка трапилась 80 років тому, не повторилась із нашими народами.

Варто відзначити, що цікавим жестом під час політичних промов – щільний зоровий контакт президента України. Мало хто з відомих політиків так довго підтримує зоровий контакт зі своїми співрозмовниками. Це показує його з хорошої сторони як впевненого політика, який бажає донести правдиву інформацію до аудиторії та не приховує нічого. Для прикладу, візьмемо виступ В. Зеленського на врученні Міжнародної премії імені Карла Великого в Аахені, де президент, звертаючись до Олафа Шольца та незважаючи на те, що канцлер Німеччини сидів позаду трибуни, розвернув тіло до нього для того, щоб підтримати зоровий контакт та цим довести важливість звернення та подяки (див. Додаток 3, 4).

Для того, щоб наголосити чи привернути увагу на деталях, Глава держави часто використовує ілюстративний жест з акцентом на словесне повідомлення. Наприклад, під час вечірнього звернення до українського народу, пролунали такі слова: *«Російський терор повинен програти. Це принципово. Немає нічого, що вони в Москві визнають, окрім сили. Отже, має бути більше нашої сили. І єдності. Єдності світу. Єдності тут, у нас, в Україні»* (Зеленський, 02.03.2024). Остання репліка була промовлена з особливим наголосом, що супроводжувалась відповідним жестом (див. Додаток 5, 6).

У знак подяки В. Зеленський часто кладе праву руку на груди та завдячує, наприклад, усім тим, хто був причетний до якоїсь події чи тим, хто допомагає нашому українському народу (*див. Додаток 7*).

Міміка Володимира Зеленського є також доволі яскраво вираженою та різноманітною, що доповнює сенс виступу та дає додаткову інформацію. Вона жива та в кожному окремому випадку проявляється відповідними емоціями: сумом, злістю, щастям, страхом. Риси обличчя стримані, зачасту це: серйозний вираз, насуплені брови, більш щільний рот. Така міміка створює образ Глави держави, що щоразу бореться за свободу своїх громадян та своєї країни в політичних виступах як перед іноземною аудиторією, так і перед українським народом.

Отже, проаналізувавши політичні виступи президента України, варто зазначити, що невербальні засоби комунікації разом із вербальною мовою є одним цілим, що доповнюють один одного та створюють значний вплив на реципієнтів. Тому важливо вміти правильно застосувати невербальні компоненти, щоб ефективно передавати політичну інформацію.

Висновки до розділу III

Невербальна комунікація відіграє вирішальну роль в ефективному передаванні та отриманні політичної інформації. Для успішного впливу політик повинен вміло користуватися невербальною комунікацією, що надає йому впевненості, особливо коли вона підсилює словесні повідомлення.

Особливої уваги заслуговує аргументація та емоційний складник політичних промов, яку використовує Зеленський не з метою критики або створення привабливого іміджу, оскільки це не сприяло б покращенню ситуації в Україні, а для підсилення комунікативного переконання адресатів (український народ та європейський парламент) у власних поставлених позиціях щодо війни, що триває в Україні, у швидшій підтримці та наполегливості до рішучих дій задля досягнення миру й спокою не тільки на нашій землі, а й в усьому світі.

Жестикуляція та міміка, яка супроводжує вербальну мову під час політичних виступів дає змогу отримати більш глибоке тлумачення сказаного. Найбільш поширеним жестом В. Зеленського є розсунуті руки з відкритими долонями, що говорить про те, що президенту немає що приховувати та він доносить достовірну інформацію до масової аудиторії. Щільний зоровий контакт із співрозмовниками – ще один особливий жест Глави держави. Міміка також є доволі емоційною та виразною про що говорять виступи перед українським народом та іноземними парламентаріями.

Отже, невербальна комунікація в політичних промовах є так само важливою, як і вербальна мова для ефективного спілкування з масовою аудиторією. Невербальні засоби значною мірою впливають на сприйняття інформації, їхня емоційність та виразність можуть підсилити або ж, навпаки, змінити реакцію реципієнтів на політичний виступ.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У межах сучасних лінгвістичних досліджень немає одностайного визначення понять «дискурс» взагалі та «політичний дискурс» зокрема. Проте останнє з понять ми розуміємо як такий тип комунікативної діяльності, де передається політична комунікація за допомогою різних вербальних чи невербальних засобів.

Нами досліджено типи та функції політичного дискурсу, де найважливішою з них визначаємо функцію боротьби за владу. Таким чином, політичні лідери досягають своїх поставлених цілей, що в переважній більшості стосується питань влади. У свою чергу політичні лідери є учасниками різних рівнів політичної комунікації: горизонтальної та вертикальної, які ми детально розглянули в нашому дослідженні.

Одним із жанрових різновидів сучасної комунікації є *політична промова*, яка є невід'ємною частиною політичної комунікації. Специфіку цього жанру було розглянуто нами за допомогою певних характеристик: властивості суб'єкта й адресата; авторство тексту; форма мовлення; обсяг інформації; мета висловлювання. Більшу увагу зацентрували на ролі суб'єктів у політичному дискурсі, ким можуть бути громадяни, виборці чи політичні актори тощо, тобто ті, хто певною мірою виявляють політичну активність. Найчастіше суб'єктом політичної комунікації є політичний лідер, який має на меті переконати аудиторію у своїй правоті, вплинути на її думки та поведінку чи змінити її ставлення до певної проблеми чи питання.

Щодо поняття «комунікативна стратегія», то його ми трактуємо як комплекс дій, спрямованих на успішний вплив на співрозмовника, що вербалізовані конкретними комунікативними тактиками. Відтак, у політичному процесі лідер може вплинути на реципієнта, використовуючи різні комунікативні стратегії й тактики. Кожна комунікативна стратегія потребує певної тактики, яка спрямована на досягнення бажаного результату або запобігання небажаному.

У складний період для нашої країни в політичному дискурсі президента України помічаємо широке використання комунікативних тактик. Тому можна говорити про те, що це поєднання інформаційно-інтерпретаційної, самопрезентаційної та аргументативної стратегій. Відтак таке використання є ефективним у період війни, оскільки допомагає уникнути спалаху тривоги серед громадян, зберігає довіру громадськості до державного керівництва та підтримує проголошений політичний курс.

Для впливу на реципієнтів та донесення необхідної інформації було використано ряд мовних та стилістичних засобів, які реалізовували представлені стратегії й тактики: використання *Я-форм та МИ-форм*; комунікативні моделі «ми – вони», «свій – чужий»; вживання граматичних форм наказового способу; подвійне заперечення та використання модальних дієслів; повторювані конструкції, алегорії та метафори. Відповідно, цими засобами представлено основний вектор комунікативної поведінки в президентському дискурсі.

Володимир Зеленський впевнено використовує невербальні засоби комунікації, такі як жести, міміка та тілесна мова, для підсилення результативності своїх політичних виступів. Ці засоби допомагають йому передати емоції, підкреслити важливість висловлюваних ідей та забезпечити зв'язок з аудиторією без словесного висловлення. Їх використання сприяє підвищенню ефективності комунікації та сприйняттю інформації з більшою силою та переконливістю.

Отже, проаналізувавши промови президента України, можемо відстежити використання засобів для реалізації комунікативних стратегій та тактик мовленнєвої поведінки. Вибір певної моделі поведінки та використання вдало підібраних лінгвокомунікативних стратегій та тактик, мови тіла й стилістичних засобів сприяє результативному спілкуванню, яке допомагає політикам досягати своїх цілей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Бутова І.С. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови.* 2009. Вип. 16. С. 232-238.
3. Вусик Г.М., Антонюк О.В. Сучасний політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса.* 2020. №12. Т. 2. С. 213-217.
4. Гой Б.В. Комунікативні стратегії і тактики у різних типах публічного дискурсу. Вінниця, 2020. 107 с.
5. Долинський Є.В. Риторичні прийоми у політичних промовах американських лідерів як засоби маніпуляції суспільною свідомістю громадян. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Германістика та міжкультурна комунікація.* 2021. Вип. 1. С. 45-51.
6. Дубик В. Невербальні та вербальні засоби комунікації в політичному дискурсі ЗМІ. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ І. Комунікативна лінгвістика.* 2013. Вип. 18. С. 31-36.
7. Дяченко Н.М., Халін В.В. Комунікативні стратегії в сучасному українському політичному дискурсі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки.* 2019. Вип. 1(89). С. 56-62.
8. Завальська Л.В. Комунікативна стратегія аргументації в українському політичному дискурсі. *Одеський лінгвістичний вісник. Спецвипуск,* 2017. С. 66-69
9. Кадлубович Т.І. Політичний лідер як суб'єкт політичної комунікації. *Нова парадигма.* 2011. Вип. 99. С. 156-166.

10. Ковалевська Т.Ю. Психолінгвістичні особливості політичного дискурсу. *Вісник ХНУ. Філологічні аспекти дослідження дискурсу*. 2001. Вип. 33. С. 237-242.
11. Ковальова О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 27. Т. 2. С. 101-107.
12. Кондратенко Н.В. Комунікативні стратегії в українському політичному дискурсі: інтерактивна взаємодія учасників політичних ток-шоу. *Діалог: медіа-студії*. 2009. №8. С. 48-58.
13. Кондратенко Н.В. Лінгвопрагматичні аспекти дослідження політичної комунікації в українському мовознавстві. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Філологія»*. 2015. Т. 20. Вип. 2 (12). С. 144-150.
14. Кондратенко Н.В. Типологія мовленнєвих жанрів українського політичного дискурсу. *Філологічні студії*. 2017. Вип. 9. С. 18-22.
15. Кондратенко Н.В. Український політичний дискурс: Текстуалізація реальності: монографія. Одеса: Чорномор'я, 2007. 156 с.
16. Крапива Ю.В., Крікун Д.А. Політична промова як різновид політичної комунікації. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2019. Вип. 11. Т. 2. С. 42-45.
17. Максимець В. Маніпулятивні технології формування політичних промов В. Путіна. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2018. № 1. С. 55-60.
18. Максимчук О.Л. Політичний дискурс: особливості та функції. *Мова і культура*. 2010. Спецвипуск. С. 71-75.
19. Мацько Л.І. Лінгвістична риторика. *Наука і сучасність*. 1999. Ч.4. С. 3-16.
20. Нагорна Л.П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ: Світогляд, 2005. 315 с.
21. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. *Політичний менеджмент*. 2012. №3. С. 135-144.

22. Павлуцька В.О. Політичний дискурс: особливості та функції. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки*. 2008. Вип. 39. С. 218-221.
23. Петренко В.В. Особливості визначення політичної мови. *Політичний менеджмент*. 2007. № 2. С. 16-24.
24. Петренко В.В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу: автореф. дисертація канд. політ. наук. Київ: Київський національний ун-т ім. Т. Шевченка, 2003. 17 с.
25. Почепцов Г. Теорія комунікації: 2-ге вид. доп. Київ: Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
26. Рудич Ф.М. Громадянське суспільство в сучасній Україні: специфіка становлення, тенденції розвитку. Київ: Парламентське вид-во, 2006. 412 с.
27. Сіцінський Н.А. Особливості зовнішньополітичного дискурсу в період збройного конфлікту на Сході України в рамках щорічної Мюнхенської конференції з безпеки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 104-109.
28. Славова Л.Л. Комунікативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських Інтернет-джерел). *Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка*. 2006. Вип. 27. С. 116-117.
29. Фрасинюк Н. Мовні засоби вираження персуазивності в політичному дискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 32. Т. 2. С. 129-132.
30. Харитоновна Д.Д. Засоби реалізації персуазивного впливу у політичному дискурсі (на матеріалі передвиборчих програм П.О. Порошенко, Ю.В. Тимошенко, В.Ф. Януковича). *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2017. V(29), Issue: 116. С. 30-33.

31. Харитоновна Д.Д. Стратегії й тактики персуазивного впливу в політичному жанрі теледебатів. *Лінгвістичні студії*. 2017. Вип. 33. С. 144-152.
32. Чепіль О.Я. Особливості реалізації комунікативних стратегій у політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. 2015. Вип. 52. С. 274-276.
33. Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Медіалінгвістика: словник термінів та понять. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.
34. Шило С.Б. Вербалізація спонукальної модальності в агітаційно-політичному дискурсі: дисертація канд. філол. наук. Черкаси: Черкаський національний ун-т ім. Б. Хмельницького, 2020. 248 с.
35. Шило С.Б. Комунікативні стратегії і тактики впливу в політичному дискурсі (на матеріалі промови П. Порошенка на прес-конференції «Виклики – 2018»). *Лінгвістика*. 2018. № 1 (38). С. 154-163.
36. Якимчук В., Лопатюк Н. Комунікативні стратегії та тактики у політичних промовах В. Зеленського. *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія*. 2022. Вип. 835-836. С. 127-134.
37. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навчальний посібник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2010. 312 с.
38. Grant T. Approaching questions in forensic authorship analysis. *Dimensions of Forensic Linguistic*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2008. P. 215-229.
39. Orpin D. Corpus linguistics and critical discourse analysis. Examining the ideology of sleaze. *International Journal of Corpus Linguistics*. 2005. №10(1). P. 37-61
40. Pease A. The definitive book of body language: How to read others' thoughts by their gestures. North Sydney, 1981. 148 p.
41. Schwartzenberg R.-G. Sociologie politique. Ed. Montchrestien. Paris, 1992. 514 p.

СПИСОК ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ

- Виступ президента Володимира Зеленського на Конференції з питань відновлення України, яка відбувається в Лондоні, 21.06.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/koli-mi-zbuduyemo-ukrayinu-mi-zbuduyemo-svobodu-onlajn-vistu-83705>
- Виступ президента Володимира Зеленського на Мюнхенській конференції з питань безпеки, 17.02.2024. URL: <https://www.president.gov.ua/news/ne-pitajte-ukrayinu-koli-zakinchitsya-vijna-pitajte-v-sebe-c-89021>
- Виступ президента Володимира Зеленського на спільному засіданні обох палат Конгресу США, 22.12.2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/mi-stoyimo-boremos-i-vigrayemo-bo-mi-razom-ukrayina-amerika-80017>
- Виступ президента України на Афінському демократичному форумі, 28.09.2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/sho-bilshe-u-nas-yednosti-vidchutnishi-rosijski-porazki-prez-78097>
- Виступ президента України на врученні Міжнародної премії імені Карла Великого в Аахені, 14.05.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/yevropa-ta-inshi-chastini-zemli-ne-mayut-buti-miscem-de-ambi-82901>
- Виступ президент України на другому Міжнародному саміті міст і регіонів, 09.05.2024. URL: <https://www.president.gov.ua/news/novi-domovlenosti-mizh-regionami-ukrayini-ta-yevropi-posilya-90777>
- Виступ президента України на засіданні Парламентської асамблеї НАТО, 09.10.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/nasha-z-vami-yednist-maye-j-mozhe-zupiniti-zlo-vistup-prezid-86193>

- Виступ президента України на Конференції щодо відновлення України в Римі, 26.04.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/ukrayina-maye-unikalnij-dosvid-zahistu-derzhavi-ta-lyudej-v-82493>
- Виступ президента України на пленарному засіданні другого Саміту за демократію під головуванням президента США, 29.03.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/demokratiyi-potribna-peremoga-vzhezaraz-vistup-prezidenta-u-81925>
- Виступ президента України перед Генеральним конгресом Мексики, 21.04.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/mir-maye-statibezalternativnim-same-tomu-zlo-maye-prograti-82401>
- Виступ президента України перед депутатами обох палат Національних зборів, представниками громадськості України та Польщі, 05.04.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/rosiyi-ne-vigrati-u-jevropi-koli-ukrayinec-i-polyak-stoyat-p-82125>
- Виступ президента України під час круглого столу міністерського рівня на підтримку України у Світовому банку, 17.04.2024. URL: <https://www.president.gov.ua/news/nam-potriben-diyevij-finansovij-shit-prezident-pid-chas-krug-90357>
- Звернення президента України Володимира Зеленського «Лютий. Рік незламності», 24.02.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-lyutij-81213>
- Звернення президента України до Комітету регіонів ЄС, 25.05.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/koli-mista-j-gromadi-jevrosoyuzu-bezposeredno-spivpracyuyut-83157>
- Звернення президента України до корінних народів Росії, 29.09.2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-do-korinnih-narodiv-rosiyi-bo-78137>

- Звернення президента України до лідерів країн спільноти Joint Expeditionary Force, 13.10.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/nam-potribna-nadijna-geopolitichna-stabilnist-u-yevropi-ta-n-86329>
- Звернення президента України до представників світової екологічної спільноти, 08.06.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/neobhidno-konsoliduvati-svit-shob-rosiya-ponesla-vidpovidaln-83481>
- Звернення президента України до українського народу, 09.05.2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/rosiya-yedinij-vinuvatec-togo-sho-mir-buv-zrujnovanij-i-ce-y-74945>
- Звернення президента України до українського народу, 11.05.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/sogodni-shvaliv-kompleksnij-strategichnij-plan-reformuvannya-82821>
- Звернення президента України до українського народу, 02.03.2024. URL: <https://www.president.gov.ua/news/zatyaguvannya-z-postachannyam-zbroji-dlya-ukrayini-ta-ppo-dl-89501>
- Привітання президента України з Великоднем, 16.04.2023. URL: <https://www.president.gov.ua/news/privitannya-prezidenta-ukrayini-z-velikodnem-82293>
- Промова президента України Володимира Зеленського перед Конгресом США, 16.03.2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-pered-kong-73609>
- Промова президента України Володимира Зеленського у Бундестазі, 17.03.2022. URL: <https://www.president.gov.ua/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-u-bundesta-73621>

ДОДАТКИ.

Візуалізація невербальних засобів, що супроводжували промови В. Зеленського



Додаток 1. Президент під час круглого столу міністерського рівня на підтримку України у Світовому банку. 17 квітня 2024 року



Додаток 2. Участь президента у другому Міжнародному саміті міст і регіонів. 9 травня 2024 року



Додаток 3. Виступ президента України на врученні Міжнародної премії імені Карла Великого в Аахені. 14 травня 2023 року



Додаток 4. Виступ президента України на врученні Міжнародної премії імені Карла Великого в Аахені. 14 травня 2023 року



Додаток 5. Звернення президента Володимира Зеленського до українського народу. 2 березня 2024 року



Додаток 6. Звернення президента Володимира Зеленського до українського народу. 2 березня 2024 року



Додаток 7. Звернення президента України до українського народу. 11 травня 2023 року