

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ СТОРІТЕЛІНГУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА
(НА МАТЕРІАЛІ ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ДМИТРА КУЛЕБИ)**

Кваліфікаційна робота

освітнього ступеня «бакалавр»
студентки IV курсу
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,
спеціальності 035 «Філологія»,
спеціалізації 035.01 «Українська
мова і література», ОПП «Українська
і англійська мови: переклад та
редагування»

Ольга Романівна ЧУМАК

Науковий керівник:

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

Святослав ШЕВЕЛЬ

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри
української мови та прикладної лінгвістики

№ 16 від 11 червня 2025 року

завідувач кафедри

к.філол.н., доц. **Сергій РІЗНИК**

КИЇВ – 2025

Анотація

У бакалаврській роботі досліджено лінгвальні параметри сторітелінгу як інструменту ефективної політичної комунікації. Актуальність теми зумовлена зростанням ролі емоційно забарвлених наративів у сучасному політичному дискурсі та недостатньою увагою до цього феномену в українській лінгвістиці. Об'єктом дослідження є політичний дискурс, а предметом – мовні засоби сторітелінгу у виступах політичних лідерів, зокрема Дмитра Кулеби.

Метою роботи є виявлення та характеристика лінгвістичних засобів, що забезпечують ефективність сторітелінгу в політичному мовленні, а також аналіз їхнього впливу на формування іміджу політика й сприйняття аудиторією. Для досягнення мети було визначено низку завдань: проаналізувати наукові підходи до сторітелінгу, класифікувати його мовні ознаки, дослідити їхню реалізацію у публічних виступах і з'ясувати їхню роль у впливі на виборців.

У роботі застосовано комунікативно-прагматичний, дискурс-аналіз, психолінгвістичний і когнітивний підходи. Методологічне поєднання цих напрямів дозволило комплексно дослідити як структурні, так і функціональні аспекти сторітелінгу. Використано контент-аналіз, кейс-стаді та компаративний аналіз для глибшого розуміння мовної реалізації політичних наративів.

У результаті дослідження виявлено, що сторітелінг у політичній комунікації виконує низку функцій – емотивну, мотиваційну, ідентифікаційну – і реалізується через лексико-семантичні, синтаксичні, структурно-текстові та мультимодальні засоби. Доведено, що використання сторітелінгу сприяє формуванню довіри до політичного діяча, посиленню впливу політичного повідомлення та створенню емоційного зв'язку з аудиторією.

Отримані результати мають наукову новизну й практичну значущість для подальших досліджень у галузі політичної лінгвістики, а також можуть бути

використані у виборчих кампаніях, політичному консалтингу та стратегічних комунікаціях.

Ключові слова: політичний дискурс, сторітелінг, лінгвістичні засоби, комунікативно-прагматичний підхід, психолінгвістика, політична комунікація, імідж політика, наратив.

Annotation

This bachelor's thesis explores the lingual parameters of storytelling as a tool for effective political communication. The relevance of the topic is driven by the increasing role of emotionally charged narratives in contemporary political discourse and the insufficient attention to this phenomenon in Ukrainian linguistics. The object of the study is political discourse, while the subject is the linguistic means of storytelling used in the speeches of political leaders, particularly Dmytro Kuleba.

The aim of the thesis is to identify and characterize linguistic tools that ensure the effectiveness of storytelling in political speech and to analyze their influence on the formation of a politician's image and audience perception. To achieve this goal, a range of tasks was defined: to analyze scientific approaches to storytelling, classify its linguistic features, examine their implementation in public speeches, and determine their role in influencing voters.

The study applies communicative-pragmatic, discourse-analytic, psycholinguistic, and cognitive approaches. This methodological combination made it possible to comprehensively explore both the structural and functional aspects of storytelling. Content analysis, case studies, and comparative analysis were employed to deepen the understanding of how political narratives are linguistically constructed.

The research revealed that storytelling in political communication performs several functions – emotive, motivational, and identificational – and is realized through lexico-semantic, syntactic, structural-textual, and multimodal means. It has been proven that the use of storytelling contributes to building trust in political

figures, enhances the impact of political messaging, and fosters emotional connection with the audience.

The obtained results possess scientific novelty and practical value for further research in the field of political linguistics. They may also be applied in election campaigns, political consulting, and strategic communication.

Keywords: political discourse, storytelling, linguistic means, communicative-pragmatic approach, psycholinguistics, political communication, politician's image, narrative.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ I. Загальнотеоретичні аспекти сторітелінгу в сучасній комунікативній лінгвістиці.....	9
1.1. Політичний дискурс у сучасній комунікативній лінгвістиці.	9
1.2. Лінгвістичні аспекти сторітелінгу у політичній комунікації.	23
РОЗДІЛ II. Лінгвальні засоби сторітелінгу в політичній комунікації Дмитра Кулеби.....	27
2.1. Лексико-семантичні засоби політичного сторітелінгу.....	27
2.2. Синтаксичні засоби політичного сторітелінгу.....	32
2.3. Структурно-текстові та мультимодальні засоби політичного сторітелінгу.....	36
РОЗДІЛ III. Лінгвальні засоби репрезентації іміджу Дмитра Кулеби.....	40
3.1. Сторітелінг та лінгвістичний імідж Дмитра Кулеби.....	40
3.2. Іміджеві стратегії й тактики лінгвальної репрезентації Дмитра Кулеби.....	45
ВИСНОВКИ.....	48
ЛІТЕРАТУРА.....	50
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Актуальність – вивчення впливу сторітелінгу на успішність фінального результату комунікації з аудиторією необхідно вивчати тому що знання інструментів, що використовуються для впливу на широку аудиторію, допоможуть отримати комплексне розуміння впливу сторітелінгу на свідомість виборців. розуміння структури сторітелінгу і потенціалу застосування лінгвістичних засобів у формуванні успішної комунікації в політиці дають можливість цій сфері розвиватися активніше і давати кращі результати у майбутньому. Також, застосовуючи матеріал дослідження можливо аналізувати методи, що застосовують діячі у своїх виступах, та застосовувати набуті дані для покращення політичної комунікації в Україні та на міжнародній арені.

Свідченням про актуальність даного питання і необхідність провести дане дослідження є достатньо нешироке преставлення цієї теми серед вітчизняних дослідників і науковців.

У сучасному політичному дискурсі все більшої ваги набуває не лише передача інформації, а й створення емоційно забарвлених і переконливих наративів, здатних впливати на свідомість виборців. Одним із провідних інструментів такої комунікації виступає сторітелінг – метод, що поєднує інформативність із емоційним залученням аудиторії. Саме сторітелінг дозволяє політичним лідерам не просто повідомляти факти, а й формувати певний образ, апелювати до цінностей, досвіду та емоцій адресатів.

Попри зростаючу популярність сторітелінгу в політичному мовленні, лінгвістичні механізми його реалізації залишаються недостатньо дослідженими, особливо в українському науковому контексті. Зокрема, досі не окреслено в повній мірі, які саме мовні засоби забезпечують ефективність політичного сторітелінгу, яким чином вони сприяють формуванню публічного іміджу політика та яким є їхній вплив на сприйняття цільової аудиторії. Таким чином, актуальною науковою проблемою є необхідність комплексного аналізу

лінгвістичних параметрів сторітелінгу в політичному дискурсі, з особливим акцентом на комунікацію українських політичних діячів.

Мета дослідження – розробити систематику різнорівневих мовних засобів, що формують оповідні структури сучасного політичного лідера.

Досягнення мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- ситематизувати новітні наукові підходи до тлумачення понять «політичний дискурс» та «політичний сторітелінг»;

- виокремити та детально схарактеризувати лексико-семантичні, синтаксичні, структурно-текстові та мультимодальні лінгвальні засоби сторітелінгу в політичній комунікації;

- дослідити стратегії й тактики лінгвальної репрезентації іміджу політичного лідера.

Об'єктом дослідження – публічна комунікація Дмитра Кулеби як політика.

Предметом дослідження – лінгвальні засоби сторітелінгу та формування іміджу публічної репрезентації Дмитра Кулеби.

Методологічна база дослідження ґрунтується на низці сучасних лінгвістичних і міждисциплінарних підходів, які дозволяють комплексно розглядати феномен політичного сторітелінгу. Одним із ключових є комунікативно-прагматичний підхід, що передбачає аналіз політичного мовлення як процесу цілеспрямованої комунікації, в якій важливими є не лише зміст висловлювань, а й наміри мовця, очікувана реакція адресата, а також соціально-комунікативний контекст.

Дослідження спирається на **методи** синтаксичного та лексико-семантичного аналізу, які дозволяють виявити мовні конструкції, що викликають емоційний відгук і підсилюють аргументацію в політичних виступах. Вивчення синтаксичних структур, стилістичних прийомів та слововживання допомагає окреслити особливості побудови ефективних політичних наративів. У свою чергу, когнітивний підхід дозволяє зосередитися на тому, як за допомогою мови політики впливають на

когнітивні схеми аудиторії, формуючи її уявлення про політичну реальність, події та особистості.

Наукова значимість дослідження полягає в розширенні теоретичної бази політичної комунікації, зокрема в аспекті аналізу сторітелінгу як одного з ефективних інструментів впливу на публічну свідомість. Дослідження сприяє глибшому розумінню лінгвістичних параметрів сучасного політичного дискурсу й дозволяє сформулювати нові підходи до аналізу політичних текстів. Важливим є також встановлення ролі мовних засобів у формуванні публічного іміджу політичних лідерів – зокрема з'ясування того, як використання метафор, риторичних стратегій та синтаксичних конструкцій впливає на створення цілісного образу політика в очах виборців.

Зважаючи на те, що лінгвістичні аспекти політичного сторітелінгу в Україні досліджені недостатньо, запропоноване дослідження має потенціал заповнити певну прогалину у вітчизняній науці. Воно становить внесок у розвиток української лінгвістики, політичної риторики та комунікативних студій.

Прагматичне значення роботи полягає в її потенційній користі для практики політичної комунікації. Отримані результати можуть бути використані політтехнологами, консультантами та стратегами під час розроблення виборчих кампаній. Знання про ефективні лінгвістичні прийоми сторітелінгу може сприяти оптимізації публічних виступів, формуванню переконливого політичного іміджу та мобілізації електоральної підтримки. Крім того, дослідження може позитивно вплинути на розвиток політичної культури, зміцнення демократичних процесів і вдосконалення взаємодії між владою та громадянським суспільством в Україні.

РОЗДІЛ І

ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТОРІТЕЛІНГУ В СУЧАСНІЙ КОМУНІКАТИВНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Політичний дискурс у сучасній комунікативній лінгвістиці.

Варто почати із визначення самого поняття дискурсу. Визначення цього поняття не є однозначним, і у різних дослідників і науковців є розбіжності у поглядах на це питання. Складність розгляду даного поняття пов'язане з тим, що воно пов'язане із багатьма галузями, що ускладнює уніфікацію визначення. Поняття дискурсу зустрічається нам у таких науках як філософія, психологія, соціологія, медицина, право, лінгвістика і теорія комунікації - і в кожній з названих сфер потрактування може дещо різнитись. На загал, якщо розглядати дискурс як фрагмент лінгвістичних досліджень, то його можна потрактувати як мовлення, “занурене в життя”, або як “письмовий, зв'язаний текст” [28]

У сучасній лінгвістичній науці дискурс часто асоціюється з такими категоріями, як висловлювання, мова, мовленнєва діяльність, текст, діалогічна або монологічна взаємодія, а також комунікативна ситуація. Така близькість понять дозволяє окреслити загальне коло явищ, до яких належить дискурс, однак водночас може спричинити помилкове ототожнення цих феноменів.

На сьогоднішній день у межах функціонально-комунікативного підходу дискурс розглядається як базовий прояв щоденної комунікативної практики людини. Його тлумачать як складну форму спілкування, яка охоплює не лише сам текст, але й низку позамовних чинників – таких як фонові знання, переконання, наміри й цілі учасників комунікації, без урахування яких повноцінне розуміння повідомлення є неможливим [5].

Складність цього поняття засвідчена і у більш давніх матеріалах: до прикладу, послісемічний характер терміна “дискурс” вперше було зафіксовано це у 19 столітті - у “Німецькому словнику”, укладеному братами Грімм у 1860 році було подано такі потрактування цієї лексичної одиниці:

- 1) розмова, діалог;

2) промова, лекція [36].

Як бачимо, тяглість множинності значень цього терміну починається ще з 19 століття. Як лінгвістичний термін вперше поняття “дискурс” було використано ще у ХІХ столітті [28].

У 1950-х роках американський мовознавець і соціолог Зелліг Гарріс публікує працю під назвою «Аналіз дискурсу», де вперше застосовує термін «дискурс» у лінгвістичному контексті [38]. Він трактує дискурс як «послідовність усних або письмових висловлювань, здійснених однією або кількома особами в певній ситуації». Трохи пізніше французький лінгвіст Еміль Бенвеніст у своїх наукових роботах вживає поняття *discours* в іншому значенні. Він характеризує його як мову, яку мовленнєво «присвоює» мовник. На думку дослідника, дискурс – це будь-який вислів, що передбачає наявність учасників комунікації: мовця, слухача, а також прагнення мовця впливати на свого адресата. Бенвеніст чітко розмежовує сам мовленнєвий акт (дискурс) і його результат – текст. У наукових працях останніх років неодноразово робилися спроби впорядкувати й класифікувати існуючі визначення поняття «дискурс».

Поняття «дискурс» у сучасній лінгвістиці розглядається як одне з ключових і багатогранних, що має різні підходи до тлумачення залежно від мети дослідження, методологічних засад та сфери застосування. У процесі осмислення цього терміна сформувалося кілька поглядів, кожен із яких висвітлює окремі аспекти його природи та функціонування в комунікативному просторі.

Перший із таких підходів трактує дискурс як живу комунікативну подію, яка відбувається між учасниками спілкування у певних умовах і обставинах. Ця подія може бути реалізована як у формі усного мовлення (наприклад, діалог, промова, виступ), так і у вигляді письмового тексту (стаття, лист, доповідь тощо). При цьому важливу роль відіграє не лише форма, а й змістовне наповнення, яке залежить від контексту ситуації, типу комунікації, соціального статусу учасників, їхніх намірів, знань і досвіду. У межах цього

підходу дискурс розглядається не ізольовано, а як частина ширшого когнітивного й соціального процесу, що включає взаємодію думок, цінностей, переконань та інтерпретацій реальності.

Другий підхід фокусується на дискурсі як сукупності взаємопов'язаних текстів, які об'єднуються навколо певної теми, ідеї чи проблематики. У цьому розумінні дискурс виходить за межі одного конкретного тексту і постає як цілий інтертекстуальний простір, у якому кожен окремий текст є елементом складної системи. Така система формується завдяки зв'язкам між текстами, які перегукуються змістом, стилістичними особливостями, термінологією або способом подачі матеріалу. Повноцінне розуміння дискурсу, отже, можливе лише тоді, коли враховується не лише зміст одного повідомлення, а й взаємодія з іншими текстами, що функціонують у тій самій тематиці або сфері.

Обидва ці підходи мають практичну цінність і не є взаємовиключними. Навпаки, їхнє поєднання дозволяє здійснити більш повний і глибокий аналіз мовних явищ, зокрема тих, що мають соціальне, політичне, культурне чи наукове значення. Урахування як ситуативно-комунікативного, так і інтертекстуального підходів дає змогу дослідити дискурс у його багаторівневій складності, простежити, як формується значення в процесі комунікації, та з'ясувати, яким чином мова впливає на сприйняття дійсності.

Як вже було сказано раніше, у сучасному мовознавстві термін «дискурс» трактується неоднозначно, що зумовлює наявність кількох підходів до його визначення, тож варто розглянути деякі з них.

Комунікативний (функціональний) підхід розглядає дискурс як мовленнєву взаємодію, вербальну комунікацію або мовне функціонування. У межах цього підходу дискурс може інтерпретуватися як діалогічне висловлювання, розмова або мова, яка подається з точки зору мовця, на відміну від оповіді, яка не фокусується на суб'єктивній позиції. Дискурс у цьому контексті визначається як знакова система, що формується в конкретному часово-просторовому, соціальному та суб'єктивному контексті.

Структурно-синтаксичний підхід ототожнює дискурс із фрагментом тексту, що перевищує межі одного речення, тобто з надфразною єдністю чи абзацом. Основною ознакою дискурсу тут виступає смислова зв'язність між реченнями.

Структурно-стилістичний підхід акцентує увагу на специфіці усного мовлення, у якому структура є менш впорядкованою, домінують асоціативні зв'язки, виражена ситуативність, контекстуальна залежність, спонтанність та стильова варіативність.

Соціально-прагматичний підхід трактує дискурс як текст, занурений у реальну ситуацію спілкування, як мовленнєву діяльність, що має соціальні або ідеологічні рамки. У цьому випадку дискурс розглядається як своєрідна «мова всередині мови», що функціонує в межах певної соціальної спільноти та має власну текстову реалізацію [5].

Наступним поняттям, що стане ключовим у подальшому аналізі прикладного матеріалу, що надається у цій роботі, є політичний дискурс. Ми виокремлюємо його як один із підвидів загального поняття дискурсу.

У сучасній лінгвістиці політичний дискурс посідає провідне місце в межах політичної лінгвістики, що, у свою чергу, є складником ширшої дисципліни – дискурсології. Дослідження в цій галузі спрямовані на вивчення особливостей мовлення в політичному контексті, зокрема, текстово-комунікативних, риторичних та мовленнєвих характеристик [15].

В аспекті прагматики політичний дискурс досліджує Т. Ващук. Вона розглядає його як усну або письмову форму мовлення, що реалізується не лише словами, а й через екстралінгвістичні засоби, і завжди функціонує в конкретному ситуативному контексті, маючи при цьому чітке прагматичне навантаження [1, с. 183].

Інший підхід пропонує львівська лінгвістична школа. Її представники вважають політичний дискурс зв'язним повідомленням (як вербальним, так і невербальним), яке формується в межах політичної взаємодії з урахуванням

соціокультурних, психологічних, прагматичних та інших чинників, що впливають на комунікацію [17, с. 158-162].

Ці підходи перегуковуються з поглядом Н. Кондратенко, яка застосовує комунікативно-дискурсивну перспективу. Вона трактує політичний дискурс як прояв політичної комунікації, де текст актуалізується у взаємодії між політичним суб'єктом (наприклад, політиком чи партією) і його адресатом – виборцем чи громадськістю [14, с. 12].

Загальне й лаконічне визначення політичний дискурс наводить К. Серажим: це, на її думку, «текст, зумовлений ситуацією політичного спілкування» [26, с. 240].

Не менш цікаву інтерпретацію дає Г. Касіян, яка вводить поняття «суспільно-політичний дискурс». Його вона трактує як сукупність як усних, так і письмових повідомлень, а також культурних традицій, мовленнєвих норм і комунікативного досвіду, характерного для соціально-політичної сфери [12, с. 12].

На думку Л. Славової, політичний дискурс охоплює всі мовленнєві дії в межах публічної політики, що сформувалися на основі історичних і культурних традицій та перевірені суспільною практикою [27, с. 67].

Також можемо сказати, що політичний дискурс можна розглядати як форму рефлексивної мовленнєвої взаємодії, що має місце у сфері політики й охоплює тексти, пов'язані з політичними процесами, зокрема – здобуттям, збереженням і реалізацією владних повноважень у державі. У науковому дискурсі політичну комунікацію часто розглядають як цілісне висловлювання, що має виразне прагматичне спрямування – передусім залучення аудиторії до політичної взаємодії. Політичний дискурс поєднує в собі риси як усного мовлення, так і писемного тексту, доповненого системою семіотичних засобів – від паралінгвістичних (жести, інтонація) до екстралінгвістичних (контекстуальні умови, символіка, візуальні маркери). Він функціонує в межах демократичного простору, проте підпорядковується чіткій інституційній структурі, що вимагає дотримання ієрархічних норм [20].

У центрі цієї взаємодії – мова, що виступає основним інструментом у боротьбі політиків за владу та підтримку електорату. Саме мовлення дозволяє не лише формувати політичні меседжі, але й впливати на свідомість та поведінку аудиторії.

Науковці виділяють кілька ключових аспектів, що роблять мову ефективним засобом соціального контролю та впливу: [21, с. 419]

а) цілеспрямований вибір мовних елементів при формуванні повідомлень, що дозволяє впливати на зміст і сприйняття;

б) багатозначність слів та їх здатність викликати різні емоційні реакції або асоціації – одне й те саме явище можна описати по-різному, залежно від інтенцій мовця;

в) гнучкість і відкритість мовної системи – лексика постійно оновлюється, а вже наявні слова можуть набувати нових значень у змінених контекстах;

г) структура мови вважається дзеркалом соціальних і політичних відносин, вона відображає усталене уявлення про владу та її легітимність у суспільстві.

Як одиниця комунікативної лінгвістики, політичний дискурс розглядається як зв'язний текст (усний чи письмовий), виражений за допомогою вербальних та невербальних засобів, зумовлений ситуацією політичного спілкування у сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами [1].

Цей дискурс є інструментом соціальної влади, що реалізується через добір мовних засобів, складність вербальних одиниць, відкритість мовної системи та відображення ставлення до влади.

Вивчення політичного дискурсу ініційоване лінгвістичними потребами, політологічними проблемами та соціальним замовленням, спрямованим на розуміння політичної комунікації.

Сучасний політичний дискурс характеризується широким "розчиненням" у ЗМІ, що сприяє поглибленому інтересу до політичної комунікації та формує політичну культуру суспільства .

Таким чином, політичний дискурс є складною системою, що поєднує мовні та позамовні засоби для досягнення прагматичних цілей у політичному процесі.

Перш за все варто визначитись з самим поняттям сторітелінгу, що є ключовим у даному дослідженні. Проаналізувавши декілька робіт, присвячених цьому питанню, і узагальнивши викладену у них інформацію, можемо навести таке визначення даного терміну: Сторітелінг - це процес створення і використання у визначених цілях сюжетних історій, що відображають частину дійсності мовця, і застосовуються з метою впливу на аудиторію через зміну емоційного стану адресата, і реалізації інтенцій мовця. Використання історій, що лежить в основі самого поняття сторітелінгу, є засобом маніпулятивного впливу на свідомість мовця, оскільки в такому процесі застосовується принцип сугестії, внаслідок чого підвищується ймовірність успішного завершення акту персвазії, яким у даному випадку є процес комунікації.

Сам термін походить від англійського слова “storytelling”, що позначає написання, розповідання, читання історій. Термін *сторітелінг* (англ. *storytelling*) має англословне походження й утворений шляхом складання двох лексичних одиниць: *story* (історія, розповідь) та *telling* (розповідання, повідомлення). У буквальному перекладі *storytelling* означає «розповідання історій». [41]

Слово *story* походить від латинського *historia*, що означало «розповідь про минуле», «опис подій». Згодом у середньоанглійській мові воно набуло значення «оповідь» або «вигаdana історія» [40].

Друга складова – *telling* – є герундієвою формою дієслова *to tell*, яке має германське походження (*tellan* у давньоанглійській мові), що означає «говорити», «оповідати», «рахувати» або «давати свідчення». У сучасному вживанні *telling* позначає дію передачі інформації, оповідання чогось іншим.

Таким чином, термін *storytelling* у сучасному розумінні об’єднує акт побудови та передачі оповіді, незалежно від її жанру, обсягу чи засобів

вираження. Це може бути як усна розповідь, так і письмовий текст, візуальний наратив або мультимодальне повідомлення.

У сучасній гуманітаристиці *storytelling* розглядається не лише як мовна чи літературна практика, а як потужна комунікативна стратегія, яка дає змогу структуровано передавати досвід, формувати смисли, впливати на емоції та поведінку реципієнта. Саме тому термін активно використовують у політичній риториці, медіа, освіті, психології, брендингу тощо.

Такі історії завжди залучають емоційну складову - вони можуть оповідати про реальних чи вигаданих персонажів, бути смішними, печальними або повчальними, та у будь-якому разі апелювати до емоцій адресата. Такий підхід покращує сприйняття аудиторії, з більшою імовірністю мотивує слухачів до дій і як наслідок дає можливість отримати високі результати,

Поняття сторітелінгу вперше отримало широку практичну реалізацію завдяки ініціативі Девіда Армстронга, очільника американської компанії *Armstrong International* [42]. Його метою було знайти дієвий спосіб підвищення ефективності внутрішньої комунікації та полегшення входження нових працівників у колектив. Армстронг зробив акцент на використанні оповідей як інструменту передачі досвіду й мотивації. Він виходив з того, що інформація, подана у формі історії, сприймається легше, викликає сильніші емоції, краще запам'ятовується і, зрештою, справляє більший вплив на поведінку слухачів [35]. Саме це й стало підґрунтям для формування сторітелінгу як ефективної комунікативної стратегії. З часом така форма подачі почала використовуватись не лише в корпоративному середовищі, а й набула популярності у сфері маркетингу, освіти, публічних виступів і, зокрема, політичної риторики [34].

У сучасній комунікації сторітелінг має широке використання, оскільки у будь-якій сфері використання цього елемента підвищує довіру аудиторії і покращує залученість у комунікаційний процес.

Звичайно, найпершою галуззю, у якій первинно застосовувався сторітелінг, була і залишається література. Первинно сторітелінг існував як

засіб передання зашифрованих у символах знань, що були узагальнені у вигляді сюжетної історії, що полегшувало запам'ятовування. Сьогодні концепція мети оповідання історій змінилась, але незмінним лишилось використання персонажів і сюжетів у різних сферах людської діяльності для різних потреб. Наразі сторітелінг застосовується, до прикладу, у бізнесі. [31]

Сторітелінг у сучасному дискурсі розглядається як інноваційний підхід до побудови текстів і публічних виступів, що ґрунтується на передачі інформації через структуру сюжетної оповіді. На відміну від традиційного, інформативного чи інструктивного викладу, наративна форма передбачає залучення емоційної складової, яка посилює ефективність комунікації. Добре сконструйована історія здатна викликати у реципієнта широкий спектр емоцій – від співчуття й емпатії до захоплення, довіри та відчуття приналежності. Емоційно забарвлена інформація не лише краще запам'ятовується, а й сприяє формуванню особистісного зв'язку між мовцем і слухачем. Використання сторітелінгу у політичній комунікації підвищує довіру електорату до політичного лідера, що у своїх зверненнях використовує елемент сторітелінгу.

У політичному контексті сторітелінг виконує низку важливих функцій: він допомагає лідеру створити образ "свого серед своїх", посилює ідентифікацію з аудиторією, а також пом'якшує враження від маніпулятивного впливу. На відміну від прямолінійної агітації чи рекламного заклику, сторітелінг створює простір для критичного осмислення: слухач отримує можливість зробити висновки самостійно, що підвищує рівень довіри до мовця.

Таким чином, політик у наративному форматі постає не як авторитарний мовник, який нав'язує певну позицію, а як співрозмовник, який ділиться досвідом, цінностями та баченням. Цей підхід формує ефект «інформаційної близькості», що є надзвичайно важливим у контексті виборчих кампаній та публічної політичної комунікації загалом.

У своїх дослідженнях політичних наративів С. Грот розглядає політичний сторітелінг як багатофункціональний інструмент, що виконує низку важливих

завдань у політичній комунікації. Зокрема, можна виокремити такі ключові функції:

1. трансформування складних політичних процесів у зрозумілі, доступні для широкої аудиторії історії;
2. закріплення певного бачення політичної системи та формування ставлення до неї;
3. ефективне донесення політичних меседжів до супротивників та просування власних ідей;
4. вплив на політичні процеси через контроль над наративами; формування та коригування громадської думки, зокрема з метою нейтралізації небажаних політичних настроїв;
5. функціонування як ідеологічний інструмент, що інтерпретує соціокультурні та політичні реалії;
6. створення колективних ідентичностей, які можуть відмежовувати «своїх» від «чужих», нав'язуючи національні або расові категорії;
7. стимулювання колективної дії та мобілізація спільнот.

Таким чином, політичний сторітелінг не лише передає інформацію, а й активно формує політичну реальність, ідентичності та поведінку громадян [37].

У науковому дискурсі термін «наратив» вже тривалий час привертає увагу дослідників, які неодноразово зверталися до проблеми визначення його ключових, конститутивних ознак. У процесі наукового аналізу виділяються домінантні складові цього поняття, оскільки саме спосіб побудови оповіді, її індивідуальна авторська подача, формує сприйняття тексту його адресатом – читачем. Можна стверджувати, що наратив є не лише структурною одиницею літературного твору, а й інструментом впливу на рецептивні механізми інтерпретації. Один із загальноприйнятих варіантів визначення терміна трактує «наратив» як об'єкт і одночасно акт повідомлення про реальні або вигадані події, здійснений одним або кількома нараторами і адресований одному або декільком нараторам [18].

Водночас поняття «нараторологія» репрезентується значно ширше: воно позначає окрему галузь гуманітарного знання – теорію наративу, покликану вивчати особливості його структури, функціонування, жанрово-типологічних характеристик, а також когнітивні й комунікативні аспекти оповідей. Нараторологічний підхід дозволяє дослідити як універсальні механізми формування розповіді, так і специфіку окремих культурних і соціальних контекстів, у яких ці наративи виникають і функціонують.

Сам термін «наратив» вперше був запропонований відомим французьким літературознавцем Цветаном Тодоровим, що засвідчує його глибоку інтеграцію в європейську гуманітарну традицію дослідження тексту як складної комунікативної структури [4, с. 476].

Зазвичай у межах літературознавства термін «наратив» уживається стосовно художнього тексту, який містить оповідь із певною фабулою, сюжетом та чіткою послідовністю подій. Така послідовність подій організовується відповідно до внутрішньої логіки тексту і відображає бачення світу, закладене автором.

Проте в останні десятиліття спостерігається активне розширення сфери вживання поняття «наратив» поза межами літературної царини. Зокрема, у політичній сфері воно набуло нових значень і функцій. У цьому контексті політичний наратив розглядається як специфічно організований зміст, за допомогою якого передаються політичні ідеї, концепти та ідеологеми. Такий зміст вербалізується через тексти, що функціонують у публічному просторі, зокрема через засоби масової інформації, політичні виступи, офіційні документи та інші комунікативні формати.

Політичний наратив, у цьому розумінні, є не просто формою подачі інформації, а складним «гіпертекстом», у якому відбивається багатоголосся політичних акторів. Кожен з учасників політичного процесу має свій власний наратив, що транслює його позицію, цінності та оцінки. Це створює розмаїття поглядів і водночас сприяє формуванню загальної картини політичної дійсності.

Як зазначає С. А. Жаботинська [8, с. 32-33], політичний наративний концепт – це ментальний образ, що акумулює в собі значущу політичну інформацію і є результатом обробки великого масиву текстових повідомлень, переважно медійного характеру. Ці концепти, маючи ідеологічну та світоглядну основу, впливають на сприйняття реальності, формуючи у масовій аудиторії певні уявлення про політичні події, явища і процеси [39, с. 2].

Важливо підкреслити, що ефективність політичного наративу полягає у його здатності не просто інформувати, а викликати емоційну реакцію, сформувати певне ставлення до об'єкта чи суб'єкта політичного дискурсу. Саме тому політичні наративи будуються як багаторазово ретрансльовані історії, що подаються у різних варіантах, з різним ступенем деталізації, верифікації та з різноманітними оцінними конотаціями. Ці особливості дозволяють наративу бути гнучким інструментом впливу, що адаптується до запитів аудиторії та змінюється відповідно до соціально-політичного контексту [8].

Таким чином, наратив у політичному дискурсі виконує низку важливих функцій: когнітивну, ідеологічну, маніпулятивну та ідентифікаційну. Він сприяє формуванню спільного бачення політичної реальності, консолідації або поляризації суспільства та легітимації певних політичних стратегій і рішень.

У політичному дискурсі сторітелінг застосовується щоб залучити емоційну складову у процесі сприйняття тексту аудиторією. Якщо порівняти два підходи до викладу інформації, то ми побачимо, що якщо застосовувати сторітелінг як інструмент політичної комунікації, то адресант більш охоче буде сприймати інформацію, аніж коли звертання політика є просто перерахуванням фактів.

Застосування методів сторітелінгу підвищує довіру між електоратом та політичним лідером, оскільки коли політик стає “героєм” своєї історії, через що зростає рівень емпатії у адресанта.

Сторітелінг як концепт включає у себе методи побудови історії, що застосовуються, до прикладу, у письменництві. Джозеф Кемпбелл, у своїй праці “Герой з тисячею обличч” детально описує базові методи творення історії про героя. У політичному дискурсі ці фрагменти є не настільки очевидними і значно трансформуються, але вони завжди є присутніми, тому що вони є необхідними для функціонування історії [13].

Перш за все, історія неможлива без героя. У даному дискурсі героєм є сам політик, як основна діюча особа. Будь яка історія містить у собі конфлікт - інакше історія не зможе існувати і розвиватися. У політичному дискурсі конфлікт твориться у політичній сфері, враховуючи обставини, у яких твориться текст. Конфлікт сам по собі є абстрактним поняттям і не може існувати без діяча. В аспекті сторітелінгу таким діячем, що створює конфлікт і сприяє його розвитку є антагоніст. В політичному дискурсі антагоністом можуть бути конкретні люди чи ж абстрактні одиниці - більш загальні поняття, що є радше образом чи концептом аніж справжнім діячем. Головний герой - політик - може виступати проти представників опозиції, або ж основної політичної сили в країні, якщо конкретний визначений герой сам є представником опозиції; герой може виступати проти систем - влади загалом, судової системи, тощо; або ж бути поборником проти негативно конотованих загальних понять, таких як корупція, нерівноправ'я і тому подібне, втіленням яких будуть антигерої, як діючі особи “ворожої сили”.

Творення образу героя починається з оповіді героя про себе (якщо мова йде про соціальні мережі конкретного політика, де він самостійно висвічує події зі свого життя, або ж закликає свою аудиторію до певних дій). Автобіографічні дописи стають прикладами реалізації сторітелінгу у політиці, коли у них з'являються основні складові для історії, що були перелічені вище - герой, антагоніст, конфлікт як середовище історії.

У сучасному інформаційному середовищі дедалі більшу роль відіграє не лише зміст повідомлення, а й форма його подачі. Дослідження вказують на те, що психологічний вплив на аудиторію є значно ефективнішим, коли

інформація передається не у формі сухих фактів, а в обрамленні наративу, тобто історії, що викликає емоційний відгук. Саме таку функцію виконує сторітелінг – мистецтво створення та передачі змістовних історій. Цей підхід активно використовується у сфері маркетингу, політики, медіа та корпоративної комунікації, особливо під час презентації нових ідей, проєктів, брендів або політичних програм.

Сторітелінг характеризується низкою структурних та змістових елементів, що вирізняють його серед інших комунікативних стратегій. Насамперед, у центрі кожної історії має бути *характер* – головний герой або учасник подій, навколо якого розгортається сюжет. У політичному дискурсі цю роль часто відіграє сам політичний лідер, його команда, виборці або уособлення політичної ідеї. Важливо, аби цей герой був активним – він не просто присутній у подіях, а є рушійною силою змін, які відбуваються в оповіді.

Другою важливою ознакою є *інтрига* – конфлікт або виклик, який повинен бути подоланий героєм. Без напруження або драматичного моменту історія не викликає емоційного залучення, а отже, втрачає свою переконливу силу. Побудова сюжету має відповідати класичним законам наративної логіки: зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка. Завдяки цьому історія набуває цілісності, послідовності й може ефективно утримувати увагу аудиторії.

Платформи для застосування сторітелінгу є надзвичайно різноманітними. У політичному контексті особливе місце займають публічні виступи, форуми, дебати, пресконференції, де історії використовуються для ідентифікації політичного лідера з певними цінностями або досвідом. Наратив дозволяє аудиторії глибше зрозуміти позицію лідера, емоційно до нього наблизитися, що особливо важливо в умовах браку довіри до інституцій.

Окремої уваги заслуговує сюжетна побудова історії. Він має бути ретельно продуманий, включати переломні моменти, відображати подолання труднощів і демонструвати зростання або трансформацію героя. Саме через такі елементи сторітелінг формує ідентичність політичного лідера – не як

абстрактної фігури, а як особистості з досвідом, викликами та перемогами. Такий підхід сприяє створенню довіри, автентичності та легітимності.

Варто зазначити, що сторітелінг виходить далеко за межі офіційних заходів. Він також активно використовується в медіапросторі: у соціальних мережах, політичній рекламі, блогах або відеоконтенті. У цьому випадку історія може базуватися на реальних прикладах з життя виборців, діяльності партії або конкретних ініціатив. Наприклад, у центрі наративу може бути виборець, якому вдалося вирішити проблему завдяки політичному рішення, або команда політика, що працювала над складним проектом. Інтрига будується навколо перешкод, які було подолано в процесі реалізації мети, а сама історія висвітлює етапи прийняття рішень, варіанти, що розглядалися, та обґрунтування остаточного вибору.

Таким чином, сторітелінг у політичному дискурсі є не лише засобом залучення уваги, але й інструментом формування політичної ідентичності, моделювання громадської думки та емоційної взаємодії між лідером і виборцем. Ефективне використання цього інструменту залежить від умілого поєднання лінгвістичних, структурних та психологічних компонентів.

1.2. Лінгвістичні аспекти сторітелінгу у політичній комунікації.

Сторітелінг у політичній комунікації виступає не лише засобом залучення уваги, а й важливим інструментом мовного впливу. Лінгвістичний аналіз сторітелінгових практик дозволяє виявити, яким чином політики за допомогою мовних засобів конструюють наративи, що формують довіру, емпатію та мобілізують електорат. У цьому контексті мовлення політика перетворюється на інструмент формування ідентичності та соціального сенсу, особливо у кризові або воєнні періоди.

Сторітелінг має чітку наративну структуру, яку можна представити у вигляді традиційної триактної моделі:

- Зачин (експозиція) – введення героя, часу, місця, події;

➤ Кульмінація (конфлікт) – перешкоди, труднощі, внутрішня боротьба;

➤ Розв'язка (висновок) – подолання кризи, результат, мораль.

Ця структура легко адаптується до політичної комунікації, де політик може виступати як головний герой (герой-оповідач), що стикається з викликами (наприклад, війна, дипломатична криза, особистий досвід), і через розповідь демонструє стійкість, цінності та бачення майбутнього.

У сторітелінгу політики часто використовують просту, розмовну синтаксичну побудову, яка забезпечує легке сприйняття:

➤ Короткі речення для створення емоційної напруги: «Суми... [...] За всіма болить. За місцями, які для кожного особливі, болить особливо. Сьогодні за Суми, де я народився, болить особливо.», «Давайте жити вдома. Любити Україну. Пишатися нею та своїми людьми» (Додаток 3, 10)

➤ Паралелізм та ритмічні повтори для підсилення впливу: «Хтось захищає. Хтось донатить. Хтось вчиться. Хтось працює.» (Додаток 10)

➤ Риторичні запитання як засіб залучення читача: «Чи здатен я дотримуватися правил?» (Додаток 2)

Особливу роль у політичному сторітелінгу відіграє емоційно забарвлена лексика, що апелює до колективного досвіду:

➤ Слова-символи: футбольне поле, планка (Додаток 4), опора (Додаток 5), важелі (Додаток 9), коло (Додаток 10), хід, друзі (Додаток 11), шлях, ціль, держава (Додаток 12), єдність, рана, виклик, правда (Додаток 21);

➤ Оцінна лексика: жорстока війна (Додаток 3), тямуща віра (Додаток 4), ні з чим не зрівнянна слава (Додаток 7), героїчно стримувана Росія (Додаток 8), світова політика - вкрай жорстока (Додаток 9), зробити красивий хід (Додаток 11);

➤ Метафори й алегорії: книжки - це їжа для нашого ментального здоров'я (Додаток 1), гризу себе самокритикою (Додаток 4), зламати коло (Додаток 10), зробити красивий хід (Додаток 11).

Також важливим є використання прямих звернень до аудиторії, що створює ефект діалогу та залученості, наприклад: оберіть і купіть будь яку книжку українського видавництва (*Додаток 1*), день, коли ви перестанете сумніватися (*Додаток 4*), сьогодні у нас з вами якраз гарна нагода поговорити про це (*Додаток 5*), просто донатйте (*Додаток 6*), повторіть сьогодні такі слова (*Додаток 8*), ми - надзвичайно сильний народ, ми живемо у часи страшної війни (*Додаток 10*), про це варто пам'ятати і нам (*Додаток 11*), ми маємо все повернути (*Додаток 18*).

На прагматичному рівні сторітелінг виконує кілька комунікативних функцій:

- а) інформативна – передання конкретних фактів, подій;
- б) емотивна – викликання емоційної реакції;
- в) мотиваційна – спонукання до дії (волонтерство, підтримка, голосування);
- г) ідентифікаційна – формування спільного «ми» (колективної ідентичності).

Завдяки цьому сторітелінг допомагає політикам не лише донести позицію, а й створити емоційний зв'язок із виборцем, зміцнити імідж лідера як близької, зрозумілої та надійної особи.

Лінгвістичні елементи сторітелінгу часто доповнюються візуальними засобами – світлинами, відео, емотиконами, графікою. Це створює мультимодальний текст, у якому зображення підсилює словесний наратив, роблячи повідомлення більш емоційно насиченим та переконливим. Такий формат особливо ефективний у соціальних мережах.

Аналізуючи візуальні та мовні особливості комунікації Дмитра Кулеби в соціальній мережі Instagram, варто звернути увагу на послідовність та впізнаваність його стилю подачі матеріалів. У більшості публікацій використано професійні портрети самого політика, які об'єднані спільною естетикою, зокрема стилем зйомки, колористикою та композицією. Така візуальна одноманітність, з одного боку, створює чіткий, впізнаваний формат

дописів, а з іншого – сприяє закріпленню публічного образу, що базується на сталій візуальній асоціації з автором.

Окрему увагу заслуговує спосіб візуального структурування інформації. Частина контенту подається не лише у вигляді текстового супроводу до публікації, а й безпосередньо через зображення. Це відбувається за допомогою функції «карусель» – коли до одного допису прикріплюється декілька зображень. У таких випадках перше фото зазвичай виконує роль обкладинки – це може бути типовий портрет або тематичне зображення. Наступні кадри – це графічно оформлені слайди з текстовим наповненням, які замінюють традиційний опис у підписі.

У подібному форматі зображення перестає виконувати лише ілюстративну функцію. Воно трансформується у повноцінний носій смислу, з якого користувач отримує основну інформацію. Такий підхід не тільки підвищує рівень сприйняття контенту, а й демонструє сучасний, адаптований до цифрового середовища формат політичного сторітелінгу.

РОЗДІЛ II

ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ СТОРІТЕЛІНГУ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ ДМИТРА КУЛЕБИ

2.1. Лексико-семантичні засоби політичного сторітелінгу.

Будь-яке мовлення, незалежно від його форми чи контексту, завжди спрямоване на те, щоб певним чином вплинути на думки, емоції або поведінку того, хто слухає. Під час комунікації мовна дія може бути засобом реалізації певного впливу, навіть якщо це відбувається неусвідомлено. Оскільки слова здатні формувати уявлення про навколишній світ, вони мають силу змінювати ставлення, переконання чи рішення співрозмовника. У цьому сенсі мова може виступати інструментом впливу, який здатний сприяти формуванню потрібного бачення реальності.

Від обраної стратегії, образу, і відповідного архетипу героя, згідно з яким політик будує свій образ, буде обиратись відповідна лексична одиниця з синонімічного ряду. Відповідно до інтенцій мовця може бути обрано нейтральні мовні одиниці, або ж експресивно навантаженні.

У межах загальноприйнятої класифікації функцій мови зазвичай виділяють пізнавальну, комунікативну, експресивно-емоційну, спонукальну, фактичну та поетичну. Кожна з них відіграє важливу роль у процесі мовної взаємодії, однак у контексті цього дослідження ключовою постає саме експресивна функція. Вона реалізується в мовленні тоді, коли думка, виражена за допомогою мовних засобів, набуває емоційного забарвлення різного ступеня, що дає змогу передати не лише змістове навантаження, але й внутрішній емоційний стан мовця, його суб'єктивне ставлення до явищ та об'єктів навколишньої дійсності.

Питання визначення меж експресивності належить до складних і багатоаспектних проблем мовознавства, оскільки воно стосується глибинних механізмів суб'єктивної модальності мовлення. Йдеться про здатність мовця передавати через мовні засоби власні емоції, переживання, оцінки та

індивідуальне бачення дійсності. Експресивність формується на стику мовної системи й психоемоційної сфери особистості, тому її характеристики не піддаються однозначному опису чи суворій класифікації.

Ця риса мови проявляється на всіх рівнях мовної структури: від фонетичних інтонаційних засобів, які створюють настрій або підкреслюють значущість висловленого, до лексичних одиниць, насичених емоційною конотацією, і синтаксичних конструкцій, здатних створювати драматичні, урочисті або інтимні ефекти. Експресивні елементи можуть мати як стійкий системний характер (наприклад, слова з емоційно-позитивним або негативним забарвленням), так і ситуативну природу, залежно від інтенцій мовця, його контексту та цільової аудиторії.

Широке розуміння експресивності передбачає її розгляд як універсального інструмента, що слугує не тільки для емоційного забарвлення висловлення, а й для посилення його комунікативної сили. Вона активізує увагу адресата, створює образність, підсилює змістову насиченість вислову, сприяє створенню особливої атмосфери між комунікантами. В цьому сенсі експресивність виконує функції не тільки емоційного відображення, а й прагматичного впливу.

Мовець, користуючись експресивними засобами, може маніпулювати ритмом, темпом і звучанням мовлення, добирати слова з урахуванням їх асоціативного потенціалу, вибудовувати синтаксичні структури, що впливають на сприйняття. Через це експресивність часто виступає засобом стилістичного моделювання, за допомогою якого мовець реалізує не лише змістове, а й емоційно-естетичне завдання свого висловлення. Вона дозволяє створювати мовні картини, які викликають у слухача чи читача не лише інтелектуальну, а й емоційно-психологічну реакцію, формуючи особливий тип комунікативного контакту [2].

Експресивність у сучасному мовознавстві розглядається як універсальна категорія, що охоплює різні аспекти мовної діяльності – від індивідуального емоційного ставлення до стратегічного використання мовних засобів задля

досягнення впливу. У поєднанні з оцінністю, суб'єктивною модальністю, емотивністю та образністю експресивність формує значний ресурс для побудови комунікативно ефективного висловлення, здатного не лише передавати зміст, але й справляти вплив на отримувача інформації.

Поняття виразності в сучасному мовознавстві трактується як сукупність зображально-виражальних характеристик мовлення, які вирізняють його з-поміж стилістично нейтрального. Йдеться про здатність мовного висловлення передавати не лише зміст, але й емоційно-естетичне наповнення, що посилює комунікативну дієвість. Виразність забезпечується застосуванням певних мовних засобів, які додають висловлюванню додаткових значеннєвих відтінків, що не зводяться лише до основного денотативного значення, а включають експресивно-оцінне навантаження.

У межах лінгвістичного підходу експресивність, як правило, розглядають як категорію, що протиставляється стилістичній нейтральності. Відповідно, усі мовні одиниці та структурні компоненти, які виходять за межі нейтрального стилю викладу, кваліфікуються як експресивні. Такий підхід дозволяє розглядати експресивність не як випадкову емоційну характеристику, а як усвідомлено організований елемент мовної структури, що відіграє роль у побудові змісту та формуванні впливу на аудиторію.

Значущою рисою експресивності є її взаємозв'язок із такими важливими комунікативно-смісловими параметрами, як емотивність, оцінність, образність та суб'єктивна модальність. Усі ці категорії в сукупності формують складний емоційно-смісловий простір мовлення, де експресивність виконує функцію активатора, що посилює емоційний резонанс висловлення. Зокрема, експресивність тісно пов'язана з естетичною функцією мови, завдяки якій мовне повідомлення здатне не лише інформувати, а й естетично впливати, викликаючи у реципієнта певні почуття, асоціації або оцінні судження.

У ширшому тлумаченні експресивність розглядається як сукупність мовних засобів, які, на відміну від нейтральних, мають потенціал емоційно забарвлювати повідомлення, посилювати його виразність і забезпечувати

естетичне оформлення мовленнєвої дії. Саме завдяки експресивним елементам мовець здатен не лише передавати зміст, а й впливати на сприйняття, моделюючи відповідну комунікативну ситуацію.

Емоційний компонент у структурі мовного значення традиційно трактується як додатковий смисловий елемент, що супроводжує основне, предметно-логічне значення слова. Він репрезентує емоцію, яка супроводжує поняття, зафіксоване в мовній одиниці. Йдеться про такі емоційні стани, як радість, страх, гнів, здивування, які в мовленні не лише номінуються, але й опосередковано передаються через лексичний вибір, інтонаційне оформлення або контекстуальне оточення.

Емоційне забарвлення мовних одиниць посилює експресивний ефект повідомлення і є важливим інструментом комунікативного впливу, особливо у сферах, де мовець має на меті не лише передати інформацію, а й викликати певні почуття у реципієнта. Саме тому значна увага приділяється вивченню емотивного аспекту мови, що дає змогу виявити механізми формування емоційного забарвлення у мовленні.

У лінгвістичній літературі окреслено важливе розрізнення між двома близькими, проте не тотожними поняттями – емоційністю та емотивністю. Під емоційністю зазвичай розуміють природну, спонтанну реакцію мовця, яка проявляється у неконтрольованій передачі почуттів. Це є частиною несвідомого емоційного вираження, яке відображає безпосередній внутрішній стан особи під час мовлення.

Натомість емотивність трактується як усвідомлена, стратегічно мотивована форма вираження емоцій у комунікації. У цьому значенні емотивність постає як елемент прагматичної організації мовлення, що використовується з метою досягнення конкретного комунікативного ефекту – впливу на емоційну сферу адресата. Такий підхід дозволяє аналізувати емотивність не лише як мовну категорію, а й як соціально зумовлену стратегію мовленнєвої поведінки, яка враховує ситуаційний контекст, цільове спрямування висловлення та очікувану реакцію слухача або читача.

Одним із ключових лексико-семантичних засобів у комунікації політика з аудиторією є використання **емоційно забарвленої лексики** – слів, які викликають у слухачів або читачів певні почуття та емоції. Така лексика допомагає не лише передати інформацію, але й створити емоційний зв'язок між політиком і його аудиторією, підсилюючи вплив повідомлення та сприяючи формуванню довіри і підтримки. У публікаціях Дмитра Кулеби спостерігається активне застосування цього засобу, що дозволяє йому ефективно комунікувати з різними групами населення, викликати співпереживання та мобілізувати громадськість. Наприклад, лексико-семантичний засіб емоційно забарвленої лексики чітко проявляється у реченні: «Гідність, свобода, захист, Україна – це нерозривно поєднані кризь століття поняття». Використання такого переліку ключових понять має на меті викликати у читача або слухача сильне почуття патріотизму та національної єдності. Кожне слово в цьому переліку несе вагоме смислове навантаження і активує в свідомості аудиторії низку позитивних асоціацій, пов'язаних із боротьбою за незалежність, захистом прав і свобод, а також глибокою повагою до історичної спадщини. Завдяки цьому прийому повідомлення набуває більшої емоційної насиченості та переконливості, що сприяє формуванню міцнішого зв'язку між політиком і його аудиторією, а також підвищує мотивацію до підтримки висловлених ідей. *(Додаток 2)*

Дмитро Кулеба використовує **оцінну лексику**, щоб мати більший емоційний вплив на аудиторію: “беззастережна любов”, “найскладніші обставини”, “обмежений ресурс”, “героїчний український народ”, “найвища честь”, “докладно розповісти”, “урочисто об'єдналися”, “смертельний ворог”, “свій шлях”, “велика ціль”, “красивий хід”, “гідно пройти”, “незламний народ”, “гостро потребувати.”

Таким чином, у структурі мовного висловлення емоційний компонент виконує не лише функцію відображення особистісного стану мовця, а й служить засобом естетичного та психологічного впливу, активно залученим у процес створення експресивного комунікативного простору.

2.2. Синтаксичні засоби політичного сторітелінгу.

В основі теорії Джона Остіна лежить поняття мовленнєвого акту – найменшої смислової одиниці мовлення. Мовленнєвий акт трактується як створення конкретного висловлювання в умовах живої комунікації. Це визначення фактично збігається з сучасним уявленням про висловлення. Остін, однак, не фокусувався на аналізі мовленнєвого акту як єдиного цілого, а розмежовував його на три окремі складники: локутивний, ілокутивний та перлокутивний. Локутивний акт включає сам процес вимови, який може розглядатися на трьох рівнях: як фонетична реалізація (артикуляція звуків), як фатична дія (вимова слів відповідно до мовних норм) і як ретична дія (висловлення зі змістом і посиланням на референти). Ілокутивний акт, на відміну від цього, відображає інтенцію мовця – тобто те, що саме він має на увазі, говорячи певну фразу.

Ілокутивний акт завжди супроводжує локутивний, виступаючи його смисловим і комунікативним доповненням. Йому притаманні такі характеристики, як інтенція (намір), мета висловлювання та соціальна умовність (конвенційність). На відміну від самого процесу мовлення, ілокутивний акт реалізується саме через висловлювання і відображає прагнення мовця певним чином вплинути на співрозмовника, що робить його центральним об'єктом лінгвістичного аналізу. Важливо розрізнити різноманітні комунікативні наміри, з якими можуть проголошуватись однакові мовні форми – це може бути як запитання, так і відповідь, повідомлення, застереження, винесення вироку, заклик або критичне зауваження. Таким чином, одна й та сама локуція може виконувати різні функції, залежно від контексту та ілокутивної сили, яку Дж. Остін вважав основною характеристикою мовленнєвого акту.

Залежно від обраної точки зору аналізу, виділяють три основні типи мовленнєвих актів. Локутивний розглядається з позиції мовної форми та структури; ілокутивний – з урахуванням комунікативної мети та умов реалізації; перлокутивний – крізь призму його впливу та ефекту на реципієнта.

Джон Остін у межах своєї теорії мовленнєвих актів виділив п'ять основних типів дієслів, які відображають різні наміри мовця під час комунікації. Ці типи – вердиктиви, екзерситиви, комісиви, бехабітиви та експозитиви. Кожен із них має свої особливості та використовується в залежності від того, яку мету переслідує мовець.

Вердиктиви – це мовні дії, пов'язані з висловленням оцінки або судження, як явного, так і прихованого. Такі висловлювання можуть бути як офіційними, наприклад у суді, так і неформальними – у повсякденному спілкуванні. Сюди входять акти, що визначають винність або невинність, дають оцінку вчинкам чи особам. Таким чином, вердиктиви передають суб'єктивне або об'єктивне судження щодо певної ситуації чи поведінки.

Екзерситиви пов'язані з реалізацією влади, впливу або прийняттям рішень. Це можуть бути накази, голосування, рекомендації, призначення на посади або звільнення. За допомогою таких мовних дій мовець здійснює свій авторитет або право впливати на події. Отже, екзерситиви – це мовні дії, за допомогою яких мовець виявляє свою владу або вплив.

Комісиви стосуються зобов'язань, які бере на себе мовець. Це обіцянки, наміри, заяви про підтримку або гарантії. Тут головне – зобов'язання щось зробити в майбутньому. Через комісиви мовець бере на себе відповідальність за певні дії або поведінку.

Бехабітиви передають реакцію мовця на поведінку інших людей або певні події. Це вітання, вибачення, подяка, співчуття, похвала тощо. Вони відображають норми соціального спілкування та етикету. Для цього типу мовленнєвих актів важливо не лише правильне оформлення, але й щирість та відповідність очікуванням адресата. Бехабітиви виконують функцію налагодження стосунків між людьми.

Експозитиви використовуються для того, щоб пояснити думку, прокоментувати ситуацію або підтримати розмову. Ці мовні дії допомагають структурувати висловлення, пояснити свою позицію, вести дискусію чи

обговорення. Експозитиви забезпечують логічну та послідовну комунікацію, вони вказують на статус висловлювання у певному контексті.

За допомогою **анафори** політик посилює головну думку своїх звернень, робить повідомлення емоційно виразнішими й легшими для запам'ятовування. Повторення однакових початків речень створює ритм, який привертає увагу, формує довіру та мобілізує аудиторію. Такий прийом допомагає підкреслити ключові меседжі, викликати почуття єдності, підтримки й спільної мети, що особливо важливо в умовах кризової комунікації (Додаток 7)

Застосовуючи **епіфору**, автор посилює емоційне навантаження висловлювання та акцентує увагу на ключовому смисловому компоненті наприкінці речення. Повторення одного й того ж слова або виразу в кінцевій позиції кількох фраз допомагає чітко закріпити основну ідею в свідомості аудиторії, надає тексту ритмічності й підкреслює логічний підсумок. Такий синтаксичний прийом часто використовується в політичній комунікації для створення переконливих і запам'ятовуваних меседжів, які викликають довіру та підсилюють ефект мовленнєвого впливу. Цей прийом застосовано у дописі в якому Дмитро Кулеба висвітлив свою відповідь на одне з питань у

9 420 58 191

dmytro_kuleba Як Феофан Прокопович, він міг залишити Україну позаду наче дріб'язок, поставити свій талант на службу російській імперії та здобути владу.

Як Микола Гоголь, він міг підвісити свій талант між двох світів, бути одночасно російським та українським, і здобути світове визнання.

Він міг бути видатним російським художником, своїм талантом прославляти імперську школу у світі, ласувати улюбленими шампанським та сигарами в колі вишуканих друзів. Для цього треба було лише припинити писати вірші українською. Імперія була готова щедро віддячити за це. Але він обрав Україну. За це імперія зламала його життя.

Тарас Шевченко усвідомлював, що вибір є. Він залишився

dmytro_kuleba Учора давав інтерв'ю західному медіа, і журналіст запитав мене:

Чим закінчиться війна?

Я відповів:

Перемогою України.

Журналіст завис. Якщо цей момент не виріжуть з ефіру, то глядачі побачать мовчазну паузу - момент, у якому журналіст спантеличено чекає на продовження, а я просто мовчу. Бо головне я вже сказав.

Я справді вірю, що ми маємо говорити про перемогу. Бо немає сенсу виходити на футбольне поле у вирішальній грі, якщо не віриш у вигравш. На війні так само. Та й у житті теж.

Якщо знижуєш планку, то ніколи її не підкориш.

Звісно, йдеться не про сліпу віру. Тямуца віра має спиратися на тверезий аналіз, щоденну і щохвилинну роботу на результат.

Сумніватися - нормально. Хвилюватися - нормально. Помилитися - нормально. Я теж сумніваюся, хвилююся, помиляюся, теж гризу себе самокритикою. Але не для того, щоб загрузнути на місці, а щоб швидко зробити висновки, ухвалити правильне рішення і рухатися вперед.

інтерв'ю: “Сумніватися - нормально. Хвилюватися - нормально. Помилатися - нормально.” (Додаток 4)

У дописах Дмитра Кулеби **риторичні запитання** відіграють важливу роль у побудові переконливої та емоційно насиченої комунікації. Застосовуючи цей синтаксичний засіб, політик не лише залучає читача до співпереживання, а й створює ефект особистого роздуму, демонструючи глибоке осмислення ситуації. Часто такі запитання формулюються як звернення до себе, але водночас вони відкрито апелюють і до суспільства, спонукаючи аудиторію замислитися над спільними викликами та цінностями. Наприклад, у одному зі своїх дописів він пише: «Чи здатен я дотримуватися правил? Що є моєю найбільшою пристрастю - і чи зможу я дати їй раду? Чи можу я хоча б частково утриматись від осуду, від поганих слів і думок про інших?» – після чого подає власну оцінку та позицію щодо цих питань. Такий прийом посилює емоційний вплив повідомлення, надає йому глибини та підкреслює особисту залученість мовця. (Додаток 2)

Одним із синтаксичних засобів, що використовуються у політичній комунікації, є **парцеляція** – поділ одного висловлювання на кілька коротких частин. Цей прийом допомагає виділити ключову інформацію, надати тексту більшої виразності та створити ефект драматизму. Завдяки розбиттю складних або багатокomпонентних речень на окремі фрагменти підвищується динамічність мовлення, що сприяє утриманню уваги аудиторії та підсилює

dmytro_kuleba Сьогодні – останній день Великого посту.

Хтось каже, що піст – це про дотримання правил. Інші – що про здатність до самообмеження. А ще дехто – що головне не те, що входить до рота, а те, що з нього виходить.

У кожному з цих поглядів є правда. А для мене передусім піст – це про пізнання.

Чи здатен я дотримуватися правил? Бо це – про внутрішню дисципліну, силу людини керувати своїми думками, бажаннями та діями.

Що є моєю найбільшою пристрастю – і чи можу я дати їй раду? Бо за 48 днів посту людина чітко усвідомлює, без яких спокус і насолод їй найважче – і починає вчитися це регулювати.

Чи можу я хоча б частково (ніхто з нас не ідеальний) утриматись від осуду, від поганих слів і думок про інших? Бо якщо можу – то простір у мені поступово розчищається для добра і світла.

Піст – це шлях пізнання себе. А звідси – і своїх стосунків із Богом.

Вітаю тих, хто пройшов цей шлях цього року. І тих, хто стане на нього наступного.

емоційний вплив повідомлення. Таким чином, парцеляція виступає ефективним засобом комунікації, що допомагає політику акцентувати важливі ідеї та донести їх до слухачів більш доступно і переконливо. Парцеляція виступає ефективним засобом комунікації, що допомагає політику акцентувати важливі ідеї та донести їх до слухачів більш доступно і переконливо. У дописах Дмитра Кулеби також спостерігається використання цього прийому, що підсилює емоційний ефект і динаміку повідомлень: “Піст - це шлях до пізнання себе. А звідси - і своїх стосунків із Богом.” (Додаток 2). Той самий прийом парцеляції застосовано у наступному прикладі: «Давайте жити вдома. Любити Україну. Пишатися нею та своїми людьми». Розбиття висловлювання на короткі, окремі речення створює ефект ритмічності та наголошує на кожній із запропонованих дій. Така структура допомагає привернути увагу аудиторії до кожної ідеї окремо, посилює емоційний вплив повідомлення та стимулює особисте сприйняття цих закликів, що в цілому сприяє більш глибокому усвідомленню і мобілізації слухачів. (Додаток 10)

2.3. Структурно-текстові та мультимодальні засоби політичного сторітелінгу

У сучасному цифровому дискурсі дедалі більшого значення набувають структурно-текстові та мультимодальні засоби вираження думки. Такі засоби сприяють кращій організації тексту, посиленню комунікативного ефекту та забезпеченню зручності сприйняття повідомлення.

Одним із базових структурних елементів є форматування тексту. До нього належать виділення шрифтів (наприклад, курсив або жирний), що дозволяють акцентувати увагу на ключових поняттях. Форматування виконує функцію семантичного маркера, орієнтуючи читача в ієрархії важливості інформації.

Розрядка – ще один текстовий засіб, що впливає на ритм читання та візуальне структурування фраз. Вона використовується для підкреслення або драматизації певних фрагментів повідомлення, особливо у рекламному чи публіцистичному стилі.

За допомогою розрядки структурується текст, а також у даному випадку відділене перше речення від основного масиву тексту окреслює тему тексту і надає емоційності. За допомогою цього прийому при читанні тексту створюється пауза, що виражає драматичність ситуації. У даному прикладі членування тексту на частини надає різкості і рішучості, створює враження стриманої емоційності (Додаток 3).

Відступи (абзаци, міжрядкові інтервали, маркери списків) також відіграють важливу роль у композиційній організації тексту. Вони структурують інформацію, поділяють її на логічні блоки та полегшують сприйняття великих обсягів даних. Такий прийом застосовано у дописі про відродження віри в Бога. Причини цього явища Дмитро Кулеба структурує у вигляді маркованого списку, кожен пункт якого позначено дефісом (Додаток 5). Марковані списки використовуються у

більшості дописів, де необхідно структуровано подати інформацію у вигляді окремих пунктів (Додаток 5, 13, 8). Окрім цього, у публікаціях також застосовуються нумеровані списки, які допомагають послідовно викласти

dmytro_kuleba Суми...

Кожного дня великі та маленькі міста нашої країни зазнають терору від жорстокої війни Росії проти нашої країни.

За всіма болить. За місцями, які для кожного особливі, болить особливо. Сьогодні Суми, де я народився, болять мені особливо.

Немає слів, щоб висловити усі співчуття загиблим, пораненим в Сумах та інших містах за останні дні, тижні, місяці та роки.

Найкраще, що можемо зробити, це бути поруч один з одним. Без зайвих слів підтримувати, не залишати один одного наодинці в якому б кутку України чи світу ми не знаходились.

Тільки разом можна пережити це горе, яке щодня падає ракетами та дронами на нас.

Сум'яни, ми разом.

dmytro_kuleba У французькому місті Пуатьє дуже багато церков. І одну з них, далі не найстарішу, переробили на готель з рестораном. Мене туди запросили. Через піст територія з качки і келиха вина я відмовився. Натомість сказав моїм супутникам, що років за 20 ресторани можуть переробляти на церкви. Вони знітилися і заради ввічливості погодилися.

Гадаю, прямо на наших очах у світі відбувається відродження віри в Бога. Русійні сили цього процесу:

- втома людей від політики, яка занадто довго не зважала на релігійні переконання;
- ковід, війни, неконтрольований розвиток штучного інтелекту, глибокі суспільні розколи і загальне безумство світу, які спонукають людину шукати опору поза його межами;
- лідери думок, які на безлічі прикладів щодня показують людині, що в житті біле є чорним і навпаки (то чому тоді вода в Біблії не може бути вином?);
- дедалі більший розрив між багатими та бідними, які починають покладатися на Бога, бо більше немає на кого.

У світі несправедливостей, маніпуляцій та смертей людина усвідомлює, що з Богом життя може і не стає спокійнішим, але принаймні дає надію.

Сьогодні у нас з вами якраз гарна нагода поговорити про це - Благовіщення Пресвятої Богородиці. Архангел Гавриїл сповістив Марію, що вона народить Ісуса Христа. Все, що сталося далі, це історія. І майбутнє.

думки або кроки, що підвищує зрозумілість і логічність викладу матеріалу (Додаток 17, 23, 27). Нумеровані списки Дмитро Кулеба часто вживає у поданні тексту візуально - на зображеннях у “каруселі” Інстаграму. Обидва типи списків сприяють кращій організації тексту та полегшують сприйняття інформації аудиторією.

У межах мультимодального дискурсу важливим інструментом є емотикони, які виконують паралінгвістичну функцію, замінюючи або доповнюючи невербальну складову спілкування (жести, міміка, інтонація). Наприклад, смайлик може пом’якшити тон критичного повідомлення або виразити позитивну емоцію, що зміщує інтерпретацію всього висловлювання.

Загалом Дмитро Кулеба уникає використання емотиконів у своїх дописах, дотримуючись здебільшого офіційного тону і стриманої подачі інформації. Однак у дописі, присвяченому привітанню його партнерки Світлани Павелецької, у кінці тексту Дмитро використовує червоне сердечко, що є вираженням любові до його партнерки і підкріплює фразу, що передує цьому емотикону: “Дякую, що ти є, і що ти моя”(Додаток 22)



До мультимодальних засобів також належать зображення, фото, графіки та інші супровідні нетекстові матеріали. Вони сприяють візуалізації інформації, підвищують рівень запам’ятовуваності й можуть слугувати додатковим аргументом у процесі комунікації. У поєднанні з текстом такі елементи формують складні комунікативні одиниці, які відповідають принципам Тен’єрівської теорії, де кожна складова виконує певну функцію – актанта або предиката. У мультимодальному повідомленні, наприклад, текст

виконує роль предиката, фото – обставини місця або ілюстративного доповнення, а емотикон може виступати як оцінний елемент, що уточнює модальність висловлювання.

Таким чином, сучасна комунікація виходить за межі суто вербального тексту, перетворюючись на складний мультимодальний феномен, де кожен елемент – структурний або візуальний – взаємодіє з іншими в межах єдиної комунікативної системи.

РОЗДІЛ ІІІ
ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІМІДЖУ
ДМИТРА КУЛЕБИ

3.1. Сторітелінг та лінгвістичний імідж Дмитра Кулеби.

У сучасному політичному дискурсі сторітелінг виконує ключову функцію формування публічного іміджу. Особливо це актуально в умовах інформаційної війни та суспільної турбулентності, коли виборці шукають не лише фактичну інформацію, а й емоційний зв'язок із політиком. Один із яскравих прикладів ефективного застосування сторітелінгу у політичній комунікації демонструє міністр закордонних справ України – Дмитро Кулеба.

Його присутність у соціальних мережах, зокрема в Instagram та Facebook, слугує не лише каналом поширення офіційної інформації, а й платформою для створення персоналізованого, довірливого образу, заснованого на цінностях відкритості, людяності й компетентності. Засобами сторітелінгу Кулеба формує лінгвістичний імідж, що базується на гармонійному поєднанні офіційного стилю з елементами розмовної мови, емпатійних конструкцій, особистих історій та емоційних реакцій.

У своїх публікаціях Дмитро Кулеба часто звертається до автобіографічного наративу, що дозволяє розширити межі традиційного політичного мовлення. Наприклад, розповіді про власну сім'ю, домашніх тварин або особисті переживання під час обстрілів створюють ефект спільного досвіду з аудиторією. Це, своєю чергою, дозволяє не лише «олюднити» політика, а й наблизити його до реципієнтів, зробити комунікацію довірливою та інтимною.

З лінгвістичної точки зору імідж Дмитра Кулеби формується за допомогою комплексу стратегій, які спрямовані на створення враження щирості та відкритості. До таких стратегій належить застосування простих синтаксичних конструкцій, що сприяють легкому і прозорому сприйняттю його висловлювань. Важливим інструментом є також використання прямої

мови та риторичних запитань, що активізують емоційний зв'язок із аудиторією та залучають читача до співпереживання. Значну роль у конструюванні іміджу відіграє емоційно забарвлена лексика, що включає слова на кшталт «біль», «стійкість», «втрати», «гордість», «повага», які підсилюють експресивність тексту. Окрім того, важливою складовою є візуальний супровід – фотографії, інфографіка, зображення тварин або кадри з офіційних заходів, що виступають елементом мультимодального сторітелінгу і посилюють емоційний та смисловий вплив повідомлення.

Ключовою ознакою сторітелінгу Кулеби є баланс між офіційністю й емоційністю. Він не уникає складних тем – війна, втрати, міжнародна дипломатія – однак завжди намагається підкреслити людський вимір подій. Такий підхід корелює з теорією Тен'єра, згідно з якою всі елементи висловлювання виконують певні функції у межах цілісної комунікативної структури. У випадку сторітелінгу кожен елемент – текст, емоція, візуал, лексичний вибір – спрямований на формування цілісного мовного образу політика.

Таким чином, лінгвістичний імідж Дмитра Кулеби, створений через засоби сторітелінгу, постає як результат продуманої комунікативної стратегії, яка забезпечує високий рівень ідентифікації аудиторії з політичним лідером, підвищує довіру до його позиції та сприяє консолідації громадської думки в умовах національної кризи.

У сучасному політичному дискурсі сторітелінг є не лише інструментом привернення уваги, а й важливою стратегією формування лінгвістичного іміджу політика. Дмитро Кулеба, як активний комунікатор у соціальних мережах, послідовно використовує цей інструмент для побудови персонального образу, який викликає довіру, емпатію та підтримку громадськості. Сторітелінг у його комунікації є засобом зближення з аудиторією, а також способом впливу на суспільні настрої в умовах воєнного стану.

Публікації Дмитра Кулеби у соціальних мережах охоплюють широкий спектр тем, що мають значну суспільну вагу та емоційне забарвлення. Серед провідних тематичних напрямів варто виділити кілька ключових блоків. По-перше, це тема війни та спротиву, яка є найпоширенішою і безпосередньо відображає актуальні реалії повсякденного життя в Україні. У своїх дописах Кулеба ділиться роздумами щодо викликів, загроз і проявів героїзму українського народу, часто ілюструючи їх через особисті або символічні історії. По-друге, значну увагу приділено особистим оповідям, у яких політик ділиться власним досвідом, зокрема під час обстрілів, взаємодією з родиною та домашніми тваринами, а також побутовими ситуаціями. Такий підхід дозволяє створити образ політика як «живої людини», близької до аудиторії. По-третє, у публікаціях висвітлюються теми дипломатії та міжнародних зустрічей, де підкреслюється важливість зовнішньополітичних контактів, підтримки партнерів і процесу переговорів. Нарешті, окрему групу складають пости, присвячені святам, пам'ятним датам та колективній пам'яті. Ці повідомлення поєднують офіційну риторику із емоційним зверненням, що посилює їхній вплив і резонанс серед аудиторії.

У своїй комунікації Дмитро Кулеба використовує різні форми сторітелінгу, що сприяє розмаїттю стилістичних рішень у його публікаціях та дозволяє передавати широкий спектр емоційних відтінків. Такий підхід допомагає формувати більш живий та багатогранний образ, здатний звертатися до різних аудиторій та викликати їхнє емоційне залучення.

Оповідний сторітелінг у публікаціях Кулеби базується на послідовному викладі подій із чітко визначеною хронологією, часто супроводжується особистими елементами. Це можуть бути, зокрема, розповіді про пережиті моменти під час повітряної тривоги або особистий досвід спілкування з іноземними колегами. Такий вид наративу допомагає зробити текст більш достовірним та наближеним до реального життя, підсилюючи відчуття безпосередності й щирості.

Конфліктний сторітелінг у своїй основі має протиставлення цінностей, наприклад, протистояння «ми» і «вони», або боротьбу між демократією та тиранією. Ця форма комунікації акцентує увагу на моральній правоті та єдності, сприяє згуртуванню аудиторії навколо спільних ідеалів і цінностей. Вона мобілізує і підсилює почуття спільності, що особливо важливо у контексті суспільних викликів і кризових ситуацій.

Мотивувальний сторітелінг представлений історіями успіху, витривалості та натхнення, які покликані підтримувати бойовий дух і стимулювати аудиторію до активних дій. Через такі наративи політик звертається до прагнень і надій своїх читачів, формуючи позитивний настрій і спонукаючи до ініціативності та взаємопідтримки.

Співчутливий або емпатійний сторітелінг концентрується на висвітленні тем втрат, болю і страждань, що нерідко пов'язано з особистими трагедіями або масштабними суспільними подіями. Цей тип наративу виконує важливу функцію гуманізації комунікації, дозволяє глибше розкрити емоційну складову та викликати співпереживання у аудиторії. *(Додаток 3)*

Символічний сторітелінг, у свою чергу, використовується для передачі значущих суспільних сенсів через конкретні події чи образи. Наприклад, згадки про собак під час обстрілів набувають метафоричного значення і стають символом ширших соціальних і психологічних переживань. Такий підхід дозволяє створити більш глибокий контекст, що виходить за межі безпосереднього опису ситуації, і звертається до колективної пам'яті та спільних цінностей суспільства. *(Додаток 16)*

Сторітелінг у комунікації Дмитра Кулеби реалізується з чітким уявленням про цілі, що мають на меті формування тривалого емоційного і когнітивного зв'язку з аудиторією, а також посилення політичної підтримки. Одним із головних завдань є **інформування**, що полягає у донесенні офіційної позиції з питань міжнародних переговорів, урядових рішень та актуального стану військових дій. Такий підхід забезпечує прозорість і своєчасність

передачі важливої інформації, формуючи у суспільстві почуття поінформованості та довіри. (Додаток 13, 17, 23, 24,25)

Мотивувальна функція сторітелінгу спрямована на надихання громадян на збереження стійкості, віру у перемогу та усвідомлення необхідності єдності. Ця стратегія особливо виразна у публікаціях, що розповідають про героїзм, волонтерську діяльність та спротив, і покликана підтримувати моральний дух, а також спонукати до активної громадянської позиції. (Додаток 6, 8)

Викликання співпереживання є ще однією важливою ціллю, що реалізується через демонстрацію спільного досвіду болю, страху, втрат. Завдяки цьому аудиторія має змогу відчутти близькість і взаєморозуміння, що створює міцніший емоційний зв'язок між політиком і громадянами (Додаток 16, 18).

Роз'яснювальна функція сторітелінгу полягає у спрощенні складних політичних процесів за допомогою доступної мови і життєвих прикладів. Такий підхід сприяє кращому розумінню складних питань, робить інформацію зрозумілою для широкого кола читачів і підвищує їхню обізнаність. (Додаток 17)

Олюднення образу політика відбувається через акценти на особистісних аспектах життя Дмитра Кулеби – згадки про родину, щоденний побут, емоції та переживання. Це допомагає сформувати образ не лише публічного діяча, а й людини з власними почуттями та турботами, що значно зближує політика з аудиторією. (Додаток 21, 22)

Завдяки застосуванню різноманітних видів сторітелінгу, Дмитро Кулеба формує лінгвістичний імідж політика-людини – відкритого, емоційно доступного, чесного та сильного, особливо в умовах випробувань. Його публікації виступають не лише як інструмент передачі інформації, а й як потужний засіб побудови довіри, що відіграє ключову роль у політичній комунікації під час війни.

3.2. Іміджеві стратегії й тактики лінгвальної репрезентації Дмитра Кулеби.

На сьогодні соціальні мережі відіграють провідну роль у комунікації з електоратом. Дмитро Кулеба активно веде сторінку в Instagram, яка стала основним джерелом матеріалу для цього дослідження, присвяченого аналізу його публічної комунікації з громадськістю.

У своїх публікаціях Кулеба порушує актуальні питання внутрішньої та зовнішньої політики України, інформує про офіційні заходи, у яких бере участь, а також вітає підписників з державними та релігійними святами.

Кожен пост політика містить ознаки сторітелінгу – у підписах до фото чи відео часто розгортається оповідь, в якій головним героєм може бути як сам автор (герой-оповідач), так і інші особи чи навіть кілька учасників події. Такий підхід сприяє персоналізації образу політика – споживач контенту починає сприймати Дмитра Кулебу не як абстрактного державного діяча, а як реальну людину, яка має власний життєвий досвід, емоції та погляди.

Аналіз змісту дозволяє умовно поділити дописи Дмитра Кулеби на кілька типів:

- особисті історії, (*Додатки 1, 10, 16, 18, 21, 22, 24*)
- промови-співчуття, (*Додаток 3*)
- звернення-заклики. (*Додатки 1, 6, 8, 10, 16*)

Так, у публікації, присвяченій **співчуттю постраждалим** від ракетного удару по місту Суми (*Додаток 22*), політик використовує лаконічні змістові речення, які посилюють відчуття скорботи. Застосування простих синтаксичних конструкцій формує образ стриманого, але емоційно

dmytro_kuleba Суми...

Кожного дня великі та маленькі міста нашої країни зазнають терору від жорстокої війни Росії проти нашої країни.

За всіма болить. За місцями, які для кожного особливі, болить особливо. Сьогодні Суми, де я народився, болять мені особливо.

Немає слів, щоб висловити усі співчуття загиблим, пораненим в Сумах та інших містах за останні дні, тижні, місяці та роки.

Найкраще, що можемо зробити, це бути поруч один з одним. Без зайвих слів підтримувати, не залишати один одного наодинці в якому б кутку України чи світу ми не знаходились.

Тільки разом можна пережити це горе, яке щодня падає ракетами та дронами на нас.

Сум'яни, ми разом.

залученого героя – воїна, що переживає втрату побратимів, але зберігає гідність і стійкість.

Більшість публікацій Дмитра Кулеби у соціальних мережах присвячені тематиці **повномасштабної війни**, адже саме вона наразі визначає суспільний порядок денний і є невід'ємною частиною повсякденного життя громадян України. Вибір цієї теми як домінантної в

інформаційній стратегії політика є цілком обґрунтованим, оскільки вона безпосередньо стосується емоційного стану суспільства та потребує постійного зворотного зв'язку й підтримки. (Додатки 4, 8, 10, 12, 22)

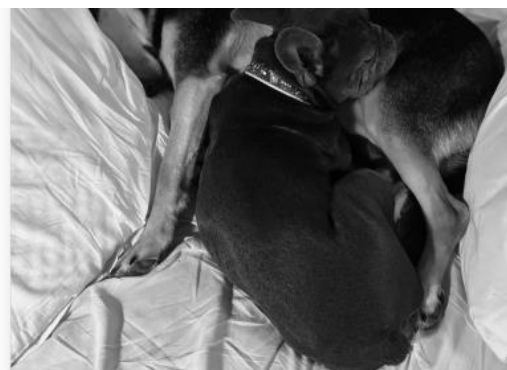
Варто підкреслити, що використання елементів сторітелінгу у таких публікаціях дозволяє не лише інформувати, а й досягати глибшого рівня емоційного контакту з аудиторією. Через персоналізовані історії, наближені до досвіду звичайних громадян, Кулеба демонструє емпатію та власну залученість, що значно підвищує рівень довіри до нього як до політичного лідера.

Характерним прикладом є допис, присвячений одному з ракетних обстрілів, у якому політик розповідає історію про те, як його домашні тварини – дві собаки – пережили цей інцидент. Включення епізоду з особистого життя не тільки людянізує образ політика, але й створює ефект емоційної автентичності. Такий фрагмент виступає своєрідною мостовою ланкою між

автором і його читачем, адже обстріли, страх і реакції тварин – це досвід, знайомий багатьом українцям. (Додаток 16)

Висвітлення того, що навіть домашні улюбленці зазнають стресу від воєнних дій, підсилює емоційне співпереживання, поглиблює комунікативний зв'язок і формує образ політика як звичайної, живої людини, яка переживає ті самі труднощі, що й решта громадян. У результаті така стратегія сприяє консолідації електорату, підвищує рівень підтримки та довіри до політичної фігури, особливо у кризових умовах.

Таким чином, застосування сторітелінгу у публікаціях, що стосуються війни, виконує не лише інформативну, але й психоемоційну функцію, сприяючи стабілізації громадських настроїв та зміцненню іміджу політика як відкритого, співчутливого і відповідального лідера.



7 912 84 177

dmytro_kuleba Сьогодні в низці міст України вкотре було не до сну через обстріли. Особливо гучно було в Києві. Ракети забирають життя, підважують здоров'я і руйнують.

Та рахуючи сьогодні вибухи, зловив себе на думці, що люди все ж можуть краще підготуватися до цієї загрози і пережити її ніж тварини. Вони не розуміють, що діється, не відрізняють постріл ППО від прильоту, не читають про відбій тривоги, аби видихнути. Їм просто страшно і вони не знають нічого про природу цього страху, щоб принаймні спробувати підготуватися до нього.

Пузан і Марік сьогодні під час атаки тулилися до нас з @paveletskaya_svitlana і один до одного, у Пузана взагалі сталася панічна атака і його трусило. Ми були поруч і втішали.

Тварини - такі ж жертви війни, як і люди. Дбайте про тварин. Це найменше, чим ми можемо їм віддячити за їхню беззастережну любов до нас.

ВИСНОВКИ

У межах дослідження було систематизовано сучасні наукові підходи до розуміння понять «політична комунікація», «політичний дискурс» і «політичний сторітелінг», що дало змогу окреслити їхні ключові функції, особливості та взаємозв'язки. Зокрема, встановлено, що сторітелінг у політичній комунікації є не просто стилістичним прийомом, а потужним засобом впливу, який допомагає налагодити контакт із громадськістю, передати складну інформацію доступною мовою та формувати довіру до політичного лідера.

У результаті аналізу мовних матеріалів було виокремлено та охарактеризовано основні лінгвальні засоби, які використовуються у сторітелінгу: від лексико-семантичних і синтаксичних конструкцій до особливостей текстової побудови й мультимодального оформлення повідомлень. Дослідження показало, що політичні наративи у соціальних мережах часто містять візуальні елементи (світлини, емодзі), структурні прийоми (лаконічність, акценти, відступи), які підсилюють емоційний вплив і забезпечують краще сприйняття інформації різними аудиторіями.

Особливу увагу приділено стратегіям і тактикам побудови лінгвістичного іміджу політика на прикладі діяльності Дмитра Кулеби. Аналіз його комунікаційної практики свідчить, що він успішно поєднує різні типи сторітелінгу – конфліктний, емпатійний, мотивувальний, символічний – що дає змогу гнучко реагувати на інформаційні виклики та залишатися відкритим до громадян. Такий підхід формує образ політика як сильної, компетентної, емоційно чутливої й доступної особистості. У межах Тен'єрівської моделі комунікації встановлено, що кожен елемент повідомлення виконує окрему функцію (предикат, актант, обставина), а в сукупності вони створюють цілісний, логічно й емоційно узгоджений комунікативний акт.

Таким чином, сторітелінг у політичному дискурсі, зокрема в умовах воєнного часу, виконує комплексну роль: він забезпечує не лише

інформування, а й емпатійну підтримку, сприяє мобілізації суспільства та створенню позитивного лідерського іміджу. Досвід Дмитра Кулеби у цьому контексті може бути взірцем ефективної комунікації, заснованої на відкритості, довірі та ціннісній спільності з аудиторією.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ващук Т. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичного дослідження. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2007. № 33. С. 182–185.
2. Вінтонів М. О., Вінтонів Т. М., Мала Ю. В. Синтаксичні засоби експресивізації в українському політичному дискурсі : монографія. – Вінниця : ТОВ «Твори», 2018. – 336 с. – ISBN 978-617-7710-12-6.
3. Воглер К. Подорож письменника. Міфологічна структура для письменників / пер. з англ. Я. Машико. Київ : ArtHuss, 2023. 528 с.
4. Гром'як Р. Т. Літературознавчий словник-довідник. – Київ : ВЦ «Академія», 2006. – 752 с.
5. Діденко І. А. Дослідження поняття дискурсу у сучасній лінгвістиці. Двадцять четверта всеукраїнська практично-пізнавальна інтернет-конференція. Житомир, 2024. URL: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/54-dvadsyat-chetverta-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/605-doslidzhennya-ponyattya-diskursu-u-suchasnij-lingvistitsi>
6. Загнітко А. П. Сучасні лінгвістичні теорії. Сучасні лінгвістичні теорії : монографія. 2-ге вид., випр. і доп. Донецьк : ДонНУ, 2007. С. 55–62.
7. Золотковська Т. Легкий шлях від ідеї до книжки. Дніпро: Моноліт, 288 с.
8. Жаботинська С. А. Наративні політичні концепти: методика лінгвокогнітивного аналізу // Концепти і контрасти: монографія / ред. Н. В. Петлюченко. – Одеса, 2017. – С. 30–40.
9. Зінссер В. Текст-пекс-шмекс / пер. з англ. Д. Кожедуб. 2-ге вид. Київ : Наш Формат, 2019. 288 с.
10. Йогансен М. Як будується оповідання/ М. Йогансен. Київ : Пабалум, 2019. 128 с.
11. Каплунов Денис. Бізнес-копірайтинг. Як писати тексти, щоб залучати клієнтів / за ред. В. Кравчук. К. : Наш формат, 2024. 336 с.

- 12.Касіян Г. Мовленнєвий етикет у сучасному французькому суспільно-політичному дискурсі: лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2014. 22 с.
- 13.Кемпбелл Дж. Тисячоликий герой / пер. з англ. – Львів : Terra Incognita, 2020. – 432 с. – ISBN 978-617-7646-26-5.
- 14.Кондратенко Н. Український політичний дискурс: текстуалізація реальності : монографія. Одеса : Чорномор'я, 2007. 156 с.
- 15.Ковальова О. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації. Гуманітарні науки: актуальні проблеми. 2020. № 27. С. 101–107. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/27.203531>.
- 16.Ковпик С. І. Сторітелінг та його специфічні перлокуції в різних типах промов // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. – 2021. – Т. 32 (71), № 4, ч. 3. – С. 268–272. – DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.4-3/44>. – УДК 808.5.
- 17.Кривий А. Дискурсний аналіз і сучасне мовознавство. Дискурс іноземномовної комунікації. Львів : Видавництво Львівського національного університету імені Івана Франка, 2001. С. 158–162.
- 18.Кушнірова Т. В. Наратив як літературознавча категорія: генеза, ознаки, типологія // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – 2019. – № 39, т. 1. – С. 130-133. – DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.39.1.31>
- 19.Ламотт Енн. Пташка за пташкою : Порадник з письменництва та життя загалом / Переклад з англ. В. Хасхачик. Львів : Апріорі, 2018. 264 с.
- 20.Лукіна Л. В. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування. 2021. С. 75 – 80. DOI: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-2.13>.
- 21.Максюта А. В. Імідж політика VIA політичне інтерв'ю. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2009. № 5. С. 417–421. URL: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/natural/Nvvnvnu/filolog/2009_5/R7/Maksyuta.pdf.

- 22.Побідаш І. Л. Сторітелінг: ознаки «гарної» історії // Обрії друкарства. – 2019. – № 1 (7). – С. 144–150. – УДК 070.41.
- 23.Пиши сильно: практичні вправи, поради, теорія/ упор. Litosvita. 4-те вид. К : Пабулум, 2020. 240 с.
- 24.П'ятецька О. В. Сторітелінг як поліфункціональний інструмент сучасної комунікації: мовностилістичні особливості // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – 2019. – Вип. 39. – С. 106–121.
- 25.Романова Н. В. Проблема емоційної і емотивної лексики // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – С. 174–178. – УДК 81'373.4.
- 26.Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : монографія. Київ, 2002. 392 с.
- 27.Славова Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсонології : США – Україна. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2012. 360 с.
- 28.Ситник І. В. Дискурс в сучасній лінгвістиці. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2020. № 46, т. 2. С. 123–125. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2020.46-2.30>.
- 29.Смерека В. Ой, копірайтинг! : практичний poradник / Віка Смерека. Харків : ВД «Прометей», 2023. 192 с.
- 30.Снайдер Б. Як блискуче писати живучі тексти. Врятуйте кицьку! / Блейк Снайдер ; пер. з англ. Н. Климчук. Х. : Віват, 2021. 240 с.
- 31.Сторітеллінг як один з ефективних методів викладання [Електронний ресурс] // Кафедра української мови, літератури та культури НТУУ «КПІ». – Режим доступу: <https://kumlk.kpi.ua/arch/node/1410>
- 32.Сторр Вілл. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливають на інших / пер. з англ. Марта Госовська. Київ : Наш формат, 2022. 224 с.
- 33.Тодорова О. В. Енергія сторітелінгу. Історії, архетипи, тренди в бізнес-комунікаціях. К. : Інтерконтиненталь-Україна, 2024. 224 с.

- 34.Удич З.І. Сторітелінг (storytelling) у підготовці майбутніх учителів інклюзивних класів // Методична підготовка майбутнього вчителя. – УДК 378.015:376 (477). – Стаття надійшла до редакції 03.03.2018 р.
- 35.Armstrong D. M. Managing by Storying Around: A New Method of Leadership / David Armstrong. New York: Doubleday Currency, 1992. 272 p.
- 36.Grimm J., Grimm W. Deutsches Wörterbuch. Bd. 2, Lief. 2. – Leipzig: S. Hirzel, 1860.
- 37.Groth S. Political Narratives / Narrations of the Political: An Introduction // Narrative Culture. – 2019.
- 38.Harris, Zellig S. 1952. “Discourse Analysis.” Language 28, no. 1: 1–30.
- 39.Norberg J. Concepts, Political // The Encyclopedia of Political Thought / ed. by M. Gibbons. – 2015. – P. 1–2.
- 40.Oxford Learner’s Dictionaries [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
- 41.Storytelling // Cambridge Dictionary [Електронний ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/storytelling>.
- 42.Storytelling/Armstrong International. URL: <https://www.armstronginternational.com/culture/david-armstrong-storytelling-ceo>

ДОДАТКИ

<https://drive.google.com/drive/folders/1DCAtws1C0nLp5zlODEiiEhFG6BxyNPhg?usp=sharing>

