

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут філології  
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ  
СТРАТЕГІЙ ПОЛІТИЧНОГО ДИКУРСУ ВОЛОДИМИРА  
ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА БОРИСА ДЖОНСОНА**

**Кваліфікаційна робота**

на здобуття ОС «бакалавр»  
студентки IV курсу  
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,  
спеціальності 035 «Філологія»,  
спеціалізації 035.01 «Українська мова  
і література», ОПІ «Українська і  
англійська мови: переклад та  
редагування»

**Аліни ХАРЛАМОВОЇ**

**Науковий керівник:**

к.філол.н., асистент кафедри  
української мови та прикладної  
лінгвістики

**Святослав ШЕВЕЛЬ**

«Допущено до захисту»

Протокол № 11 засідання кафедри  
української мови та прикладної лінгвістики  
ННІФ від 01.06.2023

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ **Сергій РІЗНИК**

КИЇВ – 2023

## ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ I. Загальнотеоретичні основи дослідження сучасної політичної комунікації.....	3
1.1 Лінгвістична специфіка політичного дискурсу: базові поняття....	3
1.2 Комунікативні стратегії й тактики політичного дискурсу.....	12
1.3 Власне лінгвістичні та лінгвориторичні засоби репрезентації сучасного політичного дискурсу.....	17
Висновки до першого розділу.....	28
Розділ II. Комунікативні стратегії й тактики промов Володимира Зеленського та Бориса Джонсона.....	30
2.1. Лінгвістика комунікативних стратегій і тактик політиків.....	30
2.2. Комунікативна стратегія промови Володимира Зеленського та основні засоби її реалізації.....	39
2.3 Комунікативна стратегія промови Бориса Джонсона та основні засоби їхньої реалізації.....	43
Висновки до другого розділу.....	45
Висновки.....	48
Список використаної літератури.....	50
Список використаних джерел.....	53

## ВСТУП

У сучасному політичному середовищі мова є основним інструментом впливу, мобілізації та формування громадської думки. В українському мовознавстві політичне мовлення стало предметом дослідження у працях Г. Почепцова, Ф. Бацевича, Н. Петлюченко, В. Демецької, А. Башук, М. Бабак, К. Кантура, Я. Бондаренко, О. Зернецької, П. Зеренецького, Г. Джинджолії.

Політичний дискурс, який охоплює весь спектр мовленнєвих актів політичних лідерів, партій, урядів та громадських організацій, використовує лінгвістичні засоби для репрезентації та реалізації комунікативних стратегій.

**Актуальність дослідження** обґрунтовується необхідністю вивчення лінгвістичних засобів репрезентації комунікативних стратегій політичного дискурсу, що має важливе значення для розуміння та аналізу політичного мовлення.

Ця бакалаврська робота присвячена вивченню лінгвістичних засобів, що використовуються в політичному дискурсі для репрезентації та реалізації комунікативних стратегій.

**Мета дослідження** – виявлення та аналіз типових лінгвістичних засобів, таких як риторичні фігури, метафори, епітети, анафори та інші, які використовуються політичними діячами для досягнення своїх цілей у комунікації з громадськістю. У процесі дослідження будуть використані різноманітні комунікативні стратегії і практики

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- систематизувати основні дефініції поняття «політичний дискурс»;
- узагальнити авторські класифікації комунікативних стратегій і тактик політичного дискурсу;
- дослідити лінгвістичні засоби реалізації комунікативних стратегій і тактик на матеріалі промов Володимира Зеленського та Бориса Джонсона

**Об'єктом дослідження** є тексти політичного дискурсу, що становлять корпус усних та писемних промов Володимира Зеленського та Бориса Джонсона.

**Предметом дослідження** є лінгвістичні засоби репрезентації комунікативних стратегій політичного дискурсу Володимира Зеленського та Бориса Джонсона

**Матеріал дослідження** становлять тексти промов та інтерв'ю політичних діячів таких як: Володимир Зеленський, Борис Джонсон.

**Методи дослідження** комплексний аналіз лінгвістичних та лінгвориторичних засобів репрезентації сучасного політичного дискурсу проводився за допомогою реалізації комунікативних стратегій і тактик.

**Теоретичне значення** дослідження дозволить розкрити мовні механізми формування публічного дискурсу, виявити техніки маніпуляції та переконання, а також зрозуміти, як політичні лідери використовують мову для залучення та мобілізації громадськості.

**Практичне значення** результати цього дослідження сприятимуть кращому розумінню політичного дискурсу, розкриттю його особливостей та механізмів, а також нададуть підґрунтя для подальших досліджень у цій сфері. Це дослідження допоможе краще зрозуміти вплив мови на формування громадської думки та політичних процесів.

## Розділ I

# ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

### **1.1 Лінгвістична специфіка сучасного політичного дискурсу: базові поняття.**

Політичний дискурс – це спосіб, яким політичні лідери, інституції та громадськість спілкуються про політичні питання та проблеми. Він включає у себе мовлення, засоби масової інформації, документи, політичні програми, заяви, дебати та інші форми комунікації, що використовуються для визначення, опису, пояснення та регулювання політичних процесів і явищ [21, с.58].

Політичний дискурс включає у себе різні аспекти, такі як владність, демократію, законодавство, права та свободи, економіку та інші. Він може бути формальним або неформальним, спрямованим на конкретну аудиторію або широку громадськість, і може мати різні цілі, такі як переконання, мобілізація, вплив на прийняття рішень, або формування загального уявлення про політичну ситуацію [21, с.7].

Політичний дискурс в Україні є складним та різноманітним, оскільки країна переживає складну політичну ситуацію з численними викликами та проблемами. На різних рівнях влади, від національних лідерів до місцевих громадських активістів, відбувається активна політична дискусія з приводу різних питань, таких як:

- розвиток економіки та підвищення соціальної захищеності громадян;
- зміцнення демократії та прав людини;
- боротьба з корупцією та політичною владою;
- міжнаціональні відносини та війна яку розпочала росія.

Ознаки політичного дискурсу:

1. Наявність конкретної теми для обговорення, яка стосується питань влади, політики, суспільства.

2. Використання специфічної лексики, термінології, яка відображає певні поняття та процеси в політичній сфері.

3. Використання риторичних прийомів (наприклад, метафор, аналогій, епітетів), які допомагають підсилити емоційний вплив на аудиторію.

4. Акцент на аргументах, фактах та статистичних даних, що підкріплюють думки та позиції політиків.

5. Підкреслення значимості та актуальності обговорюваної теми для суспільства та держави в цілому.

6. Ретельне вивчення аудиторії та звернення до її інтересів, цінностей та потреб, щоб забезпечити максимальну ефективність дискурсу [21, с. 56–57].

Специфіка політичного дискурсу полягає у використанні специфічних термінів та термінології, які відносяться до політики, економіки, законодавства та інших сфер, пов'язаних з державним управлінням [17, с. 77]. Також він характеризується частим вживанням понять, що стосуються влади, політики та політичного процесу, наприклад, демократія, вибори, влада, опозиція [17, с.79].

Політичний дискурс вимагає від мовців високого рівня формальності та стильової точності мовлення, включаючи формальні вислови та наголошення на правильній граматиці та лексиці [17, с. 78]. Для донесення певних ідей та переконання слухачів у своїй точці зору мовці часто використовують риторичні фігури, такі як метафори, епітети, аналогії, щоб зрозуміти та залучити увагу слухачів [18, с.353-354].

Політичний дискурс також характеризується використанням аргументів та фактів, щоб переконати аудиторію в правильності своїх поглядів та рішень, а також використанням емоційних компонентів мовлення, щоб залучити увагу аудиторії та стимулювати їхні емоції [18, с. 509].

У сучасному світі політичний дискурс часто використовує засоби масової інформації та соціальних мереж для поширення своїх ідей та отримання підтримки. Однак, через велику кількість інформації та широкий доступ до неї, політичний дискурс може бути спотвореним, або не відображати повністю дійсність, що може викликати сумніви [10, с.102].

Журналісти та коментатори використовують політичні терміни та висловлювання, щоб розповісти про події у світі, аналізувати дії політичних лідерів та коментувати різноманітні політичні рішення.

Наприклад, під час виборів або референдумів журналісти розповідають про політичні партії, їх програми та кандидатів, аналізують їх обіцянки та публічні заяви. Політичні дискусії і виступи політиків також широко висвітлюються в новинах та ток-шоу.

Крім того, соціальні мережі, такі як Twitter та Facebook, стали популярними платформами для політичного дискурсу. Політики використовують ці мережі для публікації своїх позицій та заяв, а також для спілкування зі своїми прихильниками та опонентами. Користувачі соціальних мереж також висловлюють свої політичні думки та дискутують на різні теми з іншими користувачами [3, с.57–58].

Одним з прикладів політичних дискусій є дебати між кандидатами на посаду президента, які проводяться під час виборчих кампаній. Ці дискусії дозволяють кандидатам представити свої погляди на ключові питання і взаємодіяти з громадою. Інший приклад – парламентські дебати, під час яких законодавці обговорюють та приймають рішення щодо законодавчих ініціатив. Ці дискусії можуть бути відкритими або закритими для громадськості [3, с.57].

Нарешті, політичні дискусії можуть відбуватися в інтернеті, де користувачі можуть обговорювати політичні питання в соціальних мережах, форумах, блогах тощо. Такі дискусії можуть мати великий вплив на громадську думку, оскільки багато людей отримують новини та інформацію з інтернету [21, с.160].

Ось декілька прикладів парламентських дебатів:

1. Дебати про Brexit у Британському парламенті (2019): до того, як Велика Британія вийшла з Європейського союзу, було проведено багато дебатів у парламенті щодо умов виходу з ЄС та майбутнього відношення з Європейським союзом [BBC].

2. Дебати про реформу медичної системи в США (2010): У США відбулися дебати щодо змін у медичній системі, які включали питання про доступність медичної допомоги, страхування та фінансування [BBC].

3. Дебати про імміграцію в Канаді (2018): Канада приймає багато іммігрантів, тому в парламенті було проведено дебати щодо ролі імміграції у країні та можливих змінах у міграційній політиці [BBC].

4. Дебати про закон про зброю в США (2019): Після ряду масових стрілянин в США, були проведені дебати в парламенті щодо змін у законодавстві про зброю, зокрема щодо заборони на продаж автоматичної зброї та вдосконалення систем перевірки покупців зброї [BBC].

Парламентські дебати можуть впливати на громадську думку, оскільки вони є одним з основних майданчиків для обговорення законопроектів та інших питань, що стосуються держави і суспільства [21, с. 69]. Під час дебатів політики висловлюють свої погляди та аргументи відносно певної проблеми, використовуючи різноманітні стратегії риторики, такі як переконування, докази, перекручення або зниження авторитету супротивника. При цьому, ефективність парламентських дебатів у впливі на громадську думку залежить від багатьох факторів, таких як якість аргументів, рівень довіри до політиків та їх партій, медійна підтримка і т. д. Часто, дебати можуть також відображати певні погляди та ідеології, що можуть бути прийняті або відхилені громадською думкою.

Один з найбільш відомих прикладів чесних політичних дебатів – це дебати між Авраамом Лінкольном і Стівеном Дугласом в 1858 році в США під час виборів в Сенат. Ці дебати були визнані великими зразками політичної дискусії, оскільки учасники дебатів відверто висловлювали свої погляди на проблеми рабство і суверенітет штатів [The Washington Post].

У цих дебатах Лінкольн та Дуглас обговорювали питання рабства та його поширення на нові території, а також питання державної влади та федералізму. Обидва кандидати володіли високим рівнем вмінням переконувати в своїх поглядах.

Один з ключових моментів дебатів став запитання про те, чи повинно рабство поширюватися на нові території, що було питанням національного рівня. Дуглас вважав, що рішення про це повинно бути залежним від рішення місцевих жителів, в той час як Лінкольн стверджував, що рабство повинно бути заборонено в будь-якій території, що перетинає лінію Міссурі.

Дебати були дуже популярні серед громадян, які слухали їх на місцях. Також було зроблено широкий звіт про ці дебати в газетах і телеграфі, що дозволило їм отримати національну увагу. Дебати Лінкольна і Дугласа вважаються визначним моментом в історії американської політики, які відіграли важливу роль в зміні думок та поглядів громадськості на ряд ключових питань свого часу.

Під час політичних дебатів Лінкольн та Дуглас використовували різні прийоми для підкреслення своїх позицій і переконань.

Дуглас виступав за збереження інституту рабства, а Лінкольн – за його ліквідацію. Для підтримки своєї позиції Дуглас використовував такі прийоми:

1. «Аргумент зі страхом» – Дуглас стверджував, що в разі заборони рабства нація розколиться і спалахнуть соціальні розбрати.

2. «Аргумент з авторитетом» – Дуглас наголошував на необхідності дотримання Конституції США, яка гарантувала право власності, в тому числі і на рабів.

3. «Аргумент з культурною спадщиною» – Дуглас стверджував, що рабство було засноване ще в часи Римської імперії, і тому має глибокі корені в культурі та традиціях.

Лінкольн, натомість, використовував такі прийоми:

1. «Аргумент з логікою» – Лінкольн наголошував на нелогічності твердження, що рабство – це нормальна практика, коли люди володіють іншими людьми.

2. «Аргумент з етикою» – Лінкольн стверджував, що рабство порушує основні принципи моралі та гуманізму, і тому не може бути законною практикою.

3. «Аргумент з емоціями» – Лінкольн використовував емоційні приклади та історії, щоб надихнути глядачів і показати, що рабство призводить до страждань та неправди.

Один з прикладів політичного дискурсу в Україні може бути дебатами між кандидатами на посаду президента під час виборчої кампанії між двома кандидатами, Володимиром Зеленським та Петром Порошенком. У цих дебатах кандидати висловлювали свої погляди на різноманітні питання, такі як реформи, війна на сході України, зовнішня політика, боротьба з корупцією, економічний розвиток тощо.

В дебатах Петро Порошенко представив свої досягнення в ролі президента, зокрема, у відновленні економіки, збройних сил, зміцненні міжнародних зв'язків. Володимир Зеленський же зосередився на темах боротьби з корупцією, зміні політичної системи та забезпеченні миру на сході України.

Такі дебати створюють можливість для кандидатів проявити свою комунікативну компетентність, донести свої ідеї та погляди до виборців, а також переконати їх у своїй правоті. Таким чином, політичний дискурс в Україні може мати значний вплив на формування громадської думки та вибір виборців на виборах.

Дебати між Петром Порошенком та Володимиром Зеленським в рамках президентської виборчої кампанії в Україні в 2019 році були одними з найбільш очікуваних і важливих подій у цьому періоді. Давайте розглянемо деякі ключові моменти цих дебатів:

#### 1. Корупція та реформи

Під час дебатів Порошенко та Зеленський обговорили проблему корупції в Україні та необхідність проведення реформ. Зеленський заявив, що він буде боротися з корупцією, але не конкретизував, як саме він планує це зробити. Порошенко же похвалився своїми досягненнями в цьому напрямку, зокрема запровадженням е-декларування для посадовців та створенням Національного антикорупційного бюро.

#### 2. Війна Сході України

Обговорювалась також проблема війни на сході України. Порошенко заявив, що за його президентства було зроблено багато для підтримки військових на передовій та введено закон про статус ветеранів. Зеленський же підтримав ідею миру на Донбасі та заявив, що буде шукати спосіб вирішення конфлікту, проте не конкретизував, як саме він цього планує досягти.

### 3. Зовнішня політика

Порошенко відзначив, що під час його президентства Україна зміцнила свої зв'язки з Європейським Союзом та отримала безвізовий режим з Євросоюзом.

У дебатах Петро Порошенко представив свої досягнення в ролі президента, зокрема, у відновленні економіки, збройних сил, зміцненні міжнародних зв'язків. Володимир Зеленський же зосередився на темах боротьби з корупцією, зміні політичної системи та забезпеченні миру на сході України.

Під час дебатів також було багато емоційних висловлювань та суперечок між кандидатами, що підкреслювало напруженість у відносинах між ними.

На підставі дебатів виборці могли зробити свій вибір та визначити, кого вони підтримують на посаді президента. В результаті виборів Володимир Зеленський переміг з перевагою більше ніж у два рази над Петром Порошенком.

Дебати між Петром Порошенком і Володимиром Зеленським були напруженими та інтенсивними, і вони дали багато прикладів політичного дискурсу, які можна віднести до різних категорій.

1. Напад на політичного опонента: Обидва кандидати зверталися до негативного настрою виборців щодо політичної системи та спробували використати його для своєї користі. Наприклад, Зеленський звинувачував Порошенка у корупції та неефективності його уряду, тоді як Порошенко критикував Зеленського за незнання питань безпеки і зовнішньої політики.

2. Підкреслення особистих рис: Обидва кандидати намагалися звернути увагу виборців на свої особисті якості та досягнення, щоб підкреслити свою готовність до обіймання посади президента. Наприклад, Порошенко зазначав своє досвід управління країною та відновлення армії, тоді як Зеленський

наголошував на своїй незалежності від політичних еліт та підтримці молодого покоління.

3. Використання статистичних даних та фактів: Обидва кандидати намагалися підкріпити свої політичні позиції статистичними даними та фактами. Наприклад, Порошенко вказував на успіхи свого уряду в зміцненні економіки, тоді як Зеленський наголошував на зростанні корупції в країні та недостатній увазі до проблем людей.

4. Використання патріотичних аргументів: обидва кандидати активно використовували патріотичні аргументи.

5. Порошенко наголошував на своїх досягненнях в ролі президента, зокрема, на зміцненні економіки, збройних сил, зміцненні міжнародних зв'язків. Він використовував статистичні дані та факти, щоб довести свою точку зору.

6. Зеленський звертав увагу на те, що Україна потребує змін та нового підходу до політики. Він обіцяв боротьбу з корупцією, зміну політичної системи та забезпечення миру на сході України. Зеленський використовував емоційний дискурс та обіцянки, щоб привернути увагу виборців.

7. Обидва кандидати використовували атаки на опонента, намагаючись показати його слабкі моменти. Наприклад, Порошенко звинувачував Зеленського у неясності та нездатності приймати важливі рішення, тоді як Зеленський звинувачував Порошенка у корупції та недостатньому контролі над ситуацією на сході України.

8. Кандидати використовували риторичні прийоми, такі як перефразування запитань, щоб показати свою ерудованість та розуміння складної ситуації в країні.

## **1.2 Комунікативні стратегії й тактики політичного дискурсу**

Комунікативні стратегії – це певний набір поведінкових та вербальних технік, які людина використовує в комунікації з іншими людьми з метою досягнення своїх цілей або покращення взаєморозуміння. [18, с.231] Основи

комунікативної стратегії політичного дискурсу, закладені в працях Дж. Остіна, Дж. Серля, Г. Грайса, Т. ван Дейка, Дж. Лакоффа, Г. Ліча. [21, с.7]

Політичний дискурс має свої особливості, що відрізняють його від інших видів мовленнєвої діяльності. Деякі з цих особливостей включають залучення до політичного дискурсу ідеологічних та політичних концепцій, бо політики нерідко використовують свої політичні переконання та ідеологічні позиції для формулювання своїх аргументів та пропозицій. [21, с.567]

Використання специфічної термінології: політичний дискурс використовує спеціальну лексику та термінологію, яка є характерною для політичної сфери. Це може включати політичні терміни, поняття, скорочення та символи.

Аргументація та риторика: політичний дискурс часто базується на аргументації та використовує риторичні засоби для переконання аудиторії. Це може включати вживання переконливих аргументів, емоційні звернення, використання статистики та прикладів. [21, с.116] Маніпуляція та перекручення інформації: політичний дискурс може включати маніпуляцію та перекручення фактів, щоб змінити думку аудиторії. Політики можуть використовувати це для своєї вигоди, намагаючись створити сприятливий образ або змінити уявлення про певну проблему чи ситуацію. [21, с.116–117]

Стратегії впливу на аудиторію: політичний дискурс включає в себе різні комунікативні стратегії, спрямовані на вплив на аудиторію. Це може включати звернення до емоцій, створення образу, використання психологічних технік та інших методів, що сприяють переконанню аудиторії. [21, с.119]

Ці специфіки політичного дискурсу впливають на спосіб комунікації політиків та формулювання їхніх публічних заяв, промов та дебатів. Таким чином вони можуть підсвідомо впливати на думку та вибір людей. Ці стратегії можуть бути засновані на різних принципах і включати в себе такі елементи, як невербальні сигнали, використання мовних засобів, вплив на емоційний стан співрозмовника, використання логіки та аргументації, маніпулювання тощо.

Наприклад, однією з комунікативних стратегій може бути використання ввічливих формулювань та позитивного підходу до співрозмовника з метою покращення його настрою та підвищення шансів на досягнення спільної мети. [21, с.31] Іншою стратегією може бути використання аргументації та логіки для переконання співрозмовника в правильності певної позиції.

Відмінність між різними комунікативними стратегіями полягає в тому, що кожна з них має свої переваги та недоліки, які варто враховувати при їх використанні. Крім того, ефективність комунікативних стратегій може залежати від конкретної ситуації, співрозмовника та контексту комунікації. [21, с.231].  
Приклади комунікативних стратегій: [3, с.46]

1. Вживання позитивних формулювань є стратегією, що допомагає досягнути більш позитивної та сприятливої атмосфери в комунікації. Замість негативних формулювань, які можуть викликати оборонну реакцію співрозмовника, використовуються формулювання, які зосереджені на позитивних аспектах ситуації. Наприклад, замість «не можу це зробити» можна сказати «спробую знайти рішення». [18, с.231]

2. Емпатія – це здатність поставитись на місце іншої людини та відчувати її почуття та емоції. Це може допомогти побудувати сприятливу атмосферу в комунікації та зменшити конфліктність. Наприклад, відповідати на скарги співрозмовника, показуючи розуміння його проблем та почуттів. [18, с.231]

3. Активне слухання – це вміння уважно слухати співрозмовника, зосереджуватись на його словах та емоціях, і задавати уточнюючі запитання. Це може допомогти збільшити розуміння та покращити взаєморозуміння між співрозмовниками. [18, с.231]

4. Аргументація – це використання логіки та аргументів для переконання співрозмовника в правильності певної позиції. Це може бути ефективно, коли потрібно переконати співрозмовника в чомусь важливому, наприклад, при обговоренні ділових питань або в розв'язанні конфлікту. [18, с.231]

Вживання позитивних формулювань є важливою комунікативною стратегією, яка допомагає досягнути більш позитивної та сприятливої атмосфери

в комунікації. Ця стратегія полягає в заміні негативних формулювань на позитивні, які зосереджені на позитивних аспектах ситуації. [18, с.231]

Наприклад, замість висловлювання «не можу це зробити», можна сказати «спробую знайти рішення». Інші приклади позитивних формулювань включають в себе вживання слів, які передають позитивні емоції, такі як радість, надію, вдячність, інтерес, тощо.

Ця стратегія може допомогти покращити комунікацію, оскільки позитивні формулювання сприяють зниженню рівня напруження в комунікації, роблять її більш приємною та ефективною. Крім того, вони можуть допомогти зменшити конфліктність, оскільки негативні формулювання можуть викликати оборонну реакцію співрозмовника.

Вживання позитивних формулювань є важливою частиною ефективної комунікації, і ця стратегія може бути використана в різних сферах життя, включаючи професійну та особисту комунікацію. [18, с.371]

Емпатія – це здатність сприймати та розуміти почуття та думки іншої людини, а також демонструвати це розуміння. Емпатія може бути використана як комунікативна стратегія, яка допомагає покращити якість комунікації та взаєморозуміння між співрозмовниками. [21, с.69]

Один з прикладів використання емпатії як комунікативної стратегії полягає в тому, щоб прислуховуватися до почуттів іншої людини, розуміти їх і відображати їх. Наприклад, якщо співрозмовник розповідає про свої проблеми на роботі, то важливо прислухатися до його почуттів та спробувати їх зрозуміти, наприклад, сказавши: «Здається, це дуже важко для тебе, розумію, як ти відчуваєшся».

Інший приклад використання емпатії як комунікативної стратегії полягає в тому, щоб демонструвати своє розуміння та співчуття до почуттів іншої людини. [6, с. 329] Наприклад, якщо співрозмовник розповідає про свої труднощі у здоров'ї, то важливо дати зрозуміти, що ви розумієте, як це важко для нього, і що він може розраховувати на вашу підтримку.

Використання емпатії може сприяти встановленню довіреності між співрозмовниками, зменшити конфліктність та покращити якість комунікації. Ця стратегія може бути корисною в різних сферах життя, включаючи професійну та особисту комунікацію.

Активне слухання – це комунікативна стратегія, яка допомагає покращити якість комунікації між співрозмовниками. [18, с.356] Вона полягає у зосередженості на тому, що говорить інша людина, та взаємодії з нею в процесі комунікації.

Один з прикладів використання активного слухання як комунікативної стратегії полягає в тому, щоб вислухати повністю те, що говорить співрозмовник, не перериваючи його, та задавати запитання для уточнення. [18, с.619] Наприклад, якщо співрозмовник розповідає про свої плани на вихідні, то важливо вислухати його до кінця та задавати запитання для уточнення, наприклад: *«Ти плануєш піти гуляти чи зустрітися з друзями?»*.

Використання активного слухання може допомогти зменшити непорозуміння та конфлікти між співрозмовниками, а також підвищити рівень взаєморозуміння та довіреності. Ця стратегія може бути корисною в різних сферах життя, включаючи професійну та особисту комунікацію.

Аргументація є важливою комунікативною стратегією, яка допомагає переконати або вплинути на думки, переконання та поведінку інших людей. [21, с.41] Ця стратегія передбачає використання аргументів та доказів для підтримки своїх ідей або поглядів, інколи з метою переконання інших в тому, що ваші ідеї є більш дієвими або правильними. [21, с.45]

Прикладом використання аргументації як комунікативної стратегії може бути переконання співрозмовника в правильності вашої позиції в якійсь дискусії або обговоренні. Наприклад, якщо ви переконуете співрозмовника в тому, що екологічні проблеми потребують негайного вирішення, то вам можна використовувати аргументи, що базуються на наукових дослідженнях або статистиці, які підтверджують вашу позицію. [21, с.73]

Інший приклад використання аргументації як комунікативної стратегії може бути переконання людей в тому, що ваші ідеї або пропозиції є більш вигідними для їхньої організації або команди. [21, с.143] Наприклад, якщо ви пропонуєте новий проект для вашої компанії, то вам можна використовувати аргументи, що показують потенційну користь проекту для організації, такі як підвищення прибутковості або зменшення витрат.

Аргументація може бути корисною в багатьох сферах життя, включаючи професійну та особисту комунікацію. Правильне використання аргументів може допомогти досягти більш ефективної комунікації, сприяти вирішенню конфлікту.

### **1.3 Власне лінгвістичні та лінгвориторичні засоби репрезентації сучасного політичного дискурсу.**

Лінгвістичні засоби репрезентації – це засоби мовлення, які використовуються для вираження інформації, ідей та почуттів з метою представлення їх у письмовій або усній формі. [21, с.83] Ці засоби можуть включати різні мовні структури, такі як слова, фрази, речення, мовні звороти, а також мовні засоби, які допомагають передати емоції, настрої і ефекти в мовленні, такі як інтонація, ритм, темп, голосові особливості та інші. [5, с.139]

Також можуть бути використані для створення різних мовних жанрів, таких як наукова література, літературні твори, публіцистика, поезія, реклама та інші. [21, с.41] Крім того, вони можуть бути використані для створення мовних зразків, таких як словники, граматики, енциклопедії та інші, які допомагають людям зрозуміти та користуватися мовою більш ефективно. [5, с.171-172]

Основні лінгвістичні засоби репрезентації, які можуть використовуватись у текстах, можуть включати:

Лексикон – відповідні слова, які використовуються для назви певного поняття, ідеї або концепту є одним з найважливіших лінгвістичних засобів, що використовуються в політичному дискурсі. [5, с.171] Вона відображає світогляд та погляди політиків, їх цінності, ідеологію, політичну стратегію та прагнення.

[21, с.26] Основні аспекти використання лексики в політичному дискурсі включають: вживання спеціалізованих термінів та фахової лексики, бо політичний дискурс містить багато спеціалізованих термінів, що використовуються для передачі певних понять, ідей та концепцій. [21, с.74]

Також використання символів та метафор, політики їх для підкреслення певних ідей та поглядів. Наприклад, у політичному дискурсі часто вживаються метафори про «боротьбу», «війну», «перемогу» тощо.

Використання емоційно забарвленої лексики: у політичному дискурсі часто використовуються слова та вирази з емоційним забарвленням, що допомагає політикам залучити увагу до певної проблеми чи ідеї. Використання етно- та соціолектів: політики можуть використовувати етно- та соціолектну лексику для залучення до себе певної аудиторії, підкреслення своєї належності до певної соціальної групи, нації чи регіону. Використання побутової лексики: у політичному дискурсі часто використовуються слова та вирази з побутової лексики, що допомагає політикам підкреслити свою близькість до народу. [21, с.62-65]

Синтаксис – це спосіб, у який слова та фрази використовуються в тексті, для вираження певної інформації або ідеї. Це система граматичних правил, які регулюють спосіб, яким слова упорядковуються в реченні, для передачі певного значення. [5, с. 30] в політичному дискурсі синтаксис відіграє важливу роль, оскільки дозволяє політикам використовувати різні мовні засоби для впливу на аудиторію.

Основні аспекти використання синтаксису в політичному дискурсі включають:

Складні речення у політичному дискурсі часто використовуються складні речення зі зв'язками, що допомагають висловити більш складні ідеї та поняття. Наприклад, уряд може використовувати складні речення, щоб пояснити складну податкову систему.

Різні види речень в політичному дискурсі використовуються різні види речень, такі як повчальні, декларативні, запитальні та побажальні речення.

Кожен вид речення має свої характеристики, що дозволяє політикам досягати певного ефекту на аудиторію. [21, с.153] Повторення у політичному дискурсі можуть використовуватися для підкреслення певної ідеї чи поняття. Наприклад, *«Ми повинні боротися за свої права, ми повинні боротися за свою свободу»*.

Антитеза використовується для підкреслення різниці між двома поняттями, наприклад, *«ми не хочемо війни, ми хочемо миру»*. [21, с.157]

У політичному дискурсі можуть використовуватися як активний, так і пасивний стилі:

Метафори, порівняння двох непов'язаних ідей або концептів, які допомагають легше зрозуміти те, що мається на увазі. [21, с. 145] Це лінгвістичний засіб, що використовується для перенесення значення з одного слова на інше слово чи поняття. В політичному дискурсі метафори є важливим інструментом для впливу на аудиторію, оскільки вони допомагають перетворити складні або абстрактні ідеї на більш доступні та зрозумілі форми. Основні аспекти використання метафор в політичному дискурсі включають візуалізація: метафори можуть використовуватися для створення візуального зображення, що допомагає аудиторії легше зрозуміти певну ідею. Наприклад, метафора *«наша країна – це корабель»* може відобразити необхідність міцного та керованого лідерства для досягнення успіху та безпеки. [21, с. 144]

Переконання: метафори можуть використовуватися для переконання аудиторії в певному погляді чи позиції. Наприклад, метафора *«життя - це гра»* може використовуватися для підкреслення важливості наполегливості та стратегії для досягнення успіху. [6, с.157]

Конкретизація: метафори можуть використовуватися для конкретизації складних або абстрактних понять. Наприклад, метафора *«війна з наркотиками»* може допомогти конкретизувати боротьбу з наркотиками та надати їй більш конкретного образу.

Асоціації: метафори можуть викликати асоціації з певними ідеями або образами, що допомагає аудиторії краще зрозуміти певну ідею. [18, с. 341–342] Модальність вираз, який вказує на можливість, бажання, необхідність або

обов'язок виконання дії. Це лінгвістичний засіб, який допомагає виражати оцінні, підкреслювальні, дозвільні, обов'язковість, бажаність, можливість, неможливість, необхідність та інші відтінки значення, пов'язані з оцінкою дійсності. [21, с.90] у політичному дискурсі модальність є важливим інструментом для використання різних стратегій переконання аудиторії та впливу на неї.

Основні аспекти використання модальності в політичному дискурсі включають:

Вираження дозволу та заборони: модальні дієслова можуть використовуватися для вираження дозволу та заборони певних дій. Наприклад, *«не слід порушувати закон»* чи *«можна використовувати альтернативні джерела енергії»*.

Також модальні дієслова можуть використовуватися для вираження обов'язковості чи бажаності виконання певних дій. Наприклад, *«слід піклуватися про здоров'я громадян»* чи *«бажано забезпечувати соціальну підтримку»*.

У політичному дискурсі також використовується риторика для максимального впливу на аудиторію та переконання її у своїй правоті. Риторичні засоби можуть бути використані як в словесному, так і в письмовому політичному дискурсі. [5, с.141]

Лінгвориторичні фігури є важливими засобами в політичному дискурсі, оскільки вони допомагають політикам досягти своїх комунікативних цілей і впливати на аудиторію. [21, с.143] Деякі з найпоширеніших лінгвориторичних фігур, які використовуються в політичному дискурсі, включають: метафори, аналогії, епітети, анафори, іронія, гіпербола та інші, використовуються для створення емоційного ефекту та підкреслення важливості певних ідей. [21, с.143] Це лінгвістичні фігури, які використовуються для звернення до емоцій, переконань, цінностей і логіки слухачів з метою переконання їх у чомусь. У політичному дискурсі лінгвориторичні прийоми можуть використовуватися для залучення підтримки виборців, впливу на рішення та переконання супротивників. [21, с.144]

1. Метафори – використовуються для порівняння ідеї з іншою концепцією, яка може бути більш зрозумілою або емоційно зарядженою. [5, с. 309]

2. Анафора – використовується для повторення певної фрази або слова в кількох реченнях, що підсилює ефект та допомагає запам'ятати певний аспект. [5, с.242]

3. Іронія – використовується для створення гострого інтелектуального контрасту між тим, що сказано, і тим, що мається на увазі. [5, с. 395]

4. Риторичні запитання – використовуються, щоб привернути увагу до певного аспекту або проблеми, та вимагають від слухачів певної відповіді. [5, с.141]

5. Інверсія – використовується для зміни порядку слів у реченні, щоб звернути на себе увагу та підкреслити певний аспект. [5, с. 317]

6. Епіфора – використовується для повторення певної фрази або слова в кінці кількох речень, що дає можливість підсилити певний аспект та зробити його більш запам'ятовуваним. [5, с. 270]

7. Гіпербола – використовується для надмірного перебільшення або зменшення

Використання спеціалізованої термінології допомагає політикам і політичним експертам точніше та конкретніше висловлювати свої ідеї та концепції, що робить їх більш авторитетними та професійними в очах громадськості. [5, с.153]

Використання емоційних аргументів, таких як страх, ненависть, симпатія, залежить від того, що робить людей більш вразливими до впливу політичних діячів та їх ідей використовується в політичному дискурсі для звернення до почуттів, емоцій та стереотипів аудиторії. Цей метод зосереджується на виклику певних почуттів у слухачів, які можуть бути використані для переконання їх у певному напрямку. [21, с.11]

Нижче наведені приклади лінгвістичних засобів, що використовуються в політичному дискурсі:

1. Метафори: *«Україна - це лідер у своєму регіоні», «путін ракова пухлина для всього світу».*

2. Епітети: *«Європейська Україна», «Прозора влада», «Корумповані чиновники».*

3. Аналогії: *«Так само, як війна потребує жертв, так і реформи потребують змін в поведінці громадян», «Як краще містити свій дім, ніж займатися ремонтом сусіднього».*

4. Іронія: *«Наші бюджетні витрати - це добре організований хаос», «Ми відправимо військових на війну, щоб забезпечити мир».*

5. Спеціалізована термінологія: *«Фіскальна політика», «Макроекономіка», «Бюджетний дефіцит».*

6. Емоційні апеляції: *«Насамперед потрібно забезпечити безпеку наших дітей», «Не можна дозволити знищення нашої культури та історії».*

7. Відсутність інформації та зміна контексту: *«Якщо ми не збільшимо витрати на оборону, ми зазнаємо небезпеки з боку наших ворогів», «Конкурс на державну посаду виграв не той, хто був найкращий, а той, хто мав зв'язки з високопоставленими особами».*

8. Перекручення фактів: *«Наша опозиція спонсорує терористів», «Наші опоненти не підтримують наші національні інтереси».*

9. Аргументація та логіка: *«Якщо ми не збільшимо витрати на освіту, наше майбутнє буде невизначеним».*

Гарним прикладом є промова Вільяма Фелпс 1933 року, незважаючи на те, що Фелпс був письменником, викладачем та літературним критиком, а не політиком, його промова включає елементи, які можуть бути використані в політичному контексті.

1. Мобілізація та створення спільності: Фелпс стимулює свою аудиторію до читання книг та формує спільну ідентичність, заявляючи, що книги є для всіх людей. Він наголошує на важливості збереження власної бібліотеки та привертає увагу до спільності, яку читачі досвідчують, знаходячись у присутності великих письменників.

2. Використання метафори та образів: Фелпс використовує образи, щоб створити емоційне враження та зробити свої ідеї більш привабливими. Він порівнює книги з інтимними друзями, натякаючи на їхню цінність та доступність.

3. Використання риторичних питань: Фелпс включає риторичне питання, яке часто використовується в політичному дискурсі, а саме питання «*Чи ви прочитали всі ці книги?*». Це питання спонукає до зацікавленості та надає можливість висловитися і привернути увагу аудиторії.

4. Підкреслення важливості культурних цінностей: Фелпс наголошує на значенні літератури як «найкращої та найтривалішої» частини особистості та історії. Він висуває ідею, що література є спадщиною, яка зберігається і передається з покоління в покоління. Хоча промова Фелпса не має явного політичного контексту, вона включає комунікативні стратегії, що використовуються в політичному дискурсі, такі як мобілізація, використання образів та метафор, риторичні питання та підкреслення важливості спільних цінностей. Ці стратегії можуть бути використані політиками для залучення уваги аудиторії, формування спільності та презентації своїх ідей та цінностей.

Метафори:

*«A borrowed book is like a guest in the house».*

*«Books are for use, not for show».*

*«The best of mural decorations is books».*

Епітети:

*«un-German ideas».*

*«intimate friends».*

*«the most truly aristocratic society».*

Анафора:

*«You must see...».*

*«You cannot leave...».*

*«You cannot mark...».*

*«You cannot turn...».*

Іронія:

*«And then, some day, although this is seldom done, you really ought to return it.»*

Гіпербола:

*«Most of my indoor life is spent in a room containing six thousand books.»* Ці лінгвістичні засоби використовуються для посилення емоційного впливу та виразності мовлення, а не обов'язково для політичного контексту.

Прикладом аналогії є фраза: *«Books are like intimate friends»*. У цьому вислові він порівнює книги з близькими друзями, вказуючи на їхню цінність і специфічну природу взаємовідносин. Така аналогія допомагає читачеві краще розуміти значення та роль книг у житті.

Також Борис Джонсон, як британський політик та колишній мер Лондона, використовує різні лінгвістичні засоби у своєму політичному дискурсі, щоб досягти різних мет. Декілька прикладів таких засобів включають:

1. Метафори: Борис Джонсон відомий своїми незвичними та ексцентричними метафорами, що звертають на себе увагу і допомагають йому зробити свої висловлювання більш запам'ятовуваними. Наприклад, він одного разу порівняв план Британії щодо Brexit з грою на гітарі: *«Іноді вам потрібно піти на задній план, щоб зіграти справжній риф»*.

2. Риторичні фігури: Борис Джонсон також часто використовує риторичні фігури, такі як антитеза, повторення та анафора, щоб надати своїм висловлюванням ефектності та переконливості. Наприклад, він звернувся до терористичних атак на Лондон як *«безумний набіг, злочинну ідіотизм»*.

3. Невизначеність: Борис Джонсон також часто використовує невизначеність у своїх висловлюваннях, щоб не зв'язуватися з певними обіцянками або позиціями. Наприклад, під час Brexit він заявив, що *«ніщо не буде*

змінено» щодо прав британців на роботу та мобільність, але він не згадав про можливу зміну доступу до європейського ринку праці.

4. Використання народної мови: Борис Джонсон також відомий своїм використанням народної мови та фраз.

5. Алегорії: Борис Джонсон використовує алегорії, щоб зробити свої ідеї більш запам'ятовуваними та переконливими. Наприклад, він порівнював Brexit з легендою про Прометея, який вкрав вогонь у богів, щоб дати його людям.

6. Паралелізми: Борис Джонсон часто використовує паралелізми, щоб зробити свої ідеї більш логічними та переконливими. Він говорить про «виходити з ЄС, але залишатися в Європі» як про рішення, яке дозволить Великій Британії зберегти деякі переваги співпраці з Європейським Союзом.

7. Іронія: Борис Джонсон вміє використовувати іронію, щоб підкреслити свої позиції та звести до мінімуму аргументи опонентів.

Володимир Зеленський, як президент України, використовує різні лінгвістичні засоби для того, щоб комунікувати з громадянами та іншими політичними діячами. Основні засоби, які можна виділити в його політичному лінгвістичному дискурсі, наступні:

1. Повсякденний мовленнєвий стиль: Зеленський активно використовує повсякденну мову, що дозволяє йому легко спілкуватись зі своїми прихильниками та виборцями. Його мовлення характеризується використанням простих та зрозумілих словесних зворотів, живими метафорами, а також жартівливими та неформальними висловлюваннями.

2. Використання інтернет-сленгу: Зеленський зрозумів важливість інтернету та соціальних мереж у сучасному світі та активно використовує інтернет-сленг та аббревіатури у своєму мовленні. Наприклад, він використовує скорочення «зеленський» (Zel) для посилання на себе в соціальних мережах.

3. Використання емотивно забарвленої лексики: Зеленський володіє ефектними та емотивно забарвленими висловлюваннями, що допомагають йому здобувати симпатії у громадськості. Наприклад, він часто використовує вислови

*«Нам важко, але ми зможемо!» або «Я обіцяю вам, що зроблю все можливе та неможливе!», «Великий народ, Великою країни!».*

4. Використання гумору: Зеленський відомий своїм гумором, що допомагає йому налагоджувати позитивний контакт зі своїми прихильниками та виборцями.

Нижче наведені приклади емоційних апеляцій в політичному дискурсі: [21, с. 109–110]

1. Використання романтичного або націоналістичного настрою - це часто використовується в політичних кампаніях для виклику певних емоцій, пов'язаних з національними символами, історією та культурою.

2. Використання страху – це зазвичай використовується, щоб переконати аудиторію підтримувати певні політичні дії, пов'язані зі збереженням безпеки і захистом від потенційних загроз.

3. Використання емоційних історій - це може включати історії успіху, виживання, трагедії та інших історій, які можуть викликати співчуття, обурення або інші почуття у слухачів.

4. Використання метафор та образів - це може включати використання спільних образів, які викликають емоційну відповідь, що може бути пов'язана з певною політичною темою або поглядом. [21, с. 104–105]

5. Використання риторичних запитань - це може включати запитання, які призначені для виклику емоційних відповідей, які можуть підкреслити певну політичну позицію. [21, с. 158]

6. Відсутність інформації та зміна її контексту. Зміна контексту та недостатня інформація можуть спричинити спотворення істини та створення невірних вражень про ситуацію. Відсутність інформації означає, що певна інформація цілеспрямовано приховується або не надається, щоб дати спотворене уявлення про певну ситуацію або проблему. Наприклад, у політичному дискурсі, кандидат може не надавати повну інформацію про свою позицію з певного питання, щоб уникнути негативної реакції аудиторії. Це може спотворити уявлення про певну проблему або позицію кандидата, що може привести до

неправильних висновків. Зміна контексту інформації - це лінгвістичний засіб, коли інформація подається в іншому контексті, ніж він дійсно має. Також, у політичному дискурсі, кандидат може використовувати вирази або цитати іншої людини з метою змінити їх сенс. Це може стати способом перекручення фактів і викликати невірні уявлення про певну проблему. [5, с.122]

Обидва ці лінгвістичні засоби можуть бути широко використовувані в політичному дискурсі для залучення підтримки або для розгортання певної політичної стратегії. [5, с. 113] Однак, вони також можуть призвести до недостатньої інформованості та неправильного розуміння проблеми, що ставить під загрозу демократію та правильність прийняття рішень.

Побудова конструкцій на основі перекручених фактів. Перекручення фактів для створення переконань та пропаганди своїх ідей, що може спричинити поширення брехні та стереотипів. [21, с. 28] Перекручення фактів – це негативний аспект політичного дискурсу, коли здебільшого неправдива інформація змінюється чи викривляється з метою досягнення політичних цілей. Це може бути зроблено шляхом унеможливлення доступу до правдивої інформації, спотворення доказів або використання неповних фактів. [21, с.163]

Нижче наведені приклади перекручення фактів в політичному дискурсі:

1. Заяви про недостовірність інформації від фахівців – коли політики відкидають докази науковців або експертів у сфері, яка пов'язана зі їхньою політичною діяльністю.

2. Використання неповних фактів – коли політики використовують лише частину інформації, щоб змінити її смисл або використати для підтвердження своїх переконань.

3. Маніпуляція статистикою – коли статистичні дані перекручуються, щоб підтвердити свої політичні думки або переконання. [21, с.118]

4. Використання мовних технік – коли політики використовують терміни або фрази, щоб змінити смисл висловлювання або переконати аудиторію. [21, с.9]

5. Інформаційна цензура – коли інформація, яка протирічить політичним поглядам, приховується або вилючається з масової інформації.

Усі ці приклади перекручення фактів можуть бути використані для впливу на громадську думку та формування стереотипів про певний політичний або соціальний контекст.

6. Аргументація та логіка – це важливі складові політичного дискурсу, які допомагають переконати аудиторію та відстоювати свою позицію. Аргументація полягає в тому, щоб зробити логічний висновок, який базується на доказах або фактах, щоб підтримати свою позицію або спростувати позицію опонента. Логіка в політичному дискурсі має на меті забезпечити правильність та послідовність доведення аргументів. [21, с. 41]

### **Висновки до першого розділу**

Політичний дискурс є складним та багатогранним явищем, яке має свої особливості та специфіку. Основні ознаки політичного дискурсу - це використання аргументації, звернення до емоцій, апеляція до авторитету та використання маніпулятивних технік.

У політичному дискурсі особливу увагу приділяється побудові логічних та переконливих аргументів, які мають переконати аудиторію в правильності позиції політика. Однак, часто політики використовують маніпулятивні техніки, такі як емоційна апеляція, фальшиві новини, загальні твердження та інші, щоб переконати аудиторію у правильності своєї позиції. Це може призвести до того, що громадська думка буде спотворена та перекручена.

Однією з особливостей політичного дискурсу є також те, що політики зазвичай звертаються до широкої аудиторії, тому їхні заяви мають бути зрозумілі та доступні для різних верств населення. Це може привести до спрощення змісту та форми повідомлень, а також до зменшення глибини аналізу питань.

Отже, політичний дискурс має свої характеристики та специфіку, які можуть впливати на сприйняття та реакцію громадськості на політичні події та рішення. Для ефективного використання політичного дискурсу потрібно мати

розуміння його особливостей та вміти визначати маніпулятивні техніки, які можуть бути використані для впливу на громадську думку.

Засоби репрезентації комунікативних стратегій - це лінгвістичні засоби, які використовуються у мовному дискурсі для досягнення певних комунікативних цілей та забезпечення ефективності комунікації між співрозмовниками. Вони можуть бути різними за природою та функцією, і включають у себе лексичні, синтаксичні, семантичні, модальні та риторичні засоби.

У політичному дискурсі, засоби репрезентації комунікативних стратегій відіграють ключову роль у формуванні та поширенні політичних ідей, уявлень та переконань серед громадськості. Засоби репрезентації можуть бути використані для створення емоційно забарвлених повідомлень, акцентування уваги на певних аспектах, спонукання до певних дій, формування образів тощо.

Оскільки політичний дискурс є складним і має великий вплив на громадську думку, важливо розуміти та вміти аналізувати засоби репрезентації комунікативних стратегій, щоб бути більш свідомими та критичними споживачами інформації та зберігати належну міру критичності у відношенні політичних повідомлень.

Комунікативні стратегії включають у себе різноманітні способи впливу на адресата з метою досягнення певної мети, наприклад, переконання, зміна думки, звернення до почуттів, створення певної атмосфери тощо.

У політичному дискурсі засоби репрезентації використовуються для досягнення певної мети в залежності від ситуації та потреб політичного лідера. Ці засоби можуть бути різноманітними - від лексичних та синтаксичних засобів до метафор та риторичних фігур. Використання цих засобів допомагає політикам створювати враження, впливати на думки та почуття аудиторії та досягати своїх цілей.

Отже, засоби репрезентації є важливим елементом комунікативного процесу в політичному дискурсі, що дозволяють створювати ефективну комунікацію між політичним лідером та його аудиторією.

## Розділ II

### КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ Й ТАКТИКИ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА БОРИСА ДЖОНСОНА

#### 2.1. Лінгвістика комунікативних стратегій і тактик політиків.

У сучасній лінгвістиці поняття комунікативних стратегій та тактик відіграє важливу роль в дослідженні мови як засобу комунікації. Комунікативні стратегії та тактики визначають спосіб взаємодії між співрозмовниками, їхніми цілями та очікуваннями в ході комунікації. [18, с. 487]

Комунікативні стратегії описують загальні методи та принципи взаємодії між співрозмовниками, такі як емпатія, активне слухання, аргументація тощо. Комунікативні тактики, з іншого боку, описують конкретні мовні засоби та прийоми, які використовуються для досягнення певної мети в комунікації. [18, с. 562]

Дослідження комунікативних стратегій та тактик проводяться у різних галузях лінгвістики, таких як прагматика, соціолінгвістика, когнітивна лінгвістика тощо. Вони допомагають розуміти, як мова використовується в різних ситуаціях, і досліджувати взаємозв'язок між мовою та соціальною поведінкою.

Наприклад, дослідження комунікативних стратегій та тактик можуть бути корисними в розумінні взаємодії між мовними групами в багатомовних суспільствах, вивченні способів ефективної комунікації в міжкультурному спілкуванні або розумінні особливостей комунікативної поведінки в професійному середовищі. [18, с. 573]

Філіпп Тароне, французький лінгвіст, запропонував наступні характеристики комунікативної стратегії [21, с. 65]:

1. Сфера вживання: комунікативна стратегія може бути призначена для використання в певній сфері комунікації, такі як бізнес, наукова діяльність, міжкультурне спілкування тощо.

2. Мета: кожна комунікативна стратегія має певну мету, яку необхідно досягти в процесі комунікації, наприклад, переконати співрозмовника в чомусь, надати інформацію, виявити інтерес до розмови тощо.

3. Спосіб дії: комунікативна стратегія може передбачати застосування різних способів дії, таких як переконування, домагання, упевненість, просування своїх інтересів тощо.

4. Мовні засоби: для досягнення мети комунікативна стратегія може включати в себе використання певних мовних засобів, таких як риторичні фігури, емоційний тон, зміна мовного реєстру тощо.

5. Ситуація: комунікативна стратегія може залежати від конкретної ситуації, в якій відбувається комунікація, таких як контекст, мета спілкування, характер співрозмовника тощо.

Ці характеристики допомагають визначити основні елементи комунікативної стратегії та розуміти, як вона може бути застосована в різних ситуаціях комунікації, такі як:

1. Ситуаційні передумови. Комунікативні стратегії виникають у певних ситуаціях комунікації, таких як конфліктні ситуації, переговори, ділові зустрічі, наукові дискусії тощо.

2. Мета комунікації. Комунікативні стратегії можуть бути спрямовані на досягнення різних мет, таких як переконання, вплив на сприйняття, надання інформації, співпрацю тощо.

3. Стиль мовлення. Комунікативні стратегії можуть відрізнятися за стилем мовлення, наприклад, вони можуть бути агресивними, спокійними, емоційними, раціональними тощо.

4. Взаємодія між співрозмовниками. Комунікативні стратегії можуть бути залежними від типу взаємодії між співрозмовниками, наприклад, це можуть бути стратегії конфронтації, співпраці, компромісу тощо.

5. Особистісні характеристики співрозмовників. Комунікативні стратегії можуть відрізнятися в залежності від особистісних характеристик співрозмовників, таких як вік, стать, культурний фонд тощо.

Така групування комунікативних стратегій дозволяє визначити передумови їх виникнення та розуміти, як вони можуть використовуватись в різних комунікативних ситуаціях.

При виборі комунікативної тактики враховуємо наступні параметри:

1. Ситуація: Комунікативна ситуація повинна бути врахована під час вибору комунікативної тактики та ходів. Це включає такі чинники, як контекст комунікації, взаємини між співрозмовниками та їхні очікування, а також мету та цілі комунікації.

2. Співрозмовники: перед вибором комунікативної тактики та ходів слід враховувати особливості співрозмовників, такі як їх вік, стать, культурні та особистісні характеристики, які можуть впливати на їхнє розуміння та сприйняття повідомлення.

3. Мета комунікації: Вибір комунікативної тактики та ходів повинен бути залежним від мети та цілей комунікації. Наприклад, якщо метою є переконання співрозмовника, то комунікативна тактика повинна бути спрямована на цей результат.

4. Стиль мовлення: Комунікативна тактика повинна відповідати стилю мовлення співрозмовника, так щоб спілкування було комфортним та ефективним.

5. Емоційний стан: Емоційний стан співрозмовника може вплинути на сприйняття повідомлення, тому комунікативна тактика повинна бути збалансованою та враховувати емоційний стан співрозмовника.

6. Культурні особливості: Культурні різниці між співрозмовниками можуть вплинути на розуміння та сприйняття повідомлення, тому комунікативна тактика повинна враховувати ці особливості.

У сучасній лінгвістиці існує декілька підходів до вивчення комунікативних стратегій і тактик, серед найбільш поширених з них можна виділити [4, с.360]:

Прагматичний підхід - орієнтований на аналіз мовних дій та їх функцій в конкретному комунікативному контексті. Цей підхід базується на теорії актів

мовлення та дослідженнях, що стосуються впливу контексту на інтерпретацію мовних висловлювань.

Соціолінгвістичний підхід - зосереджується на вивченні відмінностей у вживанні мови в різних соціальних групах та контекстах. Дослідження у рамках цього підходу розглядають комунікативні стратегії та тактики як засіб маніпулювання соціальними статусами та взаєминами між мовцями.

Когнітивний підхід – орієнтований на вивчення психологічних процесів, що стоять за використанням комунікативних стратегій та тактик. Дослідження у рамках цього підходу спрямовані на розуміння того, як мовці сприймають та інтерпретують мовні висловлювання, та які когнітивні процеси використовуються для вибору комунікативної стратегії.

Корпусний підхід – заснований на аналізі великих мовних корпусів та статистичних методах. Дослідження у рамках цього підходу спрямовані на виявлення частоти вживання різних комунікативних стратегій та тактик у різних мовних контекстах.

Існує кілька принципів класифікації комунікативних стратегій і тактик у сучасній лінгвістиці. Розглянемо декілька з них:

За типом мовленнєвого акту. Комунікативні стратегії і тактики можна класифікувати за типом мовленнєвого акту, до якого вони належать: заперечення, погодження, запитання, пропозиції тощо.

За типом комунікативного завдання. Цей принцип враховує тип комунікативного завдання, яке стоїть перед співрозмовниками: обговорення, переконання, домовленість, інформування тощо.

За ступенем прямоти та ввічливості. Комунікативні стратегії і тактики можна класифікувати за ступенем прямоти та ввічливості: прямі, не прямі, ввічливі, не ввічливі тощо.

За залученістю емоцій. Цей принцип враховує залученість емоцій до процесу комунікації. Комунікативні стратегії і тактики можна класифікувати на емоційні та не емоційні.

За рівнем складності. Цей принцип враховує рівень складності комунікативної стратегії або тактики. Відповідно, можна виділити прості та складні комунікативні стратегії і тактики.

Кожен з цих принципів має свої переваги та недоліки та може використовуватися в залежності від конкретної мети класифікації комунікативних стратегій і тактик.

Пропозиційні стратегії – це такі комунікативні стратегії, що спрямовані на вплив на оточуючих, переконання їх у чомусь, або переконання в чомусь.

До пропозиційних стратегій можуть належати [21, с. 376]:

1. Аргументація – переконання опонента за допомогою логічних аргументів. Наведені приклади з промов Зеленського :

«Україна має потенціал стати однією з найпроцвітаючих країн у світі. Ми маємо багато талановитих людей, великі природні ресурси та геостратегічне положення. Зараз наша країна перебуває на розломі історії, і я вірю, що ми можемо перетворити цей виклик у можливість. Потрібно створити сприятливі умови для бізнесу, залучити інвестиції та забезпечити економічний зріст. Я закликаю всіх громадян підтримати цей шлях до розвитку і змінити Україну на краще.»

2. Переконання – використання емоційної складової для переконання опонента.

«Наша країна страждає від корупції, бездіяльності та неправильних політичних систем. Але я вірю, що разом ми зможемо змінити цю ситуацію. Ми повинні стати єдиною командою, яка працює на благо нашої країни. Я закликаю політичні партії та громадські організації об'єднатися і працювати разом для досягнення спільної мети - створення сильної та процвітаючої України».

3. Угода – домовленість між сторонами, щоб досягнути спільної мети.

«Я обіцяю вам, що моя адміністрація буде прозорою та відкритою. Ми будемо слухати голос народу і враховувати ваші потреби. Я закликаю вас, громадян України, бути активними учасниками політичного життя країни».

4. Переконання за допомогою авторитету – використання авторитетної особи або джерела для переконання опонента.

5. Виклик до дії – стимулювання опонента до виконання певної дії.

"Ми всі знаємо, що корупція є однією з найбільших загроз для нашої країни. Але прості слова не врятуватимуть нас. Тому я закликаю кожного громадянина долучитися до боротьби з корупцією. Якщо ви станете свідками корупційних випадків, повідомляйте про це, не мовчіть! Разом ми можемо зробити зміни, які зміцнять нашу державу."

6. Залишення без відповіді – використання тиші або відмови від відповіді для підсилення власної позиції.

7. Перекручення фактів – зміна фактів або їхнє викладення таким чином, щоб переконати опонента.

8. Звернення до загальновідомих фактів – використання загальновідомих фактів для підтвердження власної позиції.

«Давайте зізнаємося, що система, яка існує в Україні, не працює на користь людей. Це очевидний факт. Ми бачимо, як багаті стають ще багатшими, а бідні лишаються без захисту. Я пропоную змінити цю ситуацію. Давайте разом створимо систему, в якій кожен громадянин матиме рівні можливості та справедливість. Це вимагає роботи, але разом ми зможемо досягти цілей».

Ці стратегії можуть використовуватися в різних сферах комунікації, включаючи політичну, бізнесову, соціальну та особисту комунікацію.

Стилістичні стратегії – це комунікативні стратегії, які використовують мовні засоби для досягнення певної мети в процесі комунікації. Стилістичні стратегії можуть використовуватися для зміни сприйняття слухачів/читачів про те, що говориться, для підсилення власної позиції або для виклику певної реакції в аудиторії.

Невербальні стратегії є важливою складовою комунікативних стратегій. Ці стратегії включають в себе будь-які невербальні сигнали, які використовуються для комунікації, такі як жести, міміка, тон голосу, контакт з очима та інші.

Невербальні стратегії можуть впливати на сприйняття повідомлень іншими людьми та викликати різні реакції. Наприклад, жести можуть використовуватися для підсилення або зменшення емоційної ваги висловлювань, а міміка може відображати ставлення до того, про що говориться. Невербальні стратегії також можуть використовуватися для забезпечення успішного міжособистісного спілкування. Наприклад, контакт з очима може вказувати на зацікавленість співрозмовника, а прямий тон голосу може відображати впевненість та авторитетність. Вивчення невербальних стратегій є важливою галуззю комунікаційної науки, яка досліджує вплив невербальної поведінки на комунікацію та використовує ці знання для поліпшення міжособистісних взаємодій.

Конверсаційні або розмовні стратегії – це комунікативні стратегії, які використовуються під час спілкування між людьми. Ці стратегії включають в себе такі тактики, як запитання, відповіді, підтвердження, заперечення, короткі відповіді, а також інші.

Деякі приклади конверсаційних стратегій [21, с.65]:

1. Запитання – це стратегія, що використовується для отримання інформації від іншої сторони або для підтримки розмови. Запитання можуть бути відкритими або закритими, загальними або специфічними, залежно від мети спілкування.

2. Відповіді – це стратегія, яка використовується для реагування на запитання або інші комунікативні сигнали від іншої сторони. Відповіді можуть бути короткими або довгими, позитивними або негативними, залежно від контексту.

3. Підтвердження – це стратегія, яка використовується для вираження підтримки або згоди з іншою стороною. Підтвердження можуть бути формальними або неформальними, наприклад, «так», «точно», «зрозуміло» тощо.

4. Заперечення – це стратегія, яка використовується для вираження незгоди з іншою стороною. Заперечення можуть бути прямими або опосередкованими, наприклад, «ні», «це не зовсім так», «я не згоден».

5. Короткі відповіді – це стратегія, яка використовується для надання коротких відповідей на запитання або для зняття напруги в розмові.

Продукційні стратегії – це комунікативні стратегії, спрямовані на продуктивне створення інформації та висловлення думок, ідей або дій. Ці стратегії мають на меті ефективно передавання інформації від джерела до отримувача. Деякі з найпоширеніших продукційних стратегій належать такі [8, с. 115]:

1. Експлікація: це пояснення поняття або ідеї шляхом детального опису, прикладів, аналізу тощо.

2. Дефініція: це визначення поняття або терміну, зазвичай шляхом короткого та точного опису або дослівного відтворення визначення зі словника або іншого джерела.

3. Класифікація: це розподіл об'єктів, понять або ідей на категорії на підставі певних критеріїв.

4. Компаративний аналіз: це порівняння двох або більше об'єктів, понять або ідей, з метою виявлення подібностей та відмінностей.

5. Концептуалізація: це формування або опис певного концепту або концептуальної моделі.

6. Переклад: це передача інформації з однієї мови на іншу з метою спілкування з людьми, які розмовляють на різних мовах.

7. Аргументація: це використання логічних аргументів для підтримки своїх позицій або переконань та впливу на думки, поведінку або відносини інших людей.

8. Надання інструкцій: це передача інформації про те, як щось зробити або виконати, зазвичай шляхом послідовного перерахування етапів чи кроків.

Схематичні стратегії – це комунікативні стратегії, які використовуються з метою узагальнення і структурування інформації. Ці стратегії допомагають організувати інформацію у зручний і легко прийнятний спосіб. [6, с.312]

Згідно з класифікацією дослідниці О. Іссерс, найбільш частотні комунікативні тактики можна виокремити у таких групах:

Тактики, пов'язані зі структурою висловлювання: це може бути використання різних типів питань (загальні, спеціальні, альтернативні тощо), вживання конструкцій зі словами «би», «нехай», «хоч», «поки», «проте» та ін.

Тактики, пов'язані з відношенням до співрозмовника: це може бути використання адресування на ім'я, вживання форм ввічливості, використання звертань типу «пане», «пані», «шановний», «уважний» тощо.

Тактики, пов'язані зі змістом висловлювання: це може бути використання аргументації, доказів, посилок на авторитети, емоційне забарвлення висловлювання, вживання метафор, порівнянь, епітетів тощо.

Тактики, пов'язані з метою висловлювання: це може бути використання тактик переконання, запитання, змушення, прохання, вимоги тощо.

Тактики, пов'язані зі стилем спілкування: це може бути використання певного типу мовлення (офіційне, наукове, публіцистичне, колоритне тощо), вживання сленгу, жаргону, арготизмів тощо.

Однією з основних проблем систематизації комунікативних стратегій і тактик є їх велика кількість та неперервність. Іншими словами, складно визначити точну межу між окремими стратегіями та тактиками, оскільки вони можуть перетинатися та використовуватися в різних комунікативних ситуаціях.

Крім того, варто враховувати, що комунікативні стратегії і тактики є досить контекстуальними і можуть відрізнятися в залежності від культурних, соціальних та інших факторів.

Також, деякі дослідники вважають, що класифікації комунікативних стратегій і тактик є досить умовними та не завжди точними, оскільки вони базуються на об'єктивних та суб'єктивних критеріях.

Крім того, дослідники часто використовують різні терміни та поняття для опису одних і тих же комунікативних явищ, що може створювати певну плутанину та незрозумілість при порівнянні результатів різних досліджень.

Таким чином, систематизація комунікативних стратегій і тактик є складною задачею, що потребує уважного аналізу та врахування різноманітних факторів.

У сучасній лінгвістиці існує кілька підходів до вивчення комунікативних стратегій та тактик, які можуть бути застосовані в мовленнєвій практиці.

Один з підходів – це підхід етнографічного вивчення комунікативної поведінки. Цей підхід зосереджується на вивченні мовленнєвих практик та культурних норм, що визначають ефективність та прийнятність комунікації в різних культурах. Він дозволяє дослідникам зрозуміти, як комунікативні засоби використовуються у конкретних культурах та сприяє побудові ефективної міжкультурної комунікації.

Етнографічний підхід до вивчення комунікативної поведінки полягає у дослідженні комунікативної взаємодії між людьми в їх природному середовищі, враховуючи контекст культури та соціального оточення.

Етнографічний підхід ґрунтується на ідеї, що комунікативна поведінка є однією з форм соціальної взаємодії та взаємодії з культурою в цілому. Такий підхід дозволяє виявити особливості комунікативної поведінки людей у різних контекстах, враховуючи їхні індивідуальний та колективний досвід і переконання.

Психолінгвістичний підхід до вивчення комунікативної поведінки базується на взаємодії мовленнєвого та когнітивного аспектів людської діяльності. Він досліджує, як люди використовують мовлення для взаємодії, як вони сприймають та розуміють мовлення інших, які механізми розвитку мовленнєвих навичок та компетенцій, а також які процеси когнітивного функціонування підтримують мовленнєву діяльність.

Третій підхід – це підхід до вивчення комунікативних стратегій та тактик з точки зору принципів граматики та структури мови. Цей підхід досліджує, як

використовуються граматичні форми, структури та мовленнєві функції для досягнення певних комунікативних цілей.

У сучасній лінгвістиці також активно використовуються когнітивні підходи до вивчення комунікативних стратегій та тактик.

Комунікативна стратегія та комунікативна тактика – це дві взаємопов'язані поняття, які допомагають досягнути певної комунікативної мети.

Підготовчий етап включає в себе визначення комунікативної мети, аналіз адресата та контексту, в якому відбуватиметься комунікація, вибір комунікативної стратегії та комунікативних тактик, які будуть використані в процесі мовлення.

Комунікативна стратегія – це загальна планувальна схема комунікації, яка включає в себе загальний підхід до досягнення комунікативної мети. Вона може визначати основну інтонацію мовлення, загальну структуру мовлення, тип комунікативного акту.

Комунікативна тактика – це конкретний комунікативний засіб, який використовується для досягнення певної комунікативної мети. Це може бути вживання певних слів або фраз, використання невербальних засобів, зміна інтонації та ін.

Власне мовленнєвий етап – це реалізація комунікативної стратегії та комунікативних тактик у мовленні. На цьому етапі спікер використовує різні мовленнєві засоби для досягнення комунікативної мети, враховуючи контекст та сприйняття адресата.

## **2.2 Комунікативна стратегія промови Володимира Зеленського та основні засоби їхньої реалізації**

Володимир Зеленський використовує різні комунікативні стратегії для звернення до громадськості та спілкування з іншими державними лідерами. Основні комунікативні стратегії, які він використовує, включають:

1. Іронія та гумор. Володимир Зеленський відомий своїм гумором та вмінням використовувати іронію в комунікації. Він часто використовує гумористичні вставки та жарти в своїх виступах.

2. Щирість та відвертість. Зеленський намагається бути прямим та відвертим у своїй комунікації. Він говорить про складні проблеми відкрито та звертається до громадськості з проханням допомогти у їх вирішенні.

3. Активне використання соціальних мереж. Зеленський часто використовує соціальні мережі для спілкування з громадськістю та підтримки своєї комунікації.

4. Використання позитивних та оптимістичних повідомлень. Зеленський намагається створювати позитивну та оптимістичну атмосферу в своїй комунікації. Він говорить про можливості та перспективи, а не про проблеми та обмеження.

5. Використання символіки та образів. Зеленський часто використовує символіку та образи, щоб зробити своє повідомлення більш зрозумілим та емоційним. Він використовує образи з кіно та телебачення, які допомагають відтворити певну ситуацію чи проблему.

6. Використання простої мови: Володимир Зеленський використовує просту мову, що дозволяє йому бути зрозумілим для різних груп населення.

Використання образів та аналогій: Володимир Зеленський вміло використовує образи та аналогії для пояснення складних понять та проблем.

7. Апеляція до громадянського духу: Володимир Зеленський часто звертається до громадянського духу та обов'язку кожного громадянина допомагати піднімати рівень життя в країні.

8. Використання повторень: Володимир Зеленський використовує повторення, щоб підкреслити свої думки та ідеї.

9. Активне використання жестикуляції та міміки: Володимир Зеленський активно використовує жестикуляцію та міміку, щоб підкреслити свої слова та передати свої емоції.

10. Використання конкретних прикладів: Володимир Зеленський часто використовує конкретні приклади з реального життя, щоб проілюструвати свої ідеї та думки : *«Саме молоді люди у будь яких державах завжди робили революції, саме молоді люди завжди у будь які часи підіймали свої прапори, само молоді люди завжди починали відстоювати державні інтереси тому що вони менш бояться, бо у них попереду ціле життя».*

11. Також він часто використовує тактику прямої мови та директивних запитань, щоб залучити увагу аудиторії та змусити їх задуматися про певну проблему. Наприклад, він може запитати: *«Хто з вас вважає, що наша країна заслуговує на краще?»*. Зеленський також використовує тактику *«розумний посередник»*, коли він пропонує рішення проблеми, яке вважає оптимальним для всіх сторін конфлікту. Це дозволяє йому створити імідж миру та згоди в політичному процесі.

12. Крім того, Зеленський часто використовує комунікативну стратегію *«люди знають»*, що передбачає посилення на здоровий глузд інших людей як підтримку своїх позицій.

13. Ще одна стратегія, яку часто використовує Зеленський, - це стратегія *«відкритості»*. Він активно взаємодіє зі своєю аудиторією через соціальні мережі та відкриті зустрічі з громадськістю. Це допомагає збільшити довіру до нього та його команди. Найчастіше президент використовує такі фрази *«Великий народ, великої країни»* наголошуючи, що кожний громадянин в державі поціновується і прирівнюється до людини, яка може змінити свою державу.

14. Зеленський також часто використовує стратегію *«зменшення відстані»*, що передбачає використання простої мови та наочних прикладів, щоб створити враження спілкування *«один на один»* з аудиторією. Узявши приклад спілкування зі студентами у Київському університеті імені Тараса Шевченка.

Крім того, він часто використовує комунікативну стратегію *«звернення до емоцій»*, що передбачає використання мови та жестів, щоб сприяти певним емоціям у слухачів:

*«Усі бачать, що таке добре підготовлений український воїн, усі бачать, який результат це приносить спільна праця цієї технологічної зброї, і я, вважаю, так, на жаль, ця війна трагедія, але це також відкриває шлях, що нас точно хочуть бачити в НАТО, ми туди дійдемо»*

15. Іншою комунікативною стратегією, що часто використовує Зеленський, є «побудова образу». Він часто використовує метафори та аналогії, щоб створити яскраві образи та асоціації, що допомагають сприймати його ідеї та позиції:

*«Я вважаю, Україна об'єднала Європу, ми воюємо за спільні цінності всі це побачили, всі це високо цінують. Наше кандидатство це високовартісний процес вийшов через кров тощо. На жаль, така висока ціна відкрила нам в Євросоюз шлях».*

*«Формула миру це потужна, дипломатична зброя. Усі пункти там справедливі та чесні, по відношенню до будь якої держави».*

*«Ізоляція росії повинна бути не тільки санкціями, а реальною дипломатією, яку ви тут вивчаєте, і це дуже дуже важливо, тому нам потрібне щоденно працювати над ініціативами. Це допомога людям, боротьба з голодом, так це дипломатична зброя. росія заблокувала чорне море, і через неї людство перед голодом. Ми розблоковуєм цей голод і даєм людству українське зерно, таких ініціатив потрібно дуже багато».*

### **2.3 Комунікативна стратегія промови Бориса Джонсона та основні засоби її реалізації**

Ось деякі комунікативні тактики, які він використовував у своїй політичній діяльності та підчас інтерв'ю у КНУ імені Тараса Шевченко.

1. Жартівлива мова. Джонсон здатен використовувати гумор і жарти, щоб залучити до себе увагу і звести напругу в складних ситуаціях: *«Добрий день, everybody».*

2. Експресивні жести. Він використовує велику кількість жестів, щоб підсилити свої слова і залучити увагу аудиторії.

3. Використання простих слів. Джонсон уникне важких слів та складних конструкцій, використовуючи зрозумілу та просту мову для звичайних людей.

4. Повторення. Він часто використовує повторення ключових фраз або ідей, щоб запам'ятати їх у людей. *« Ви переможете », « Ви боретесь за свободу у всьому світі », « Україна - сильна і незалежна », « Слава Україні ».*

5. Неочікувані дії . Він часто використовує неочікувані дії, такі як вирішення питання за 24 години або несподіване з'явлення на ринку, щоб підкреслити свою енергію та рішучість.

6. Використання гарних слів. Він вміє говорити на приємному тоні і використовувати компліменти та інші позитивні слова, щоб створити позитивний настрій.

*«Перша за все я хотів би подякувати пану ректору університету за можливість бути тут сьогодні, я був вражений побачити стільки студентів у неділю це справді дуже чудово. Я хотів би подякувати Укрзалізниці за те, що вони мене перенесли мене у своєму чудовому потязі, я був у класному купе і все було фантастично. Дякую Укрзалізниці, вони дуже хоробрі люди. Також хочу подякувати меру Кличко декілька днів тому він зробив мене почесним громадянином Києва. Я дуже радий цьому»*

7. Знання аудиторії – Джонсон знає свою аудиторію та використовує її інтереси та потреби в своїх виступах та заявах.

*«Не слухайте тих, хто говорить про якусь ескалацію».*

Акцент на співпрацю і дружні відносини. Борис акцентує на важливості співпраці та дружніх відносин між двома країнами, підкреслюючи спільні цінності та інтереси:

*«Ми дамо вам те обладнання, яке допоможе вам якомога швидше перемогти. Я гордий, що ми перша країна, яка надішле танки, і ми очікуємо танки з інших країн. Ми також хочемо отримати літаки для народу України нам потрібне більш складне удосконалене обладнання, озброєння усіх видів, яке дозволить вам захистити свою країну»*

Анонсування спільних проєктів – анонсує спільні проєкти, які мають на меті покращення відносин між двома країнами, такі як економічні чи культурні ініціативи:

*«Доля України в НАТО, і я був би дуже радий цьому»*

*«Коли все це закінчиться Україна повинна потрапити в НАТО і в ЄС, ми для вас залишили там місце, там є простір».*

Звернення до історичних та культурних зв'язків: *«Ви живете в історичні, героїчні часи для України. Ви представники героїчного покоління. Ви можете перемогти. Це найважливіше повідомлення, яке я хотів би донести».*

*«Я представляю країну, яка мала імперію у сім разів більше за велику Римську імперію. Хочу сказати, що війна за незалежність закінчується завжди однаково вона закінчується незалежністю і суверенністю України».*

Висловлення підтримки – політик може висловлює підтримку партнерській країні та її становищу у світі, підкреслюючи важливість партнерства в умовах глобалізації та міжнародної співпраці:

*«Ми ваші друзі допоможемо вам закінчити якомога швидше цю війну у 2023 році, це найкраще бути для світу і для України»*

*«Україна заслуговує на всю допомогу, яка тільки можлива»*

*«Я вражений хоробрістю усіх українців, особливо тих, хто служить сьогодні також хочу сказати, що боротьба України це означає що ви боретесь за всіх хто в Молдовії, країнах Балтії, Польщі».*

*«Народ Британії підтримує вас на всі сто відсотків, і ми будемо продовжувати підтримувати вас завжди»*

*«Світ об'єднується через відвагу українського народу, ЗСУ»*

Висловлення співчуття: *«Я бачив дуже багато доказів злочинів російської армії, Буча, Бородянка, мені прикро. Такі злочини повинні переслідуватися, повинен організовуватись трибунал, щоб повернути людей до відповідальності».*

## **Висновки до другого розділу**

Лінгвістичні засоби репрезентації комунікативних стратегій політичного дискурсу Володимира Зеленського та Бориса Джонсона можуть бути дуже різноманітними. Однак, описавши деякі з них, ми можемо підкреслити спільні та відмінні риси їхньої комунікативної стратегії.

Володимир Зеленський: використання жаргону та мовленнєвих образів, що створює враження близькості до молодого покоління та ширшої аудиторії. Використання жартів та гумору, що створює враження доступності та співпраці з аудиторією. Використання популістських девізів, що акцентують на підтримці народу та боротьбі з елітою. Використання формату комунікації, що відповідає сучасним технологіям та способам спілкування (наприклад, відеоблоги, соціальні мережі тощо).

Борис Джонсон: Використання пафосу та риторики, що створює враження авторитетності та впевненості. Використання метафор та символів, що створює враження образного мислення та імпаكتу. Використання формальної мови та академічної лексики, що створює враження культурної еліти та високої кваліфікації.

Використання формату комунікації, що відповідає традиційним підходам до політичного дискурсу (наприклад, прес-конференції, інтерв'ю, виступи в парламенті тощо).

Систематика комунікативних стратегій та тактик включає в себе широкий спектр методів та прийомів, які можуть використовуватися для досягнення різних комунікативних цілей. Деякі особливості цієї систематики включають багатоаспектність: систематика комунікативних стратегій та тактик включає в себе багато різних методів та прийомів, які можуть бути використані для досягнення різних цілей. Ці методи та прийоми можуть бути візуальними, вербальними або невербальними.

Адаптивність: систематика комунікативних стратегій та тактик може бути адаптована до різних ситуацій та аудиторій. Це означає, що комунікатор може

вибрати ті стратегії та тактики, які найбільш ефективні для конкретної ситуації або аудиторії.

Залежність від контексту: ефективність комунікативних стратегій та тактик залежить від контексту, в якому вони використовуються. Наприклад, одна стратегія може бути ефективною в одній ситуації, але не працювати в іншій.

Неоднозначність: деякі комунікативні стратегії та тактики можуть бути неоднозначними, тобто мати декілька різних інтерпретацій. Це може викликати непорозуміння та неправильні тлумачення, які можуть призвести до некоректної комунікації. Також ефективність комунікативних стратегій та тактик може залежати від етнічного та культурного контексту.

## ВИСНОВКИ

У даній роботі були розглянуті загальнотеоретичні основи дослідження сучасної політичної комунікації, зокрема лінгвістична специфіка політичного дискурсу та комунікативні стратегії й тактики, що використовуються в політичному спілкуванні. Також були розглянуті власне лінгвістичні та лінгвориторичні засоби репрезентації сучасного політичного дискурсу.

Вивчення сучасної політичної комунікації є важливим аспектом політичних наук та мовознавства, оскільки вона відіграє суттєву роль у формуванні суспільної думки, впливі на громадян та прийнятті політичних рішень. Знання про лінгвістичні засоби репрезентації політичного дискурсу допомагають розуміти мовні стратегії та тактики, використовувані політичними лідерами та інституціями.

Політична комунікація має свої власні характеристики, які відрізняють її від інших видів комунікації. Це включає використання риторики, переконливості, символів та інших мовних засобів для досягнення політичних цілей. Розуміння цих особливостей допомагає аналізувати та оцінювати політичний дискурс, розпізнавати маніпуляції та критично ставитися до них.

У майбутньому дослідження сучасної політичної комунікації може спрямовуватися на дослідження нових форм інтернет-комунікації, соціальних медіа та їх впливу на політичну поведінку. Також, розширення аналізу культурних та соціальних аспектів політичної комунікації може допомогти краще розуміти її роль у формуванні суспільства і політичних процесів.

Політичні комунікативні стратегії і тактики використовуються в політичному дискурсі для досягнення політичних цілей, впливу на громадську думку, формування образу політичного лідера та мобілізації виборців. Ці стратегії і тактики можуть мати різні форми і ознаки, а їх вибір залежить від конкретних цілей, контексту і аудиторії.

Однією з комунікативних стратегій є риторика, яка включає в себе вміння переконливо і ефективно висловлювати свої погляди та ідеї. Політичні лідери використовують риторичні засоби, такі як переконливі аргументи, емоційне

звернення до аудиторії, вживання переконливих слів і фраз, для того, щоб переконати та залучити громадськість.

Іншою важливою стратегією є медіапрезентація, яка передбачає використання медіа-каналів для комунікації з виборцями. Політичні лідери активно використовують телебачення, радіо, соціальні мережі та інші медіа-платформи для того, щоб залучити увагу громадськості, поширити свої ідеї і вплинути на громадську думку.

Тактики політичного дискурсу можуть включати емоційну маніпуляцію, розповсюдження фейкової інформації, обман, спрямований на отримання підтримки аудиторії. Політичні лідери можуть також використовувати тактики спростування аргументів опонентів, атакування їх особистості або репутації, а також використовувати популістські методи для залучення уваги громадськості.

У підсумку, політичні комунікативні стратегії і тактики є невід'ємною частиною політичного дискурсу. Вони допомагають політичним лідерам ефективно спілкуватися з громадськістю, впливати на її думку та формувати образ політичного лідера. Однак, використання цих стратегій і тактик потребує обережності і етичного підходу, оскільки вони можуть впливати на демократичні процеси та спричиняти маніпуляцію громадськістю.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бутова І. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. Вісник Львів. ун-ту. Серія: Іноземні мови. Львів, 2009. Вип. 16. С. 232–238.
2. Ващук, Т. М. (2007) Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичного дослідження. ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка (33). pp. 182–185.
3. Дяченко Н. М., Халін В. В. Комунікативні стратегії в сучасному українському політичному дискурсі. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки. 2019. № 1 (89). С. 56–62.
4. Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посібник для студ. ВНЗ/ Тетяна Анатоліївна Єщенко. – К. : Академія, 2009. – 264 с.
5. Загнітко Анатолій. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Т.1. – Донецьк: ДонНУ, 2012. – 402 с.
6. Загнітко Анатолій. Словник Сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Т.3. – Донецьк: ДонНУ, 2012. – 426 с.
7. Загнітко Анатолій. Словник Сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Т.4. – Донецьк: ДонНУ, 2012. – 388 с.
8. Ільченко М.Л. Тактики ініціації говоріння в англomовному електоральному дискурсі (на матеріалі передвиборчих теледебатів) / М.Л. Ільченко // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – 2012. – № 1003. – Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Вип. 70. – С. 34–40
9. Кобзева О. О. Структура та функції політичного наративу «вибори президента» / Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2008. – № 38.– С. 161–165.
10. Ковальова, О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації. Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 27, том 2, 2020. С. 101–107.

11. Комуникативно-прагматичні аспекти мовлення: конспект лекцій для студентів факультету лінгвістики напряму підготовки 6.020303 «Філологія» / Уклад. О.В. Дзикович. – К.: НТУУ «КПІ», 2015. – 85 с.
12. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: Текстуалізація реальності: Монографія. Одеса: Чорномор'я, 2007. 156 с.
13. Лук'янець В. С. Сучасний науковий дискурс: Оновлення методологічної культури: (Монографія) / В. С. Лук'янець, О. М. Кравченко, Л. В. Озадовська. – К.: ПАРАПАН, 2000. – 304 с.
14. Лукіна Л.В. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування / Людмила Володимирівна Лукіна // Політикус : наук. журнал. – 2021. – № 2. – С. 75–80.
15. Морська Л. І. Стратегічна компетенція у навчанні іноземних мов: теоретичні та методичні аспекти. – Тернопіль: Вектор, 2012. – 263 с.
16. Нагорна Л. Б. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики / НАН України; Інститут політичних і етнонаціональних досліджень. К.: Світогляд, 2005. 316 с.
17. Пастернак Т. А. Комуникативні стратегії і тактики дискурсу „співбесіда при прийомі на роботу” / Т. А. Пастернак // Studia Linguistica: зб. наук. пр. – К.: Видавн.-поліграфі. центр «Київський університет», 2011.
18. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. -П.: Довкілля – К, 2010. – 712
19. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : монографія. Київ, 2002. 392 с.
20. Славова Л. Л. Комуникативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських Інтернет-джерел). Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. Івана Франка. Житомир. 2006. С. 115-117.
21. Чорна О.О. Комуникативний імідж президента: монографія. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. 300с.
22. Шевчук Н. В. Особливості політичного дискурсу: зміст, функції, жанрове втілення. Вісник ДАКККіМ. Політологія. Вип. 1. 2013. С. 263–269.

23. Штерн І.Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики. Енциклопедичний словник для фахівців з теоретичних дисциплін та гуманітарної інформатики. Київ: АртЕК, 1998. 336 с.
24. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації: [навч. посіб]. / О. В. Яшенкова. – К.: ВЦ “Академія”, 2010. – 312 с.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ТSN Як Зеленський та Джонсон зі студентами спілкувалися [ Електронний ресурс]. – Режим доступу до промови: [Youtube Відео — Як Зеленський і Джонсон зі студентами спілкувалися — Сторінка відео \(tsn.ua\)](#)
2. By Chris Mason Political editor, BBC News [ Електронний ресурс]. – Режим доступу до промови: [Chris Mason, BBC Political Editor - BBC News](#)
3. By Tony Bonsignore & Ione Wells BBC News [ Електронний ресурс]. – Режим доступу до промови: <https://www.bbc.co.uk/news/uk-politics-65001385>
4. By Paul Seddon & Helen Catt BBC News [ Електронний ресурс]. – Режим доступу до промови: [Partygate returns: MPs' inquiry into Boris Johnson explained - BBC News](#)
5. The history place “Willam Lyon Phelps The pleasure of Books” [ Електронний ресурс]. – Режим доступу до промови: [The History Place - Great Speeches Collection: William Lyon Phelps Speech - The Pleasure of Books](#)
6. BBS NEWS UKRAINE, Порошенко, Зеленський і дебати: виборча кампанія чи шоу на стадіоні? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до промови: [Порошенко, Зеленський і дебати: виборча кампанія чи шоу на стадіоні? - BBC News Україна](#)