

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ФЕДОРОВА АННА ПЕТРІВНА

УДК 811.161.2`276.6:32-057.54]:316.77(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК
У МОВЛЕННІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ
ЕКСПЕРТІВ І ТЕХНОЛОГІВ**

035 Філологія

03 Гуманітарні науки

Подається на здобуття ступеня вищої освіти доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

А. П. Федорова



Науковий керівник –
кандидат філологічних наук, доцент

Дудко Ірина Володимирівна

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Федорова А. П. Реалізація комунікативних стратегій і тактик у мовленні сучасних українських політичних експертів і технологів. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 Філологія. Український державний університет імені Михайла Драгоманова. Київ, 2026.

Зміст анотації

Дисертацію присвячено з'ясуванню особливостей реалізації комунікативних стратегій і тактик у мовленні сучасних українських політичних експертів і технологів. *Актуальність теми дослідження* зумовлена зростанням ролі політичної комунікації як інструменту стратегічного впливу на суспільну свідомість і формування національного наративу, особливо в умовах війни та глобальної цифровізації суспільства. Попри значну кількість наукових праць, присвячених мовленнєвій поведінці безпосередніх суб'єктів політичного процесу (державних діячів, лідерів партій тощо), поза увагою дослідників досі залишається цілісне вивчення специфіки реалізації комунікативних стратегій і тактик у мовленні політичних експертів, аналітиків і технологів. Фігура політичного аналітика (у широкому витлумаченні) є унікальним комунікативним феноменом: на відміну від власне політиків, обмежених жорсткою інституційною доктриною, аналітики мають вищий рівень прагматичної адаптивності та свободи у виборі того чи того інструментарію. Вони є ключовими медіаторами та інтерпретаторами смислів між владою і суспільством, що зумовлює потребу в системному аналізі їхнього лінгвостилістичного арсеналу.

У роботі проаналізовано специфіку мовлення політичних експертів і технологів розроблено типологію комунікативних стратегій і тактик,

використовуваних представниками українського експертного політикуму, досліджено засоби їх вербалізації.

У дисертації уточнено поняття *політичний дискурс, мовна особистість, вербальний вплив, мовленнєва агресія*. Визначено та схарактеризовано поняття *комунікативної стратегії* як цілеспрямованого процесу втілення намірів мовця, що полягає у виборі найефективніших комунікативних тактик і мовних засобів та їхній оперативній адаптації до умов і контексту поточного спілкування задля досягнення кінцевої мети, та *комунікативної тактики* як системи мовленнєвих методів і прийомів, що визначає лінію поведінки мовця на конкретному етапі спілкування та орієнтована на забезпечення запланованого результату або нейтралізацію можливих комунікативних ризиків. З'ясовано поняття *комунікативний акт* (глобальна, контекстуально зумовлена ситуація мовного обміну, що інтегрує мовні та позамовні складники), *мовленнєвий акт* (одиниця внутрішньої динаміки комунікативної ситуації, що репрезентує цілеспрямовану дію мовця (ствердження, прогнозування, звинувачення тощо) та визначає вибір необхідних мовних засобів).

У *Розділі 1* сформульовано теоретико-методологічне підґрунтя роботи; здійснено термінологічне розмежування базових понять прагмалінгвістики, з'ясовано специфіку співвідношення комунікативних стратегій із інтенціями мовця. Концептуалізовано поняття політичного дискурсу, визначено сутність і роль мовної особистості в сучасному інформаційному просторі. Розкрито специфіку українського політичного дискурсу, його ознаки та функції. Доведено, що його унікальність виявляється у динамічній трансформації концептуальної структури та виразній прагматичній орієнтації на євроінтеграційний і мілітарний вектори. Визначено ключові функції дискурсу: інтегративну (консолідація суспільства), регулятивну (спонукальний вплив), маніпулятивну, сугестивну, інтерпретаційну та фатичну.

Розділ 2 присвячено прагмалінгвістичному аналізу фактичного матеріалу та виокремленню базових комунікативних стратегій і тактик у

виступах і дописах українських політичних експертів і технологів. Розроблено типологію комунікативних стратегій і тактик, що забезпечують ефективну та переконливу репрезентацію фахівців у сфері політичної комунікації. Системний аналіз емпіричного матеріалу, що кодифікує специфіку прагмалінгвістичної організації мовлення сучасних українських політичних аналітиків, оглядачів, коментаторів, експертів і технологів, уможливив виявлення чітких комунікативних тактико-стратегічних моделей, що виявляють певні дискурсивні закономірності. На основі застосування методики суцільної вибірки на матеріалі дискурсу політичної комунікації України було виокремлено та детально схарактеризовано вербальні маркери, що диференціюються на лексико-семантичному, морфологічному та синтаксичному рівнях мовної системи.

Статистичні показники засвідчили об'єктивне домінування інформаційно-інтерпретаційної стратегії (її питома вага становить 30,0% від загального масиву вибірки), що корелює з базовою професійною інтенцією аналітиків, спрямованою на раціональне пояснення причинно-наслідкових зв'язків суспільно-політичних процесів, коментування поточних подій і формулювання авторитетних прогностичних оцінок. У межах цієї стратегії найбільш частотною виявилася тактика раціонального аналізу.

Вагомим складником експертної комунікації визначено стратегію «гра на підвищення» (26,7%), функційне навантаження якої полягає в легітимації статусу мовця як висококомпетентного фахівця (через тактику демонстрації професійної експертності, апеляції до досвіду), а також у моделюванні консolidованого суспільного наративу за допомогою тактики солідаризації та єдності.

Окрему увагу в дослідженні приділено деструктивному та конфліктогенному потенціалу комунікації, репрезентованому через стратегію «гра на зниження» (20,0%). Якісний лінгвостилістичний аналіз цієї групи джерел дав змогу виявити прояви як прямої, так й опосередкованої вербальної агресії. Стратегія розгортається через тактики дискредитації та звинувачення,

втілюючись на лексичному рівні у спеціалізованих одиницях на позначення девіацій, тиску та маніпулятивних дій опонентів.

Експресивне маркування та інтенсифікація перлокутивного ефекту публічних виступів здійснюється за допомогою стратегії театральності (13,3%). Політичні експерти активно залучають тактику емоціоналізації, що на синтаксичному рівні маніфестується серіями риторичних запитань, які виконують функцію фокусування уваги реципієнта, та іронічного коментування.

Найменш частотною, проте прагматично значущою серед базових стратегій у межах індивідуальних медіаплатформ (зокрема блогів та авторських каналів) є стратегія самопрезентації (7,0%). Вона є експлікатором ідіостилу мовної особистості аналітика та реалізується переважно через тактику вираження суб'єктивної оцінки. Інші стратегії посідають 3,0%.

Узагальнені кількісні та якісні показники реалізації лінгвістичного арсеналу дають підстави констатувати високий рівень адаптивності мовців та динамічну зміну комунікативних тактик залежно від жанру дискурсу, інтенції та соціокультурного контексту доби.

У *Розділі 3* досліджено індивідуальні виміри мовної особистості політичних експертів, технологів, аналітиків та інших представників політикуму. На основі аналізу ідіостилів конкретних суб'єктів обґрунтовано динамічну трикомпонентну модель їхнього комунікативного впливу, що інтегрує індивідуальний ідіостиль комуніканта, національні традиції риторики та адаптивні комунікативні виклики цифрової доби.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ньому введено новий фактичний матеріал, вперше систематизовано й описано комунікативні стратегії та тактики у мовленні сучасних українських експертів і технологів, проаналізовано засоби їх реалізації на лексико-семантичному, морфологічному й синтаксичному мовних рівнях.

Теоретичне значення дисертації полягає в розширенні та поглибленні наукових уявлень про політичну комунікацію у межах сучасного мовознавства,

зокрема комунікативної лінгвістики, політичної лінгвістики та теорії аналізу політичного дискурсу. Отримані результати, сформульовані узагальнення та висновки сприяють подальшому розвитку теоретико-методологічних підходів до вивчення комунікативної взаємодії в політичному просторі. Дослідження комунікативних стратегій і тактик, а також особливостей їх реалізації формують концептуальне підґрунтя для подальшого вивчення вербальних трансформацій, динаміки мовленнєвої поведінки та механізмів комунікативного впливу в мовленні представників сучасного українського політикуму, зокрема політичних експертів і політтехнологів.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів у галузях комунікативної лінгвістики, політичної риторики, медіалінгвістики, дискурсології та теорії комунікації. Основні положення й висновки роботи можуть бути застосовані під час підготовки навчальних курсів, підручників, навчально-методичних посібників і довідників з української мови, а також у процесі написання курсових, кваліфікаційних, магістерських та інших науково-дослідних робіт студентами філологічних спеціальностей.

Перспективи подальших наукових розвідок убачаємо в комплексному дослідженні лінгвокогнітивних та прагматистичних параметрів мовленнєвої поведінки аналітиків, зокрема в аналізі метамовної рефлексії у політичних промовах в аспекті міжкультурної комунікації цифрової доби й сучасного медіапростору.

Ключові слова: мова і мовлення, комунікація, комунікативна ситуація, комунікативні стратегії і тактики, медіа, мовна особистість, дискурс, політичний дискурс, концепт, когнітивний та прагматичний підходи в лінгвістиці, контекст, стереотип, свідомість, предикативність, лінгвальні та екстралінгвальні чинники.

ABSTRACT

Fedorova, A. P. The Implementation of Communicative Strategies and Tactics in the Speech of Modern Ukrainian Political Experts and Technologists. – Qualifying scientific work on the rights of a manuscript.

A dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in specialty 035 Philology. Mykhailo Drahomanov Ukrainian State University. Kyiv, 2026.

Abstract Content

The dissertation is devoted to determining the specific features of implementing communicative strategies and tactics in the speech of modern Ukrainian political experts and technologists. The relevance of the research topic is driven by the growing role of political communication as an instrument of strategic influence on public consciousness and the formation of a national narrative, especially under martial law and the global digitalization of society. Despite a significant number of scientific works devoted to the speech behavior of the direct subjects of the political process (statesmen, party leaders), a holistic study of the specifics of implementing communicative strategies and tactics in the speech of political experts, analysts, and technologists has remained outside the attention of researchers. The figure of the political analyst (in a broad sense) is a unique communicative phenomenon: unlike actual politicians, who are restricted by rigid institutional doctrine, analysts possess a higher level of pragmatic adaptability and freedom in choosing verbal tools. They act as key mediators and interpreters of meaning between the government and society, which necessitates a systematic analysis of their linguo-stylistic arsenal.

The study analyzes the specifics of the political elite's speech, develops a typology of communicative strategies and tactics used by representatives of the Ukrainian expert political establishment, and investigates the means of their verbalization.

The dissertation refines the concepts of political discourse, linguistic persona, verbal influence, and verbal aggression. It defines and characterises the concept of a communicative strategy as a purposeful process of realising the speaker's intentions, which consists in selecting the most effective verbal steps and means, alongside their prompt adaptation to the conditions and context of the ongoing interaction to achieve the ultimate goal. Furthermore, a communicative tactic is delineated as a system of verbal methods and techniques that determines the speaker's line of behaviour at a specific stage of communication, aimed at securing the intended outcome or neutralising potential communicative risks. The study also elucidates the concepts of the communicative act (a global, contextually conditioned situation of verbal exchange that integrates linguistic and extralinguistic components) and the speech act (a unit of the internal dynamics of a communicative situation, representing a purposeful action by the speaker – such as an assertion, prediction, or accusation – and determining the selection of the requisite linguistic means).

Chapter 1 formulates the theoretical and methodological basis of the thesis. It provides a terminological differentiation of the basic concepts of pragmalinguistics and clarifies the specific correlation between communicative strategies and speaker intentions. It conceptualizes the notion of Ukraine's political discourse and defines the essence and role of the linguistic personality in the modern information space. The chapter reveals the specifics of Ukrainian political discourse, its features, and functions. It is proven that its uniqueness manifests in the dynamic transformation of its conceptual structure and a distinct pragmatic orientation toward European integration and military vectors. The key functions of discourse are determined: integrative (consolidation of society), regulative (motivational impact), manipulative, suggestive, interpretative, and phatic.

Chapter 2 is devoted to the pragmalinguistic analysis of the factual material and the identification of the basic communicative strategies and tactics in the speeches and posts of Ukrainian political experts and technologists. A typology of communicative strategies and tactics that ensure the effective and persuasive representation of specialists in the field of political communication is developed. A

systematic analysis of empirical material, codifying the specifics of the pragmalinguistic organization of the speech of modern Ukrainian political analysts, observers, commentators, experts, and technologists, made it possible to identify distinct communicative tactical-strategic models that reveal certain discursive patterns. Based on the application of the continuous sampling method on the material of Ukraine's political communication discourse, verbal markers differentiated at the lexico-semantic, morphological, and syntactic levels of the language system were isolated and characterized in detail.

Statistical indicators demonstrated the objective dominance of the *information-interpretative strategy* (its specific weight is 30.0% of the total sample), which correlates with the basic professional intention of analysts, aimed at the rational explanation of cause-and-effect relationships within socio-political processes, commenting on current events, and formulating authoritative prognostic assessments. Within this strategy, the tactic of rational analysis proved to be the most frequent.

A significant component of expert communication is determined to be the «*upgrading*» strategy (26.7%), the functional load of which lies in legitimizing the speaker's status as a highly competent professional (through the tactic of demonstrating professional expertise and appealing to experience), as well as in modeling a consolidated public narrative via the tactic of solidarity and unity.

Special attention within the study is given to the destructive and conflictogenic potential of communication, represented through the «*downgrading*» strategy (20.0%). A qualitative linguo-stylistic analysis of this group of sources allowed for identifying manifestations of both direct and indirect verbal aggression. The strategy unfolds through the tactics of discrediting and accusation, materializing at the lexical level in specialized units denoting deviations, pressure, and the manipulative actions of opponents.

Expressive marking and intensification of the perlocutionary effect of public speeches are carried out using the *theatricality strategy* (13.3%). Political experts actively engage the tactic of emotionalization, which at the syntactic level is

manifested by series of rhetorical questions that function to focus the recipient's attention and provide ironic commentary.

The least frequent, yet pragmatically significant within individual media platforms (in particular, blogs and author's channels) is the *self-presentation strategy* (7.0%). It acts as an explicator of the analyst's linguistic personality's idiosyncrasy and is implemented mainly through the tactic of expressing subjective assessment. The remaining strategies collectively account for 3.0%.

The generalized quantitative and qualitative indicators of the implementation of the expert elite's linguistic arsenal provide grounds to state a high level of speaker adaptability and the dynamic change of communicative tactics depending on the discourse genre, intention, and the sociocultural context of the era.

Chapter 3 explores the individual dimensions of the linguistic personality of political experts, technologists, analysts, and other representatives of the political establishment. Based on the analysis of specific subjects' idiosyncrasies, a dynamic three-component model of their communicative impact is substantiated, integrating the communicant's individual idiosyncrasy, national rhetorical traditions, and the adaptive communicative challenges of the digital age.

The *scientific novelty* of the research lies in the fact that it introduces new factual material, systematizes and describes for the first time the communicative strategies and tactics in the speech of modern Ukrainian experts and technologists, and analyzes the verbal means of their implementation at the lexico-semantic, morphological, and syntactic language levels.

The *theoretical significance* of the dissertation consists in expanding and deepening scientific understanding of political communication within modern linguistics, particularly communicative linguistics, political linguistics, and the theory of political discourse. The obtained results, formulated generalizations, and conclusions contribute to the further development of theoretical and methodological approaches to the study of communicative interaction in the political space. The study of communicative strategies and tactics, as well as the specifics of their realization, forms a conceptual foundation for further studying verbal

transformations, the dynamics of speech behavior, and the mechanisms of communicative influence in the speech of representatives of the modern Ukrainian political establishment, particularly political experts and political technologists.

The *practical significance* of the study lies in the possibility of using its results in the fields of communicative linguistics, political rhetoric, media linguistics, discourse studies, and communication theory. The main provisions and conclusions of the work can be applied during the preparation of educational courses, textbooks, educational and methodological manuals, and reference books on the Ukrainian language, as well as in the process of writing term papers, qualification papers, master's theses, and other research works by students of philological specialties.

The *prospects for further scientific research* are seen in a comprehensive study of the linguo-cognitive and pragmastylistic parameters of the speech behavior of analysts, specifically in the analysis of metalinguistic reflection in political speeches in the aspect of intercultural communication of the digital age and the modern media space.

Keywords: language and speech, communication, communicative situation, communicative strategies and tactics, media, linguistic personality, discourse, political discourse, concept, cognitive and pragmatic approaches in linguistics, context, stereotype, consciousness, predicativity, linguistic and extralinguistic factors.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

1. **Федорова А. П.** Специфіка мовної особистості сучасних українських політичних експертів і технологів. *«XIV. Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik Dialog der Sprachen – Dialog der Kulturen. Die Ukraine aus globaler Sicht. XIV Міжнародна наукова Інтернет-конференція з україністики «Діалог мов – діалог культур. Україна і світ» (München, 02–05. November 2023).* 2024. С. 49 – 57. DOI: [10.5282/ubm/epub.122255](https://doi.org/10.5282/ubm/epub.122255). URL: <https://epub.ub.uni-muenchen.de/122255/>.
2. **Федорова А. П.** Мовленнєві стратегії і тактики в комунікативному середовищі політичного дискурсу України. Видавнича група «Наукові перспективи», «Вісник науки та освіти», Серія «Філологія». 2024. Випуск № 9 (27). С. 453–468. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-9\(27\)-453-468](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-9(27)-453-468). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/15276>.
3. **Федорова А. П.** Мовний портрет сучасного українського політикуму. Проблеми гуманітарних наук. Збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія». 2024. Випуск 59. С. 64–74. DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2023.59.8>. URL: <http://filol.dspu.in.ua/index.php/filol/article/view/419>.
4. **Федорова А. П.** Українська політична риторика: роль лексики у формуванні суспільної думки. Видавнича група «Наукові перспективи», «Вісник науки та освіти», Серія «Філологія». 2024. Випуск № 11 (29). С. 682–690. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11\(29\)-682-690](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-11(29)-682-690). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/17259>.
5. **Федорова А. П.** Особливості комунікації в соціально-інформаційному полі сучасної української політики. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Філологічні науки.* 2024. Випуск № 22. С. 79–87. DOI: <https://doi.org/10.32782/2412-933X/2024-XXII-10>. URL: <https://journals.bdpu.in.ua/index.php/phil/issue/view/54>.

6. **Федорова А. П.** Функційний вимір сучасного українського політичного дискурсу та вербальні форми його вираження у риторичі сучасних політичних експертів і технологів. *Видавнича група «Наукові перспективи», «Вісник науки та освіти», Серія «Філологія»*. 2026. Випуск № 6 (48) (Спецвипуск). С. 858–867.

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-6\(48\)-858-867](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-6(48)-858-867).

URL: <https://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/46559>.

Тези доповідей на науково-практичних конференціях:

1. Федорова А. П. Стратегія маніпулювання як засіб реалізації агресивного вербального впливу. *«Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи»: матеріали XVII Всеукраїнської науково-практичної конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови (Київ, 25 листопада 2021 р.)*. Київ: Національна академія внутрішніх справ. 2021. С. 177 – 180.

2. Федорова А. П. Специфіка вербального впливу сучасних українських політтехнологів і політекспертів. *«Арватівські читання – 2022» Збірник тез доповідей Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції (Ніжин, 20 травня 2022 р.)*. Ніжин: Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя. 2022. С. 91 – 94.

3. Федорова А. П., Дудко І. В. Вербальні засоби активізації уваги в сучасному українському політичному дискурсі. *«Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи»: матеріали XVIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови (Київ, 17 листопада 2022 р.)*. Київ: Національна академія внутрішніх справ. 2022. С. 66 – 68.

4. Федорова А. П. Особливості сучасного політичного дискурсу України. *«Українська мова вчора, сьогодні, завтра в Україні і світі»: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, УДУ імені Михайла Драгоманова, 09 листопада 2022 р.)*. Київ: НПУ імені М.П. Драгоманова. 2022.

С. 110 – 115.

5. Федорова А. П. Мовні особливості новітнього українського політичного дискурсу у воєнний час. «Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи»: матеріали XIX Всеукраїнської науково-практичної конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови (Київ, 24 листопада 2023 р.). Київ: Національна академія внутрішніх справ. 2023. С. 106 – 109.

6. Федорова А. П. Політична комунікація: мовні та мовленнєві девіації. «Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи»: матеріали XX Всеукраїнської науково-практичної конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови (Київ, 31 жовтня 2024 р.). Київ: Національна академія внутрішніх справ. 2024. С. 160 – 164.

7. Федорова А. П. Реалізація тактики визнання проблеми у політичній комунікації. The 5th International scientific and practical conference «Scientific achievements of contemporary society» (December 5 – 7, 2024) Cognum Publishing House, London, United Kingdom. 2024. С. 704 – 709.

8. Федорова А. П. Український політичний дискурс у заголовках: функційний аспект. Філологія доби глобалізації: візії та перспективи : матер. Міжнар. наук. конф. (10 жовтня 2025 року, м. Київ, Україна). / за заг. ред. Г.Ф.Семенюка, С. П. Гриценко. Київ, 2025. 291 с. Київ: Київський Національний університет імені Тараса Шевченка, 2025. С. 259 – 260.

9. Дудко І. А., Федорова А. П. Вживання лексичних інтенсифікаторів в українському політичному дискурсі. «Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи»: матеріали XXI Всеукраїнська науково-практичної конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови (Київ, 20 листопада 2025 р.). Київ: Національна академія внутрішніх справ, 2025. С. 72 – 76.

ЗМІСТ

ВСТУП	17
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ	24
1.1. Комунікація: її рівні, етапи, суміжні поняття.....	24
1.1.1. Мовленнєвий вплив, маніпулювання, мовленнєва агресія	29
1.1.2. Інтерпретація комунікативного конфлікту.....	43
1.2. Особливості політичної комунікації та її суб'єкти.....	50
1.2.1. Поняття про політичний дискурс та його організацію	54
1.2.2. Спеціалізовані суб'єкти політичної комунікації: політичні експерти та технологи.....	67
1.3. Стратегічно-тактичний потенціал політичної комунікації.....	69
1.3.1. Поняття про комунікативні стратегії та тактики.....	70
1.3.2. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій і тактик.....	85
1.3.3. Базові комунікативні стратегії та тактики у сучасному політичному дискурсі.....	91
Висновки до розділу 1.....	105
РОЗДІЛ II. ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК У МОВЛЕННІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ФАХІВЦІВ ІЗ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	108
2.1. Репрезентація сучасного українського політичного дискурсу.....	108
2.2. Стратегічно-тактична організація мовлення сучасних українських політичних експертів і технологів.....	114
2.2.1. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія	115
2.2.2. Стратегія «гра на підвищення».....	124
2.2.3. Стратегія «гра на зниження».....	127
2.2.4. Стратегія театральності.....	136
2.2.5. Стратегія самопрезентації.....	143

2.2.6. Інші стратегії.....	146
Висновки до розділу 2.....	149
РОЗДІЛ III. РОЛЬ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНИ.....	152
3.1. Структурно-функційні характеристики мовної особистості фахівців з політичної комунікації.....	152
3.2. Комунікативні маркери української експертної політичної еліти.....	161
3.3. Типові функції та ідіостильові параметри мовлення сучасного українського політичного експерта і технолога	172
Висновки до розділу 3.....	178
ВИСНОВКИ.....	181
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	192
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ.....	218
ДОДАТКИ.....	229

ВСТУП

Дисертаційна робота присвячена дослідженню особливостей реалізації комунікативних стратегій і тактик у мовленні представників сучасної української політичної експертної спільноти та фахівців із політичних технологій.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням ролі політичної риторики як інструменту мовленнєвого впливу на громадську думку, формування національного наративу, особливо у час воєнного стану, а також засобу легітимації або делегітимації тієї чи тієї влади. Особливої ваги ця проблематика набуває в умовах суспільно-політичної трансформації, розвитку цифрових медіа, соціальних мереж, платформ, де мовлення представників політикуму набуває нових форм і каналів впливу.

В Україні дослідженню комунікації, її специфіки та значення присвятили свої праці такі вчені, як: С. Д. Абрамович [2005], Ф. С. Бацевич [2004], І. А. Блинова [2012], І. Ф. Бублик [2015], А. В. Висоцький [2009], А. П. Загнітко [2010], Н. Є. Леміш [2014], С. А. Матвєєва [2011], С. М. Романчук [2018] та інші. Проблеми класифікації, ієрархізації та реалізації комунікативних стратегій і тактик висвітлено у працях Т. А. ван Дейка [1989], О. В. Дмитрук [2006], О. Л. Доценко [2011], С. О. Нікітчиної [2015], С. А. Романюк [2014], М. Стаббса [1983], М. І. Степаненка [2013], К. Халандера [2015], О. В. Яшенкової [2010] та інших. Комунікативні та прагмалінгвістичні особливості організації дискурсу, зокрема політичного, репрезентовано у працях Р. Бласс [1990], Е. Гоффмана [1981], В. Едмондсона [1981], Л. І. Стрій [2015], В. А. Ущини [2012], Я. Р. Федорів [2013], О. С. Фоменко [2014], а також у новітніх філологічних розвідках Ю. В. Мужеляк [2025], О. І. Семенишин [2023] та інших дослідників.

Проте питання стратегічно-тактичного арсеналу політичної комунікації, зокрема на матеріалі мовлення сучасних українських політичних експертів і технологів, досі не було висвітлене, що й зумовило актуальність обраної теми.

Мета дисертаційної роботи полягає у з'ясуванні лінгвокогнітивної природи, структурно-таксономічних параметрів та особливостей реалізації комунікативних стратегій і тактик у мовленні сучасних українських політичних експертів і технологів.

Мета дослідження зумовлює виконання **таких завдань**:

- визначити та схарактеризувати поняття комунікативної стратегії та комунікативної тактики;
- розкрити специфіку українського політичного дискурсу, його ознаки та соціолінгвістичні функції;
- розробити типологію комунікативних стратегій і тактик, що забезпечують ефективну та переконливу репрезентацію фахівців у сфері політичної комунікації;
- проаналізувати мовно-стильові засоби, типові для мовлення українських політичних аналітиків і фахівців із політичних технологій;
- виокремити мовні моделі – інструменти реалізації комунікативного впливу в політичному дискурсі;
- з'ясувати роль мовної особистості сучасного українського політичного експерта і технолога в політичному дискурсі України.

Об'єктом дослідження є комунікативні стратегії і тактики, а також мовні засоби їх реалізації в політичній комунікації, репрезентовані в офіційних зверненнях, дописах, промовах, інтерв'ю та інших формах публічної комунікації українських політичних експертів і технологів.

Предметом дослідження є функційно-семантичні, структурно-граматичні, прагмастилістичні особливості мовлення та екстралінгвальні чинники, що впливають на вибір комунікативних стратегій і тактик сучасними українськими політичними експертами й технологами.

Методи та прийоми дослідження. У дисертації застосовано комплекс методів і прийомів для повного та всебічного аналізу комунікативних стратегій і тактик, які використовують політичні експерти та технологи у своєму мовленні, що дає змогу охопити дослідженням як формально-

структурні, так і прагматично-змістові аспекти мовленнєвої діяльності представників політичної сфери.

Описовий метод застосовано для систематизації, класифікації та інтерпретації мовного матеріалу, а також для виявлення й характеристики комунікативних стратегій і тактик, мовних засобів і закономірностей їх функціонування в сучасному українському політичному дискурсі. Використання цього методу дало змогу описати структурно-семантичні, функційні та прагматичні особливості мовних одиниць, визначити їхню роль у реалізації комунікативного впливу та репрезентації мовної особистості політичного комуніканта.

Дискурс-аналіз уможлиблює дослідження мовлення комунікантів у конкретних соціально-комунікативних ситуаціях з урахуванням умов комунікації, аудиторії, мети тощо. Такий підхід забезпечує витлумачення політичного дискурсу як динамічного явища, де всі вербальні засоби є інструментами впливу, зокрема маніпулятивного, самопрезентації, переконання тощо.

Прагматичний аналіз, застосований у дослідженні, дає змогу виявити комунікативні інтенції мовців, визначити особливості реалізації перлокутивного ефекту та простежити механізми втілення стратегій і тактик мовленнєвого впливу в реальному комунікативному просторі. Використання цього методу уможлиблює встановлення способів впливу комуніканта на аудиторію, оцінку ефективності такого впливу, а також аналіз мовних і позамовних засобів конструювання та підтримання суспільного авторитету лідера думки.

Лінгвостилістичний метод використано для виявлення стилістичних особливостей сучасного українського політичного дискурсу, аналізу експресивного потенціалу мовлення та опису засобів мовного впливу, зокрема риторичних фігур, метафор, гіпербол, літот, лексичних повторів та інших стилістичних прийомів. Застосування цього методу дало змогу простежити специфіку індивідуального стилю мовлення, визначити характерні риси

мовної особистості та виокремити мовні маркери комунікативної поведінки політичних експертів і технологів.

Когнітивно-дискурсивний метод застосовано з метою аналізу когнітивних і концептуальних моделей, що лежать в основі реалізації комунікативних стратегій і тактик. Його використання дало змогу виявити особливості вербалізації суспільно значущих смислів, національних наративів, ідеологічних установок і ціннісних орієнтирів у мовленні політичних експертів і політтехнологів.

Метод компаративного аналізу використано для зіставлення комунікативних стратегій і тактик, а також способів їх вербального вираження у мовленні різних представників українського політичного середовища.

Метод лінгвістичної статистики залучено для кількісного опрацювання фактичного матеріалу, визначення відсоткового співвідношення стратегій і тактик, а також для математичного підтвердження об'єктивності виведених закономірностей.

Матеріалом дослідження¹ стали різнорівневі мовні одиниці, що репрезентують відповідні комунікативні стратегії і тактики текстових фрагментів, дібраних методом суцільної вибірки з публічних виступів, промов, блогів, інтерв'ю та інших форм публічної комунікації сучасних українських політичних експертів і політтехнологів, зокрема: Віктора Тарана, Валерія Чалого, Володимира Молчанова, Євгена Магди, Олесі Яхно, Тараса Загороднього, Петра Олещука, Володимира Кулика, Олега Лісного, Костянтина Матвієнка, Андрія Миселюка, Олександра Антонюка, Михайла Басараба, Андрія Городницького, Андрія Мельника, Віталія Портникова, Ігоря Чаленка, Володимира Фесенка, Володимира Цибулька, Сергія Гайдая, Валерія Клочка, Руслана Бортніка, Антона Кучухідзе та інших.

Вибір зазначених політичних експертів, політтехнологів, політологів, політичних аналітиків тощо зумовлений високими позиціями в рейтингах українських політичних експертів і медіаприсутності представників

¹ Збережено оригінальне мовлення політичних експертів і технологів

політичної експертної спільноти, оприлюднених у відкритих верифікованих джерелах.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ньому введено до наукового обігу новий фактичний матеріал, вперше на матеріалі мовлення сучасних українських політичних експертів і політтехнологів виконано комплексне лінгвістичне дослідження реалізації комунікативних стратегій і тактик. У роботі запропоновано системний, комплексний і багатоаспектний аналіз мовних механізмів та засобів реалізації комунікативного впливу, використовуваних представниками сучасного українського політичного експертного середовища. У дослідженні систематизовано найбільш типові комунікативні стратегії та проаналізовано тактики їх реалізації з урахуванням екстралінгвістичних чинників, зокрема соціокультурного, суспільно-політичного та медійного контекстів. Виокремлено провідні тенденції, характерні для сучасного українського політичного дискурсу, та визначено специфіку мовного конструювання експертної комунікації.

Теоретичне значення дисертації полягає в розширенні та поглибленні наукових уявлень про політичну комунікацію у межах сучасного мовознавства, зокрема комунікативної лінгвістики, політичної лінгвістики та критичного аналізу дискурсу. Отримані результати, сформульовані узагальнення та висновки сприяють подальшому розвитку теоретико-методологічних підходів до вивчення комунікативної взаємодії в політичному просторі. Дослідження комунікативних стратегій і тактик, а також особливостей їх реалізації формує концептуальне підґрунтя для подальшого вивчення вербальних трансформацій, динаміки мовленнєвої поведінки та механізмів комунікативного впливу в мовленні представників сучасного українського політикуму, зокрема політичних експертів і політтехнологів.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів у галузях комунікативної лінгвістики, політичної риторики, медіалінгвістики, дискурсології та теорії комунікації. Основні положення й висновки роботи можуть бути застосовані під час підготовки навчальних

курсів, підручників, навчально-методичних посібників і довідників з української мови, а також у процесі написання курсових, кваліфікаційних, магістерських та інших науково-дослідних робіт здобувачами філологічних спеціальностей.

Апробація роботи. Основні результати дослідження було представлено на наукових конференціях, зокрема на: Всеукраїнській студентській науково-практичній інтернет-конференції «Арватівські читання – 2022» з доповіддю «Специфіка вербального впливу сучасних українських політтехнологів і політекспертів» (Ніжин, Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 20 травня 2022 р.); Міжнародній науковій конференції молодих українців «Українська культура має силу» з доповіддю «Комунікативні стратегії і тактики у мовленні сучасних українських політичних технологів і експертів» (Польща, Варшава, Варшавський університет, 24 травня 2022 р.); XVIII Всеукраїнській науково-практичній конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови «Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи» з доповіддю «Вербальні засоби активізації уваги в сучасному українському політичному дискурсі» (Київ, Національна академія внутрішніх справ, 17 листопада 2022 р.); пленарному засіданні щорічної звітно-наукової конференції студентів та аспірантів «Освіта і наука – 2023» з доповіддю «Реалізація мотиваційно-агітаційної мовленнєвої стратегії у часи воєнного стану» (Київ, УДУ імені Михайла Драгоманова, 04 квітня 2023 р.); XIV Міжнародній науковій Інтернет-конференції з україністики «Діалог мов – діалог культур. Україна і світ» з доповіддю «Специфіка мовної особистості сучасних українських політичних експертів і технологів» (Німеччина, Мюнхен, 02 – 05 листопада 2023 р.); XIX Всеукраїнській науково-практичній конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови «Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи» з доповіддю «Мовні особливості новітнього українського політичного дискурсу у воєнний час» (Київ, Національна академія внутрішніх справ, 24 листопада 2023 р.); пленарному засіданні щорічної звітно-наукової конференції студентів та

аспірантів «Освіта і наука – 2024» з доповіддю «Стратегія єдності у мовленні сучасних політичних експертів і технологів» (Київ, УДУ імені Михайла Драгоманова, 10 квітня 2024 р.); XX Всеукраїнській науково-практичній конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови «Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи» з доповіддю «Політична комунікація: мовні та мовленнєві девіації» (Київ, Національна академія внутрішніх справ, 31 жовтня 2024 р.); V Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Scientific achievements of contemporary society» з доповіддю «Реалізація тактики визнання проблеми у політичній комунікації» (5 – 7 грудня 2024 р.); Міжнародній науковій конференції з доповіддю «Український політичний дискурс у заголовках: функційний аспект» (Київ, Київський Національний університет імені Тараса Шевченка, 10 жовтня 2025 року); XXI Всеукраїнська науково-практичної конференції з проблем розвитку та функціонування державної мови «Українська мова в юриспруденції: стан, проблеми, перспективи» (Київ, Національна академія внутрішніх справ, 20 листопада 2025 р.)

Публікації. Основні положення, результати та висновки виконаного дослідження висвітлено в шести одноосібних наукових статтях, п'ять з яких опубліковано в фахових наукових виданнях України, одна – у закордонному виданні.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списків використаної літератури, джерел фактичного матеріалу та додатків.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

1. 1. Комунікація: її рівні, етапи, суміжні поняття

Сучасна лінгвістична парадигма, орієнтована на дослідження динамічних виявів елементів мовної системи, потребує передовсім суворого термінологічного розмежування базових категорій прагмалінгвістики, що тривалий час у традиційному мовознавстві використовувалися як синонімічні або взаємозамінні. Йдеться про поняттєву тріаду «комунікація», «спілкування» та «мовлення» (мовленнєва діяльність), кожна з яких відбиває специфічний рівень актуалізації мовного коду в соціумі.

Комунікація – це процес передачі інформації від відправника до одержувача за допомогою певної знакової системи. Вона не обов'язково є вербальною і не завжди передбачає двосторонній психологічний контакт (наприклад, масова комунікація, передача даних). Вербальна комунікація є системним і цілеспрямованим явищем, що передбачає планування вербальних дій і вибір найбільш ефективних способів досягнення комунікативної мети. Саме тому комунікацію доцільно розглядати як мовленнєву діяльність, що реалізує відповідні комунікативні стратегії та тактики. Комунікація становить безперервний процес соціальної взаємодії за допомогою конкретних комунікативних (мовленнєвих) актів.

У «Теорії масової комунікації» Д. Мак-Квейл [Мак-Квейл, 2008] виокремив такі рівні комунікації:

Рівень 1. Інтерперсональна комунікація психічної та біологічної форми, що пов'язана з реакцією особи на необхідні фізіологічні потреби, а саме відчуття безпеки, болю, голоду тощо.

Рівень 2. Інтерперсональна вербальна комунікація між декількома індивідами. Цей рівень виводить суспільство на інший щабель комунікативного та цивілізаційного розвитку, тому що до цього моменту

комунікація здійснювалась завдяки невербальним засобам.

Рівень 3. Групова комунікація формується протягом життя особи у певній соціальній групі (життя у родині, племені); така група пов'язана з появою проблеми взаємозв'язків, розрізненням форм інтеракцій у людському спілкуванні тощо.

Рівень 4. Міжгрупова комунікація. Такий тип взаємодії зумовлений виникненням найперших формалізованих суспільних структур, які стали каталізаторами появи безпосередніх особистісних контактів між усіма її учасниками.

Рівень 5. Інституційна, або організаційна, формалізована комунікація є результатом появи політичної влади, економічних організацій, формальних структур влади. На цьому рівні комунікації виникають проблеми створення стандартів і норм, кооперації, інтеракції.

Рівень 6. Масова комунікація – це найвищий рівень соціальної комунікації, вона охоплює значну кількість людей, є найбільш ефективною та дієвою. Досягнення цього рівня передбачає дотримання всіх вимог і правил професійної вербальної взаємодії.

Виокремлюють чинники, здатні більш детально репрезентувати внутрішній задум і прагматичну сутність комунікації. До таких визначальних детермінант належать: лінгвокультурні, соціально-рольові та психологічні [Білоконенко, 2015, с. 62–64].

Лінгвокультурний чинник пов'язаний із етносоціальним середовищем, у якому сформувалась мовна особистість, адже саме в ньому закладено контури її поведінки, мовленнєвої культури та загального світогляду. У цьому аспекті важливими ознаками толерантної комунікації людей є дотримання усіма комунікантами етнолінгвокультурних норм, законів, що сформувалися протягом періоду існування народів, а незнання або ж неврахування таких особливостей може спричинити вербальний конфлікт або стати причиною комунікативних невдач [Бацевич, 2010b, с. 110].

Соціально-рольовий чинник полягає в тому, що характер реальної

поведінки, зокрема й мовленнєвої, людини цілковито залежить від її поточних соціальних ролей, статусу в суспільній ієрархії та інституційних зобов'язань.

Психологічний чинник комунікації безпосередньо залежить від психофізіологічних та індивідуально-психологічних особливостей мовця. Його дія виразно репрезентована в манері спілкування, темпоритмі мовлення, виборі лексичних одиниць і невербальному супроводі комунікації. Індивідуально-психологічні чинники (рівень емпатії, тип темпераменту, характер комунікантів тощо) можуть стати як каталізатором конфліктної ситуації, так і надійним підґрунтям для виваженої, гармонійної комунікації.

У комунікації виокремлюють декілька етапів: етап орієнтування, етап реалізації, етап контролю. Етап орієнтування передбачає такі фази: 1) орієнтування у макроструктурі комунікації (у соціально-психологічній ситуації, співрозмовникові, можливості обрати необхідні засоби комунікації); 2) формування комунікативного завдання, де К – це буде завдання, з урахуванням кожного з основних параметрів комунікації та вироблення на цьому етапові спільної програми спілкування. На етапі реалізації відбувається втілення плану спільних дій; реалізація К-завдання, спільної стратегії комунікації, поступове розгортання комунікативних циклів. Етап контролю передбачає оцінку результатів і ефективності процесу комунікації, здійснення контролю у формі зворотного зв'язку на К-завдання, що було сформульоване на першому етапі вербального процесу [Кліш та ін., 2014, с. 10].

Умовою реалізації комунікації є *комунікативна ситуація* – сукупність обставин, у яких відбувається спілкування. До них належать: учасники, їхні ролі та статуси, місце й час, комунікативна мета, канал, контекст тощо (наприклад: інтерв'ю, лекція, приватна розмова, допис у блозі). У такий спосіб комунікативна ситуація створює своєрідну рамку для мовленнєвої діяльності, безпосередньо регулюючи вибір мовних засобів.

Спілкування – це суб'єктна взаємодія, що передбачає не просто обмін інформацією, а й встановлення соціальних контактів, взаємовплив, обмін емоціями та формування спільних смислів. Комунікація є інформаційним

складником спілкування, а спілкування відповідно – формою комунікації.

Мовлення (мовленнєва діяльність) – це специфічний вид цілеспрямованої діяльності людини, який виступає засобом або інструментом реалізації спілкування. Якщо спілкування – це мета і соціальний процес, то мовленнєва діяльність – це психофізіологічний і лінгвістичний механізм, за допомогою яких досягають цієї мети. Основними видами мовленнєвої діяльності є говоріння, слухання, читання, письмо.

Найменшою одиницею реалізації комунікації є *мовленнєвий акт*, який часто ототожнюють із *комунікативним актом*. Це мінімальна, неподільна одиниця мовленнєвої діяльності і базовий елемент комунікативної ситуації. Іншими словами, це окрема завершена дія мовця, спрямована на досягнення певної мети (наприклад, прохання, обіцянка, наказ, вибачення, оцінка тощо). Проте, на наш погляд, варто розмежовувати ці два поняття, оскільки комунікативний акт, на відміну від мовленнєвого акту, – ширше поняття, що охоплює мовні й позамовні чинники.

Теоретичне підґрунтя для дослідження динамічної структури мовленнєвої діяльності знаходимо в класичних концепціях Л. Вітгенштайна [Вітгенштайн, 1995] та Дж. Ліча [Дж. Ліч, 1983]. За Л. Вітгенштайном мова – це сукупність «мовних ігор»: «Мовні ігри» – це моделі використання мови, її різноманітні функції. Вони є найпростішими чи ситуативно спрощеними способами вживання мовних знаків, що дають ключ до розуміння більш вигадливих, видозмінених, складних ситуацій у мові, а мовлення є частиною діяльності, способу життя людини, називає та ілюструє розмаїття «мовних ігор» [Вітгенштайн, 1995, с. 101–102].

У межах сучасної прагмалінгвістики мовленнєвий акт розглядають як базову мінімальну одиницю вербальної взаємодії. Його текстова реалізація зумовлена просторово-часовими чинниками (хронотопом), а також специфікою психологічної взаємодії між безпосередніми комунікантами: адресантом (мовцем) і адресатом (реципієнтом). Як слушно зауважує Л. Білоконенко, реалізацію мовленнєвого акту забезпечують три основні

операції: локуція, ілокуція та перлокуція [Білоконенко, 2015, с. 34]. Тож, комунікативні / мовленнєві акти послідовно реалізуються у межах трьох взаємопов'язаних складників: 1) локутивного акту, що полягає безпосередньо у фізичному вимовлянні висловлювань за допомогою засобів фонологічної та граматичної систем мови; 2) ілокутивного акту, що відображає вимовляння висловлювання з конкретною комунікативною метою та інтенцією мовця (щось повідомити, висловити прогноз, дати певне доручення, поставити запитання тощо); 3) перлокутивного акту, що фіксує безпосередню реалізацію мети повідомлення, коли прагматичний намір мовця досягає результату (наприклад, прохання було виконане, на запитання була надана відповідь, змінилися ментальні установки реципієнта тощо) [Куранова, 2012, с. 98–99].

Центром будь-якого комунікативного акту є ментальна модель поведінки мовців – когнітивні фрейми, становлячи собою надійне підґрунтя для розгортання комунікативних стратегій і тактик у майбутньому. Згідно з визначенням О. В. Яшенкової, «фрейм (англ. frame – каркас, рамка) – структури, що репрезентують стереотипні ситуації, які ґрунтуються на ситуативному шаблоні» [Яшенкова, 2010, с. 298].

Усі ці процеси безпосередньо охоплює прагматичний аналіз. «Сутність його – у вивченні людських вимірів комунікації, пов'язаність їх з мовними структурами. Психологічний тип людини, її настрої, світобачення, ставлення до співрозмовника тощо впливають на перебіг комунікації, її тональність і атмосферу. У центрі уваги прагматичного аналізу перебувають такі важливі поняття комунікації, як стратегії й тактики спілкування, оцінні аспекти людської взаємодії, закони, правила й конвенції спілкування тощо» [Бацевич, 2009, с. 19].

Комунікативна стратегія – це загальний план мовленнєвої поведінки комуніканта, спрямований на досягнення визначеної комунікативної мети шляхом вибору й організації відповідних мовних засобів і способів впливу.

Комунікативна тактика – це конкретний спосіб реалізації комунікативної стратегії, що передбачає використання окремих мовленнєвих прийомів і засобів у певній комунікативній ситуації.

Докладніше ці поняття висвітлено нижче.

1.1.1. Мовленнєвий вплив, маніпулювання, мовленнєва агресія

Інтенційна діяльність мовця на прагматичному рівні комунікації може виявлятися у *мовленнєвому впливові, маніпуляції* чи *мовленнєвій агресії, поясненні, інформуванні* тощо.

Мовленнєвий вплив – це цілеспрямована дія на свідомість, підсвідомість та емоційну сферу адресата за допомогою мовних і позамовних засобів із метою зміни його онтологічної, соціальної чи прагматичної позиції (переконань, настанов, намірів або поведінки).

Мовленнєвий вплив є невіддільною властивістю будь-якого дискурсу (особливо політичного) і може мати як конструктивний (переконання, інформування, аргументація), так і деструктивний характер.

Маніпулювання, або мовленнєва маніпуляція, – це різновид деструктивного мовленнєвого впливу, що полягає в прихованому закладанні, навіюванні у свідомість адресата цілей, бажань, намірів чи настанов, які не збігаються з його власними, але вигідні мовцю.

Головна лінгвопрагматична ознака маніпулювання – збереження в адресата ілюзії самостійності ухвалення рішень. Вона реалізується через неявне зміщення акцентів, використання евфемізмів, підміну понять, пресупозиції, імплікатури та гри з когнітивними фреймами реципієнта.

Мовленнєва агресія – відкритий, конфронтаційний різновид мовленнєвого впливу – форма деструктивної мовленнєвої поведінки, спрямована на заподіяння психологічної чи моральної шкоди адресатові, зниження його соціального статусу, дискредитацію або встановлення домінування над ним. На відміну від маніпуляції, агресія є комунікативно відвертою. Вона характеризується порушенням постулатів кооперативного

спілкування та етичних норм, що на мовному рівні виражається через використання інвективної (лайливої) лексики, пейоративів, іронії, сарказму, а також ворожих ілокутивних актів (прямих погроз, образ, безпідставних звинувачень).

За словами О. Семенишин, мовленнєвий вплив «передбачає довільну та мимовільну передачу інформації людині (або групі людей) у процесі мовного спілкування в усній та письмовій формах, що здійснюється завдяки лінгвістичним, паралінгвістичним та нелінгвістичним символічним засобам і визначається за рахунок свідомих та несвідомих інтенцій адресанта та цілей комунікації (предметної, комунікативної чи інформаційної), а також пресупозицій та конкретних знакових ситуацій» [Семенишин, 2023, с. 41].

У політичній сфері маніпулювання здійснюється не індивідуально, а спрямоване на великі групи людей. Психологія натовпу є набагато ширшим і складнішим суспільним феноменом, що потребує ретельного лінгвістичного вивчення з погляду ідентифікації об'єктів зміни поведінки, а також конкретних політичних цілей і завдань маніпулятивної діяльності [Вонсович, 2018, с. 23]. На думку Н. Гребінь, маніпулювати людиною найлегше у ситуації, коли вона перебуває всередині натовпу, адже там особливо потужно починають діяти первісні механізми взаємної навіюваності, швидкого емоційного зараження та несвідомого наслідування одне одного. Зокрема, лідери деструктивних культів досягають від своїх послідовників інтенсивного вираження почуттів і здатні тотально маніпулювати ними, навмисно активізуючи паніку, тривожність і страх [Гребінь, 2010, с. 83].

Люди часто вдаються до різноманітних маніпуляцій, ніби борючись за виживання та соціальний вплив, діючи переважно на підсвідомому рівні. Маніпуляція є потужним і небезпечним інструментом у суспільстві, зокрема у сфері державного управління. Маніпулятивні дії активно реалізуються в системі держуправління під час загострення конфліктів інтересів та у відносинах між представниками різних гілок влади. Методи маніпулятивного впливу перманентно видозмінюються та вдосконалюються, аби максимально

ефективно й усвідомлено використовуватися у комунікації. Це складне соціопсихолінгвістичне явище, що базується на філігранному застосуванні вербальних засобів у поєднанні з позалінгвальними чинниками [Дмитрук, 2006b, с. 57].

Важливим кроком для нашого дослідження є проведення чіткої межі між поняттями мовленнєвого впливу, переконання та власне феноменом маніпуляції. Будь-які маніпулятивні дії спрямовані на виконання того, чого прагне сам мовець (продуцент), повністю нехтуючи інтересами та первинними прагненнями реципієнтів. При цьому маніпулятор здатний цинічно зловживати своїми позитивними особистісними якостями, високим соціальним статусом, владою, репутацією та довірою суспільства, що лише підсилює та збільшує віру людей у правдивість його слів. Коли мовець намагається переконати, а не зманіпулювати, він завжди відкритий до чесної комунікації, наукової дискусії та конструктивного діалогу, послуговуючись верифікованою, правдивою аргументацією. У такому разі комуніканти мають повну свободу бути прихильними або не погоджуватися з думкою продуцента. Як зазначає Л. Нагорна: «Маніпуляція – це повідомлення, яке має дві форми прояву – через обман або через переконання, з метою досягнення мети мовця. Маніпулювання свідомістю та поведінкою – це процес, який задіює дві сторони: маніпулятор: особа, яка прагне вплинути на іншу людину, й об'єкт маніпуляції: особа, на яку спрямований вплив маніпулятора» [Нагорна, 2005, с. 65].

Головними мовними ресурсами маніпулювання є: залучення непрямих засобів вираження аксіологічної оцінки та емоцій мовця, імпліцитність змісту, широка полісемія, наявність глибокого «підтексту», вживання слів у переносному значенні, нечіткість і розмитість понять, навмисна суперечливість у значеннях лексем, а також насиченість тексту конотативними компонентами, що містять приховану інформацію про ставлення мовця до того чи того явища [Руда, 2012, с. 180–199]. Тієї ж думки дотримуються А. Міхненко та М. Месюк, наголошуючи, що «перехід від

діалогової комунікації до маніпуляції суспільною свідомістю є досить небезпечним деструктивним фактором у процесі розвитку громадянського суспільства, оскільки відбувається латентне перетворення громадянського суспільства в суспільство масове, яким набагато легше керувати» [Міхненко та ін., 2011, с. 7].

При цьому варто зауважити, що в межах соціокультурного простору маніпулятивні технології (наприклад, у сфері моди та споживання) не завжди інтерпретують як деструктивні чи негативні, оскільки вони можуть задовольняти певні потреби індивіда в ідентифікації та приєднанні до певної престижної соціальної групи [Романовська та ін., 2015, с. 58]. Феномен маніпулятивного впливу має різну специфіку залежно від типу аналізованого дискурсу. Зокрема, досліджуючи родинну комунікацію, О. Бровкіна виокремлює такі специфічні способи цілеспрямованої модифікації інформації, як: маніпулювання часом і способом подачі матеріалу, приховування релевантних фактів, перекручування контексту, опора на неусвідомлюване сприйняття та інформаційне перевантаження адресата, що часто стає каталізатором міжособистісних конфліктів [Бровкіна (Проценко), 2011, с. 133–135].

Сучасні вчені-психологи зосереджують увагу не лише на загальному суспільному тлі як головному чиннику маніпулювання, а й на внутрішній специфіці індивідуального світогляду кожної людини. Чимало людей є когнітивно схильними до самоомани, спираючись на власні суб'єктивні уподобання та викривлену картину дійсності. Проте суб'єкти політичного маніпулювання прагнуть застосовувати професійні психотехніки, за допомогою яких радикально змінюють поведінку об'єкта без його добровільної згоди та цілком свідомого сприйняття. Така тенденція набула масового характеру в новітньому політичному дискурсі, виступаючи основою для впровадження маркетингового підходу до планування політичної та експертної діяльності в умовах жорсткої конкуренції [Вонсович, 2018, с. 23].

Н. Вонсович детально описує специфіку та високу дієвість у політичній

сфері саме вербального маніпулювання. Різноманіття форм мовної маніпуляції спонукає до думки про поширеність цих практик у суспільстві та широкий інструментарій для представлення політичної позиції навіть в абстрактних поняттях [Вонсович, 2018, с. 24]. Політичне маніпулювання визначено як прихований, латентний вербальний вплив на політичну свідомість і поведінку людей, покликаний змусити їх діяти (або утримуватися від дій) всупереч їхнім власним реальним інтересам [Зражевська, 2014, с. 99–100].

При цьому вчені окреслюють природні межі, а також ефективні шляхи протидії політичному маніпулюванню. До меж, що стримують маніпуляцію, належать: стійкі стереотипні погляди у суспільстві; менталітет народу; реальний життєвий досвід людей і сфера їхньої безпосередньої міжособистісної комунікації, а також наявність різноманітних, незалежних одне від одного джерел інформації. Натомість головними шляхами протидії політичному маніпулюванню є: формування та системний розвиток високої політичної й мовної культури у соціумі; послідовне виховання у громадян навичок критичного мислення та підвищення загального рівня освіченості членів спільноти [там само, с. 100].

Однак маніпуляція виступає одним із найбільш витончених способів управління людською поведінкою та процесами комунікації в цілому, що виник одночасно з появою людського спілкування та пройшов тривалий еволюційний шлях від примітивного обману до справжнього мистецтва – мистецтва бути абсолютно непомітним для об'єкта [Погребняк, 2012]. Маніпуляція – це прихований вплив, факт якого не повинен бути усвідомлений об'єктом маніпуляції. Для досягнення успіху маніпуляція має залишатися непомітною. Успіх маніпуляції гарантовано, коли маніпульована особа вірить, що все, що робиться, є природним і невідворотним. Для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, у якій її присутність не буде відчуватися [Корольчук 2009, с. 219; Goodin 1980; Ware 1981; McCornack 1992; Blass 2005].

Важливо наголосити, що маніпулятивні вербальні дії є глибоко

деструктивним явищем у просторі політичної комунікації. Перш за все це зумовлено тим, що комунікація між представниками політичної та експертної еліти за своїми первинними стандартами має бути дипломатичною, що передбачає суворе дотримання етичних норм і вимог під час інформаційного обміну як на загальнодержавному, так і на міжнародному рівнях. Будь-які маніпулятивні дії – це серйозна проблема, наявна не лише в українському медіапросторі, а й в інших демократичних державах світу. Це негативно впливає на загальну репутацію інституту експертного співтовариства та руйнує екологію політичного дискурсу в цілому. Будь-яка особа, вдаючись до маніпулятивного впливу, грубо порушує загальноприйнятту гуманітарну парадигму. За визначенням В. Корольчука, «природа маніпуляції полягає в подвійному впливові – поряд з відкритим повідомленням маніпулятор посиляє адресату «закодований» сигнал, сподіваючись на те, що цей сигнал розбудить ті образи у свідомості адресата, які потрібні маніпулятору» [Корольчук, 2009, с. 219].

Н. Гребінь дає розгорнуту характеристику основних ознак прихованого мовленнєвого впливу: ставлення до об'єкта маніпулювання як до тимчасового засобу досягнення власних егоцентричних цілей; виразне прагнення ініціатора отримати односторонній комунікативний або матеріальний виграш; глибоко прихований характер вербального впливу (самого факту впливу та його спрямованості – справжню ціль прямо ніколи не проголошено); свідоме використання психологічної вразливості або слабкостей реципієнта; штучне формування у свідомості адресата нових потреб і мотивів для зміни його поведінки в інтересах маніпулятора; прагнення ввести партнера по взаємодії у стан повної інформаційної чи ментальної залежності; створення у жертви маніпуляції стійкої ілюзії цілковитої самостійності прийняття рішень і здійснення подальших дій [Гребінь, 2010, с. 84].

Однією з найбільш частотних та дієвих форм реалізації вербальної маніпуляції в медіапросторі є гіпостазування. Згідно з дефініцією О. Кулакової, гіпостазування – одна із форм мовної маніпуляції, яку

витлумачують як приписування абстрактним поняттям, що відбивають лише певну якість культурного явища або процесу, самостійне існування [Кулакова, 2011, с. 61]. Дослідниця зазначає: «Вплив на етичні системи культури як фундаментальне джерело мовної маніпуляції пов'язаний з культуротворчою роллю мови. Ця роль полягає у фіксації і наданні прийнятної для спілкування форми досягнень людської діяльності в усіх її сферах, які завдяки мові набувають для людини форми реального існування. Головним інструментом при цьому є опора мови на систему цінностей. Однак говорити слід не про цінності взагалі, а про певні конкретні ціннісно-етичні системи мовної культури» [там само, с. 62].

Маніпулятивні дії, спрямовані на деформацію настрою та налаштованості суспільства, завжди тісно пов'язані з умисним спотворенням суті та природи соціальних процесів, де домінують корпоративні або вузькопартійні інтереси окремих соціальних груп. Маніпуляція базується на радикальній видозміні соціального настрою та бажанні його штучно дестабілізувати. Реалізація такої масштабної маніпуляції стає можливою тоді, коли вона відбувається під цілеспрямованим впливом владних чи опозиційних структур, що пригнічують вільний духовний розвиток суспільства за конкретною, наперед розробленою технологічною схемою [Міхненко та ін., 2011, с. 6].

Дж. Томас покласифікував маніпулятивні впливи залежно від характеру безпосередньої реакції реципієнта на маніпулятивні дії мовця:

- оцінювальний тип – формування певного конотативного значення об'єкта для суб'єкта та штучна зміна відносин суб'єкта з об'єктом;
- емоційний тип – цілеспрямоване формування загального психологічного та емоційного настрою мас (паніки, ейфорії, страху);
- раціональний тип – навмисне введення нових викривлених категорій у комунікацію та повна реконструкція категорійної структури індивідуальної свідомості реципієнта [Thomas, 2004].

Я. Возняк [Возняк, 2010] запропонував класифікувати маніпуляції за

такими критеріями:

- за типом реципієнта: маніпуляції, спрямовані на індивідуальну свідомість, та маніпуляції, орієнтовані на масову свідомість;
- за сферою застосування: маніпуляції у повсякденній міжособистісній комунікації, політичні маніпуляції, маніпуляції в рекламі та медіапросторі;
- за мішенню впливу: маніпуляції окремими словами, візуальними образами, знаковими системами, почуттями, емоціями, бажаннями, установками, стереотипами, автоматизмами поведінки, увагою, пам'яттю, кількісними показниками, а також маніпуляція інформацією та слабкостями об'єкта;
- за тривалістю: одноразові (локальні) маніпуляції та тривалі маніпулятивні кампанії, які є довгостроковими комунікативними стратегіями;
- за фінальним результатом: ефективні (коли ініціатор маніпуляції повністю досягає бажаного результату) та неефективні (коли цілей не було досягнуто або маніпуляцію було вчасно розкрито жертвою чи третьою стороною);
- за соціокультурними наслідками: конструктивні (наприклад, у соціальній рекламі) та деструктивні;
- за інтенціями (метою): орієнтовані винятково на власну вигоду (коли маніпулятор діє лише на свою користь) та орієнтовані на соціальні цілі (коли маніпулятор, окрім власної вигоди, ставить перед собою завдання, що мають певну суспільну значущість).

У сучасній прагмалінгвістичній парадигмі одним із фундаментальних аспектів системного вивчення комунікації є питання мовленнєвої агресії, її чіткої диференціації, різноманітних форм вираження та функційного призначення. Мовленнєва, або вербальна, агресія безпосередньо спрямована на реалізацію деструктивного та конфліктогенного впливу на свідомість реципієнтів.

Агресія є складним соціально-психологічним феноменом, який

розглядають як багатовимірне комунікативне явище, репрезентоване у людському мовленні, системі невербальних маркерів і полікодових медіатекстах. Агресивна мовленнєва поведінка здатна актуалізуватися як безпосередньо (експліцитно), так і опосередковано (імпліцитно), набуваючи у дискурсі еволюційно витончених прагматичних форм, зокрема: прихованої іронії, сарказму, прямих чи завуальованих інвектив, образ, погроз, лінгвістичного нівелювання тощо.

Аналізуючи непрямий мовленнєвий вплив, іронію та сарказм, варто зважати на психологічні характеристики, що визначають набір комунікативних стратегій і тактик у продукуванні та розумінні мовлення за різних мовленнєвих ситуацій. Виявлені лінгвістичні засоби допомагають адресату декодувати саме імпліцитний, прихований зміст [Blynova, 2022].

Аналізуючи агресивний мовленнєвий вплив, варто враховувати тісну взаємодію та діалектичне співвідношення внутрішніх психологічних і зовнішніх вербальних процесів у мовців. Такий інтегрований прагмалінгвістичний підхід дає змогу зосередити увагу на глибинних когнітивних механізмах і мотивації виникнення деструктивних намірів (інтенцій) адресанта, а також на конкретних способах їхньої безпосередньої матеріалізації в межах комунікативного акту. У зв'язку з цим постає необхідність розмежування агресії фізичної, мовленнєвої та латентної (прихованої).

Глибоке розуміння феномену мовленнєвої агресії допомагає детально дослідити її лінгвокогнітивну природу, виявивши ступінь деструктивного впливу на систему суспільних відносин, зокрема в сучасному українському політичному дискурсі. Цей складний психолінгвістичний феномен потребує цілісного, системного аналізу, що перебуває на перетині суміжних гуманітарних галузей знань – психології, лінгвістики, соціології та політології.

Мовленнєва агресія майже завжди є спровокованою зовнішніми екстралінгвальними чинниками, серед яких домінують соціокультурні та кризові стани суспільства, що безпосередньо детермінує психологічний стан

мовної особистості та модифікує її лінгвальну поведінку в цілому. Окреслена категорія має власні різновиди, структурні типи та прагматичні особливості реалізації. Зокрема, А. Басс зазначав, що вербальна агресія наочно виявляється як через свою зовнішню форму (сварки, крик, галас, інтонаційні девіації), так і через внутрішній семантичний зміст словесних висловлювань (погрози, лайка тощо). Учений теоретично виокремив два взаємопов'язані аспекти вербальної агресії: зовнішній, що містить безпосередні лінгвістичні та паралінгвістичні засоби вираження, і внутрішній, що охоплює латентні інтенції мовця, конкретний зміст висловлювання та прагматичний контекст функціонування агресивних номінацій [Buss, 1971, с. 27].

Виокремлюють та протиставляють два макротипи мовленнєвої агресії: особистісно-орієнтовану (спрямовану на дискредитацію конкретного індивіда) та дискурсивно-орієнтовану (спрямовану на дестrukцію певної ідеологічної системи, інституту чи соціополітичного явища) [Бублик, 2006].

Явище вербальної агресії виступає однією з найбільш релевантних і частотних ознак сучасного політичного дискурсу, найвиразніше виявляючись під час загострення комунікативних дій між ідеологічними опонентами. Мовець може апелювати до конкретної особи, події чи суспільного явища, експлікуючи власне упереджене чи вороже ставлення. Проте в межах експертного комунікативного середовища мовленнєва агресія у переважній більшості випадків сприймається як явище латентне: вона репрезентується через непрямий вербальний вплив та супроводжується маніпулятивними мовленнєвими ходами.

Мовленнєва агресія завжди базується на певних соціопсихологічних чинниках і спрямована на прагматичну дискредитацію та нівелювання статусу особи. Окремим виявом цього феномену в епоху тотальної цифровізації є поняття *online hate* (цифрова ненависть), яку активно досліджують у комунікативному та соціолінгвістичному аспектах (А. Тонтодіамма, Ю. Ніссі, А. Сарра, Л. Фонтанелла та Д. Кілвінгтон). Цей специфічний тип вербальної агресії в інтернет-середовищі вчені визначають як будь-які

мовленнєві дії, тексти чи полікодові повідомлення, що цілеспрямовано знецінюють, принижують, атакують або дискримінують окрему людину чи цілу групу осіб на основі їхньої етнічної належності, національності, релігійних переконань чи соціального статусу [Tontodimamma et al., 2020, с. 257].

Вербальна агресія передбачає цілеспрямоване залучення деструктивних мовленнєвих засобів, аби виразити вороже, упереджене ставлення, зневагу чи принизити особисту гідність людини. У сучасній науці доведено, що мовленнєва агресія послідовно реалізується на трьох взаємопов'язаних рівнях людського буття: рівні мислення (когнітивні структури, фрейми ворожнечі), рівні мовлення (текстова маніфестація) та рівні діяльності (соціальні наслідки конфлікту) [Бенеш, 2004, с. 234].

Агресивний вербальний вплив найчастіше спровоковано деструктивними зовнішніми чинниками. Реалізація негативного впливу на мовленнєві дії між продуцентом та реципієнтом завжди спрямовано на когнітивну деструкцію мовної особистості адресата, її підкорення, маніпулятивне звуження її волі та повне нівелювання її суспільного авторитету.

У теоретичному викладі О. Яшенкової таксономія виявів мовленнєвої агресії за характером її спрямованості та формою актуалізації має такий вигляд: вербальна – активна – пряма: безпосереднє словесне приниження, образи чи використання інвектив на адресу іншої людини під час комунікативного акту; вербальна – активна – непряма: латентне поширення різноманітних пліток, чуток, злісних наклепів або дискредитаційних матеріалів про іншу особу поза її прямою присутністю; вербальна – пасивна – пряма: свідома відмова людини від мовленнєвої взаємодії, демонстративне ігнорування спілкування з іншою особою та відмова відповідати на ті чи ті поставлені питання (комунікативний бойкот); вербальна – пасивна – непряма: відмова особи стати на захист тієї людини, яку несправедливо чи безпідставно критикують, звинувачують або щодо якої інші учасники висловлюють

відкрите вороже ставлення [Яшенкова, 2010, с. 96].

Основними матеріальними репрезентантами вербальної агресії, конфліктного чи упередженого ставлення в тексті виступають конкретні лексичні одиниці, що провокують непорозуміння, неоднозначне сприйняття інформації та призводять до загострення суперечки. Виокремлено та впорядковано систему лексичних маркерів конфлікту, до якої належать: нейтральна лексика, зокрема специфічні ситуативні елементи, що під впливом прагматичного контексту та інтенцій мовця здатні реалізувати негативно-оцінне значення у конкретній комунікативній ситуації [Грищенко та ін., 2002, с. 198–202]; інвективна лексика, що охоплює просторічні, вульгарні, лайливі, пейоративні та табуйовані номи й експресиви [Ставицька, 2008, с. 18].

Інкєктивa виступає як своєрідний культурний і прагмалінгвістичний феномен суспільної дискредитації суб'єкта за допомогою вербальних дій. Така мовленнєва поведінка може реалізовуватися через використання стійких лайливих зворотів, що у певній лінгвокультурній традиції сприймають як образливі. Проте інвективним засобом у контексті виступу може стати й цілком літературне слово чи термін, здатні моделювати ситуацію навмисного порушення етичних норм. Сила та руйнівний потенціал інвективи тісно пов'язані з особливостями її сприйняття реципієнтами та культурними традиціями соціуму. Справжнього інвективного сенсу набувають ті лексеми й синтаксичні конструкції, що відтворюють і легітимізують табуйовану поведінку [Форманова, 2012, с. 249].

Окремим яскравим виявом деструктивного мовлення є явище пейоративності. Пейоративність конструє стійке негативне й депресивне емоційне сприйняття озвученої експертом інформації. Вона виявляється у реалізації свідомого відхилення від загальноприйнятих соціальних і моральних норм ведення комунікації, маркуючи небажання мовця йти на кооперацію. Як зазначає Л. Білоконенко: «Пейоративність розуміємо як можливість мовних одиниць реалізовувати семантику критики, неповаги, несхвалення, невдоволення тощо на адресу особи, чиї особистісні якості,

вчинки, дії, мовлення сприймаються як невідповідні соціальним нормам і правилам, через що завдають незручності іншим членам спільноти» [Білоконенко, 2015, с. 70].

Досліджуючи природу вербальних нападів, О. Качмар наголошує, що одиницю мови (передусім лексему чи синтаксему) можна об'єктивно кваліфікувати як інвективну, якщо вона повністю вписується у лінгвістичні параметри, що умовно поділяють на три взаємопов'язані групи:

1. Семантичні параметри – специфічні особливості внутрішньої семантики вербальних одиниць (наявність раціональної негативної оцінки, експресивні компоненти: стилістична маркованість, негативна емоційна оцінка, знижена образність, інтенсивність вираження неприязні);

2. Прагматичні параметри – особливості комунікативної ситуації, в якій використовується одиниця. Інвективна ситуація передбачає обов'язкову наявність інвектума (особи, на яку спрямовано агресію), інвективної інтенції мовця та інвективного результату (зниження соціального статусу інвектума, наявність у нього почуття образи й психологічного пригнічення). Присутність сторонньої аудиторії («глядачів») завжди суттєво посилює інвективність висловлювання;

3. Функційні параметри – чітка спрямованість мовної одиниці на дискредитацію, зниження соціокультурного статусу інвектума, заподіяння йому психологічної шкоди, а також одночасне утвердження домінувального становища самого мовця та демонстрація його лінгвальної сили [Качмар, 2013].

Вербальна агресія в сучасній політичній комунікації України спрямована не лише на те, щоб принизити честь і гідність конкретного ідеологічного опонента, а й на те, щоб здійснити потужний сугестивний вплив на широку масову аудиторію, яка хоч і не бере безпосередньої участі в комунікативному акті, проте є його активним слухачем і споживачем інформації.

Вербальна агресія, використана в медіадискурсі, має варіативне

вираження. Як зазначають І. Дудко та Н. Гальона, матеріальними вербальними маркерами агресії у тексті виступають інвективна лексика, лайливі слова, дисфемізми, а також специфічні одиниці інвективного синтаксису (парцельовані конструкції зворотної структури) та морфології. Проте водночас у тексті завжди наявні й опозиційні маркери комунікативної толерантності, до яких дослідники зараховують евфемізми, перифрази, відповідні пом'якшені морфологічні та синтаксичні одиниці [Dudko et al., 2024, с. 682–683]. Нерідко значення пейоративної (дискредитаційної) функції може латентно реалізовуватися саме через систему евфемізмів, що маскують первинну грубість висловлювання [Дудко та ін., 2017, с. 56].

У пропонованому дослідженні розмежовуємо дві основні форми існування вербальної агресії: безпосередню (пряму) та опосередковану (непряму). Безпосередня вербальна агресія передбачає висловлення свого негативного або ворожого ставлення відверто, прямо апелюючи до адресата, без використання додаткових смислових бар'єрів. Натомість опосередкована вербальна агресія обов'язково передбачає наявність глибокого іронічного підтексту, неоднозначності слів, що супроводжується не лише лінгвальними, а й вагомими екстралінгвальними чинниками – глузливою посмішкою, специфічним поглядом, саркастичним тембром та інтонацією, мімікою та жестикуляцією мовця.

У лінгвопрагматиці мовленнєву агресію розглядають як специфічну деструктивну форму мовленнєвої поведінки, що негативно впливає на комунікативні стосунки між людьми, оскільки її зусилля спрямовані на мінімізацію, руйнування мовної особистості адресата, на його підкорення та здійснення прихованого маніпулятивного впливу [Волошинович, 2019]. Це один із найбільш ефективних та ефектних засобів впливу на масову аудиторію у політичному дискурсі, яким перманентно послуговуються учасники політикуму, зокрема політичні експерти та технологи. Мета залучення агресії у мовленні аналітиків може бути різною: від вираження свого негативного чи упередженого ставлення до певних історичних подій і суспільних явищ та до

повної дискредитації опонента.

У новітніх наукових розвідках ми також натрапляємо на специфічний термін *переорієнтована агресія* [Тараненко, 2021, с. 37]. Процес переорієнтації агресії відбувається внаслідок складної взаємодії між агресивними намірами суб'єкта та потужними стримувальними чинниками з боку об'єкта або суспільства. Наприклад, К. Лоренц зазначав, що розгнівана людина за умов неможливості прямого нападу через дію соціальних заборон швидше вдарить кулаком по стіні чи столу, ніж завдасть фізичного чи вербального удару іншій особі. Водночас накопичений гнів і деструктивна енергія обов'язково потребують виходу, подібно до розпеченої лави, що неминуче проривається з вулкана, знаходячи заміники об'єкта нападу [Lorenz, 1966, с. 173].

Необхідно зауважити, що іронізація тих чи тих понять у мовленні експертів далеко не завжди пов'язана винятково з відкритою вербальною агресією чи конфліктними стратегіями. Такий мовленнєвий хід може свідчити лише про небажання мовця говорити про щось прямо, через що він вдається до завуальованої, знятої подачі інформації завдяки емоційній напрузі, гумору та іронії [Різун та ін., 2005, с. 81; Гуйванюк та ін. 2009; Пацаранюк, 2006; Білоконенко, 2015, с. 47]. Часто іронія виражає приховану негативну оцінку, якщо й не пряму агресію, то опосередковану – щодо описуваних ситуацій, комунікантів або представників політичного дискурсу.

1.1.2. Інтерпретація комунікативного конфлікту

Комунікація, зокрема політична, за своїм функційно-інтенційним спрямуванням може входити у зону комунікативного конфлікту. З огляду на це фокусуємо увагу на прагмалінгвістичному аспекті цього явища, зокрема на аналізі специфічних мовних засобів, здатних як спровокувати й об'єктивувати міжособистісне зіткнення, так і стати ефективним інструментарієм для його нейтралізації чи запобігання.

Поняття конфлікту є предметом вивчення конфліктології, що репрезентує цілісну систему знань про внутрішні механізми, загальні закономірності виникнення, динаміку розвитку протистоянь, а також методологічні принципи й прикладні технології управління ними [Кавиліна, 2021, с. 13]. У межах соціополітичної інтерпретації конфлікт традиційно трактують як безпосереднє зіткнення протилежних, кардинально несумісних інтересів, поглядів, дій чи довгострокових цілей окремих осіб, соціокультурних спільнот, соціальних груп, політичних партій, інституційних організацій, держав або цілих суспільних систем. Лінгвопрагматичний підхід дає змогу конкретизувати це визначення: конфлікт є найбільш гострим і деструктивним способом розв'язання суперечностей, що виникають у процесі соціальної інтеракції, який полягає в активній протидії між суб'єктами та супроводжується експресивним виявом негативних емоцій. Контрарними, діаметрально протилежними щодо конфлікту категоріями виступають мир, консенсус, єдність, згуртованість, згода та співробітництво [Герасіна та ін., 2012, с. 7].

Проблема комунікативного конфлікту перебуває на стику одразу декількох гуманітарних наук, зокрема соціології, мовознавства, психології, філософії. В основі цього явища незмінно перебуває індивідуальна мовна та мовленнєва поведінка людини, яка через свій агоністичний характер викликає різке несприйняття, вербальний супротив або дисгармонійну реакцію з боку іншої сторони комунікації. Комунікація за своєю первинною онтологічною сутністю є процесом інтерактивної взаємодії двох і більше мовних особистостей задля прийому й передачі інформаційного масиву, здійснення певного прагматичного впливу на реципієнта, необхідного для планування та реалізації спільної діяльності мовців [Білоконенко, 2015, с. 29]. Порушення цієї кооперативної гармонії призводить до виникнення девіацій.

Досліджуючи природу дисгармонійного спілкування, О. Яшенкова [Яшенкова, 2010] окреслює низку причин, що зумовлюють неуспішність комунікації, серед яких провідне місце посідають комунікативні бар'єри та

прагматичні шуми. Процес декодування отриманої інформації адресатом може заблокуватися або зазнати деформації через неврахування психофізіологічних особливостей учасників комунікативного акту, незнання специфіки вербального коду, пряме порушення комунікативних норм і правил етикетної поведінки в певній ситуації, а також через ігнорування статусних і соціорольових параметрів співрозмовників. Окрім того, дослідниця ґрунтовно розтлумачує поняття «комунікативного саботажу», визначаючи його як специфічний мовленнєвий хід деструктивного впливу, що виражений прихованим, латентним опором адресата, покликаний навмисно ігнорувати або блокувати частину релевантної інформації, аби в майбутньому повністю приховати її чи перевернути на власну користь. У загальній класифікації комунікативних девіацій О. Яшенкова виокремила такі групи: несвідомі (випадкові) та свідомі (навмисні); явні (експліцитні) та приховані (імпліцитні); вербальні та невербальні та інші [Яшенкова, 2010, с. 215–217].

У монографії «Українськомовний міжособистісний конфлікт» Л. Білоконенко розглядає категорію «мовного конфлікту» як динамічне процесуальне явище та специфічний тип комунікації, де за допомогою системи вербальних засобів здійснюється безпосередня текстова репрезентація невідповідності в поглядах, інтересах чи ідеологічних позиціях усіх сторін протистояння, при якому незмінно фіксується розходження в комунікативних цілях суб'єктів [Білоконенко, 2015, с. 58]. Дослідниця наголошує: «Сфера існування інтерперсонального мовного конфлікту – стосунки людей у рамках соціальної взаємодії, що спричинені порушенням норм поведінки і правил спілкування. Готовність мовця протидіяти співрозмовнику, недоброзичливість, нетолерантність, незацікавленість іншою людиною зумовлюються різними причинами, у т. ч. – соціальними ролями. Специфіка кожного окремого мовного протистояння виявляється в недотриманні правил спілкування, які прописуються соціальними нормами, закріплені за кожною соціальною роллю (статусом) суб'єкта в межах соціального інституту» [там само, с. 64].

У свою чергу, Н. Войцехівська пропонує власне термінологічне трактування категорії «конфліктного дискурсу», визначаючи його так: «Різновид діалогічної взаємодії, зорієнтований на досягнення антиетикетних цілей, що суперечать кооперативній спрямованості спілкування і призводять до дестабілізації стосунків учасників комунікації» [Войцехівська, 2009, с. 26].

Конфліктна комунікація принципово вирізняється свідомим чи несвідомим прагненням мовців до відкритої або прихованої конфронтації, за якої повністю відсутнє первинне налаштування на досягнення інтерсуб'єктивного взаєморозуміння. Слушним є зауваження Л. Білоконенко про те, що «система мовних сигналів конфліктної взаємодії є умовою існування ситуативного простору, де «розігрується» ілюктивний сценарій, а діалогічна конфліктна комунікація регламентована та послідовна в чергуванні мовленнєвих дій (реплік) опонентів. Смислові зв'язки між репліками комунікантів визначаються семантикою уявлень сторін про «конфліктну подію». Висловлення конфліктантів виявляють їхнє ставлення до всієї ситуації, опонента, його слів, дій і спрямовуються на досягнення конфліктної комунікативної мети» [Білоконенко, 2015, с. 32].

У лінгвістичній розвідці Л. Чайки представлено та науково обґрунтовано основні етапи системного вивчення вербального конфлікту в мовознавстві, до яких належать:

1. Історіографічне переосмислення сутності конфліктних питань у різноманітних суміжних системах знань (філософській, соціологічній, психологічній).
2. Необхідність досягнення суворої термінологічної визначеності та розмежування таких понять, як «вербальний конфлікт», «комунікативна невдача», «конфліктна комунікація», «непорозуміння», «мовні перешкоди», «мовні шуми», «комунікативний конфлікт».
3. Вибір адекватної теоретико-психологічної бази, що забезпечує експліцитне, послідовне уявлення про прагматичні умови людської діяльності, механізми та характер розгортання інтеракцій.

4. Детальний опис конфліктогенних чинників як первинних каталізаторів виникнення напруги.

5. Пофазне визначення етапів розвитку конфлікту та його внутрішньої архітекτονіки.

6. Створення загальної таксономії (типології) мовленнєвих конфліктів.

7. Розпізнання та опис основних соціолінгвальних функцій конфлікту, а саме його конструктивного (очищувального) та деструктивного (руйнівного) потенціалу [Чайка, 2009, с. 133–134].

Для глибокого філологічного аналізу конфліктного тексту Л. Білоконенко сформулювала та описала три базові дослідницькі принципи, які ми повноцінно залучаємо до методологічного апарату нашої праці:

1. Лінгвокогнітивний принцип, що розглядає мовленнєві дії адресанта як пряме відображення специфіки його когнітивної сфери, фреймів і ментальних установок. Комунікант під час суперечки підсвідомо обирає саме ті мовленнєві кроки та ходи, що репрезентують особливості його когнітивної картини світу. Цей принцип допомагає вивчити конфліктне висловлювання з погляду наявності ментальних маркерів і комунікативних одиниць, яким мовець віддає перевагу під час вибору певної деструктивної тактики.

2. Лінгвопрагматичний принцип, що безпосередньо фокусується на стратегічно-тактичній взаємодії продуцента й реципієнта та виявляє інтенційну спрямованість їхніх реплік. Наголошується, що «комунікація унааявлює сукупність знаків мови, які особа обирає задля реалізації процесу конфронтації, відображає індивідуальний конфліктний досвід людини, знання національної мовної системи, уміння нею послуговуватися. Отож, можна констатувати, що прагматичний план вивчення міжособистісного мовного конфлікту реалізується у процесі дослідження стратегічно-тактичної взаємодії його учасників (сукупності мовленнєвих дій «адресант $\rightleftharpoons$ адресат»))» [Білоконенко, 2015, с. 61].

3. Принцип контекстного аналізу, що допомагає детально дослідити змістовий і семантичний обсяг медіатексту, виявити реальну прагматичну значущість конфліктних висловлювань, спираючись на мікро- та макроконтекстуальні особливості, а також на комплекс позамовних (екстралінгвістичних) чинників ситуації події [Білоконенко, 2015].

Неуспішну комунікацію, що стає головною передумовою виникнення комунікативного конфлікту в майбутньому, О. Яшенкова розглядає як такий специфічний інформаційний обмін, у межах якого через дію різноманітних деструктивних чинників стає повністю або частково неможливим досягнення запланованого адресантом перлокутивного ефекту [Яшенкова, 2010, с. 125]. У соціолінгвістичному викладі Л. Славової комунікативна невдача потрактовується як певне системне порушення процесу вербального обміну, що виникає внаслідок повного або часткового нерозуміння інтенційного змісту повідомлення всіма сторонами інтеракції [Славова, 2005, с. 47]. Неуспішна комунікація фіксує очевидну невідповідність між реальним результатом спілкування та очікуваним прагматичним вектором, що зумовлюється дією як вербальних, так і невербальних чинників дестабілізації [Білоконенко, 2015, с. 39].

У розвідках Ф. Бацевича представлено розгалужена та детальна типологія комунікативних девіацій (невдач), що класифіковано за джерелом їхнього виникнення в тексті. Зокрема, науковцем виокремлено:

- комунікативні девіації, безпосередньо спричинені дефектами каналу зв'язку чи контакту;
- комунікативні девіації, зумовлені лінгвальною діяльністю адресанта (нечітке формулювання думки, помилковий вибір прагматичного коду, психологічна упередженість);
- комунікативні девіації, спричинені когнітивними налаштуваннями адресата (неправильне декодування, деформація смислів через власну картину світу);

– комунікативні девіації, безпосередньо пов'язані зі специфікою самого мовного коду та зумовлені недостатнім рівнем мовної чи соціокультурної компетенції учасників спілкування [Бацевич, 2009, с. 215–249].

Усі учасники комунікації можуть як свідомо репрезентувати свою мовленнєву поведінку задля досягнення спільної кооперативної мети, так і залучати конфронтаційні інтенції, що виражають їхнє суперництво, демонструючи відкриту незгоду й супротив.

На основі монографічного дослідження Л. Білоконенко нами систематизовано та термінологічно впорядковано систему дефініцій, що безпосередньо описують параметри комунікативного конфлікту [Білоконенко, 2015, с. 32 – 34]:

1. Конфліктна комунікативна інтенція – це чітко оформлений задум, прагнення або намір мовця передати за допомогою вербальних засобів інформацію чи емоційне повідомлення, яке сформувалося під час конфліктної взаємодії та характеризується гострим особистісно-суб'єктивним змістом;

2. Конфліктна комунікативна мета передбачає досягнення конкретного, особистісно значущого для мовця результату, який задовольняє в умовах протистояння ту чи ту його прагматичну потребу (наприклад, психологічне домінування, дискредитація опонента). Досягнення цієї мети безпосередньо детермінує вибір вербальних засобів.

3. Конфліктний комунікативний акт – це контекстуально завершена сукупність вербальних актів та послідовних мовленнєвих дій конфліктантів, спрямованих одне на одного в межах певного хронотопу.

4. Конфліктний діалог – це структурно впорядкований обмін конфліктними мовленнєвими актами (репліками), якому притаманні внутрішня композиційна завершеність, єдність змісту та поєднання конфронтаційних форм. Саме завершеність такого діалогу дозволяє учасникам повністю реалізувати обрані деструктивні стратегії і тактики.

5. Конфліктний комунікативний процес – це динамічне системне утворення, що формується через взаємозалежність і перманентний взаємовплив реплік за схемою «акція/реакція» між адресантом і адресатом. Прискіпливе вивчення цього процесу дозволяє вивести розуміння лінгвального конфлікту за межі простих ситуативних уявлень, демонструючи потребу його аналізу не лише як відбиття емоційного стану людей, а й як сукупності мовних засобів, що об’єктивують людські наміри та мотивації.

У лінгвістичних працях паралельно представлено різноманітні дефініції на позначення оптимального, гармонійного способу організації міжособистісної комунікації, яку вчені визначають як «ефективну» [Ковалевська, 2001] або як таку, що «спрямована на досягнення суспільного консенсусу» [Фадєєва, 2000].

Отже, комунікативний конфлікт виникає внаслідок гострого непорозуміння між мовцями, суттєвих похибок у процесах інтерпретації інформаційного масиву, а також через свідоме чи випадкове порушення мовленнєвих норм усіма учасниками комунікативного акту. Каталізаторами цього процесу можуть виступати різноманітні деструктивні чинники, серед яких домінують: недостатній рівень знань про специфіку мовного коду, психофізіологічні та індивідуально-особистісні девіації учасників інтеракції, а також радикальні розбіжності в їхньому соціальному, ідеологічному та лінгвокультурному статусах.

1.2. Особливості політичної комунікації та її суб’єкти

Політичну комунікацію розглядаємо не просто як процес трансляції інформації, а як складний, багатовимірний механізм виробництва, поширення та інтерпретації політичних смислів, спрямований на здобуття, утримання або легітимацію державної влади. Це базовий інструмент презентації політичних інтересів та регулювання суспільно-політичних процесів.

Специфіка політичної комунікації, що відрізняє її від інших видів соціальної інтеракції, детермінована низкою характеристик:

1. Іntenціональність та владоцентричність. Кожен комунікативний акт у політичному полі підпорядкований прагматичній меті: оптимізації політичного впливу, мобілізації електорату, маргіналізації опонентів або легітимації ухвалених рішень.
2. Макросоціальна спрямованість та інституціалізація публічної сфери. Політичний дискурс оперує категоріями загального блага, національних інтересів та суспільних цінностей. Відтак, повідомлення формуються з урахуванням масової психології та транслюються у публічному просторі, вимагаючи універсалізації меседжів для охоплення різнорідних соціальних груп.
3. Символічний та ідеологемний вимір. Зважаючи на обмежену здатність масової свідомості до глибокої раціональної аналітики, політична комунікація активно оперує символами, міфологемами, стереотипами та фреймами. Це дає змогу здійснювати когнітивне та емоційне програмування аудиторії, формуючи необхідні реакції через апеляцію до колективної пам'яті, страхів чи очікувань.
4. Асиметрія інформаційних потоків. У традиційній моделі політичної комунікації спостерігається суттєва ресурсна та статусна нерівність між комунікантом (владою/елітою) та реципієнтом (суспільством). Інституційні актори володіють монополією на генерування ключових інформаційних рушійних сил та мають преференційний доступ до каналів масової комунікації.
5. Медіатизація політичного простору. Сучасна політична взаємодія має переважно опосередкований характер. Інформація не доходить до реципієнта у первинному вигляді; вона проходить процеси селекції, перекодування та інтерпретації через інститути медіа, що робить масмедіа не просто каналом, а повноцінним середовищем творення політики.

У сучасній політичній науці та комунікативістиці *суб'єкти політичної комунікації* – це індивіди, соціальні групи, інституції та організації, які беруть

участь у процесі створення, передавання, сприйняття та інтерпретації політичної інформації.

Залежно від ролі, функцій та ступеня впливу на політичний процес, їх традиційно поділяють на чотири ключові групи.

1. Первинні (інституційні) суб'єкти: Політичні актори

Це ініціатори політичної комунікації, які володіють владою або безпосередньо борються за неї. Вони генерують базові політичні смисли, ухвалюють рішення та формують стратегічний курс держави.

До них належать:

- державні інституції та органи влади: президент, уряд, парламент, міністерства, місцеве самоврядування;
- політичні партії та рухи: як провладні, так і опозиційні;
- окремі політики: державні діячі, лідери партій, депутати, публічні посадовці.

Основна їхня функція – управління державою, боротьба за владу, мобілізація електорату, легітимація своїх дій. Їхня комунікація часто обмежена жорсткою партійною чи інституційною доктриною.

2. Інформаційні посередники: Медіа

Це канали передавання інформації, які не просто ретранслюють повідомлення, а й активно їх формують, фільтрують та інтерпретують.

До них належать:

- традиційні медіа: телебачення, радіо, друкована преса (національна та регіональна);
- нові (цифрові) медіа: інтернет-видання, соціальні мережі (Facebook, Instagram), месенджери (Telegram, WhatsApp), відеоплатформи (YouTube);
- медіаперсони: журналісти, редактори, популярні політичні блогери та інфлюенсери.

Основна їхня функція – формування порядку денного, фокусування суспільної уваги на певних темах, контроль влади («четверта влада»), масове

поширення меседжів.

3. Спеціалізовані суб'єкти: Експертне середовище

Вони є інтелектуальним комунікативним «мостом» між владою, медіа та суспільством. Вони не борються за владу безпосередньо, але мають колосальний вплив на її сприйняття.

До них належать:

- політичні експерти та аналітики: незалежні або афілійовані фахівці, які коментують події, дають прогнози та пояснюють причиново-наслідкові зв'язки;
- політтехнологи та PR-консультанти: архітектори політичних кампаній, які залишаються «за лаштунками» або ж самі стають публічними спікерами для просування потрібних наративів;
- спічрайтери та пресекретарі: особи, які безпосередньо формують вербальний арсенал політиків;
- аналітичні центри: організації, що генерують смисли, дослідження та політичні рекомендації.

Основна їхня функція – інтерпретація складних політичних процесів для широкого загалу, конструювання іміджу політиків, раціоналізація або емоціоналізація певних подій, моделювання суспільних настроїв.

4. Суспільні суб'єкти: Громадянське суспільство

Це кінцевий адресат (реципієнт) більшості політичних повідомлень, який водночас є джерелом зворотного зв'язку і легітимності влади.

До них належать:

- громадяни: виборці, платники податків;
- громадські організації: правозахисні, екологічні, антикорупційні ініціативи тощо;
- групи інтересів та лобісти: профспілки, бізнес-асоціації, галузеві об'єднання;
- стихійні соціальні рухи: учасники мітингів, протестів, флешмобів, петиційних кампаній.

Основна їхня функція – формування суспільного запиту до влади, електоральний вибір, артикуляція суспільних проблем, здійснення тиску на інституційні суб'єкти.

1.2.1. Поняття про політичний дискурс та його організацію

У сучасній лінгвістичній парадигмі дискурс постає як складне, інтегроване й багатовимірне поняття, що в межах міжособистісної та суспільної комунікації органічно об'єднує вербальні, когнітивні, культурні та соціальні аспекти. Новітні філологічні концепції та методологічні підходи до вивчення дискурсу пропонують розглядати цей термін як багатоаспектний соціальний феномен. Він передбачає не лише чисту вербальну маніфестацію смислів, а й обов'язково поєднує в собі систему невербальних маркерів, прагматичний контекст локусу події та явища розлогої інтертекстуальності, зокрема й виразної дієслівної інтертекстуальності, що динамізує текстову тканину [Dudko et al., 2023b, с. 113].

Дискурс постає як динамічна модель існування тексту, як особлива форма текстової комунікації, безпосередньо пов'язана з когнітивно-мовленнєвою діяльністю суб'єкта [Литвиненко, 2009, с. 11–12].

У визначенні Ф. Бацевича зафіксовано прагмалінгвістичну сутність окресленого феномену: «Дискурс (франц. discours – мовлення) – тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [Бацевич, 2009, с. 138].

Дискурс розглядаємо як текст, занурений у реальне життя, що володіє власною специфічною граматикою, лексичним складом, синтаксичною архітектонікою та суворими правилами слововживання. Водночас він постає як

живе людське спілкування, інтерактивне явище, що акумулює в собі всі необхідні екстралінгвістичні компоненти взаємодії суб'єктів [Бацевич, 2010b, с. 12–13]. У науковому просторі дискурс також інтерпретують як: структуровану мовленнєву діяльність, що перебуває у нерозривному діалектичному зв'язку з певною нелінгвістичною сферою – соціологічним, ідеологічним, правовим чи культурним контекстом, або спирається на імпліцитний, підсвідомий чи передбачуваний зміст повідомлення [Helgorsky, 1982, с. 22]; цілісну комунікативно-комунікаційну систему з жорсткою ієрархічною організацією, вивчення якої дає змогу об'єктивно пояснити як процеси створення чи сприйняття тексту через аналіз когнітивних структур, сформованих комунікаторами, так і безпосередній механізм активації цих структур під впливом прагматичних чинників [Кравченко 2011, с. 5]; будь-який динамічний мовленнєвий процес, що одночасно охоплює і мовця, і слухача, апріорі передбачаючи інтенційне прагнення першого комуніканта здійснити цілеспрямований вплив на ментальну сферу другого [Kristeva, 1981, с. 17].

Відповідно до базових методологічних принципів лінгвістичної прагматики, яка вивчає мову безпосередньо як інструмент, що послуговується людина в її реальній комунікативній діяльності, дискурс – це специфічний спосіб актуалізації та функціонування тексту в певних ментальних, соціокультурних та прагматичних умовах [Blynova, 2018, с. 3]. За визначенням А. Загнітка, категорія дискурсу це – «мовленнєво-мисленнєвий процес, що відтворює і формує комплексні лінгвістичні структури, компонентами яких постають висловлення і групи висловлень, пов'язані дискурсивними операціями»; саму комплексну лінгвістичну структуру, що перевищує за обсягом речення», виступаючи при цьому як особлива комплексна лінгвістична структура, що за своїм лінійним обсягом суттєво перевищує межі окремого речення [Загнітко, 2008, с. 179].

Комунікативна дія в межах дискурсу традиційно спрямована на інтерактивне досягнення порозуміння, проте в умовах сучасної суспільної конкуренції поряд із нею незмінно розгортається і стратегічна дія, яка є

соціальною формою раціональної або інструментальної поведінки суб'єкта. У такому контексті дискурс постає як важлива соціально-рефлексивна форма прояснення тих глибинних смислів та ідеологем, що є для соціуму найбільш злободенними, актуальними чи проблематичними [Єрмоленко, 2016, с. 69–86].

Поняття дискурсу напряду детермінується параметрами живої вербальної дії, у той час як текст пов'язаний із системою мови, будучи певним конструктом, що повноцінно реалізується лише в дискурсивних практиках. Дискурс – це соціальний процес, до якого інтегровано текст, що, у свою чергу, є матеріальним мовленнєвим продуктом, створеним і реалізованим у цьому процесі [Teun A. van Dijk, 1998, с. 367–393]. Науково місткою є формульна дефініція, згідно з якою розглядають дискурс як «текст плюс ситуація», а текст розглядають як «дискурс мінус ситуація» [Östman et al., 1995, с. 240].

Т. Радзіївська охарактеризувала основні параметри комунікативного акту крізь призму трьох взаємопов'язаних чинників: «текстотворення – текст – текстова комунікація». Дослідниця переконливо доводить, що ці поняття мають важливий спільний знаменник – категорію дискурсу, що одночасно репрезентує як онтологічний (буттєвий), так і епістемічний (пізнавальний) аспекти зазначених дефініцій у їхньому цілісному діалектичному взаємозв'язку [Радзіївська, 2010, с. 458].

Дискурс за своєю онтологічною сутністю є соціолінгвальним феноменом комунікативного середовища. Він завжди детермінується комплексом прагматичних, політичних, соціокультурних і психологічних чинників і структурно складається з двох обов'язкових частин: лінгвістичної (безпосередньо аналізований корпус текстів або мовленнєвий потік); екстралінгвістичної (умови комунікації, ідеологічний контекст, фонові знання, наміри мовців).

Дискурс послідовно реалізується у двох взаємозалежних площинах: він ретельно планується та кодується репродуцентом (мовцем) і згодом активно аналізується та декодується реципієнтами (аудиторією). «Дискурс є когнітивним за своєю природою, тому будь-який жанр, незалежно від його

стильової належності, репрезентує певні вірування, переконання, уявлення про війну» [Висоцький та ін. 2018, с. 17]. Комплекс екстралінгвістичних чинників перманентно впливає на структурування дискурсу, зумовлює його внутрішню архітекtonіку та безпосередньо керує процесами сприйняття й критичного аналізу інформації. Дискурс здатний однаково успішно апелювати як до суто прагматичного, раціонального бачення ситуації події, так і до латентних ментальних процесів і підсвідомих тригерів учасників комунікативного акту.

У дискурсі провідну роль відіграють його безпосередні учасники – комуніканти. Як наголошує І. Кондратюк, у дискурсі наявна особистість, яку в прагмалінгвістиці визначають як дискурсивну особистість. Названа дефініція є суттєво ширшою за традиційне поняття мовної особистості. Дискурсивна особистість органічно входить до структури мовної особистості, проте вона не лише використовує наявний вербальний мовний код, а й здатна вільно інтерпретувати та моделювати інші семіотичні коди (паралінгвістичні, візуальні, просторові) залежно від типу дискурсивних відношень, притаманних конкретній комунікативній ситуації події [Кондратюк, 2012, с. 81].

М. Стаббс [Stubbs, 1983, с. 1] виокремлює три основні характерні ознаки дискурсу як лінгвального феномену:

1. У формальному відношенні це особлива одиниця мови, що за своїм лінійним обсягом обов'язково перевищує речення.
2. У змістовій площині дискурс нерозривно пов'язаний із безпосереднім використанням мовної системи в реальному соціальному контексті.
3. За своєю внутрішньою організацією дискурс найчастіше постає як діалог.

Сучасна лінгвістична наука чітко диференціює дві первинні форми існування дискурсу – письмову та усну. За комунікативно-соціальним критерієм розрізняють персональний (особистісно орієнтований, побутово-

розмовний) та інституційний (статусно орієнтований) дискурси [Куліш, 2015, с. 181–182].

Заслуговує на особливу увагу класифікація дискурсів, запропонована Г. Почепцовим, який диференціює їх на основі залучення різних типів семіотичних знаків, виокремлюючи: фольклорний, літературний, міфологічний, театральний, ритуальний, позацензурний (неофіційний), лайливий, етикетний, поетичний, неправдивий та інші [Почепцов, 1999].

Виділяють також корпоративний дискурс, характеризуючи його як цілеспрямовану комунікативну діяльність, що відбувається в офіційній сфері та проявляється в міжособистісних взаєминах співробітників [Ананко, 2007, с. 3–4]; емоційний дискурс, зазначаючи, що цьому типові притаманне активне залучення як мовних, так і позамовних експресивних засобів усіх комунікантів [Гнезділова, 2007]; художній дискурс – специфічний стилістичний простір, який віддзеркалює культурно-мовну картину відповідного історичного періоду, спираючись на оцінку комунікативних і лінгвостилістичних характеристик тексту [Бурбело, 1999, с. 4].

В інституційній вертикалі *політичний дискурс* посідає особливе місце, є складною, ієрархічною організованою системою комунікативних дій у політичній сфері будь-якої держави. Дискурс у політикумі є головним інструментом вираження ідеологічних переконань, політичних амбіцій, будучи потужним механізмом впливу на суспільну думку. У новітній політичній комунікації дискурс – це провідний елемент соціальних процесів, який наочно репрезентує конфлікти інтересів та домінантні ідеології. О. Болкарьова зазначає: «До базових концептів політичного дискурсу відносять концепти "влада" і "політика". Влада не має вагомих відмінностей у повсякденній і науковій свідомості, це "спроможність, право і можливість примусу". Відчужена належність, відкритий простір значущої тривалості, механізм, жива істота, персоналізація, об'єкт поклоніння – все це виражається в концепті влади. Влада в дискурсі безпосередньо пов'язана з поняттям «комунікативне лідерство» [Болкарьова, 2011, с. 22].

О. Януш стверджує, що політичний дискурс є стрижневим поняттям політичної лінгвістики та перебуває в нерозривному зв'язку з політичною комунікацією, у контексті прагматичної взаємодії між усіма представниками цієї сфери [Януш, 2014, с. 82]. Це вербалізований вияв політики, мовна реальність у певних соціальних координатах і складна соціолінгвістична будова [Болкарьова, 2011, с. 22].

Головною онтологічною особливістю політичного дискурсу є генеральна ітенція боротьби за владу, за завоювання та утримання прихильності суспільства. Цей намір мовця незмінно наявний у всіх жанрах політичного дискурсу та репрезентований високим рівнем змагальності (агоністичності) у мовленні представників політикуму. Тому дуже часто мовленнєві дії адресантів сприймаються реципієнтами як виразне прагнення перемогти у тій чи тій полеміці [там само, с. 21].

Розмежовуємо поняття «мова політики» та «політична мова». За спостереженнями М. Вінтоніва, ці категорії перебувають у відношеннях часткового перетину: мова політики здебільшого є мовою маніпуляцій, проте не зводиться до неї повністю. «Водночас «політичну мову» використовують з метою маніпуляції в багатьох інших сферах спілкування: побутовій, рекламній, педагогічній, релігійній тощо» [Вінтонів та ін., 2021, с. 29]. Дослідження лексико-семантичного аспекту відіграє надважливу роль у визначенні взаємозв'язку між мовою та політикою, оскільки саме через нього найбільш виразно об'єктивуються соціальні процеси та зміни. При цьому «значення слова можна вважати певною мірою психоментальним фрагментом колективної етносвідомості, конвенційно закріпленим за певною мовною формою, завдяки чому воно існує в індивідуальній свідомості в різних способах застосування. Протириччя між колективною та індивідуальною природою значення досі залишається однією із проблем теорії значення» [Каліщук, 2014, с. 61–62].

Зарубіжні дослідники трактують політичну мову насамперед як багатогранне явище, що об'єднує різні наукові галузі. Зокрема, політична

мова – це вся сукупність вербальних дій, за допомогою яких промовець намагається цілеспрямовано впливати на державне формування волі у громадськості або в офіційних політичних установах – парламенті, уряді, управлінні, суді чи політичних союзах [Burkhardt, 2003, s. 25]; це офіційна мова держави або всього того, що безпосередньо відноситься до державної влади, зокрема інституцій, функцій і технологічних прийомів політики [Shrouf, 2004, s. 13].

У політичному дискурсі текст є провідною формою реалізації комунікації між представниками цієї сфери. Поле таких текстів є надзвичайно широким, проте воно має спільні характеристики, зокрема те, що вони виступають матеріальною формою для репрезентації суспільству політичних цілей та інтенцій, підпорядкованих основній меті політики – отриманню та збереженню влади [Болкарьова, 2011, с. 22]. За визначенням В. Петренка, політична мова – це сукупність специфічних мовних структур, що використовують у сфері політики та здійснюють прямий чи латентний вплив на політичну свідомість індивідів та їхню безпосередню участь у перебігу політичних процесів [Петренко, 2003b].

У семіотичному аспекті політичний дискурс є явищем глибоко неоднорідним, оскільки не лише вербальне мовлення відіграє в ньому вагоме значення. «Окрім вербальних знаків і паралінгвістики, істотне значення мають політична символіка та емблематика, семіотика будівель або, ширше, семіотика простору (знакове використання простору). У політичному дискурсі знакового статусу набуває сама фігура політика та певні поведінкові моменти (знакові дії)» [Вінтонів та ін., 2021, с. 26]. Мова політики жодним чином не зводиться лише до суто мовленнєвих засобів: те, що діячі вважають політично релевантним, яскраво відображається в їхньому стилі життя, одязі (дрес-код), манерах, а не лише в промовах чи статтях.

Оскільки єдиного універсального визначення поняття «політичний дискурс» у науці немає, «його можна тлумачити як вербальну комунікацію в певному соціально-психологічному контексті, у якій адресанта й адресата

наділено конкретними соціальними ролями відповідно до їхньої участі в політичному житті, що і є предметом комунікації» [Вінтонів та ін, 2021, с. 31]. На основі аналізу теоретичних джерел нами виокремлено та впорядковано такі основні підходи до тлумачення цього терміна:

1. Політичний дискурс – це зв’язний текст, повністю зумовлений та обмежений рамками комунікативної ситуації у політичній сфері соціуму [Серажим, 2002, с. 240].

2. Політичний дискурс – це специфічний вид дискурсу, метою якого є моделювання майбутнього соціуму. Він формується авторами та споживачами інформації, оскільки їхні очікування й бажання вже заздалегідь «вмотивовані» в нього (при цьому дискурсивні навички представників політикуму часто важать значно більше, ніж їхні реальні особистісні риси) [Бацевич, 2009, с. 158].

3. Політичний дискурс – це багатопланове, полікодове явище, в якому текст (незалежно від форми його фіксації: усної чи писемної) та екстралінгвістичний контекст (обставини, інтенційна мета, час, місце і спосіб реалізації) виступають рівноправними компонентами [Вусик та ін., 2014, с. 217].

4. Політдискурс є конкретним репрезентантом політичної комунікації, який завжди передбачає актуалізацію політичного тексту у комунікативному акті постійної взаємодії політичного суб’єкта (політичного діяча, лідера, представника партії) з об’єктом політичного впливу, до якого належать електорат, виборці та масова аудиторія [Кондратенко, 2007, с. 12].

5. Політичний дискурс – це вербальні утворення (як усні, так і письмові), що безпосередньо стосуються політичної сфери суспільства, реалізуються у дійсність екстравербально й вербально, актуалізуються у певному хронотопі та спрямовані на втілення конкретної прагматичної семантики впливу [Ващук, 2011, с. 183].

Продуценти тексту в політичній галузі завжди заздалегідь передбачають комплекс чинників, здатних забезпечити успішну реалізацію комунікативної

мети під час публічних виступів. Мовці чітко розуміють первинні очікування реципієнтів, володіють знаннями про загальне суспільне тло комунікації та досконало ознайомлені з усіма мовленнєвими тонкощами, латентними мотивами, логічними переходами й сюжетними схемами текстотворення. При цьому «саме індивідуальність претендента на пост глави держави, його ідеали, ціннісні імперативи, світоглядні переконання та фаховість відображають візію кандидата щодо майбутнього розвитку країни та відстоювання інтересів нації» [Ковалів, 2019, с. 22]. Адресатом (споживачем) у політичному дискурсі завжди виступає суспільство (електорат), а адресантами (продуцентами) – безпосередні політичні діячі, а також політичні експерти, аналітики, оглядачі й технологи. При цьому «Повідомлення про стан справ можуть бути репрезентовані у формі описів, думок, порівнянь, висновків та узагальнень; вони можуть бути реалізовані в найрізноманітніших жанрах – неформальній бесіді, інтерв'ю, прес-конференції тощо» [Вінтонів та ін., 2021, с. 64].

Політичному дискурсу притаманна система специфічних конститутивних ознак. М. Мозер зазначає, що характерними ознаками політичного тексту є висока полемічність, виразний ступінь аксіологічності (оцінності) та персуазивності (переконливості), наголошуючи на доцільності активного залучення лексем сильного прагматичного впливу, фразеологізмів та концептуальних метафор, які здатні створювати особливий ефект мовної гри та викристалізовувати репрезентативний образ лідера думок [Мозер, 2020а, с. 177]. О. Руда зауважує, що саме мовленнєва (мовна) маніпуляція є провідним різновидом впливу на реципієнтів у медіаполі, реалізуючись завдяки майстерному використанню конкретних ресурсів мовної системи, аби здійснити прихований вплив на когнітивну та поведінкову діяльність аудиторії [Руда, 2012, с. 50–51].

Визначальною ознакою політичного дискурсу є те, що продуцент спрямовує всю інформацію на маси, свідомо моделюючи реакцію реципієнтів.

С. Абрамович наголошує, що політичне красномовство історично пов'язане з соціальним розшаруванням суспільства та зіткненням інтересів

різних класів і партій. Через це політичний оратор апріорі є ангажованим: він може вкладати у свою промову яскраве особисте ставлення до тієї чи тієї проблеми, але сама проблема незмінно залишається надособистісною, суспільно значущою. Це визначає підвищену ідейність політичної промови. В сучасному політичному дискурсі України ідейний спектр є вельми строкатим, що відбиває складність та багатобарвність духовного й ментального життя українського громадянина [Абрамович та ін., 2007].

За своєю формою цей дискурс є переважно монологічним (промови, звернення, статті), але водночас йому притаманні й виразні внутрішні елементи діалогу (дебати, інтерв'ю, реакція на репліки опонентів). Він має колективний характер, оскільки репрезентує інтереси не поодинокого політика, а цілої соціальної групи чи партії. Тому політичний текст зазвичай створюється зусиллями кількох індивідів, поєднуючи діяльність реального автора (спічрайтера), який майже завжди залишається анонімним, та політика, який озвучує цей текст у медіапросторі й якому офіційно приписується авторство [Семенюк та ін., 2010, с. 199–205].

Названий дискурс напряму пов'язаний із категорією сугестії (навіювання) та здійснює постійний непрямий вплив на підсвідомість: «Політичний дискурс загалом і процес соціального впливу зокрема розглядають крізь призму сугестивності. При цьому сугестію витлумачують як спосіб інформування за відсутності контролю свідомості щодо її оброблення, тобто вербальна сугестія пов'язана із безсвідомим» [Вінтонів та ін., 2021, с. 42]. Доведено, що політичний дискурс чітко вирізняється такими ознаками, як: агоністичність (наявність високого рівня конкурентності та змагальності у висловлюваннях за комунікативне лідерство); агресивність щодо опонентів та інакодумців; виразний ідеологічний характер, оскільки він відбиває не індивідуальні, а колективні переконання, доктрини й цінності; театральність, що вбирає в себе ознаки комерційної реклами та сценічної вистави (політики активно адаптують свої промови, створюючи привабливі політичні наративи та іміджеві образи, аби зацікавити «глядацьку аудиторію»)

[Kenzhekankyzy, 2016, с. 197–198].

Усі представники політикуму переслідують власні мотиви та інтереси, повсякчас докладаючи зусиль, аби впливати на думки виборців та формувати потрібний вектор оцінки подій у соціумі. При цьому продуценти тексту здатні маніпулювати почуттями та базовими принципами людей: «Політичний дискурс став предметом особливої та навіть прискіпливої уваги лінгвістів саме у той період, коли політична комунікація набула рис засобу маніпулювання свідомістю» [Бутова, 2012, с. 232]. Маніпулятивні мовленнєві дії найчастіше здійснюються завдяки використанню найбільш влучних слів та експресивних виразів: «У ході існування політичного дискурсу доволі яскраво про себе заявляють фразеологічні та лексичні маніпулятивні прийоми, в межах яких використовують влучні слова для формулювання ідей і стратегій. Сюди також належить притаманні мовленню динамічність смислового значення слова, перешкоди в процесі розмежування головного значення слова та його конотацій, різноманітність усіх можливих значень слова, заміна об'єктивних фактів на суб'єктивні й навпаки. Усі ці прийоми активно та свідомо використовують політики у власній діяльності» [Болкарьова, 2011, с. 22].

Політична мова за своїм стилем є максимально близькою до публіцистичного стилю та характеризується спрямованістю на масову аудиторію. Для неї характерна ознака «заданості на вплив:» спрямованість на навіювання певних поглядів, зміну намірів тощо. Тому вона «присвоюється» владою і стає засобом поширення потрібних цій владі політичних ідей і цінностей [Петренко, 2007, с. 22]. У ширшому науковому витлумаченні політичний дискурс охоплює все мовлення політичної галузі та всі дискурсивні акти, що реалізуються в межах соціуму за участю суб'єктів взаємодії: державних діячів, урядовців, дипломатів, лідерів партій, а також політичних експертів та аналітиків [Левенець та ін., 2011, с. 219]. Він знаходить своє матеріальне відображення у публічних виступах, дебатах, офіційних зверненнях, інтерв'ю, круглих столах, а також у текстах масмедіа та соціальних мереж.

Політичний дискурс характеризується чіткою жанровою диференціацією та наявний у двох первинних формах: до писемної форми політичного дискурсу належить офіційна документація, державні угоди, партійні програми, маніфести, заяви, політичні листівки, плакати, рубрики новин у пресі, а також авторські блоги та дописи представників політикуму в мережі інтернет; до усної форми зараховують безпосередні публічні виступи, промови на мітингах, виступи на радіо й телебаченні, інтерв'ю, прес-конференції, парламентські дебати і аналітичні телевізійні й радіоновини [Дяченко та ін., 2015, с. 57].

Жанрова специфіка політичного дискурсу є однією з його найбільш виразних характеристик. Під час вивчення жанрових параметрів у політичній сфері необхідно обов'язково враховувати перманентний поточний і потенційний динамізм політичних родових форм, швидкі жанрові зміни та процеси лінгвальної дифузії, що найкраще простежуються безпосередньо в дії – не в суто тематичних, а в глибоких методологічних площинах дослідження тексту [Сар et al., 2013, с. 19]. Н. Кондратенко виокремлює такі базові мовленнєві жанри українського політичного дискурсу: презентаційно-іміджеві, інформативні, ритуальні, агітаційні й агонально-аргументативні [Кондратенко, 2011, с. 19–21].

Політичний дискурс виконує систему важливих соціолінгвальних функцій, що визначають його вагому суспільну роль у державотворчих процесах. Він не лише ретранслює готову інформацію, а й активно конструює громадську думку. За висновками Д. Жибак, «політичний дискурс спрямований на інформування населення про політичні проблеми, створення ґрунту для переконання адресатів. Однією з важливих функцій цього виду дискурсу є пропаганда, тобто навіювання певних поглядів, життєвих цінностей, ідеалів громадськості. Не менш важливим є і контроль за поширенням інформації, переконання слухача, спонукання його до певних дій з метою досягнення політичних цілей» [Жибак, 2013, с. 125]. Цей вид дискурсу активно залучається з метою раціонального пояснення та обґрунтування

політичних стратегій, а також для нав'язування суспільству певних ідеологічних орієнтацій. Виокремлюють такі функції дискурсу:

- мобілізаційну – емоційний заклик адресанта до ціннісних та ідеологічних преференцій електорату (найчіткіше виражена в гаслах, плакатах, листівках);
- маніпулятивну – полягає у спекуляції інформацією щодо нагальних суспільних проблем з метою розпалювання ворожнечі між політичними опонентами чи прихованою корекцією поведінки мас;
- ідеологічну та корпоративну – спрямовані на чітке виокремлення ключових позицій політика чи партії з метою демонстрації їх унікальних особливостей;
- привернення уваги (аттрактивну) – має на меті якщо не повністю прихилити реципієнта на свій бік, то принаймні гучно заявити про існування суб'єкта в медіаполі за допомогою яскравих лінгвальних засобів чи слоганів [Вусик та ін., 2014, с. 216].

Однією з найбільш яскравих і динамічних характеристик політичного дискурсу є постійне створення лексичних інновацій і неологізмів. Як зазначає Н. Печко, політичні неологізми утворюються кількома основними шляхами: семантичний шлях – коли наявне в мові слово під впливом соціополітичних змін повністю змінює або суттєво розширює своє значення, надаючи найменування новому суспільному явищу; трансномінація – утворення нової лексичної одиниці на позначення вже наявного в культурі явища чи об'єкта з метою зміни його прагматичного забарвлення; власне неологізми – створення абсолютно нових слів для найменування нових об'єктів реальності (найхарактернішими способами утворення інновацій в українському політичному дискурсі виступають словоскладання, конверсія та афіксація) [Печко, 2013, с. 65]. Н. Кондратенко класифікує всю лексику, наявну в політичному просторі, виокремлюючи такі великі тематичні групи: власне політична лексика; політично-економічна лексика; політично-юридична лексика; військово-політична лексика; а також термінологічна лексика

широкої семантики [Кондратенко, 2007, с. 89].

Сучасний політичний дискурс є сукупністю вербально-мисленнєвих дій, орієнтованих переважно не на конкретного поодинокого співрозмовника, а спрямованих на широку масову цільову аудиторію за допомогою заздалегідь підготовленого, інтенційно насиченого та прагматично оформленого тексту.

1.2.2. Спеціалізовані суб'єкти політичної комунікації: політичні експерти та технологи

Як вже було сказано вище, одними зі спеціалізованих суб'єктів політичної комунікації є політичні експерти та технологи. Це професійні посередники, які не є безпосередніми носіями влади, проте вони здійснюють когнітивне, стратегічне та операційне супроводження політичної діяльності.

Політичні експерти аналізують політичні процеси, коментують події, прогнозують розвиток ситуації.

Політичні технологи розробляють і реалізують стратегії політичної комунікації, виборчих кампаній, формування іміджу, впливу на громадську думку.

В академічному дискурсі представників політичної експертної спільноти поділяють на два ключові кластери, що мають відмінні цілі, інструментарій та модуси впливу: *аналітико-інтерпретаційний (експерти)* та *проектувально-прагматичний (технологи)*.

До аналітико-інтерпретаційного кластера, головним завданням якого є конструювання політичних смислів, належать політичні експерти, дослідники політичних процесів, аналітики, оглядачі, коментатори, політологи тощо. Їхня ключова місія у комунікативному процесі – аналіз, декодування та раціоналізація політичної реальності. На відміну від політиків, які продукують гасла, політичні коментатори створюють складні наративи.

Їхні основні функції охоплюють:

- Експертно-діагностичну: здійснення системного моніторингу та аналізу поточних подій, виявлення прихованих мотивів

інституційних акторів.

- Прогностичну: моделювання вірогідних сценаріїв розвитку політичних криз, електоральних циклів чи наслідків ухвалення державних рішень.
- Верифікаційну та легітимаційну: для масової аудиторії висновки незалежних фахівців з політичної комунікації часто слугують маркером істинності. Політики використовують тези експертів для легітимації власних дій в очах суспільства.

У комунікативному ланцюгу експерти з політичних питань виступають своєрідними «перекладачами», які трансформують складну бюрократичну чи кулуарну інформацію у зрозумілий для соціуму дискурс.

Проектувально-прагматичний кластер, головним завданням якого є інженерія політичного впливу, формують політичні технологи, стратеги політичних кампаній, консультанти з політичної комунікації, фахівці з формування політичного іміджу, радники з виборчих стратегій тощо.

Якщо політексперти пояснюють, аналізують, прогнозують, оцінюють реальність, то політтехнологи її конструюють та модифікують відповідно до завдань замовника (політичного лідера чи партії).

Діяльність фахівців з політичних технологій має глибоко прикладний, часто тіньовий характер і підпорядкована критерію електоральної або репутаційної ефективності.

Їхні основні функції охоплюють:

- Стратегічне планування: розроблення архітектури виборчих кампаній, визначення цільових аудиторій, створення ідеологічних платформ.
- Іміджмейкінг та позиціонування: штучне конструювання образу політика, який максимально відповідатиме очікуванням електорату та контрастуватиме з опонентами.
- Управління інформаційними потоками: режисура інформаційних приводів, антикризовий менеджмент, перемикання уваги

суспільства з негативних тем на вигідні наративи.

- Маніпулятивний вплив: застосування технологій фреймінгу, астротурфінгу (штучної імітації громадської підтримки) та емоційного зарядження для корекції громадської думки.

Попри чітку теоретичну дихотомію представників української політичної експертної спільноти, на практиці часто спостерігаємо тенденцію до дифузії цих ролей.

Українські політичні аналітики та фахівці з політичних технологій часто функціонують у гібридному форматі. Нерідко виникає феномен «ангажованої експертизи», коли стратеги політичних кампаній або консультанти публічно виступають у медіа під виглядом «незалежних політичних оглядачів». У такому разі аналітичний коментар стає прихованою політичною технологією, що має на меті не об'єктивне інформування, а просування інтересів конкретного політичного актора.

Спеціалізовані суб'єкти політичної комунікації є невіддільним елементом сучасної демократії. Експерти у сфері політичної комунікації забезпечують раціоналізацію політичного вибору громадян, тоді як радники та технологи оптимізують процеси здобуття влади. Зрілість політичної системи безпосередньо залежить від здатності суспільства та медіа чітко розмежовувати незалежну аналітику від прихованих технологічних маніпуляцій.

1.3. Стратегічно-тактичний потенціал політичної комунікації

Ефективність політичної діяльності в умовах сучасного інформаційного суспільства визначає не лише наявність владних та економічних ресурсів, а й здатність суб'єктів політики грамотно керувати смислами. У цьому контексті політична комунікація постає як багатовимірний інструмент, дієвість якого розкривається через його стратегічно-тактичний потенціал. Дослідження цього потенціалу дає змогу зрозуміти, яким чином інформаційні потоки конвертуються у реальний політичний вплив, забезпечуючи як

макросоціальну легітимацію влади, так і ситуативні перемоги в умовах жорсткої конкуренції.

Стратегічний вимір політичної комунікації орієнтований на тривалу перспективу та пов'язаний із фундаментальними цілями. Його сутність полягає у здатності формувати стійкі наративи, конструювати ціннісні орієнтири та глобальний порядок денний. Стратегічний потенціал реалізується через розроблення комунікативних доктрин, інституціоналізацію довіри до політичної системи, формування базового репутаційного капіталу суб'єктів та консолідацію суспільства навколо певних ідеологем. Це своєрідний фундамент, що забезпечує системну стійкість політичного актора навіть у періоди турбулентності.

Натомість тактичний вимір комунікації характеризується оперативністю, високою адаптивністю та інструментальністю. Тактичний потенціал розкривається у площині безпосереднього реагування на поточні виклики: управління короткостроковими інформаційними (зокрема, електоральними) кампаніями, нейтралізація репутаційних загроз і проведення антикризових заходів. Він передбачає майстерне володіння прикладними інструментами – від спін-докторингу та фреймінгу до точкового таргетування цільових аудиторій через специфічні медійні канали.

Максимальна ефективність політичної комунікації досягається виключно за умови синергії цих двох рівнів. Відрив тактики від стратегії перетворює комунікативний процес на хаотичне реагування (ситуативний популізм), тоді як стратегія без дієвої тактики залишається суто декларативною конструкцією. Відтак, комплексне розуміння стратегічно-тактичного потенціалу вимагає предметного аналізу конкретних механізмів, форматів і технологій його реалізації у сучасній політичній практиці.

1.3.1. Поняття про комунікативні стратегії та тактики

Будь-який комунікативний акт передбачає цілеспрямовану реалізацію вербальних стратегій і тактик, що здатні динамічно змінюватися та

коригуватися безпосередньо у процесі спілкування залежно від того, як трансформується поточна мовленнєва ситуація та її соціокультурний контекст. Поряд із базовим терміном «комунікативна стратегія» у прагмалінгвістиці виникає наукова необхідність детально розглядати суміжну категорію «інтенція», оскільки зазначені дефініції не є тотожними, а перебувають у відношеннях причини та наслідку.

Інтенція – це фундаментальна вербально-когнітивна категорія, що репрезентує ментальний світ мовця, фіксує його первинний психологічний намір і визначає головну мету в комунікації, задовольняючи базові інтенційні потреби суб'єкта, а саме: прагматичний вплив на аудиторію, поінформування, спонукання до дії, регуляцію поведінки, ставлення запитань тощо. Від характеру першочергового наміру (інтенції), а також від обраної на її основі макростратегії та тактики цілковито залежить подальший хід комунікативного акту, який логічно веде або до кооперації (зближення), або до жорсткої конфронтації (зіткнення) між його учасниками.

Як наголошує Л. Білоконенко: «Мовленнєві тактики виступають «інструментом» для дій конфліктантів. Науковці говорять, що навіть за відсутності чітких критеріїв їхнього розмежування є тактики, які реалізують визначену стратегію в типових конфліктних ситуаціях, і ті, що передають значення конфронтації лише в певному контексті. Ефективність застосування тієї чи тієї стратегії і тактики залежить від усієї конфліктної ситуації, жанру мовлення, міри врахування адресантом особливостей адресата, а також визначається типом мовної культури та типом мовної особистості кожної зі сторін» [Білоконенко, 2015, с. 53].

У межах дослідження інтеракційного потенціалу мови вагоме місце посідає теорія про існування двох полярних макростратегій людської взаємодії, а саме стратегії умиротворення та стратегії роздратування [Labov et al., 1977]. Їхній вибір зумовлено тим, чого саме прагне адресант у конкретному акті спілкування – гармонізації та пом'якшення мовного тону чи, навпаки, свідомого нагнітання напруги та конфліктної ескалації. Науковці довели, що

реальні комунікативні акти можуть бути розташовані на гнучкій шкалі «умиротворення – роздратування» (від найм'якшої форми прохання до найжорсткішого імперативного наказу), реалізуючи певний безперервний прагматичний континуум. Дихотомії (або трихотомії) інших мовленнєвих стратегій також здатні утворювати свої специфічні когнітивні континууми в тексті, зокрема континуум «зобов'язання – бажаність», що регулює модальність висловлювань.

Створюючи стабільний соціальний порядок, людське суспільство загалом і кожен окремий його представник послідовно встановлюють певні прямі та непрямі, експліцитні та імпліцитні правила, норми й стереотипи поведінки, обов'язкові або бажані для виконання, що у соціолінгвістиці визначають як комунікативні ритуали. Така строга організація суспільного життя апріорі передбачає виразно стратегічну природу людської комунікації, де кожен мовленнєвий крок прораховується з позиції збереження соціального «обличчя» мовця та його статусних характеристик [Goffman 1967, с. 268].

Поняття «стратегія» за своєю сутністю є багатозначним, його активно вживають у різних галузях сучасного наукового знання та сферах практичної людської діяльності. О. Яшенкова зазначає: «Термін "стратегія" запозичений із військової науки, де означає "мистецтво введення війни, загальний план ведення бойових операцій". Із розширенням сфери вживання він набув широкого значення – "мистецтво планування будь-якої діяльності та керування нею на підставі точних прогнозів"» [Яшенкова, 2010, с. 155]. У процесі мовленнєвого обміну вироблення стратегії та її оперативна адаптація здійснюються безпосередньо в ході живої взаємодії. Якщо до початку спілкування можливий лише когнітивний прогноз майбутньої комунікативної ситуації, то в ході інтеракції стратегія починає жорстко регулювати вербальні дії мовців, а також безпосередньо конструювати й формувати нову соціальну дійсність відповідно до прагматичного вибору суб'єктів комунікації [Gumperz, 1982, с. 293].

У мовознавстві, зокрема в межах комунікативної та політичної

лінгвістики, поняття «стратегія» починає активно функціонувати з кінця ХХ століття, проте тривалий час воно не мало єдиного загальноприйнятого дефініційного визначення. Комунікативні стратегії та тактики є глибоко взаємозалежними від первинних інтенцій мовців і жанрового типу аналізованого дискурсу. Оскільки реальна комунікативна поведінка суб'єктів може варіюватися під впливом багатьох чинників, вербальні стратегії передбачають гнучкий вибір саме тих мовних засобів, що здатні максимально ефективно реалізувати запланований сугестивний вплив на аудиторію та зможуть якнайшвидше пристосуватися до мінливих умов комунікації.

Тож *комунікативна стратегія* – це генеральний план, макроструктура та загальний вектор мовленнєвої поведінки мовця, що чітко окреслюється його інтенційною метою, прагматичним контекстом ситуації та врахуванням чинника адресата.

Одним із найперших поняття «комунікативна стратегія» обґрунтував Т. А. ван Дейк, у концепції якого цей термін позначає цілковито усвідомлену, інтенційну вербальну діяльність комуніканта. Стратегія виконує роль когнітивного регулятора: вона скеровує адресата на досягнення конкретної мети та забезпечує оперативне моделювання найбільш ефективних лінгвальних засобів для успішного розв'язання мовленнєвих завдань [Teun A. van Dijk, 1985, с. 62–65].

В українській лінгвістичній школі Ф. Бацевич зазначає, що комунікативна стратегія – це найбільш оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення певної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [Бацевич, 2004, с. 133]. Вона виступає головною лінією (планом) мовленнєвої поведінки в межах конкретної комунікативної події, яку визначає загальна мета комунікації, ситуативний контекст і уявлення про адресата [Яшенкова, 2010, с. 156; Білоконенко, 2015, с. 40].

Іншими словами, це «оптимальна реалізація інтенцій мовця, спрямована на досягнення конкретної мети спілкування, узгоджена з особистісними

(статусно-рольовими) і психологічними характеристиками учасників комунікативного процесу, що зумовлено комунікативним досвідом, що передбачає підкорення законам і нормам у відповідній сфері комунікації та конкретно змодельованій ситуації спілкування» [Юшковець, 2007, с. 5]. Також комунікативну стратегію можна розглядати як інтегровану сукупність вербальних дій, орієнтованих на досягнення довгострокової комунікативної мети, а також як внутрішню ментальну установку на певні форми соціальної поведінки (зокрема й конфронтаційні). Вона обов'язково враховує не тільки суто мовну та позамовну поведінку людей, а й глибинні психологічні аспекти комунікативного обміну смислами [Корольова, 2008, с. 50].

У концепції К. Келлерман поняття «стратегія» розтлумачено передусім як уміння мовця свідомо обирати й вправно упорядковувати мовні засоби у тексті. Дослідниця зазначає, що реальне висловлювання мовця ззовні може мати нейтральний характер, не містити чітко окреслених засобів прямого тиску, проте адресант при цьому може просто не усвідомлювати, що насправді діє глибоко стратегічно, або ж навпаки – цілком усвідомлювати залучення вербальних стратегій, навіть якщо він робить це на підсвідомому рівні [Kellermann, 1992].

Тож комунікативна стратегія виступає як загальний план, або глобальний когнітивний «вектор» мовленнєвої поведінки кожного з комунікантів. Мовленнєва стратегія полягає у реалізації послідовного вибору системних, продуманих мовцем, поетапних вербальних рухів. Кожна мовленнєва стратегія матеріалізується в тексті через певний детермінований набір вербальних тактик.

Усі комунікативні стратегії перебувають у суворій супідрядності з комунікативними тактиками, становлячи у своїй єдності цілісний інтенційно-стратегічний комплекс мовця. *Тактики* виступають безпосереднім інструментальним шляхом і каталізатором до успішної реалізації загальної комунікативної стратегії у мовленнєвому акті. Вони залежать від обраних вербальних стратегій, адже макрорівневий складник завжди зумовлює і

детермінує вибір мікрорівневих елементів у конкретній комунікативній ситуації.

Вербальні стратегії і тактики характеризуються стрімкою внутрішньою динамікою, що дає змогу мовцю моментально реагувати на найменші зміни в комунікативній ситуації, оперативно відтворюючи ті мовленнєві дії, вміння, мотиви та інтенції, що є найбільш оптимальними для цього хронотопу. При цьому вербальні тактики є більш залежними від експліцитної (відкритої) інформації.

Кожен компетентний мовець прагне постійно тримати комунікативну ситуацію під своїм прагматичним контролем, гнучко змінюючи вербальні тактики, аби досягти бажаного перлокутивного ефекту. При цьому підсумковий перлокутивний ефект залежить більше саме від тактичного рівня, ніж від стратегічного. Натомість мовленнєві стратегії здатні жорстко контролювати й обмежувати вибір тих чи тих тактик комунікації. Якщо стратегія має відносно статичний характер, то тактики здатні змінюватися: для успішної реалізації однієї й тієї самої макростратегії мовцем може бути залучено абсолютно різні, варіативні тактики, кожна з яких буде чітко співвідноситися з поточним наміром мовця. Тобто мовленнєві тактики безпосередньо підпорядковані не стільки глобальній комунікативній меті, скільки динамічним комунікативним намірам, що можуть змінюватися значно швидше у процесі розгортання діалогу.

За словами М. Г. Лук'янець, усі вербальні засоби, використані в одному комунікативному акті, цілком можуть бути спільними відразу для кількох опозиційних мовленнєвих тактик, але водночас можуть монополярно характеризувати й лише одну конкретну таксономічну одиницю [Лук'янець, 2012, с. 503]. Стратегія, спрямована на утримання та баланс соціального статусу «обличчя» комунікантів, має два основні протилежні тактичні вияви: комунікативну конвергенцію та комунікативну дивергенцію.

Комунікативна конвергенція – це своєрідна прагматична кооперація комунікантів задля досягнення спільної мети. Мовленнєва конвергенція

покликана врівноважити соціальні статуси всіх учасників вербального акту завдяки їхньому взаємному пристосуванню, що передбачає певне уподібнення мовлення одного мовця до мовленнєвих параметрів іншого, аби досягти максимальної комунікативної кооперації. Інколи таку тактику вчені кваліфікують як прагматичне перемикання кодів, тобто свідомий перехід адресанта на мовленнєвий реєстр адресата з метою досягнення гармонійного кооперативного результату [там само, с. 504].

Опозиція кооперативних і конфронтаційних (агресивних) мовленнєвих стратегій визначає переважну частину повсякденної та інституційної комунікації в суспільстві. Дискурсивні (тобто комунікативні) стратегії – це фундаментальний принцип людської самоорганізації, що може бути цілеспрямовано спрямований як на співпрацю, так і на жорстку конкуренцію за комунікативне лідерство [Gumperz, 1982, с. 293].

Дивергенція здатна як сприяти кооперації в авторитарних та жорстко ієрархізованих типах інституційних дискурсів (де вона легітимізує статус влади), так і виступати першопричиною виникнення комунікативного конфлікту через навмисне вербальне приниження опонента [Лук'янець, 2012, с. 504].

У дослідженні прагмалінгвістичних параметрів тексту М. Лук'янець пропонує власну оригінальну класифікацію вербальних тактик за характером їхнього композиційного розташування: «Із формального боку мовленнєві тактики поділяються на ініціальні (або початкові, стартові), медіальні (серединні, що керують ходом комунікації) і фінальні (кінцеві, фінітні). Потенційно будь-яка з мовленнєвих тактик може бути ініціальною, медіальною або фінітною» [там само, с. 504].

Окрім вищезазначених таксономій, у сучасному мовознавстві є такі класифікації стратегій:

– конфронтаційні, кооперативні та нейтральні [Корольова, 2008, с. 52];

– диференціація «стратегій, покликаних на аргументацію» (де мовці намагаються чітко й логічно обґрунтувати свої погляди, прагнучи дійти консенсусу) та «стратегій, покликаних на розв’язання конфлікту» шляхом тиску (у цьому разі мовці егоцентрично наполягають на власних позиціях, не бажаючи йти на компроміс) [Flowers, 1982, с. 275–294].

У політичному дискурсі аргументативні інтенції є поширеним явищем. Як зазначають П. Зернецький та Г. Рябоконт у своїй праці «Аргументаційна структура британського політичного мовлення: аксіологічний аспект», аргументацію необхідно розглядати через призму аксіології – ціннісного соціокультурного чинника [Зернецький та ін., 1993]. Науковці, спираючись на суцільний кількісний аналіз обговорюваних тем, дійшли обґрунтованого висновку, що питання внутрішньої політики є найбільш поширеними й пріоритетними в дискурсі британських парламентських дебатів, що безпосередньо відображає фундаментальні ціннісні орієнтири британського суспільства в цілому.

Вербальні тактики у конкретному комунікативному акті здатні набувати нових структурних характеристик, серед яких можна виділити монотактичність (коли певна мовленнєва стратегія послідовно й лінійно реалізується за допомогою однієї домінувальної тактики) та політактичність, за якої одна синтаксично ціла репліка чи текстовий фрагмент здатні одночасно реалізувати дві або три взаємопов’язані тактики [Jacobs, 1985, с. 7–9].

Для успішної матеріалізації комунікативної стратегії мовці залучають комунікативну тактику, що розгортається через мовленнєвий прийом – мінімальний вербальний крок, етап розгортання тексту, що безпосередньо забезпечує реалізацію тактики. Мовленнєвий хід виступає як конкретний комунікативний вчинок і дія, що має суворо відповідати кожному етапу досягнення прагматичної мети мовця. За Л. Білоконенко, «комунікативні тактики – це мовленнєві дії, що дають змогу особі досягти впливу на співрозмовника, вони виконують функцію способів реалізації комунікативної стратегії. Кожна тактика спрямована на певну зміну свідомості адресата в

потрібному для адресанта напрямі щодо конкретного буттєвого "смислу"» [Білоконенко, 2015, с. 43].

Вербальні тактики можуть базуватися як на стереотипних (конвенційних) ситуативних явищах комунікативного акту, що репрезентують мовленнєві стандарти певної соціокультурної групи чи суспільства в цілому, так і на індивідуально-особистісних мовленнєвих тактиках, які мовець гнучко формує безпосередньо під впливом конкретної вербальної ситуації, інтенційної мети та складу учасників інтеракції.

Визначальною особливістю функціонування комунікативних стратегій є те, що мовець використовує весь наявний арсенал вербальних засобів комплексно та системно, аби надійно досягти визначеної мовленнєвої мети й справити запланований перлокутивний ефект на реципієнта. Отримання необхідного прагматичного результату адресантом свідчить про те, що комунікативну стратегію було обрано цілковито правильно. Мовці спочатку формують комунікативну мету та інтенцію, на їхній основі обирають макстратегії та відповідні тактики, і лише потім через систему ходів і мовних засобів здійснюють перлокутивний ефект.

Оптимальний вибір конкретних мовних засобів та вербальних стратегій залежить від попереднього комунікативного досвіду мовця, інституційної сфери та локусу спілкування. Він передбачає наявність високого рівня мовної та мовленнєвої компетентності, суттєво залежить від емоційного чинника, здатності оперативно варіювати стилістичні засоби відповідно до ситуації, а також є прямим наслідком належності мовця до конкретного етносу, стереотипів соціуму та особливостей внутрішньої комунікації у суспільстві.

Певні мовленнєві патерни, патріотичні стратегії чи стійкі комунікативні реакції є спільними для цілої нації або конкретного лінгвокультурного простору, оскільки вони несвідомо формуються під впливом таких фундаментальних чинників, як релігійні догмати, ментальні психологічні установки, етнічна належність та географічне середовище існування народу. Тобто людське мовлення як вища форма комунікації ніколи не є універсально

нейтральним, а радше постає глибоко вкоріненим у систему архетипних уявлень етносу, що зумовлює не лише зміст висловлювань, а й загальний стиль, емоційну тональність і прагматичну спрямованість комунікативної поведінки експертів [Orlova et. al., 2022, с. 64].

З комунікативними намірами та здібностями мовців, вибором конкретних мовних дій, які можуть бути як конструктивними (кооперативними), так і деструктивними (агоністичними), безпосередньо пов'язане питання про моделі мовленнєвої поведінки. Ці моделі репрезентують собою варіативні способи мовленнєвого впливу, здатні призвести як до «загострення», так і до «згладжування» комунікації. Стратегії та тактики комунікації успішно реалізуються через прагнення учасників спілкування виразити себе і здійснити запланований вплив на співрозмовника. Глибоке розуміння причин, що спонукають особу до вибору певної моделі мовленнєвої поведінки та конкретної таксономічної одиниці, є ключовим етапом у дослідженні прагматики політичного тексту.

Нині у сучасному мовознавстві виокремити одну єдину, універсальну класифікацію вербальних стратегій і тактик неможливо, оскільки ці складники є динамічними й здатні видозмінюватися під впливом багатьох чинників одночасно. Комунікація однозначно є стратегічною за своєю онтологічною природою, оскільки вона реалізується під перманентним прагматичним тиском – тиском вимоги ефективності комунікативного акту, що завжди здійснюється в умовах швидких змін вербального простору медіа. Якщо уявляти комунікативну стратегію як певну стабільну когнітивну парадигму, то її найважливішими ознаками є структурна складність, а також значна кількість взаємопов'язаних підсистем і відносин, що беруть участь у текстотворенні. Забезпечення успішного публічного виступу – це завжди наявність чіткої комунікативної мети та наявний стратегічний задум адресанта [Faerch et al., 1983, с. 12].

Комунікативні стратегії можна об'єктивно диференціювати за системою соціолінгвістичних критеріїв:

- рівень відкритості комунікантів, спосіб їхньої безпосередньої взаємодії та характер самопрезентації у різних суспільних обставинах (за цим критерієм оратори можуть вдаватися до стратегій чистої самопрезентації, латентного маніпулювання чи відкритої кооперативної взаємодії одне з одним);
- первинна налаштованість учасників комунікативного акту (чи прагнуть вони до залучення конфліктних, агоністичних стратегій, чи навпаки – орієнтовані на стратегії об'єднання, консолідації та досягнення спільної мети);
- ілюктивна мета комунікативного акту (чи бажають учасники мовленнєвого процесу здійснити жорсткий персуазивний вплив, чи прагнуть висловити власну суб'єктивно-аксіологічну оцінку, чи орієнтовані на реалізацію стратегії чистого інформування).

Комунікативні стратегії традиційно поділяють на власне комунікативні, які безпосередньо регулюють черговість та послідовність мовленнєвих дій опонентів, та змістові (семантичні), які безпосередньо відповідають за когнітивне планування внутрішнього змісту повідомлення та його маніфестацію за допомогою наявних мовних ресурсів [Лук'янець, 2012, с. 502].

Крім того, розрізняємо поняття: *комунікативна стратегія* – загальний план організації комунікації для досягнення певної мети, який охоплює не лише мовні, а й прагматичні, соціальні, психологічні та дискурсивні засоби; *мовленнєва стратегія* – різновид комунікативної стратегії, що реалізується безпосередньо через мовленнєву діяльність і вибір способів побудови висловлення; *вербальна стратегія* – сукупність саме мовних (лексичних, граматичних, стилістичних, риторичних) засобів реалізації комунікативного наміру. Під час аналізу політичного дискурсу використовуємо насамперед термін «комунікативна стратегія», оскільки він враховує і мовні, і позамовні засоби та чинники.

У концепції А. Белової класифікація мовленнєвих стратегій вибудована

у системі набору чітких бінарних опозицій, до яких залічено: універсальні – етнічно-специфічні, загальноновживані – індивідуальні, загальноновживані – статусно-зумовлені, загальноновживані – вікові, унісекс – гендерно-марковані, вербальні – невербальні, атемпоральні – обмежені в часі, кооперативні – конфліктні, адресантно-орієнтовані – адресатно-орієнтовані, інформативні – спонукальні [Белова, 2004, с. 14].

Схожий підхід демонструє Б. Фрейзер, виокремлюючи три макрокласи стратегій: *кооперативні* (спрямовані на співробітництво), *конфліктогенні* (що призводять до непорозумінь) та *маніпулятивні* (які передбачають латентну зміну свідомості й поведінки партнера) [Fraser, 1975, с. 187–200].

У дослідженні Т. Радзієвської [Радзієвська, 1993, с. 180–182] наявна класифікація вербальних стратегій побудови текстів, через призму якої дослідниця переконливо доводить, що ці стратегії безпосередньо пов'язані з типом комунікації: конструктивно-генеративна стратегія – пов'язана з первинною побудовою тексту, що на пряму залежить від комунікативного завдання та прагматичних обставин; транспозитивна стратегія – полягає в перекладі однієї з форм усної комунікації у фіксовану текстову форму; аналогічна стратегія – реалізується у процесі побудови тексту за аналогією до реальної, наявної в культурі текстової моделі (зразка); безадресатна (антистратегія) – реалізується у безпосередньому відтворенні інтелектуальних, емоційних і внутрішніх психічних станів комуніканта в момент здійснення мовленнєвих дій; стратегія, що полягає у трансформуванні – реалізується у конкретному визначенні цілей трансформації тексту, в момент якої гармонійно поєднуються взаємодія комуніканта з наявним текстом та утворення на його основі нового текстового масиву.

Фундаментальним для когнітивної лінгвістики є спільне дослідження Т. А. ван Дейка та В. Кінча [Teun A. van Dijk et al., 1983, с. 389], у якому вчені детально описали особливості стратегічного розуміння та реалізації дискурсу, виокремивши такі стратегії:

- 1) пропозиційні стратегії – передбачають будову окремих пропозицій завдяки впізнаванню значень лексем, активізованих у синтаксичних конструкціях, та семантичній пам'яті учасників комунікації;
- 2) стратегії зв'язності (локальної когерентності) – спрямовані на реалізацію логічних зв'язків між реченнями тексту через їх лінійне впорядкування та знання, що перебувають у довготривалій пам'яті;
- 3) макростратегії – надають мовцю можливість моментально визначати основну, глобальну тему (семантичну макроструктуру) з розрізнених фрагментів тексту;
- 4) схематичні стратегії – пов'язані з конвенційними та схематичними суперструктурами жанру, що впорядковують макропропозиції (глобальний зміст тексту);
- 5) продукційні стратегії – ведуть до безпосередньої реалізації та відтворення поверхневих структур тексту з урахуванням прагматичних, семантичних та контекстуальних відомостей;
- 6) стилістичні стратегії – надають можливість інтерпретувати та добирати вербальні засоби, орієнтуючись на тип тексту та контекст ситуації;
- 7) риторичні стратегії – цілеспрямовано підвищують рівень переконливості, естетики та загальної ефективності дискурсу;
- 8) невербальні стратегії – призначені для паралельного опрацювання всієї невербальної інформації (міміки, жестів, поведінки мовця, погляду, інтонації);
- 9) конwersаційні (розмовні) стратегії — забезпечують реалізацію комунікативних і соціальних функцій безпосередніх дискурсивних одиниць у процесі діалогу, визначаючи стилістичний та прагматичний вибір комуніканта (наприклад, стратегія ввічливості накладає певні обмеження на семантичний зміст висловлювань).

У сучасній лінгвістиці значна кількість комунікативних стратегій залежать від жанрових та інституційних особливостей дискурсу (судового, педагогічного, рекламного тощо).

Варто наголосити, що комунікативні стратегії і тактики впливу є універсальними за своєю структурою для різних типів дискурсу (зокрема, педагогічного й політичного), проте вони різняться своїми специфічними функціями та матеріальними засобами втілення. Якщо в політичному дискурсі часто акцентується увага на ролі тих комунікативних стратегій, що підносять національно-патріотичний дух народу, то цей же результат може бути успішно досягнутий через вербальний вплив і в педагогічній діяльності [Dudko et al., 2024b, с. 83]. У дослідженні С. Романюк [Романюк, 2014, с. 237–241] виокремлено та схарактеризовано стратегії і тактики сугестивного впливу в дискурсі американської комерційної реклами, до яких належать:

1. Стратегія впливу на емоційну сферу адресата – реалізується за допомогою тактики інтимізації вербального простору, що забезпечує атмосферу довіри (через залучення особових і присвійних займенників *ти, твій, ваш*), а також через регулярне вживання лексем з емотивно-оцінною конотацією та виявлення солідарності.

2. Стратегія встановлення рапорту – заснована на переході в репрезентативну систему адресата, що надає можливість мовцю встановити рапорт – стосунки, які відрізняються цілковитою гармонією та взаєморозумінням.

3. Стратегія навіювання – безпосередньо реалізується за допомогою наказового способу дієслова (імператива), серійних повторень ключових номінацій тощо.

О. Яшенкова класифікує стратегії відповідно до загальної прагматичної мети комунікації, виокремлюючи: стратегію інформування (реалізується через тактики підтвердження, прямої відповіді, коригування, регулювання дій адресата); стратегію отримання інформації (втілюється через тактики прямого запитання, верифікації та конкретизації); стратегію ненадання інформації (актуалізується завдяки тактикам прямої відмови, посилення на недоречність запитання, посилення на залежність від обставин, ухильного пояснення) [Яшенкова, 2010, с. 170 – 176].

У монографічному дослідженні Л. Білоконенко детально описано комунікативні тактики, що найчастіше використовують мовці у конфронтаційних стратегіях, зокрема: тактику незгоди, тактику відмови, тактику несхвалення, тактику погрози, тактику попередження, тактику звинувачення та тактику образи [Білоконенко, 2015, с. 43–47].

Тактика незгоди передбачає пряму конфронтаційну мовну поведінку опонента. Вияв незгоди може відбуватися завдяки різним діям мовців. Широковживаним прийомом у мовних конфліктах є вияв незгоди шляхом навмисного перефразування та іронічного повторення слів співрозмовника. Також ще одним ходом непогодження є зникнення агентивності, що виявляється в навмисному заниженні особою власної активності у комунікативному акті з метою уникнення відповідальності [Komter, 1994, с. 174–175]. Х. Коттгофф у своїх працях характеризує вияви незгоди в комунікації як потужні вербальні конфліктогени, які реалізуються завдяки різкій експліцитній або прихованій, імпліцитній незгоді з опонентом [Kotthoff, 1993, с. 201–203]. Це теоретичне підґрунтя було доповнено І. Рудик, яка описала феномен «беззаперечної згоди», що в аргументативному контексті насправді слугує лише тимчасовим етапом перед подальшим розгортанням інтенсивної незгоди, використовуваної для вираження різкого протесту [Рудик, 2003, с. 194–197].

Тактика відмови передбачає конфронтаційні мовленнєві дії з боку одного чи кількох мовців. Ілокутивна сила акта відмови полягає у свідомому невиконанні або повному ігноруванні мовцем ілокуції репліки-стимулу співрозмовника. Тактика відмови є полікомпонентною одиницею, що поєднує в собі різні ілокутивні сили: асертивну (твердження) та директивну (наказ). Вона визначає класи відмов залежно від рівня конфліктогенності дискурсу. Дискурси відмов, орієнтовані на дисгармонізацію взаємодії, вважаються такими, що обов'язково виникають у разі грубого порушення максими такту [Одарчук, 2009].

Тактика звинувачення полягає в тому, що опонент прямо чи

опосередковано вказує іншому учаснику комунікації на його особисту відповідальність за ті чи ті дії, вчинки або слова, які призвели до негативних наслідків. Звинувачення розглядається як вербальна фіксація порушення певних моральних чи правових норм, встановлених суспільством [Снежик, 2007].

Отже, успішне послуговування комунікативними стратегіями та тактиками у публічному просторі потребує ґрунтовної та комплексної підготовки, а також сформованої, свідомої мовної та мовленнєвої компетентності всіх учасників комунікації. Вибір тих чи тих мовленнєвих стратегій і тактик залежить від розлогої низки чинників: окрім суто мовних параметрів, необхідно обов'язково враховувати психологічні, національні та соціокультурні детермінанти, серед яких провідну роль відіграють поточний емоційний стан і характер мислення комунікантів, їхня здатність пластично пристосовуватися до вербальної поведінки адресата, а також національний менталітет і мовні традиції, що репрезентують той чи той етнос.

1.3.2. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій і тактик

У межах різнорівневих комунікативних актів – як кооперативних (спрямованих на гармонізацію та досягнення суспільного консенсусу), так і конфліктних (орієнтованих на відкрите чи латентне протистояння) – визначальну роль відіграють такі прагмалінгвістичні категорії, як: емоційність, експресивність і конотативність. Попри тривалу історію лінгвістичних студій, питання чіткого поняттєвого розмежування цих феноменів і досі залишається дискусійним у сучасному мовознавстві. Безпосередня взаємодія та взаємопроникнення категорій оцінки й емотивності з категорією експресивності суттєво модифікує, трансформує та посилює підсумкове прагматичне значення емоційного висловлювання в тексті [Кузенко, 2006, с. 8].

Усі мовні знаки за характером їхнього прагматичного кодування та потенціалу посилення виразності мовлення традиційно диференціюють на дві

великі групи:

- узуально експресивні одиниці – мовні знаки, що на рівні системи мови первинно запрограмовані на інтенсифікацію виразності, тобто мають експресивне значення, закріплене у їхній словниковій семантиці;
- okazіонально експресивні одиниці – лінгвістичні одиниці нейтрального регістру, що активуються та набувають додаткового експресивного забарвлення безпосередньо під час вербальної діяльності в межах конкретної, специфічної комунікативно-прагматичної ситуації [Колоїз, 2007, с. 247].

Одним із провідних етапів мовного аналізу політизованого тексту є ретельне дослідження способів вираження аксіологічної (емоційної) оцінки, що реалізується через варіативні різноманітні мовні засоби. Надійним інструментом для фіксації емоційної оцінки в лінгвістиці виступає лексичне, фразеологічне, словотвірне та граматичне значення знака. Ці оцінні вектори традиційно окреслюються в термінах «пейоративна» (негативна, знижена) або «меліоративна» (позитивна, піднесена) оцінка. З позиції прагматики пейоративи визначаються як марковані одиниці мови, що цілеспрямовано передають негативну емоційну оцінку об'єкта, явища чи особи [Білоконенко, 2015, с. 35].

Центральне місце в інструментарії реалізації вербальної агресії, а також під час розгортання деструктивних комунікативних стратегій і тактик посідає інвектива. Цей термін позначає специфічний спосіб існування мовленнєвої агресії, що полягає у навмисному залученні тих вербальних засобів, які апріорі сприймаються в соціумі як табуйовані, образливі та ворожі. Інвективність виступає як своєрідний дієвий інструмент антиетикетної поведінки, завдяки якому комуніканти отримують різноманітні засоби для експлікації недоброзичливого, конфліктного ставлення до опонентів, формуючи агресивні мовно-поведінкові моделі в медійному просторі [Стахів, 2008, с. 124].

У сучасній лінгвістиці інвективу прийнято розглядати у двох основних аспектних вимірах – вузькому та широкому: у вузькому сенсі інвектива

інтерпретується як мовленнєвий спосіб вираження вербальної агресії, що фіксується в межах певної соціальної чи професійної (під)групи як грубий, табуований і неприпустимий; у широкому сенсі вона потрактовується як будь-який гострий, різкий, полемічно забарвлений публічний виступ, спрямований на суспільне знецінення референта [Ставицька, 2006, с. 11].

За своєю матеріальною структурою інвектива охоплює грубі та вульгарні слова, дисфемізми, лайливі фраземи та стилістично знижені вислови [Радевич-Винницький, 2001, с. 177]. З прагматичного погляду інвектива є складним за своєю архітектонікою мовленнєвим актом, що прямо або опосередковано об'єктивує негативний емоційний стан продуцента. Вона незмінно має чіткий план змісту (де домінує конфліктна комунікативна інтенція мовця виразити свої емоції та почуття ворожнечі) та план вираження (систему знижених лексико-синтаксичних маркерів).

Інвективне мовлення є виразно експресивним, а його стрижнева прагматична мета полягає у вираженні тотального несприйняття іншого учасника комунікативного акту. Інвективна лексика акумулює в собі концентровану негативну оцінку опонента, що цілеспрямовано зачіпає та деструктує його мовну особистість. Семантику інвектив відрізняє нечіткість денотативного значення, яка зумовлена основним завданням – виявлення загального негативного ставлення до співрозмовника, а не встановлення «реальних» фактів щодо його характеру, поведінки чи зовнішності. Табу на вживання такої лексики має давні традиції, однак вона використовується, щоб образити, принизити, зганьбити адресата мовлення. Застосування інвектив із цією метою в мовному конфлікті завжди є адресним, персоніфікованим [Білоконенко, 2015, с. 71]. Тож, інвективний вербальний акт належить до категорії багатоцільового актомовленнєвого дискурсу, оскільки він є спланованою комунікативною дією, що орієнтована на реалізацію руйнівного психологічного впливу на реципієнтів та модифікацію їхнього ставлення до об'єкта атаки.

Окрім інвективних виявів, у сучасному українському політичному

медіадискурсі (зокрема, в дописах і виступах експертного співтовариства) активно функціонує інший, більш витончений та інтелектуалізований різновид вербальних дій, спрямованих на латентне вираження негативної оцінки, – політичний тролінг. Прискіпливе лінгвістичне вивчення цього феномену знаходимо в працях багатьох сучасних українських мовознавців.

Насамперед постає наукова необхідність чітко визначити дефініційний обсяг цього поняття. А. Ковалевська потрактовує термін «тролінг» як «розробку завідомо провокаційних повідомлень з метою нейтралізації негативного ефекту патогенних політичних текстів шляхом або ескалації емоційності та неправдивості інформації, поданої в оригінальному тексті, або ж доведення поданої в оригінальному тексті інформації до абсурду, що уможливить максимальне зниження раціональності сприйняття початкового тексту, а згодом – і довіри як до оригінального тексту почасти, так і до спроможності адресанта зазначених текстів узагалі» [Ковалевська, 2017, с. 162]. У свою чергу, Ю. Данько визначає це явище як «вид віртуального спілкування з порушенням етики мережевої взаємодії, що виражається у вигляді прояву різних форм агресивної, знущальної і образливої поведінки для нагнітання конфліктів» [Данько, 2018, с. 85].

Досліджуючи прагматичну природу цифрового простору, Ю. Данько виокремлює базові мотиви залучення тролінгу мовцями, до яких зараховує: прагнення продуцента тексту виразити власну латентну агресію та негативні емоції, свідоме бажання розважитися в мережі, продемонструвати індивідуальну дотепність, спровокувати суперечку, виявити прихований інтерес, а також прагнення самоствердитися за рахунок дискредитації або приниження інших користувачів [Данько, 2019, с. 19–20].

І політичний тролінг, і суміжні маніпулятивні комунікативні дії виступають очевидними виявами опосередкованої (імпліцитної) мовленнєвої агресії. Як зазначає Л. Завальська, «тролінг розглядають як мовленнєву провокацію, приховану вербальну агресію та висміювання адресата, що ґрунтується на використанні елементів комічного: через жарти, іронію,

сарказм здійснюється спонукання адресата до активних дій, часто зумовлених впливом на емоційну сферу і "приглушенням" раціонального сприйняття та усвідомлення об'єктивної дійсності» [Завальська, 2015, с. 40].

У лінгвістичному дослідженні категорій комічного постає потреба чітко диференціювати його різноманітні інтерпретації за способом текстової реалізації та рівнем вираження прихованого ворожого ставлення. І. Блинова та А. Зернецька доводять, що «для гумору, наприклад, типовим є найбільш низький ступінь негативності порівняно з іншими видами комічного, оскільки відношення суб'єкта до об'єкта комічного доброзичливе. За відповідністю імпліцитного (зумовленого комунікативною компетенцією адресанта й адресата, їхньою дотепністю і почуттям гумору як властивостями мовної особистості) та експліцитного (формально вираженого порушення мовних і мовленнєвих норм) характеру передачі комічного протиставляються, з одного боку, гумор, сатира, сарказм, чорний гумор, у яких домінує експліцитний характер, а з іншого – іронія, в якій превалює імпліцитний аспект комічного» [Блинова та ін., 2021, с. 37]. У некооперативній агональній комунікації (ідеться про чорний гумор) серед деструктивних одиниць І. А. Блинова називає їдкі й уїдливі зауваження, колючі слова, глузування, причіпки, образи, суперечки і звинувачення [там само, с. 37].

У закордонних розвідках, зокрема у працях К. Халандера, відзначено, що термін «тролінг» тривалий час був відсутній в академічній площині, проте сьогодні його обґрунтовано потрактовують як самостійну, повноцінну комунікативну стратегію впливу [Khalander, 2015, с. 237]. Л. Завальська розглядає феномен політичного тролінгу в межах лінгвопрагматичного підходу, інтерпретуючи його як один із провідних типів комунікативних макростратегій та як систему цілеспрямованих мовленнєвих дій, що свідомо обираються мовцем для модифікації ментальних моделей адресата. Саме такий підхід дозволяє простежити закономірності функціонування тролінгу в різних типах сучасних інституційних дискурсів як репрезентанта свідомої вербальної поведінки суб'єкта [Завальська, 2015, с. 40].

Досліджуючи тролінг як комунікативну макростратегію, А. Ковалевська [Ковалевська, 2017, с. 162–163] виокремлює та описує систему її підпорядкованих тактичних складників, до яких залічує:

- тактику грубого (деструктивного) тролінгу, або флеймінгу (відкрита ескалація конфлікту, образи);
- тактики конструктивного тролінгу (що розгортаються через тактику прагматичного перебільшення / зменшення та тактику вікі-тролінгу — експертного викриття фактичних помилок у тексті опонента);
- тактику сокпаппетінгу (штучне створення мережових клонів чи фейкових аккаунтів для імітації масової підтримки чи масової дискредитації певної ідеї);
- тактику «великої брехні» (цілеспрямоване вкидання масштабно викривленої інформації для дезорієнтації аудиторії).

Н. Кондратенко суттєво розширює традиційні межі функціонування цього феномену, обґрунтовано наголошуючи, що «тролінг уже не пов'язують виключно з віртуальним простором, а використовують це поняття на позначення провокативної поведінки в публічній комунікації, зокрема в політиці» [Кондратенко, 2013, с. 87]. У соціолінгвістичних розвідках Л. Гуменюк запропоновано чітке функційне розмежування конструктивного та деструктивного мережевого тролінгу [Гуменюк, 2016, с. 176].

На основі проведеного аналізу ми доходимо узагальненого висновку про те, що всі розглянуті лексико-синтаксичні та прагматичні засоби мови виступають потужними каталізаторами вербальної провокації, сугестії та цілеспрямованого впливу на реципієнта. Їхнє системне залучення в медіатекст орієнтоване на те, щоб спровокувати прогнозовану реакцію адресата. Філігранне використання елементів мовленнєвої маніпуляції, стратегічного тролінгу, енантіосемічної іронії, а також позитивної чи негативної конотації лексем завжди розраховане на миттєву активацію емоційно-чуттєвої сфери всіх учасників комунікативного акту, що успішно здійснюється через прагматичне перекодування засобів гумору, комізму та дошкульного

сарказму.

Варто зазначити, що реалізація комунікативних стратегій і тактик відбувається через систему мовних засобів різних рівнів мовної організації: фонетико-фонологічного (інтонаційні та просодичні характеристики мовлення: темп, ритм, наголос, паузи, мелодика, сила голосу); лексико-семантичного (лексика емоційно-експресивна, інвективна, пейоративна та меліоративна лексика, метафори, перифрази, кліше, прецедентні одиниці, фразеологізми тощо); морфологічного (особа та число дієслова, часові та видові форми, способи дієслова, ступені порівняння прикметників і прислівників, займенники тощо); синтаксичного (прості й складні синтаксичні конструкції, риторичні питання, повтори, паралелізм, парцеляція, вставні та уточнювальні конструкції тощо). Крім того, до уваги беруть також стилістичні засоби (тропи й фігури) тощо.

1.3.3. Базові комунікативні стратегії та тактики у сучасному політичному дискурсі

Як уже було зазначено вище, комунікація у політичній галузі за своєю первинною онтологічною сутністю зорієнтована на контроль, здобуття, утримання та легітимацію влади у державі або за її межами. Це не лише лінгвістичне, а й глибоке когнітивно-дискурсивне явище, адже в ньому відбувається як лінійна передача інформаційного масиву, так і ментальне відтворення, інтерпретація та аксіологічна оцінка всіх мовних і позамовних чинників комунікації.

Варіативні конфігурації інтенцій мовця та жанрова специфіка самого політичного дискурсу безпосередньо скеровують адресанта на вибір тих чи тих таксономічних одиниць. Наприклад, агітаційна політична промова на мітингу за своїм тактико-стратегічним наповненням та рівнем прагматичного тиску буде діаметрально протилежною до аналітичного інтерв'ю у масмедіа.

Нами обґрунтовано, що будь-яка державна влада та інституційні структури базуються на безперервному здійсненні вербального впливу.

Політична сфера, зокрема й комунікація в цьому локусі, передбачає не просто абстрактне здобуття владних повноважень, а перманентний, сугестивний вплив на суспільство та моделювання громадської думки. Як зазначає О. Болкарьова, «кожна нова політична сила конфліктує і проявляє свою силу в дебатах, які дають змогу виборцям порівняти претендентів на посаду. Одним із важливих складників є комунікативна стратегія в межах політичного дискурсу» [Болкарьова, 2011, с. 22]. Суспільно-політична риторика характеризується колосальним розмаїттям комунікативних стратегій, тактик, риторичних фігур та експресивних слів-ключів тощо, що у своїй синергії стають каталізаторами та регуляторами у процесах масової комунікації.

Комунікація у сфері політики вирізняється низкою специфічних ознак: релевантну інформацію тут дуже часто передають неконкретно, навмисно завуальовано, у найбільш вигідному для мовця світлі або лише частково (селективно), що маркує наявність прагматичних девіацій.

Ф. Бацевич наголошує, що політичний дискурс завжди чітко спрямований на майбутній контекст, бо така проєкція є надзвичайно вигідною для політичного мовця: подібні твердження практично неможливо раціонально заперечити чи верифікувати на момент їхнього проголошення. При цьому політичний дискурс завжди репрезентує власні ідеї як ідеальні й найкращі, попутно конструюючи в когнітивній свідомості мас стійкий образ і навіть ментальну модель «ворога». Саме «ворог» (внутрішній чи зовнішній) у цій парадигмі проголошується першопричиною того, що поточна соціополітична ситуація в державі є не такою успішною, як планувалося. Образ ворога виконує важливу консолідувальну функцію – він штучно цементує суспільство, перетворюючи його на масу, якою значно легше керувати в інтересах еліт [Бацевич, 2004].

У дослідженнях В. Петренко обґрунтовано, що в політичній мові як засобі латентної сугестії активно використовуються такі моделі семантичних маніпуляцій, як: старе слово (форма) – новий зміст (семантичне перекодування терміна); новий зміст – нове слово (форма) (неологізація); перифраз і навмисна

підміна понять; штучна розмитість значень (дефініційна невизначеність); політичний зміст – неполітична форма («упаковка» повідомлення під побутовий чи розважальний жанр); потенційна подвійність значень (амбівалентність тексту) [Петренко, 2007].

З-поміж усього масиву маніпулятивних стратегій політичного дискурсу О. Руда виокремила та детально описала такі прагмалінгвістичні класи, як: ухиляння від істини; навмисне викривлення істини; стратегію імунізації висловлювань (безпосередньо реалізується через тактики посилення на незаперечні авторитети та залучення універсальних, розмитих висловлювань); тактику «свідчення» (полягає в залученні уявних свідків для підтвердження правильності думки мовця); модифікацію ілокутивної сили висловлювань; стратегію групової ідентифікації (актуалізовану через тактики інклюзивності («включення») та дистанціювання); а також стратегію солідаризації, що спирається на жорстку семіотичну опозицію «Ми – Вони», «навішування ярликів», процеси стереотипізації та тактику «трансферу» (перенесення позитивного чи негативного ставлення на об'єкт на основі стійких асоціацій із базовими цінностями групи) [Руда, 2012, с. 50–51]. Окрім цього, дослідниця виділила стратегію структурування матеріалу за принципом релевантності (тактика подання найбільш тригерної інформації на самому початку або наприкінці повідомлення для досягнення максимального перлокутивного ефекту) та стратегію позиціонування (самопозиціонування та позиціонування опонентів), що втілюється через тактики самовихваляння, апеляції до попередніх заслуг та формування тактичного простору «свого кола» чи образу «свого хлопця». При цьому тактика «спільна платформа» успішно базується на природному прагненні людей відчувати себе повноцінними членами тієї соціокультурної спільноти, до якої вони належать або хочуть належати [там само, с. 56].

Як переконливо наголошує М. Мозер, для політичного дискурсу є іманентно притаманною особлива вербальна гра: «Мовна гра політичного дискурсу, представлена спонукальними інтенціями, емотивними смислами,

різними засобами маніпулятивного використання мовних одиниць, насамперед зосереджується у функції впливу» [Мозер, 2020а, с. 175]. У цьому ж контексті І. Рибак стверджує, що провідну роль у сучасному просторі відіграють саме інформаційно-маніпулятивні технології медіа, що виступають специфічним різновидом новітніх політтехнологій. Вони здійснюють прямий і непрямий впливи на політичну свідомість і поведінку адресатів, ефективно координують, організовують і спрямовують процеси комунікації між громадянами та інституційними суб'єктами влади, виступаючи головним трендом розвитку глобального інформаційного суспільства [Рибак, 2012].

Комунікативні стратегії і тактики є тими ключовими структурними складниками, які безпосередньо формують каркас політичного тексту. М. Мозер зазначає: «Комунікативна стратегія, метою якої є вплив на емоційну, інтелектуальну та вольову сферу адресата, є найскладнішим і найсуттєвішим елементом політичної діяльності. Успішну комунікативну стратегію політики зазвичай розробляють у вигляді програми чи платформи для центральних суб'єктів політики (державної влади, політичних партій, лідерів), що чітко відображає специфіку діяльності цих суб'єктів» [Мозер, 2020а, с. 176].

Усі використані комунікативні стратегії і тактики виступають базовими складниками публічного іміджу того чи того представника політикуму, виконуючи роль потужних формувальних компонентів мовної особистості політичних лідерів, експертів, коментаторів і технологів. Н. Дяченко та В. Халін доводять, що «кожен політичний діяч усвідомлює необхідність правильного komponування, розташування мовних одиниць, тобто всього того, що являє собою суть і специфіку побудови промови. Тому в основі політичного тексту лежить трихотомічна система античної риторики (вступ, основна частина і висновок), кожен елемент якої виконує свої функції» [Дяченко та ін., 2015, с. 57].

Лінгвопрагматика політичного дискурсу в українському мовознавстві ґрунтовно репрезентована у багатьох класичних і сучасних наукових розвідках, проте в ній і досі існують очевидні теоретичні лакуни. Постійно

зростає науковий інтерес до вивчення процесів тактико-стратегічного планування публічного мовлення, закономірностей добору й дистрибуції різнорівневих вербальних засобів, а також причин виникнення комунікативних девіацій та конфліктів. Проте, якщо аналіз цих аспектів у мовленні безпосередніх політиків здійснювався лінгвістами доволі часто, то прагматичний арсенал політичних експертів, аналітиків і технологів як специфічних медіапосередників і досі залишається без системного монографічного опису.

Проблеми комплексного вивчення тактико-стратегічного комплексу вимагають чіткого виокремлення та лінгвістичної класифікації найбільш поширених комунікативних стратегій і тактик, через що солідарні вітчизняні та закордонні дослідники пропонують варіативні таксономічні моделі. Зокрема, Н. Кондратенко у своїх працях виокремлює та детально описує п'ять базових стратегій політичного мовлення: стратегію мотивації, стратегію дискредитації, стратегію ідеологічної ідеалізації, стратегію інтелектуалізації та стратегію заперечення [Кондратенко, 2007, с. 47]. О. Яшенкова [Яшенкова, 2010, с. 168–169], наголошуючи на жорсткій жанровій специфіці політичного дискурсу (виступ, реклама, дебати, інтерв'ю), пропонує іншу розгалужену класифікаційну модель:

1. Стратегія самопрезентації: спрямована на демонстрацію найбільш вигідних, позитивних якостей мовця з метою формування привабливого публічного іміджу в очах електорату. Вона об'єктивується за допомогою тактик самосхвалення, дистанціювання, солідаризації з адресатом і створення простору «свого кола». При цьому лідери, які вже здобули тривалу прихильність мас, часто використовують самопрезентацію як супровідний тактичний інструмент у межах ширшої агітаційної кампанії.

2. Агітаційна стратегія: використовується з метою прямого, відкритого впливу на свідомість реципієнтів, їхні ціннісні орієнтири та електоральні переконання. Вона реалізується в тексті через тактики обіцянки, наведення аргументів «за», прямого спонування (заклик до дії), застереження,

надання оцінного значення, запрошення до кооперації, а також апелювання до авторитету й моральних цінностей соціуму.

3. Стратегія дискредитації: активно залучається в періоди гострої конкурентної боротьби між суб'єктами дискурсу й підштовхує мовця до дій, цілеспрямовано спрямованих на те, щоб радикально підірвати, погіршити та нівелювати авторитет опонентів. Вона матеріалізується в тексті завдяки тактикам вказування на помилки інших людей та акцентування уваги на їхніх реальних чи вигаданих негативних якостях.

4. Стратегія маніпулювання: ґрунтується на латентному, глибоко прихованому вербальному впливові на адресата, що надає мовцю можливість непомітно керувати свідомістю людей, змушуючи реципієнта діяти всупереч власним інтересам. До провідних тактик цієї стратегії традиційно зараховують: гіперболізацію, прагматичне применшення, «навішування ярликів», спрощення складних соціополітичних понять, підтасовку й фабрикацію фактів, замовчування релевантної інформації та посилення на уявні авторитети.

5. Стратегія нападу: передбачає активні, експресивні мовленнєві дії проти адресата, спровоковані ворожими намірами мовця. Вона надзвичайно тісно переплітається зі стратегією дискредитації та характеризується високим рівнем прямої вербальної агресії, реалізуючись через конфронтаційні тактики звинувачення та образи.

6. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія: є найбільш притаманною та релевантною для представників чинної влади чи авторитетних експертів. Її головна прагматична мета – повноцінно проінформувати суспільство про реальну ситуацію в державі, детально прокоментувати конкретні рішення, розповісти про вжиті заходи для подолання кризи та наочно продемонструвати відкритість суб'єктів до конструктивного діалогу з громадянами. Найбільш частотною ця стратегія є для такого мовленнєвого жанру, як масмедійне інтерв'ю, втілюючись у тексті через тактики визнання наявної проблеми, раціонального пояснення,

коментування, акцентування уваги на позитивній інформації, розгляду проблеми під новим кутом та вказування на оптимальний шлях розв'язання проблеми.

7. Стратегія самозахисту: розгортається як система лінгвальних протидій нападам і звинуваченням з боку опонентів, реалізуючись переважно завдяки тактиці переадресації комунікативного удару («ефект бумеранга») або тактиці випереджального превентивного наступу.

У німецькій лінгвістичній школі поділено всі вербальні стратегії політичного дискурсу на три великі макрокласи: базові стратегії, стратегії камуфлювання (кашування) та стратегії конкуренції [Klein, 1989]. Автор розкриває прагматичну сутність кожного виділеного виду: до базових стратегій належить первинна орієнтація на адресата, під якою розуміється навмисне мовленнєве спрощення тексту (використання лаконічних слоганів, кліше та гасел), а також дії, спрямовані на зміцнення власного публічного іміджу та дискредитацію персони опонента; стратегії камуфлювання (кашування) слугують для того, щоб латентно нівелювати або приховати порушення мовцем основних принципів кооперації; представники політикуму за їх допомогою маскують очевидний дефіцит інформації, говорять про загальновідомі банальні речі й активно використовують абстрактні поняття високого рівня узагальнення; за допомогою стратегій конкуренції представники політичного дискурсу апелюють до загальнозначущих концептів, перекодовують їх та використовують у вигідному для себе й максимально не вигідному для опонентів світлі.

У вітчизняному мовознавстві В. Посмітна пропонує власну диференціацію комунікативних стратегій масмедійного дискурсу, що, на нашу думку, повноцінно залучаються і в мовленнєву діяльність політичних експертів і технологів. Дослідницею описано: стратегію емоційного впливу; стратегію популяризації політичних ідей (реалізовану через тактики перекручування інформації, зіставлення концептів, оперування гаслами та дискредитацію опонентів); стратегію створення публічного іміджу (втілену

через тактики зближення, дистанціювання та формулювання негативних аксіологічних суджень); стратегію формування громадської думки (тактики узагальнення, типізації, нав'язування думки) та стратегію інформування громадськості про найбільш важливі події, яка доносить потрібні факти через суб'єктивно маркований ораторський виклад [Посмітна, 2010, с. 124–125].

Окремий теоретичний інтерес становить концепція О. Семенюка та В. Паращук, які розрізняють у політичному полі три фундаментальні стратегії, виходячи з обов'язкової наявності в комунікативному акті особливого суб'єкта – адресата-спостерігача (потенційного виборця, масової аудиторії), заради ефекту на якого й розгортається полеміка сторін [Семенюк та ін., 2010, с. 199–201]:

1. Стратегія «гра на зниження»: цілеспрямовано спрямована проти ідеологічного опонента, а її головною прагматичною метою є повне викриття позицій супротивника та його публічне демаскування. Названа макростратегія втілюється через тактику аналізу-«мінус», тактику викриття та тактику безособового (деперсоніфікованого) звинувачення.

2. Стратегія «гра на підвищення»: за якої мовець прагне виставити власну мовну особистість у найбільш вигідному, привабливому світлі, суттєво підвищити особистий авторитет і максимізувати свою значущість в очах громади. Вона реалізується через тактику аналізу-«плюс», тактику відведення критики, тактику самопрезентації та тактику самовиправдання.

3. Стратегія театральності: найчастіше фіксується під час передвиборчих перегонів та публічних виступів перед великою аудиторією, коли мовець свідомо вдається до гіперболізованої, емоційно насиченої риторики для персуазивного впливу на електорат. Вона розгортається через тактики інформування, обіцянки, провокації, підбурювання та кооперації.

У когнітивно-дискурсивному дослідженні тексту М. Мозер [Мозер, 2020b, с. 145]. виокремлює та детально описує систему специфічних прагмалінгвістичних тактик, що функціонують у сучасному політичному просторі:

- 1) тактика «ефекту передування» (праймінг-ефект) – полягає у створенні первинної ментальної установки під час презентації інформації для забезпечення потрібного мовцю вектора її подальшої суспільної інтерпретації;
- 2) тактика творення дієвих слоганів – слугує для швидкого формування позитивних образів; у короткий, експресивний вираз (гасло) заздалегідь закладається містка ідеологема, здатна якомога вигідніше представити суб'єкта;
- 3) інформативна, нагадувальна та переконувальна тактики – представляють у тексті політичні обіцянки, використовуючи максимально яскраві, конотативно забарвлені слова та вирази;
- 4) тактика розширення позитивного образу – найчастіше репрезентується у медіамовленні через корпус стійких текстів, що характеризуються високим семантико-когнітивним потенціалом впливу на громадську думку;
- 5) тактика ідеології об'єктивності – виявляється у навмисному залученні розлогих метафоричних конструкцій, аби репрезентувати подію не прямо, а опосередковано, з метою завуалювання реального стану справ і презентування вигідної картини світу;
- 6) тактика політичного впливу – здійснюється через механізми навіювання та переконання, спрямовані на суспільні маси: «Зміст політичного впливу полягає в корегуванні свідомості починаючи з окремої людини, який далі поширюється за рахунок таких комунікативних прийомів спрямований на суспільні маси: вживлення у масову свідомість штучних стимулів, поштовхів до дії; спрямування суспільних настроїв і громадської активності у вигідному для ініціатора політичного впливу напрямкові – у процесі боротьби за владу»;
- 7) тактики стратегії маніпулювання – куди дослідник зараховує інформативну, переконувальну, управлінську, нагадувальну, дослідницьку, іміджеву, партнерську та патріотичну тактики сугестивної комунікації.

Справді, вербальні стратегії, тактики, мікрорівневі ходи та експресивні риторичні фігури у мовленні саме політичних експертів, аналітиків і

технологів мають виняткове, ключове значення, оскільки саме за допомогою цього інструментарію продуценти тексту активно взаємодіють з аудиторією слухачів і читачів, цілеспрямовано формують громадську позицію та успішно досягають поставлених комунікативних цілей: *Ця боротьба продовжиться. Обрання Трампа надихнуло різного роду правих консерваторів та популістів у Європі. Я думаю, що вже через кілька років, якщо Трамп виявиться успішним, політична карта Європи буде нагадувати прапор Хорватії. Вона буде надзвичайно строката і набагато більш розділена в політичних поглядах і принципах, ніж це ми спостерігаємо сьогодні* (Бортнік, 7). Мовець залучає яскраву оказіонально експресивну метафоричну модель **політична карта Європи буде нагадувати прапор Хорватії**. Використання географічно-колірного порівняння створює потужний візуальний і когнітивний ефект, логічно раціоналізуючи та унаочнюючи для реципієнта складний процес геополітичної фрагментації. *У разі такої зустрічі в Стамбулі станеться не початком переговорів, а продовженням дипломатичного маневрування з елементами тиску, піару та взаємних звинувачень у зриві процесу* (Бортнік, 8). На синтаксичному рівні мовленнєвий хід побудовано за допомогою антитези «не початком..., а продовженням...». Залучення термінологічних номінацій «дипломатичне маневрування», «елементи тиску», «піар» та «взаємні звинувачення» дає змогу експерту демаскувати наративи, демонструючи аудиторії приховану сутність політичного процесу. *На сьогодні очевидно, що агресія рашистів набуває затяжного характеру і атаки будуть тільки посилюватись. Ключовим питанням глобального порядку денного в наступному році є майбутнє як України, так і самого Заходу. У цій війні на кону стоїть не лише доля України, а й безпека Заходу, стабільність міжнародного порядку та майбутнє демократії як глобальної сили. Сподіваюсь, що наступного року світло переможе темряву, а рашисти понесуть відповідальність за руйнування і скоєні злочини* (Кучухідзе, 31). Вживання політичного неологізму-пейоративу **рашисти** чітко маркує образ ворога. Введення синтаксичного градаційного ряду (*не лише доля України, а*

й безпека Заходу, стабільність міжнародного порядку та майбутнє демократії) прагматично масштабує рівень загрози, переводячи конфлікт у глобальну аксіологічну площину протистояння, що завершується архетипною сакральною метафорою *світло переможе темряву*.

Головною диференційною особливістю мовлення політичних експертів і технологів є не просто специфічний набір вербальних засобів, а первинний інтенційний намір під час комунікативного акту. Комунікація експертів і технологів має зовсім інші цільові орієнтири, оскільки ці продуценти тексту об'єктивно виступають інтелектуальними медіаторами та інтерпретаторами смислів між інституційною державною владою і суспільством. Саме тому в їхньому мовленні однаково важливими постають і суворий логічний, і виразний емоційний аспекти. Для експерта важливо не просто лінійно проінформувати чи окреслити певну подію, а персуазивно переконати, зацікавити людей та сфокусувати їхню увагу на критично необхідних деталях.

Продуценти часто вдаються до вербальної маніпуляції так філігранно, що реципієнти не усвідомлюють самого факту впливу на них. Політичні експерти та технологи добирають таку мовленнєву стратегію, що може підштовхнути суспільство до роздумів та самостійної реалізації «правильного» вибору. При цьому рішення має сприйматися аудиторією як її власне, залишаючи постать самого адресанта прагматично непомітною. Вербальні засоби мають максимально вигідно структурувати інформацію, викликати стійкі емоційні асоціації та конструювати ілюзорний контекст сприйняття дійсності.

На основі аналізу фактичного матеріалу встановлено, що комунікативні стратегії і тактики, використані в мовленні українських політичних експертів і технологів, виконують такі функції:

1. Функція формування та легітимації авторитету продуцента: реалізується шляхом перманентного підвищення рівня довіри серед соціуму. Кожен експерт прагне сформувати публічний імідж незалежного професіонала, фахівця високого рівня, ставши надійним гносеологічним

джерелом для реципієнтів. Для цього мовець адаптує свій ідіостиль, викладаючи складні соціополітичні факти доступно, логічно, аргументовано, але не забуваючи про експресивний емоційний складник.

2. Функція конструювання непрямого (опосередкованого) діалогу: всі політексперти та технологи ведуть нелінійний діалог із громадськістю, залучаючи широкі маси до активного обговорення нагальних питань у коментарях і на медіаплатформах. Поряд із цим технологи виконують важливу функцію репрезентації та медіасупроводу діяльності конкретних представників політикуму. При цьому нами враховано зауваження дослідників про те, що «Сутнісною особливістю ринку політичної реклами в Україні є присутність іноземних агентств і політтехнологів, переважно з США та Європи. Принципи застосування політичної реклами, запозичені із західних моделей, адаптувалися українськими фахівцями до місцевих умов, але це знижувало їхню ефективність і не забезпечувало очікуваних результатів» [Степаненко та ін., 2006, с. 30].

3. Персуазивна функція (переконання): успішно здійснюється тоді, коли мовці розгортають свої комунікативні тактики, насичуючи їх раціональною аргументацією, верифікованими статистичними даними, посиленнями на історичні прецеденти або апеллюючи до базових цінностей, архетипів чи тригерних страхів народу.

4. Функція моделювання конфлікту або гармонізації: залежно від першої комунікативної мети, всі мовці гнучко обирають релевантну макростратегію (конфронтаційну чи гармонізувальну), за допомогою якої або навмисно акцентують увагу на гостроті проблеми (ескалація), або допомагають аудиторії знайти раціональний компроміс.

5. Функція реалізації латентного маніпулятивного впливу: виявляється максимально вдалою тоді, коли мовець діє приховано (імпліцитно), використовуючи завуальовані лексичні маркери, евфемізми, іронічні перекодування смислів і фігури мовної гри.

Науково вагомою для пропонованого дослідження також є таксономічна

класифікація комунікативних стратегій, запропонована Л. Завальською у її праці «Інтерактивна мовленнєва поведінка українських політиків: основні комунікативні стратегії». Дослідниця чітко розмежовує весь стратегічний арсенал дискурсу на два опозиційні класи: кооперативні та конфліктні вербальні стратегії [Завальська, 2014, с. 68].

До класу *кооперативних стратегій* Л. Завальська [там само, с. 68–69] зараховує такі макроструктури:

1. Вербальна стратегія самопрезентації: передбачає переважно нейтральний, стриманий або зважений тон викладу матеріалу, проте в ній нерідко може фіксуватися і популістський характер висловлювань. Наголошується, що «стратегія самопрезентації представлена різними формами демонстрування політиками власного іміджу відповідно до очікувань реципієнтів. Вербальними показниками самопрезентації є посилення авторської індивідуальності, зокрема частотне вживання форм 1-ої особи однини в теперішньому часі з декларуванням власних повноважень і вчинків».

2. Стратегія консолідації: цілеспрямовано орієнтована на ментальне об'єднання представника еліти з іншими суб'єктами простору (політика з народом, суспільства з інституціями влади). Визначальною прагматичною особливістю цієї стратегії є те, що мовці здатні риторично приписувати власній особистості певні героїчні вчинки чи досягнення, які насправді не мають індивідуальної визначеності, а є продуктом зусиль усього соціуму. Проте саме цей мовленнєвий хід дає змогу адресанту реалізувати ефект повного єднання з реципієнтом.

3. Стратегія мотивації: спрямована на раціональне розтлумачення та виправдання тих чи тих дій суб'єктів дискурсу. Вона передбачає чіткий, послідовний виклад основної інформації, глибоке аргументування, логічність синтаксичних переходів і наведення яскравих репрезентативних прикладів. Дослідниця вказує, що «стратегія мотивації реалізується і за допомогою експлікованої полемічності викладу інформації: використовуючи питальну

відповідну форму, політики мовці створюють ефект дискусійності, внутрішньої діалогічності мовлення, що сприяє наближенню до адресата» [там само, с. 68–69]. При цьому її головною метою залишається не чисте встановлення об'єктивної істини, а цілеспрямований вплив на емоційну сферу слухачів.

Серед класу *конфліктних стратегій* Л. Завальська [там само, с. 68–69] диференціює:

1. Стратегія дискредитації: є однією з провідних у політичному полі та спрямована на жорстку критику висловлювань, рішень або дій іншого мовця. Насамперед вона пов'язана з експресивним вираженням негативної оцінки своїх ідеологічних опонентів, матеріалізуючись за допомогою як коректних, так і некоректних вербальних засобів.

2. Стратегія заперечення: передбачає тотальне, безапеляційне спростування слів співрозмовника. Вона реалізується в тексті за допомогою варіативних синтаксичних засобів – загальнозаперечних або частковозаперечних речень, а в усному мовленні супроводжується ходами паралельного говоріння, навмисного перебивання та блокування комунікації.

3. Стратегія звинувачення: належить до виразно агресивних форм мовленнєвої поведінки суб'єкта, оскільки «при цьому залучають її маніпулятивні технології: описують ситуації кризового типу, що має негативні наслідки для країни, а у виникненні цієї ситуації звинувачують політичних опонентів, здебільшого безпідставно та неаргументовано». Провідною метою цієї стратегії є формування серйозних претензій до опонентів, приписування їм деструктивних дій, які грубо суперечать правилам дипломатичної комунікації. При цьому активно залучаються маніпулятивні технології: мовець детально описує ситуації кризового чи катастрофічного типу, що мають негативні наслідки для всієї країни, а провину за їх виникнення безпідставно покладає на опонентів.

Отже, підсумкова прагматична ефективність усіх наявних комунікативних стратегій і тактик у медіапросторі безпосередньо залежить від

рівня освіченості, високого професіоналізму, фахової обізнаності та риторичної майстерності політичних експертів і технологів. У процесі реальної політичної комунікації всі інтенційні наміри мовців пластично адаптуються під найбільш гострі, актуальні проблеми суспільства та загальну ситуацію в Україні (зокрема воєнний стан, проведення реформи, питання міжнародної допомоги), конструюючи солідне когнітивно-лінгвальне поле взаємодії з реципієнтами.

Висновки до розділу 1

У першому розділі дисертації сформовано цілісний теоретико-методологічний каркас роботи, що дало змогу систематизувати наявні в науці підходи до вивчення прагмалінгвістичної організації політичного дискурсу та його основних комунікативних категорій.

Проблема функціонування комунікативних стратегій і тактик у сучасному політичному дискурсі є міждисциплінарною та досліджується на перетині різних галузей гуманітарного знання, зокрема в психолінгвістичному, соціолінгвістичному, лінгвокогнітивному та прагматичному аспектах. Зазначені підходи фокусуються на вивченні соціолінгвальних функцій і прагматичного розмаїття засобів впливу на аудиторію, описі структурно-семантичних складників у мовленні аналітиків, а також на з'ясуванні специфіки текстової репрезентації деструктивних або кооперативних намірів (інтенцій) мовця відповідно до параметрів конкретної комунікативної ситуації.

У дослідженні чітко систематизовано погляди українських і зарубіжних мовознавців на сутність і проблематику використання комунікативних стратегій і тактик, а також засоби їх реалізації. Термінологічно розмежовано й суворо ієрархізовано базові поняття та категорії, пов'язані з процесом публічної комунікації. Вибудовано та лінгвістично обґрунтовно супідрядну вертикаль: комунікативний акт (глобальний контекстуальний локус події) мовленнєвий акт (цілеспрямована дія мовця), що пов'язаний з активізованим

мовним актом (інструментальним процесом актуалізації граматичної системи). Окреслено прагматичну природу локутивного, ілокутивного (інтенційного) актів, а також сугестивні механізми формування запланованого або ненавмисного перлокутивного ефекту на реципієнта.

Комунікативну стратегію концептуалізовано як багатовимірне явище, що в сучасній лінгвістиці розглядається в кількох взаємопов'язаних значеннях: як довгостроковий спосіб когнітивного планування тексту, як загальний вектор мовленнєвої поведінки мовця, що детермінується екстралінгвістичним контекстом, інтенційною метою та моделюванням чинника адресата. Обґрунтовано, що комунікативна стратегія – це чітко окреслений план комунікативних дій, у прагматичному арсеналі якого акумулюються найбільш вдалі вербальні комплекси, ходи та різнорівневі мовні засоби для здійснення сугестивного впливу.

Комунікативну тактику визначено як обов'язковий інструментальний складник у мовленнєвому просторі, оскільки вона є безпосереднім матеріальним репрезентантом конкретних, локальних намірів учасників комунікативного акту на певному етапі взаємодії. Така прагмалінгвістична одиниця за своїм лінійним і концептуальним обсягом є підпорядкованою, меншою за вербальну стратегію, проте саме вона виступає наскрізною тактичною лінією зв'язку між адресантом і адресатом, забезпечуючи мобільну адаптацію мовця до мінливих умов спілкування.

У контексті аналізу та критичного переосмислення класифікацій комунікативних стратегій і тактик визначено, що на сьогодні в лінгвістиці відсутня єдина загальноприйнята та універсальна типологія досліджуваного феномена. Провідні мовознавці пропонують власні теоретичні погляди та класифікації комунікативних стратегій і тактик, виокремлюючи розлогу систему таких критеріїв, як: ментальний світ мовця (когнітивні фрейми); першочерговий ілокутивний намір; жанрова специфіка мовлення; а також попередній соціокультурний комунікативний досвід особистості. Констатовано, що всі наявні класифікації здатні варіюватися та

трансформуватися залежно від умов конкретного комунікативного акту.

У процесі аналізу мовознавчих типологій комунікативних стратегій і тактик окреслено, що всі вони репрезентують ґрунтовні спроби науковців класифікувати ці поняття в руслі сучасних дискурсивних студій. Разом із тим цю проблему не можна вважати остаточно розв'язаною з огляду на колосальну різноплановість, структурну неоднорідність комунікативних засобів, динамізм медіатизованих ситуацій подій і прагматичну варіативність ідіостилів мовців. Це об'єктивно зумовлює потребу подальшого дослідження таксономічного арсеналу в мовленні спеціалізованих суб'єктів політичного медіапростору – політичних експертів і технологів.

Основні теоретичні результати, сформульовані узагальнення та висновки першого розділу дисертації повною мірою висвітлено у двох одноосібних наукових публікаціях у фахових виданнях [179; 183].

РОЗДІЛ II. ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК У МОВЛЕННІ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ФАХІВЦІВ ІЗ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

2.1. Репрезентація сучасного українського політичного дискурсу

Сучасний український політичний медіадискурс репрезентований складною, ієрархізованою сукупністю диференційних ознак і різнорівневих лінгвістичних засобів, які об'єктивно відображають динамічні соціополітичні процеси держави, панівні ідеології, стратегії комунікації та ціннісні імперативи. На характер мислення і вербальну поведінку лідерів думок впливають національні ментальні цінності та лінгвокультурні звичаї країни, у якій відбувається становлення та соціалізація мовної особистості, що безпосередньо підтверджує існування стереотипного, шаблонного сприйняття реальності соціумом.

Політичний дискурс в Україні охоплює розлоге жанрове розмаїття та варіативні форми текстуальних висловлювань, зокрема офіційні політичні дебати, промови, публічні виступи, а також великий масив медіатекстів, що мають чітко маркований політичний контекст, інтенційну спрямованість і сугестивне значення.

Сучасний етап розвитку політичного дискурсу найвиразніше репрезентовано саме в інформаційному медіапросторі (преса, телебачення, радіо, соціальні мережі, цифрові мультимедійні платформи), що дає змогу кваліфікувати його як складну семантичну та структурно-цілісну систему. Політична риторика у цьому локусі виконує роль потужного суспільного каталізатора, а також чіткого, чутливого показника трансформацій у державі, завжди відображаючи особливості та злами у свідомості громадян у той чи той історичний період. Вона органічно поєднує в собі елементи модернової сучасності та етнокультурної архаїчності на всіх рівнях текстотворення: від глибинного семантичного аспекту промови до генеральної ідеологічної

настанови та добору конкретних засобів виразності.

Мовлення українських політичних діячів, експертів і технологів є важливим складником сучасного інформаційного простору, оскільки воно не просто транслює події, а дає їм авторитетну оцінку та безпосередньо формує світогляд суспільства. Особливо в умовах воєнного стану прагматика експертного слова дозволяє громадянам об'єктивно подивитися на ті чи ті події. У цьому контексті політологи часто виступають лідерами думок, до яких дослухається суспільство, адже «навколомовний дискурс, що формується в умовах російсько-української війни, відображає суспільні рефлексії щодо націє- і державотвірної функцій мови. Дедалі більше українців розуміють, що "мова має значення" і "мова – це зброя"» [Руда, 2024, с. 36]. Крім того, О. Руда наголошує, що мовний дискурс, який формується в умовах російсько-української війни, втратив свій дискусійний характер; він став більш радикальним, високосимволізованим; колишня полярність думок зникла. Він відображає публічні роздуми про націєтворчу функцію мови [Руда, 2025, с. 41].

Комунікативні стратегії та тактики є обов'язковими, релевантними компонентами політичного медіадискурсу та невід'ємною професійною ознакою для будь-якого представника експертного співтовариства. Фахівці у сфері політичного аналізу та консалтингу мають володіти високим рівнем риторичної майстерності та бути вправними ораторами, оскільки їхня індивідуальна мовленнєва діяльність постає стрижневим складником публічного іміджу та одним із вирішальних чинників, що конструює їхній образ як висококомпетентних фахівців.

Визначальною прагмалінгвістичною особливістю мовлення представників сучасної української політичної експертної спільноти та фахівців із політичних технологій є те, що вони, на відміну від безпосередніх політичних акторів, намагаються усувати прояви прямої вербальної агресії (інвективи, відкриті образи). Натомість вони активно вдаються до опосередкованої, латентної агресії, використовуючи ті мовні засоби, що виражаються приховано через контекст, імпліцитний зміст, іронічне

перекодування та фігури мовної гри.

Політичні експерти й технологи часто залучають у медіапростір інструменти агітаційного впливу, який у їхньому ідіостилі здебільшого має прихований, завуальований характер. Досліджуючи параметри персуазивного тексту, Л. Підкамінна [Підкамінна, 2018, с. 48–49] виокремлює такі конститутивні ознаки агітаційних матеріалів, які ми повноцінно екстраполюємо на наш фактичний матеріал:

1. Текст агітаційних матеріалів зазвичай претендує на оригінальність, завжди стислий, однак емоційний, насичений художніми засобами, має на меті зацікавити реципієнта;
2. Містить ключові слова, які транслюють одну й ту ж основну думку;
3. Має за мету викликати позитивні асоціації та емоції, довіру в потенційного виборця;
4. Не містить наукових або філософських термінів і сентенцій, зрозумілий для широкого загалу;
5. Весь арсенал мовних засобів спрямований на те, щоб захопити увагу виборця і втримати її до кінця повідомлення.

Аналізуючи суміжні медіаплатформи, Ю. Заблоцький описує специфічні особливості американського політичного дискурсу, чимало з яких притаманні політичним експертам і технологам. Дослідник аргументовано доводить: «Специфіка ідеологічної спрямованості політичного дискурсу полягає в намаганнях залучити виборця на свій бік не стільки за рахунок логіки й раціональних аргументів, скільки апеляції до емоційної компоненти за посередництвом згадування ціннісних категорій, представлених у вигляді семантичних та когнітивних конструктів»; вони виступають так званими "вічними цінностями" і є актуальними завжди і в будь-якому суспільстві, хоча, безперечно, мають свої національні відмінності» [Заблоцький, 2023]. Зазначені категорії об'єктивуються в колективній свідомості як «вічні цінності» (свобода, демократія, безпека, справедливість) і виявляються актуальними завжди і в будь-якому соціумі, хоча, безперечно, мають свої

виразні національно-культурні відмінності та специфіку вербальної маніфестації.

У комунікативному середовищі українського політичного дискурсу активно функціонують різнорівневі мовленнєві засоби, що виконують важливу сугестивну функцію під час аналітичного коментування виступів опонентів чи знакових подій доби. Серед таких потужних вербальних маркерів виокремлюємо стилістичні фігури гіперболи та антитези, які конструюють чітке прагматичне протиставлення смислів. Окрім цього, особливу роль відіграє концептуальна метафора, яка може виступати як у формі простої номінації, так і розгортатися у складну, багаторівневу метафоричну систему, де кожен наступний лінгвальний крок інтенсифікує семантичне значення повідомлення. Характерними ознаками мовлення експертів постають також широке залучення лексики з виразною негативною чи позитивною конотацією та синтаксична анафорична форма реплік. Важливо також враховувати мікро- й макроконтест, а також комплекс зовнішніх (екстралінгвістичних) і внутрішніх чинників комунікативного акту.

Кожен політичний експерт, аналітик і технолог здійснює цілеспрямований вплив на соціальне середовище, що дуже часто відбувається завдяки прихованій чи відкритій апеляції до іншої особи, зокрема до ідеологічних супротивників. Ця тенденція є іманентно притаманною політичній комунікації загалом, відображаючи її агоністичну природу. На тлі прагматичного зіставлення представники експертного середовища отримують можливість витончено виставляти власну мовну особистість у значно вигіднішому, меліоративному світлі порівняно з опонентами, верифікуючи свій високий інтелектуальний статус [Farah Abdul-Jabbar Al-Mnaseer et al., 2013, с. 63–54].

Український політичний медіадискурс вирізняється постійним оновленням, мобільністю та стрімким розширенням лексичної бази. Основними мовними механізмами цього процесу визначено: регулярне семантичне переосмислення значень уже наявних у мові лексичних одиниць

(актуалізація нових конотацій під впливом контексту); активне словотворення (афіксальне моделювання політичних інновацій); інтенсивне запозичення іншомовних лексем із західного політичного та IT-дискурсів.

При цьому метафоричне перенесення посідає провідне місце в арсеналі сучасної вітчизняної риторики. Виступам і дописам аналітиків притаманна висока насиченість патріотичними мотивами, які функціонують як дієвий інструмент консолідації громадян, що особливо загострилося в умовах сучасного воєнного стану та геополітичних викликів. Ідея національної єдності, яку розглядаємо як фундаментальну державотворчу цінність, посідає центральне місце у змістовому наповненні експертних текстів. Лексико-семантичне поле, сформоване навколо понять спільності, соборності, унітарності та неподільності, послідовно концентрується навколо концептуального ядра – ідеї єднання та захисту суверенітету держави.

Сучасний етап розвитку української політичної дискурсології вирізняється формуванням новітніх дослідницьких напрямів і розробкою інтегрованих методологічних підходів. Українські лінгвісти прагнуть глибоко опанувати базові категорії політичної комунікації, повсякчас уточнюють понятійно-термінологічний апарат прагмалінгвістики, розробляють солідні теоретичні засади, прискіпливо простежують динаміку вербальних засобів, аналізують жанрову диференціацію та специфіку архітектоніки політичних текстів. При цьому особлива увага зосереджена на комплексному аналізі мовної та мовленнєвої особистості суб'єктів комунікації.

Автори новітніх наукових праць ефективно інтегрують сучасні лінгвістичні методики, у яких методи дискурс-аналізу, перцептивного, когнітивного та кінетичного аналізу гармонійно поєднуються з лінгвостатистичними інструментами та цифровою обробкою великих масивів вербальних даних. Це уможливорює синергетичний зв'язок мовознавства з напрацюваннями в галузі психології, соціології, загальної теорії комунікації та етнокультурології. Окремий солідний масив наукових розвідок українських лінгвістів присвячений компаративному аналізу політичного дискурсу

України та західних демократій [Алексієвець, 2021, с. 252]. Цей компаративний вектор успішно реалізують монографії, статті та дисертаційні дослідження останніх років.

Я. Федорів докладно вивчає специфіку різних типів публічних виступів в умовах лінгвокультурного глобалізованого простору, застосовуючи функційно-когнітивний підхід [Федорів, 2013] О. Болкарьова [2011] та Л. Славова [2005] зосереджують увагу на визначенні лінгвістичних засад аналізу мовної особистості політичних лідерів у межах різних національних дискурсів, досліджуючи ідіостилі українських та американських діячів на основі їх когнітивних, прагматичних і соціолінгвістичних характеристик [Славова, 2005]. Відтак, І. Юшковець [2007] та Н. Петлюченко [2009] глибоко вивчають параметри політичної комунікації в аспекті зіставної україністики й германістики, аналізуючи структуру мовної особистості мовців у німецькому та українському дискурсивних просторах [Петлюченко, 2009].

О. Алексієвець [Алексієвець, 2012, с. 253 – 254] аналізує розвиток вітчизняної лінгвополітології, виокремлюючи провідні та магістральні напрями досліджень, успішно реалізовані українськими мовознавцями: праці в галузі теоретико-методологічних основ політичної лінгвістики та текстуалізації публічної сфери [Вашук, 2007; Кондратенко, 2007; Нагорна, 2005; Серажим, 2002; Яворська, 2000]; дескриптивний підхід до вивчення прагматики політичного тексту та лінгвориторичних особливостей промов [Діденко, 2004; Жуковець, 2012]; прискіпливий аналіз окремих мовних рівнів (зокрема дослідження ритмічної та інтонаційної організації переконування, а також лексико-граматичної специфіки тексту) [Васік, 2005; Вербич, 2010; Гулей, 2014]; вивчення жанрово-стилістичної системи політичної мови та категорії домінантності в медіапросторі [Ущина, 2012; Соловей, 2015]; дослідження ідіостилів і харизматичних параметрів мовної особистості провідних українських і закордонних лідерів [Дорофеева, 2009; Петлюченко, 2009]; комплексні когнітивно-дискурсивні студії лінгвістичних моделей і ментальних фреймів [Фоменко, 2014; Федорів, 2013; Славова, 2005];

компаративні (порівняльні) лінгвокультурологічні розвідки національних моделей дискурсу [Петлюченко, 2009; Алексієвець, 2021, с. 253–254].

Отже, доходимо об'єктивного висновку, що в сучасному мовознавстві триває активний пошук наукової істини щодо специфіки структурування українського політичного дискурсу. Виокремлення тих чи тих лінгвальних особливостей безпосередньо базується на актуальності та загальній методологічній парадигмі філологічного дослідження. Визначаючи диференційні ознаки експертного медіатексту, необхідно суворо враховувати взаємозв'язок змістових, формальних, комунікативних і ситуативних критеріїв, оскільки політичний дискурс завжди постає як складне багатовимірне явище – одночасно як динамічний мовленнєвий процес, цілеспрямована комунікативна дія та фіксований прагматичний текст.

2.2. Стратегічно-тактична організація мовлення сучасних українських політичних експертів і технологів

Для виконання ґрунтовного прагмалінгвістичного аналізу стратегічно-тактичного комплексу в медійному дискурсі сучасних українських політичних експертів, аналітиків і технологів було обрано та критично інтегровано класифікаційні моделі О. Семенюка і В. Паращук [Семенюк та ін., 2010, с. 199–201], а також О. Яшенкової [Яшенкова, 2010, с. 162–170]. Спираючись на запропоновані в лінгвістиці таксономії, адаптовані до специфіки мовлення політичних експертів і технологів, у структурі емпіричного матеріалу дослідження виокремлено п'ять домінантних комунікативних стратегій:

- інформаційно-інтерпретаційну;
- «гру на підвищення»;
- «гру на зниження»;
- театральності;
- самопрезентації;
- інші стратегії.

Зазначені комунікативні стратегії та підпорядковані їм системи

прагматичних тактик і мікрорівневих мовленнєвих прийомів виступають базовими інструментами формування громадської думки та конструювання медіапростору, якими послуговуються провідні українські політичні експерти, оглядачі й технологи, зокрема Віктор Таран, Валерій Чалий, Володимир Молчанов, Олеся Яхно, Тарас Загородній, Петро Олещук та інші.

2.2.1. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія

У сучасній політичній риториці особливої актуальності набуває поняття інформаційно-мовної безпеки держави, що визначає стійкість її суспільної свідомості. Це цілком корелює з тезою О. Рудої, яка наголошує: «Успіх у виконанні стратегічних національних завдань державою забезпечує передусім її власний структурований, відповідно змістовно наповнений і добре мовно оформлений культурно-інформаційний простір» [Руда, 2023, с. 396]. Саме тому вибудовування стійких захисних наративів стає сьогодні ключовим комунікативним завданням для політичних експертів і технологів України.

Політичні експерти та технологи вдаються до комунікативної інформаційно-інтерпретаційної стратегії, реалізуючи її саме через тактику визнання існування проблеми. Таку стратегію застосовує А. Городницький: *Пересічні громадяни виснажилися, де б вони не проживали – на заході країни, півдні чи сході. Бізнес втрачає доходи і не знає, чого очікувати від завтрашнього дня. Все це створює величезний тиск на населення, відчувається зневіра* (Городницький, 10). Також спостерігаємо тактику розгляду проблеми з різних позицій: *Перш за все хочу звернути увагу, що не все насправді так погано. Країна опинилася у ямі ментального подавлення через безграмотну інформаційну політику та безпідставно завищені очікування. Але якщо подивитесь навколо себе, то побачите, що все функціонує – банки працюють, армія воює. Насправді в Україні на даний момент не спостерігається критичних проблем* (Городницький, 10).

У цих прикладах політичний експерт вдається до окреслення подій за допомогою негативної конотації, що привертає увагу та закладає у свідомість

реципієнтів переважно негативне ставлення. Оскільки така лексика не суперечить нормам сучасної української літературної мови, вона не вульгаризує ані мовлення, ані текст, проте створює відповідну атмосферу сприйняття інформації.

Вживаючи складнопідрядні речення з підрядними умови, автор наголошує на тому, що події будуть реалізовані тільки за певних умов.

Наприклад, характерним є також вживання складних багатокomпонентних речень, де нанизано предикативні частини за градаційним принципом: *...на момент великого нападу Росії на Україну **війна тривала майже вісім років поспіль, вже була окупована частина території, гинули люди, в країні з'явилися мільйони внутрішніх переселенців...** Однак сподівання на те, що президент сусідньої держави у XXI сторіччі не наважиться на велику війну в центрі європейського континенту, були набагато більш серйозними й переконливими, ніж раціональне усвідомлення небезпеки* (Портников, 54). Негативна конотація підсилена кожним наступним компонентом речення. Особливістю є й те, що, наприклад, В. Портников поєднує різні картини світу, розглядаючи ситуацію як з негативного боку, так і з позитивного: *Разом із цим варто визнати, що й сьогодні у нас **набагато більше переваг, ніж у фундаторів України початку XX сторіччя. В Україні мільйони людей, які відчувають себе її громадянами і не бачать жодної іншої альтернативи. В Україні є професійна армія, яка відчуває себе частиною суспільства, що бореться за суверенітет і державність. За західним кордоном України – демократичний світ, який продовжує сприймати цей суверенітет і пріоритет міжнародного права як цінність*** (Портников, 54). Така мовленнєва поведінка залежить від концепту, провідної думки мовця, яку він хоче донести до своєї аудиторії, від того, яку емоцію він хоче відтворити. Комунікант може використовувати слова і з позитивною конотацією, вживаючи вербальні засоби експліковано чи імпліковано або, навпаки, вживати з негативною семантикою, якщо це негативно вплинуло на нього як реципієнта [Сулима та ін., 2022, с. 5].

У реалізації інформаційно-інтерпретаційної стратегії важливе прагматичне навантаження мають засоби експресивного синтаксису, зокрема синтаксичні повтори, парцеляція та риторичні запитання. Хоча повтори й парцеляція зазвичай додають емоційності, у текстах цих аналітиків вони підпорядковані логіці експертного роз'яснення, структурування думок та акцентування на ключових тезах.

Синтаксичний повтор у політичному дискурсі впливає на підсвідомість людей, на емоційне тло, підсилюючи ілюкативний ефект: *У Росії на даний момент є військова перевага. На сьогодні переговорів немає, а є тільки галас навколо цієї теми. Є заяви Путіна щодо вимог до України, які, по суті, передбачають капітуляцію* (Фесенко, 69); *Буде тиск і на Україну, і на Росію, щоб погодились на припинення бойових дій по лінії фронту. На Україну будуть тиснути, погрожуючи припиненням постачання зброї* (Фесенко, 69); *Не вийшло. Не спрацювало, хоча деякі наші опозиційні політики це тоді підтримали* (Фесенко, 64); *Мені шкода, бо скільки всього можна було б зробити, скількох жертв не допустити на фронті* (Мельник, 40).

Риторичні питання додають експресивності висловлюванню, привертають увагу до тієї чи тієї проблеми, а також можуть слугувати засобом дискредитації: *Навіщо відправляти у відставку Залужного?* (Фесенко, 64); *Чому це важливо?* (Фесенко, 68); *Про що це говорить?* (Басараб, 5); *Чи потрібні інші докази, що Telegram працює в інтересах РФ, якщо цей сервіс завжди приходив на допомогу московським спецслужбам?* (Басараб, 6).

Якби не працювали демократичні інструменти і країна жила в умовах закритого інформаційного простору, через якийсь час ми, ймовірно, прийшли би до суттєво гіршої ситуації, з якої було б значно важче вибратися. Разом з тим, мусимо визнати, що в умовах війни не обійтися без обмеження прав людей. Під час війни потрібна авторитарна форма правління під керівництвом компетентних лідерів. Інколи без неї просто неможливо справитися із зовнішніми загрозами (Городницький, 10). Тут мовець вдається до тактик визнання наявної проблеми. Прагматика тексту

спрямована на переконання реципієнта в доцільності складних державно-політичних кроків в особливий період. Об'єктивація аналітичної позиції автора починається з використання конструкції умовного способу (*«якби не працювали... ми, ймовірно, прийшли би»*), що виконує функцію застереження та підкреслює значення *«демократичних інструментів»* навіть за кризових обставин. Наступним лексико-семантичним маркером постає модальне дієслово зі значенням імперативної необхідності *«мусимо визнати»*, що слугує лінгвальним містком до розгортання тактики розгляду проблеми з іншого ракурсу. Уведення до аналітичного контексту словосполучень *«обмеження прав людей»* та *«авторитарна форма правління»* позбавлене негативної конотації завдяки їхньому прагматичному збалансуванню уточнювальними конструкціями *«в умовах війни»* та *«під керівництвом компетентних лідерів»*. У такий спосіб експерт раціоналізує складний суспільно-політичний компроміс, трансформуючи потенційно конфліктні дефініції на логічно виправдані засоби подолання *«зовнішніх загроз»*.

Наступні приклади ілюструють тактику проведення аналогії та раціонального роз'яснення ситуації: *Колишній американський президент, як і його прихильники, відомий своєю чударнацькою картиною світу, яка не пов'язана з реальністю* (Мельник, 40). Вживання експресивного епітета *«чударнацький»* виконує роль іронічної оцінної конотації, що допомагає автору інтерпретувати специфіку мислення іноземних політиків. *Ці лякалки Лаврова є невинновими* (Портников, 55). Вживання зниженої номінації *«лякалки»* поряд із логічним висновком *«є невинновими»*, що дає змогу експерту розкрити латентну сутність закордонних пропагандистських заяв, трансформуючи їхній сприйнятий реципієнтом зміст із реальної загрози на прорахований геополітичний блеф.

Наступний приклад демонструє поєднання інформаційно-інтерпретаційної стратегії зі стратегією самопрезентації, що реалізуються через тактику солідаризації з адресатом (експлікація прихильності до євроінтеграційного вектора) і тактику визнання наявної проблеми: *Попри*

загалом моє позитивне ставлення до активної співпраці з Європою, у темі переговорного процесу щодо завершення війни в Україні підстав для оптимізму небагато (Фесенко, 65). Актуалізація дейктичного маркера – присвійного займенника першої особи однини *моє*, що забезпечує авторизацію висловлення, визначає суб'єктивну позицію та експлікує роль мовця як безпосереднього аналітика-експерта. Функціонування синтаксичної конструкції зі значенням допусту «*Попри загалом...*» маркує когнітивну об'єктивність адресанта, нівелюючи можливі звинувачення в упередженості. Вживання контекстуальної антонімії (*позитивне ставлення* проти *підстав для оптимізму небагато*) виконує прагматичну функцію – переведення сприйняття аудиторії з площини емоційного очікування в площину реалізму.

Але тут виникає *ключова проблема*: *росія категорично проти участі європейців у мирних переговорах* (Фесенко, 65). У наведеному прикладі метамовне кліше *ключова проблема* вжито для ієрархізації деструктивних чинників у переговорному процесі. Прислівник *категорично* як інтенсифікатор способу дії у поєднанні з негативно маркованим прийменником *проти* чітко окреслює деструктивну та безкомпромісну позицію агресора, маркуючи його як абсолютного «чужого» у бінарній опозиції політичного поля.

Головна проблема полягає в тому, що, коли йдеться саме про переговори, досі не видно, хто буде суб'єктом з боку Європи в цьому процесі (Фесенко, 65). У цьому реченні інформаційно-інтерпретаційна стратегія реалізується завдяки тактиці визнання наявної проблеми. Застосування маркера фокусування уваги «*Головна проблема полягає в тому...*» ієрархізує інформацію та спрямовує когнітивну діяльність адресата. Реалізація головної частини складнопідрядного речення у формі безособової конструкції *досі не видно* деперсоналізує суб'єктивне враження мовця, надаючи денотату статусу очевидної, об'єктивної реальності.

Тактика коментування та раціонального пояснення дій простежена в прикладі: *Інтерес до включення в переговорний процес у європейців, безумовно,*

є. Вони про це говорять, це декларують (Фесенко, 65). Вставне слово **безумовно** надає впевненості, верифікує подальше твердження та демонструє об'єктивність аналітика щодо визнання позитивних інтенцій суб'єкта. Експлікація збірного політичного суб'єкта через особовий займенник третьої особи множини **Вони**, що створює ефект аналітичного дистанціювання між мовцем та об'єктом його спостереження. А також конструкція вербальної градації на основі синонімічного ряду дієслів (*говорять, декларують*). У контексті політичного дискурсу семантика лексеми **декларують** набуває конотації формальності.

Тактику розгляду проблеми з нового ракурсу вбачаємо у прикладі: *Інша річ, якщо згодом більш активну роль у переговорному процесі почне відігравати Китай, особливо у випадку, якщо американці виходитимуть із процесу. Тоді Китай може наполягати на ширшому міжнародному форматі* (Фесенко, 65). Вживання складнопідрядних речень умови з повторюваним сполучником «якщо» моделює варіативність сценаріїв та демонструє високий рівень аналітичної абстракції мовця: (*«якщо згодом...», «особливо у випадку, якщо...»*). Функціонування модального дієслова **«можже»** у поєднанні з інфінітивом (**«можже наполягати»**) усуває з тексту категоричність.

Другий вимір цієї історії – зовнішній. Події в Угорщині складно розглядати без російського фактора. Для москви збереження Орбана в європейській політиці має принципове значення (Денисенко, 16). У наведеному прикладі фіксуємо об'єктивацію тактики, реалізовану через структурне виділення аналітичних рівнів (*«другий вимір», «зовнішній»*) та вживання предикативної конструкції **«складно розглядати без...»**, коли експерт переводить фокус уваги аудиторії з суто внутрішньоугорських електоральних змагань у масштабний контекст геополітичного протистояння, раціоналізуючи приховану мотивацію спільного для нашої держави ворога.

Наступні приклади засвідчують реалізацію інформаційно-інтерпретаційної стратегії через такі тактики, як:

- коментування: *Спроби відновити переговори, безумовно, будуть* (Фесенко, 66). Введення вставного слова зі значенням високого ступеня вірогідності (*безумовно*); форма майбутнього часу дієслова (*будуть*) введена для реалізації прогностичної функції експертного дискурсу.

- пояснення: *Це класична проросійська ІПСО. Ми вже проходили це перед вторгненням і чуємо зараз знову* (Городницький, 12). Вживання військово-політичного терміна **ІПСО** (інформаційно-психологічна спеціальна операція) у поєднанні з оцінним прикметником **класична** виражають суб'єктивне ставлення та оцінку. Особовий займенник **ми** покликаний сформувати ототожнення політичного експерта з громадськістю та виконує узагальнювальну функцію.

Реалізацію інформаційно-інтерпретаційної стратегії простежуємо у таких висловлюваннях політичних аналітиків, де провідними інструментами є також використання тактик коментування та раціонального пояснення поточних подій: *Він є достатньо вигідною постаттю для російської еліти, яка може виступити в якості «перехідного моменту»* (Антонюк, Чаленко та інші, 2); *Натомість під кінець цього року всі ми отримали «холодний душ»* (Городницький, 10); *Так, це була тільки словесна ескалація, однак дуже важлива – тим більше, що Макрон не відмовився від своїх намірів, а зараз намагається зібрати справжню «коаліцію інструкторів» для навчання українських військовослужбовців в Україні. Але тепер «ескалацію слів» доповнює «ескалація дій», що є важливим для зміни ситуації у війні* (Портников, 54); *Для практично всіх українців 24 лютого 2022 року стало тим Рубіконом, який назавжди розділив їхнє життя на «до і після»...* (Портников, 54). Використання експресивних вербальних комплексів «перехідний момент» та «холодний душ» дає змогу мовцям наочно схарактеризувати латентні процеси всередині еліт та раптові зміни у суспільній рецепції реальності. Відтак вживання синтаксичного паралелізму й антитези у зіставленні «ескалації слів» та «ескалації дій» (поряд із номінацією «коаліція інструкторів») унаочнює динаміку переходу міжнародної політики

з декларативної стадії у прикладну, а залучення історичного прецедентного знака-метафори «**Рубікон**» у поєднанні з часовою опозицією «**до і після**» концептуалізує незворотність загальнонаціональних трансформацій.

Своєрідною особливістю мовлення політекспертів і технологів є вживання окличних речень, але переважно у виступах на ток-шоу, в особистих дописах, інтерв'ю тощо. Окличні речення прямо передають оцінку мовцем ситуації, транслюють особисте ставлення до подій або ж закликають до дій. Наприклад: ***Це надзвичайно важлива і водночас важка місія!*** (Антонюк, 1); ***Це службовий злочин!!! Однозначно так! Однозначно ні!!! Наш час для військових парадів ще не настав!!! Все що стосується озброєння – це військова таємниця!*** (Антонюк, 1).

Через метафору може реалізовуватись і тактика проведення аналогії. Вона містить додатковий підтекст чи додаткові семантичні характеристики вербальних засобів, у яких, крім основного значення, наявні оцінні конотації, іронія чи сарказм. Такі вербальні засоби трапляються у мовленні О. Антонюка, І. Чаленка та А. Городницького: *Тому поки не зрозуміло, чи дійсно це буде зміна режиму, чи лише **косметичний ремонт*** (Антонюк, 2); *Багато інших цілком слухних (іноді «**цікавих**») аргументів* (Чаленко, 73); *Український політикум забув, що він є політичною елітою, яка має брати на себе відповідальність. Коли країна перебуває в **точці біфуркації**, політики мають проявляти себе як державні діячі, а не орієнтуватися на **мінливу соціологію**. Інакше ми будемо **ходити по колу**, замість того, щоб рухатися вперед* (Гордницький, 12).

Як продемонстровано у наведених прикладах, метафори ***косметичний ремонт, точка біфуркації*** роблять мовлення більш емоційно-виразним. Метафори дають явищам другу назву, створюють нові відтінки, образи, надають експресивної, більш точної оцінки предметам, конкретизують, характеризують, здатні знижувати або підсилювати зміст висловлювання, впливати на адресата тощо.

Використання тактики коментування та раціонального роз'яснення

ситуації фіксуємо в багатьох прикладах: *Вибори під час війни можливі у вигляді пакту між головними гравцями* (Цибулько, 70); *Це дійсно прорив. Насамперед для армії* (Мельник, 39). У висловлюванні В. Цибулька використання політично-правового концепту «**пакту**» слугує лінгвальним маркером моделювання можливого політичного консенсусу, оскільки автор намагається знайти раціональний шлях розв'язання складної проблеми через компроміс. Експресивна дефініція у реченні «*Це дійсно прорив. Насамперед для армії*» дає змогу автору в межах тактики коментування наочно схарактеризувати високу функційну значущість і успішність певних рішень, чітко пояснюючи аудиторії позитивні наслідки події для військової сфери та для держави загалом.

Метафори та наявність лапок у реченнях є особливістю висловлювань В. Портникова: *Республіканці не можуть вплинути на Трампа, який фактично приватизував цю історичну американську партію та нав'язав їй власний порядок денний, який відрізняється від традиційних цінностей партії. Американські республіканці під впливом Трампа перейшли з «правих» та «ультраправих»* (Портников, 56); *У Москві починають усвідомлювати, що Захід, хоч і повільно, але перетинає власні «червоні лінії»* (Портников, 56); *Для того, щоб паралізувати західних політиків, вони знову нагадують про можливість великої ядерної війни, яка все знищить* (Портников, 55); *Адже весь зовнішньополітичний авторитет Путіна базується на тому, що він є одним із лідерів – хай і міфічним – антиамериканської неформальної коаліції країн, що прагнуть до «багатопольного світу»* (Портников, 53); *Якщо Путін зараз підтримає не Іран, а Сполучені Штати, якщо навіть спробує зайняти нейтральну позицію, це просто зруйнує його образ керівника «альтернативної наддержави»* (Портников, 53); *На початку ХХ сторіччя нічого цього не було. Українська політична свідомість тільки почала формуватися. Армію довелося буквально «зліплювати», та й про суспільну єдність навіть серед прихильників України не йшлося. Європа ще не одужала від Першої світової війни, а Сполучені Штати тільки вчилися – й дуже*

обережно – ролі лідера демократичного світу (якого й не існувало, за великим рахунком) (Портников, 54). Важливо зазначити, що Віталій Портников не є безпосередньо політичним діячем або політтехнологом, проте він є яскравим представником політичного дискурсу, українським журналістом, письменником і публіцистом, постійним оглядачем, а також автором статей на політичну та історичну тематику, тому оминати його постать в українському політикумі було неможливо. Мовець застосовує тактику коментування. Він експлікує складні політичні реалії через залучення експресивних метафоричних номінацій і okazіональних конструкцій у лапках, що дає змогу концептуалізувати приховані інтенції акторів міжнародної арени. Так, вербальний комплекс про партію, яку Трамп *«приватизував та нав'язав власний порядок денний»*, унаочнює радикальну трансформацію традиційного американського консервативного інституту. Прагматичний потенціал аналізу посилюється використанням усталених політичних ідіом і метафор на позначення геополітичного блефу та стримування. Крім того, аналітик застосовує тактику деміфологізації ворожого впливу, використовуючи іронічно марковані лапками дефініції *«багатопольярного світу»* та *«альтернативної наддержави»*. Завершальним інструментом стратегії постає історичний екскурс, об'єктивований метафорою *«зліплювати» армію*, що через зіставлення із ситуацією на початку ХХ століття раціонально доводить еволюцію української політичної свідомості.

2.2.2. Стратегія «гра на підвищення»

Кардинально іншу прагмалінгвістичну репрезентацію в публічному мовленні політичних експертів, аналітиків і технологів має комунікативна стратегія «гра на підвищення». Якщо в традиційній концепції О. Семенюка і В. Паращук [Семенюк та ін., 2010, с. 199–201] для цієї стратегії релевантною є лінійна тенденція до представлення актором самого себе у вигідному світлі та підвищення інституційного авторитету, то в медіадіяльності аналітиків спектр її соціолінгвальних функцій суттєво розширюється, а ідіостильовий

арсенал збагачується новітніми лінгвістичними інструментами.

На відміну від багатьох інших категорій впливу, названа стратегія відзначається чіткою інтенціональною спрямованістю: за її допомогою експерти та технологи прагнуть казуально підсилити власний медійний імідж, легітимізувати свій професійний статус «незалежного арбітра» або ж концептуально покращити образ іншого суб'єкта політичного процесу (наприклад, держави, армії тощо). Мовці фокусують увагу аудиторії на солідарних досягненнях, історичних перемогах, позитивних прогнозах і ціннісних орієнтирах соціуму, свідомо оминаючи або раціонально нівелюючи згадки про деструктивні помилки. Такий прийом допомагає залучити громадян до формування стійкої громадянської позиції та здійснення усвідомленого вибору в умовах воєнного стану.

Наприклад: *Особисто я чекаю двох речей: дозвіл наносити ураження по аеродромах; чіткі дати коли Україна може стати членом Альянсу. Мої джерела повідомляють, що саме довкола цих двох питань у тому числі точаться найбільші дискусії. Спостерігаємо* (Таран, 61); *Пишаюсь своїм батьком, який зробив все аби НРУ було створено* (Таран, 58); *Як людина, народжена у 1977, пам'ятаю цю фантастичну мить!!! Дякую всім, хто тоді не злякався* (Таран, 58). Як бачимо з вищезазначених прикладів, ця стратегія репрезентована завдяки апелюванню до власного досвіду, наведення прикладів з життя: особове дієслово *пишаюсь* і згадка про батька ототожнюють політолога з народом. Ту саму функцію виконують й інші засоби у наступних прикладах: слова вдячності, біографічні відомості про мовця, що засвідчують добру обізнаність автора із предметом повідомлення. Аналіз джерел свідчить, що на синтаксичному рівні особові дієслівні форми зазвичай функціонують як простий предикат. Водночас дієслова в політичному мовленні можуть реалізовуватись у ширшому функціональному діапазоні – поза межами предикативної позиції [Lemish et al., 2022a, с. 36].

Часто прояви стратегії «гри на підвищення» мають імпліцитний характер. Мовець конструює свій авторитет через демонстрацію

інтелектуальної незалежності та солідаризацію із суспільним запитом на справедливість. Наприклад, *Я не думаю, що парламент зараз перебуває у прямій кризі, але очевидно, що він увійшов у певну законодавчу паузу* (Мокан, 43). Фіксуємо поєднання заперечної конструкції з маркером авторизації думки (*Я не думаю, що...*) та протиставним сполучником *але*. Це дає змогу мовцеві спростувати медійні кліше про *кризу* й натомість ввести точніший експертний дериват – *законодавчу паузу*, підкреслюючи власну аналітичну зваженість.

Фіксуємо використання тактики аналіз-«плюс»: *Тому не варто дивитися на це в логіці: от Німеччина зацікавлена чи не зацікавлена в тому, щоб Україна мала свою зброю. Питання завжди глибше* (Петренко, 52). Об'єктивація тактики реалізована через заперечну модальну конструкцію «*не варто дивитися*» та компаративну оцінку «*питання завжди глибше*». Мовець відкидає дихотомію масової свідомості («зацікавлена / не зацікавлена»), пропонуючи натомість складну багатовекторну модель аналізу, що штучно маркує його інтелектуальну зверхність і суттєво підвищує особистий аналітичний авторитет.

Основними функціями стратегії «гра на підвищення» вважаємо:

- 1) підвищення іміджу мовця: політичний експерт чи технолог, акцентуючи увагу на позитивних якостях, використовуючи комунікативну тактику самопрезентації, створює враження про себе в усього суспільстві, що підвищує до нього довіру;
- 2) побудова позитивного та розумного політичного оглядача;
- 3) створення діаметрально протилежної картини світу разом зі своїми опонентами;
- 4) постійна підтримка авторитету серед читачів;
- 5) висвітлення будь-яких подій через позитивне мислення та однозначне рішення.

2.2.3. Стратегія «гра на зниження»

Комунікативну стратегію «гра на зниження» в медійному дискурсі сучасні українські політичні експерти й технологи залучають для цілеспрямованого зниження соціокультурного чи політичного рейтингу опонента, експліцитного підриву довіри соціуму до нього, а також для фокусування уваги реципієнтів на деструктивних аспектах його діяльності, концептуальних помилках, прорахунках чи морально-етичних девіаціях. В інтенційному арсеналі продуцентів тексту окреслена стратегія функціонує як потужний і гнучкий інструментарій, орієнтований на прагматичне послаблення позицій конкурентів, опонентів або геополітичних ворогів держави за допомогою синергетичного поєднання інформаційних, маніпулятивних і дискредитаційних лінгвальних засобів.

У межах експертного коментування стратегія «гра на зниження» найчастіше передбачає вживання різких оцінних висловлювань із метою комплексної дискредитації об'єкта, вираження гострого суспільного осуду, неприязні, а також залучення засобів дисфемізації мовлення. Негативно-аксіологічне ставлення мовця при цьому може бути як інтенсивно експлікованим (відкритим), так і латентним (імпліцитним), що безпосередньо зумовлюється чинником адресата, специфікою медійної платформи, типом жанру та індивідуальними параметрами ідіостилу аналітика.

Зокрема, у дописах В. Тарана спостерігаємо послідовну прагматичну апеляцію до образу зовнішнього ворога України, де автор чітко вербалізує власну безкомпромісну позицію: *«Мазепа на довгі століття став символом боротьби українців проти московських зайд. Так, саме московських»* (Таран, 59); *«Тому кожний раз, коли вам якісь люди розказуватимуть про те як гарно жилось в СРСР згадуйте їм убивство радянською системою тисячі невинних дітей. Дітей, вина яких була лиш в тому, що вони аби не вмерти від голодної смерті, пробирались на колгоспні поля, аби зібрати декілька колосків...»* (Таран, 59).

Паралельно у висловлюваннях інших аналітиків фіксуємо аналогічну

спрямованість деструктивного вектора на нівелювання позицій супротивника: *«Ключем для вигнання звідти росіян є знищення Олешківського мосту»* (Олещук, 46); *«Чітка позиція Заходу і навпаки бубоніння/мямлення Росії»* (Яхно, 78).

У наведених прикладах виразно об'єктивуються передусім лексичні засоби стратегії «гри на зниження», серед яких домінують стилістично знижені, розмовні та пейоративно марковані одиниці: *«бубоніння/мямлення»*, *«московські зайди»*, *«вигнання росіян»*. Залучення номінацій із виразною негативною конотацією (*«убивство радянською системою тисячі невинних дітей»*) виконує роль прагматичного тригера, що апелює до колективної пам'яті та емотивної сфери реципієнтів. Лексичні та морфологічно-синтаксичні засоби посилення виразності, зокрема контактний лексичний повтор анафоричного типу (*«дітей», «саме московських»*), виконують функцію емпатичного фокусування уваги, надаючи тексту додаткової експресивної інтенсивності. Ілокутивні сили мовців у цих повідомленнях є прямими, а прагматичні наміри – повністю демаркованими (відкритими), що свідчить про прагнення авторів не лише раціонально проінформувати соціум про злочинні дії ворога, а й сформувати стійкий емоційний супротив натовпу.

У дослідженні враховано лінгвокогнітивне положення про те, що «інколи для акцентування уваги в текстах оголошень використовують слова, семантика яких примушує людину зосередитися на наступному тексті і які до того ж часто мають особливе графічне оформлення (використовуються яскраві кольори (переважно червоний), збільшений типографічний шрифт тощо)...» [Матвеєва та ін., 2022, с. 103]. В експертному медіадискурсі зазначена закономірність трансформації планів вираження реалізується через специфічне графічне оформлення лексем (використання лапок для маркування іронічного переосмислення) та латентну евфемізацію/дисфемізацію понять. Зокрема у таких дописах: *«...оборонна функція яких для ближнього бою сумнівна – перед ними «зеленка», що обмежує візуальний контроль русла Дніпра, висота dna окопів над рівнем Дніпра навряд чи є позитивною*

величиною, тобто вони **«мокрі»**, і найближчими днями через допливання водопілля до Каховського водосховища і неконтрольований викид звідти крізь пошкоджені шандори – **«помокрішають»** додатково» (Молчанов, 46); **«Страшилки, які гуляють інтернетом у розряді «як нас вже зрадили», є вільним переказом «хотєлок» Росії, які вона і генерує** (Загородній, 21). Наявність лапок означає те, що ці лексеми свідомо вживаються мовцями в переносному, зневажливому та деструктивному сенсі.

Поряд із цим аналізована макростратегія в межах персональних медіаплатформ (блогів, авторських каналів) може успішно розгортатися за допомогою прямих інвективних номінацій, стилістично зниженої просторічної лексики та прийому навмисного порушення граматичних і орфографічних норм, що яскраво демонструє заголовок публікації Т. Загороднього: **«"Одноразки" фсб»** (Загородній, 19). У наведеній назві статті мовець свідомо послуговується розмовним метафоризованим пейоративом **одноразки**, транслюючи власне зневажливе ставлення до об'єкта аналізу, навмисно поєднує його з аббревіатурою **фсб**, зафіксованою з малої літери. Такий графічний прийом є прагматичним маркером знецінення та приниження статусу інституцій ворога, що підтверджується у зверненні, зокрема: **Люди, які шукали легкий заробіток в інтернеті і зголошувались працювати на русню, завжди викликали огиду. Та після того, як фсб почало робити з таких людей смертників, їхні дії викликають ще й здивування. Як можна бути такими тупими?** (Загородній, 21).

Такий комплекс різнорівневих мовних засобів спрямований на експресивне вираження обурення та роздратування мовця. Риторичне запитання характеризується високим рівнем перлокутивної емоційності. Введення грубої лексеми **тупими** та етнопейоратива **русня** в межах складнопідрядного речення з підрядним означальним дає змогу мовцю детермінувати жорсткі аксіологічні кордони між патріотичною аудиторією та девіантними об'єктами його критики.

Оскільки політичні експерти та технологи є суб'єктами, які раціонально

інтерпретують глобальні події для суспільства, їхня роль в архітектоніці дискурсу є стрижневою, а прагматична оцінка часто виявляється значно яскравішою, експресивнішою та вільнішою, ніж у політичних діячів. Розгляньмо розлогий текстовий фрагмент із блогу Т. Загороднього: *Трамп отримав хотелки росіян у Саудівській Аравії і зрозумів, що, якщо на це піде, то імідж головного «ковбоя планети» накриється мідним тазом. Але визнавати це, звісно, не збирається. Его не дозволяє. Тому він вирішив використовувати знайому тактику пошуку «слабкої ланки». Все, як написано у його книжках. Я про це давно говорив в інтерв'ю, що він рано чи пізно спробує взяти Україну на понт.*

Але тут «штанга», оскільки це створило одне питання для торгу: «Хочете виборів? Давайте зброю». Якщо зброї немає, то навіщо «козі баян»? (Загородній, 21).

Наведений матеріал надає цілісне уявлення про специфіку реалізації стратегії «гра на зниження» через синергію тактики звинувачення та тактики латентного викриття. Принципово важливо окреслити, що наявні в тексті експресиви, згрубілі вирази та інтертекстуальні ідіоми (*накриється мідним тазом, взяти на понт, «штанга», «навіщо «козі баян»*) не сприймаються реципієнтами як прояви побутового безкультур'я мовця. Навпаки, вони функціонують як інструменти карикатурного доведення дій політичних суб'єктів до абсурду.

Зазначений контекст є репрезентативним ще й тому, що демонструє поєднання стратегії «гри на зниження» зі стратегією «гра на підвищення». Репліка авторизації тексту *Я про це давно говорив в інтерв'ю...* безпосередньо фіксує точність його попередніх аналітичних прогнозів, що автоматично реалізує опосередковану комунікативну тактику самопрезентації.

Якщо говорити про риторику саме періоду повномасштабної війни, розпочатої в Україні 24 лютого 2022 року, то можна помітити, що у мовленні кожного представника українського політикуму головним антагоністом виступає зовнішній ворог, рф. Політексперти та політтехнологи можуть

вдаватися до комунікативної тактики інформування, проте використовувати вербальні засоби, що надають негативної оцінки, виражають ворожість і ненависть, навмисно вживають власні назви з малої літери, як ми могли простежити в інших прикладах. Така мовна тенденція має на меті не просто висвітлити події, а сформувати свідоме ставлення в українському суспільстві до ворога, акцентувати увагу на більш важливих, проте інколи малопомітних деталях. Наприклад, блоги **Петра Олещука**, а саме: ***Шизофренік поставив собі за мету геноцид українців, і він цього не приховує. Думаєте, що він має на увазі, коли говорить про «денацифікацію» України? Це про «звільнення» України від українців.***

*Власне, характер війни, яку веде **путін**, виключає найменші сумніви: **ракетні та бомбові обстріли жилих кварталів, крилаті ракети проти цивільної інфраструктури.***

*При цьому, все ще **вважаючи усіх за ідіотів**, **путін** постійно **бреше та відкидає усе** (Олещук, 51).*

Основними мовними засобами стратегії «гра на зниження» тут виступають прямі інвективні номінації (***шизофренік, ідіотів***), лексеми з негативною конотацією (***геноцид, «бстріли жилих кварталів»***), лапки (***«денацифікацію», «звільнення»***).

*На перший погляд, маємо справу з черговим проявом **пропагандистської маячні**, яку **верзе старий психопат**, але все значно серйозніше.*

*До речі, в Ізраїлі відповіли одразу. **Керівництво меморіального центру «Яд ва-Шем» одразу назвало заяви психопата «брехливими, небезпечними та такими, що заслуговують осуду»** (Олещук, 48). Цей уривок звернення також викликає певні емоції у реципієнтів, формує негативну реакцію до подій завдяки емоційно забарвленій лексиці та апеляції до авторитету. Наприклад, негативна оцінка з боку адресанта: **маячня, психопат, брехливими, небезпечними та заслуговують осуду**. Автор засуджує того, хто є не просто опонентом, а ворогом для нашої держави, намагаючись вплинути на сприйняття читачів і продемонструвати особисте ставлення. Також **Петро***

Олещук вдало апелює до авторитету (*Керівництво меморіального центру «Яд ва-Шем» одразу назвало заяви психопата «брехливими, небезпечними та такими, що заслуговують осуду»*). Такий вербальний хід підсилює аргументацію, надаючи більш вагомого значення попереднім словам. Негативне ставлення читачів формується завдяки емоційно забарвленим лексемам (*психопат, небезпечними*). Наприклад, лексема *брехливими* вказує на те, що інформація вже є неправдою, не вартої уваги та серйозного ставлення.

Основною функцією стратегії «гра на зниження» у мовленні політекспертів і політтехнологів є формування певного образу, ставлення та спонукання до мислення і дій усіх реципієнтів: *Весь цей привабливий імперський образ розбився на скелях реальності. Реальності геноциду, злочинства, крадених унітазів та «чмобіків», котрих женуть на м'ясо.*

Імперський міф перетворюється на анекдот

Усі побачили просто зло, яке не має і не може мати напівтонів. І в цій своїй абсолютності декому зло навіть видається карикатурним... «Ну не може ж бути так...» Може! Більше того – так і є. Карикатурне, корумповане, тупе зло, яке від цього лише набуває повноти своєї злочинської природи (Олещук, 49).

Тут спостерігаємо реалізацію таких тактик:

- Викриття (демаскування): вживання антитези та контрастної метафори (*«імперський образ розбився на скелях реальності», «імперський міф перетворюється на анекдот»*). Деконструкція міфу підсилюється градацією номінацій із різко негативним забарвленням: від поняття «геноцид» до зниженої лексики «злочинство», «крадені унітази» та авторського неологізма «чмобіки», що маркує нікчемність ворога.

- Аналіз-«мінус»: ця тактика спрямована на раціоналізоване доведення абсолютної деструктивності супротивника. Об'єктивується вона через поєднання абстрактної філософської категорії «зло» з дисфемізмами (*«карикатурне, корумповане, тупе зло»*).

Розвиток стратегії «гра на зниження» простежуємо у наступному комунікативному блоці цього ж автора: *Намагаючись «погасити» Україну, вони навпаки знову і знову «підсвітлюють» свою власну природу, яка раніше для багатьох лишалася у темряві. Раніше – у доінтернетну епоху, коли можна було вигадати реальність, описати її у книгах та фільмах, і будувати легітимність, спираючись на таку вигадану реальність.*

Але вигадки розпадаються, зникають на наших очах. Імперський міф перетворюється на анекдот, дійовими особами якого є: один бункерний дід, дебільний «туземний» вождь із обслуги діда, кілька карикатурних генералів, агресивні алкоголіки і брехливі пропагандисти (Олещук, 49).

У наведеному фрагменті прагматичний потенціал стратегії «гра на зниження» реалізується через тактики деперсоніфікованого звинувачення та знижувальної персоніфікації, спрямовані на деконструкцію політичних міфів супротивника. Об'єктивація цих тактик відбувається завдяки антонімічній метафоричній опозиції світла й темряви («погасити» – «підсвітлюють») та ряду експресивно-пейоративних номінацій («бункерний дід», «карикатурні генерали», «брехливі пропагандисти»). Подібний вербальний комплекс апелює до емоцій реципієнта, демонстративно вказує на його повну абсурдність і втрату значущості описуваного суб'єкта в очах суспільства. Автор вдається до персоніфікації, апелювання до емоцій читачів, він не просто констатує факт, інформує, а обирає вербальний комплекс, що створить однозначний образ. Подібні описи також вказують на повну абсурдність і втрату значущості перед очима інших людей.

Фіксуємо латентну деструкцію та політичний тролінг в ідіостилі політичних аналітиків: *Днями головний ідіот російської політики, який витратив багато часу та зусиль, аби здобути цей почесний титул у важкій боротьбі з Песковим та Rogozinim... Так, це він. Загальновідомий Дмитрій Медведєв, виступив з черговою порцією маячні.*

Момент перший. Вони ж не ведуть офіційно війну. У них офіційно — «спецоперація». Так, спецоперація зі сотиссячними контингентами військ,

ракетними ударами, танками, і тривалістю майже у рік. Але сумніватися у настільки демонстративному ідіотизмі у Росії не можна, бо можна одержати підозру та вирок у «дискредитації» росармії. Задавати питання, як саме визнання факту, що армія – воює, а отже виконує свої безпосередні функції, може дискредитувати цю армію – це все теж не можна. Не можна і все. Так от, «війни немає», то яку війну збирається програвати Медведєв? Явно не війну з алкоголізмом, яку він уже програв.

«Війни немає», то яку війну збирається програвати Медведєв?

Момент другий. Від часу, коли Росія (а тоді ще – СРСР) стала ядерною державою, вона, власне, офіційно воєн не вела. Були інші «спецоперації», різні «інтернаціональні допомоги» та тому подібне.

Відповідно, «не ведучи офіційно війни», СРСР та Росія спокійно та без особливих проблем їх програвали. Наприклад – війну в Афганістані, або першу війну у Чечні. Програвали, мовчки забиралися, і жодної ядерної війни усьому світу не влаштовували. До речі, нинішню війну вони теж завбачливо назвали «спецоперацією», аби знову не «програти війну».

Загалом, розпропаганда – це хитрий феномен. На Заході люблять розказувати, що вона «промиває мізки» громадянам РФ, але це не так. Для того, щоб щось «вимити» із мізків, треба спочатку це щось там знайти.

Головна функція розпропаганди – це не «промивання мізків», а створення легких для споживання готових смислів про офіційну державну політику. Призначені ці смисли для агресивних, шовіністичних ідіотів, які і складають найактивнішу частину російського суспільства.

Споживаючи ці смисли, агресивний шовіністичний ідіот завжди має теми для розмови з іншими агресивними шовіністичними ідіотами, одержує сенс існування і віру у власну велич. А більше, власне, йому нічого і не треба (Олещук, 47). Емоційно забарвлена лексика (головний ідіот, демонстративний ідіотизм, агресивний шовіністичний ідіот, «промивання мізків», розпропаганди тощо) є засобом апелювання до емоцій усіх реципієнтів, викликає негативне ставлення до описуваного об'єкта,

відтворюючи образ його абсурдності та надаючи негативну оцінку. Функція риторичних запитань – це вербальний хід, що передає іронію або ж дискредитує предмет повідомлюваного. Іронічні та саркастичні висловлення **війни немає, «спеціальна операція»** вказують на протиріччя, безглуздість офіційної позиції ворога, абсурдність концепції, якщо порівнювати з реальним станом речей.

Стратегія «гра на зниження» в експертному середовищі може бути спрямована не лише проти спільного зовнішнього ворога держави. Вона також активно залучається аналітиками з метою об'єктивної критики дій міжнародних партнерів чи внутрішніх інституцій задля фокусування уваги суспільства на нагальних проблемах: *По суті, Олаф Шольц пропонує (маю на увазі його пропозиції, про які пише «La Repubblica») варіант замороження війни. Мабуть, виходячи із того, що за умов крайніх позицій сторін можливо говорити про варіанти зменшення активності – і бажано не за рахунок країни, на яку здійснено напад, а за рахунок країни, яка цей напад здійснила* (Яхно, 81); *Володимир Зеленський заявив, що план перемоги готовий на 90% і що в його підготовці брали участь усі найкращі фахівці. Ну що ж, побажаємо йому з його найкращими фахівцями успіхів у підготовці й реалізації планів, які чомусь узнаємо вже після їх представлення за кордоном. А потім раптом виявляється, що плани треба ще й виконувати... А не пояснювати суспільству, що виконати неможливо, бо США підвели. Сподіваюся, це буде не той випадок...* (Чалий, 75). У наведеному фрагменті стратегія критики розгортається у другій частині висловлювання за допомогою морфологічних і синтаксичних засобів. Залучення займенникового прислівника **чому** містить у собі чітко закодовану прагматичну претензію та невдоволення експертного середовища рівнем комунікації влади із власним соціумом, на що додатково вказує композиційна фіксація фінального незакінченого речення (вживання трикрапки).

Аналогічний ефект незадоволення та обурення фіксуємо в дописах В. Чалого під час аналізу міжнародних подій: *Дебати у США. Люди, все*

найважливіше у світі зараз відбувається у нас. Коли ми почнемо аналізувати ситуацію, а не просто коментувати те, що бачимо на екранах? Шоу маст гоу он... (Чалий, 74). Тут наявне обурення, невдоволення, нерозуміння байдужості людей до внутрішніх державних проблем. Фінальний вираз (використана інтертекстуальність) вказує на те, що такий досвід не є першим.

Надання оцінки, зокрема негативної (реалізація аксіональності), певним ситуаціям також може бути виразником цієї стратегії: *Індія, Бразилія, Південна Африка також представлені. Відсутність представників Китаю в цій ситуації вже не виглядає розумним кроком* (Чалий, 76).

На основі суцільного аналізу емпіричного матеріалу виокремлено, упорядковано та систематизовано ключові прагматичні функції комунікативної стратегії «гра на зниження» в мовленні сучасних українських аналітиків:

1. Свідоме зниження рівня довіри суспільства до конкретної особи, часто такої, яка користувалась авторитетом у суспільстві. Підвищення уваги до недоліків або ж висвітлення негативних вчинків є інструментаріями для такої мети.
2. Зміна іміджу, або ж формування негативного іміджу.
3. Зміщення уваги реципієнтів, а саме з власних негативних учинків на дії іншої чи інших осіб.
4. Маніпулювання емоціями суспільства, що досягається використанням прихованої чи явної вербальної агресії, вираженням відвертого негативного ставлення за допомогою просторічних засобів, саркастичних висловів, іронії тощо.
5. Зміцнення власного іміджу через критику дій іншої людини.

2.2.4. Стратегія театральності

Стратегія театральності характеризується більш яскравим вербальним впливом, прихованим змістом, гіперболізацією тощо.

Така стратегія подібна до стратегії «гра на зниження», проте відрізняється інтенціями, передбаченими продуцентами у комунікативних ситуаціях. Усі тактики характеризуються надмірною емоційністю, бажанням привернути увагу, зробити мовлення більш ефективним та ефектним. Завдяки цій стратегії політексперти та технологи переважно впливають на аудиторію, формують образ суб'єкта чи об'єкта мовлення; вона допомагає мобілізувати людей, спонукає їх до певних дій чи думок.

Тож, по можливості, згадайте сьогодні Мазену та інших борців за Незалежну Україну. Слава Україні! (Таран, 59); *Але перемога буде за нами, бо за нами і правда і сила і воля! Слава Україні!* (Таран, 58). Патріотичні гасла вимагають від аудиторії прямої реакції-рефлексії, впливають на підсвідомість людей, підтримують, утверджують націєцентризм. Використання окличних речень надає емоційності й експресивності висловленням, відповідно – посилює прямий вплив на реципієнтів: *І коли такий шанс з'явився у серпні 1991-го вони його використали!!! Ви – герої!* (Таран, 58).

Фіксуємо наявність у мовленні експертів та технологів риторичних фігур, які будуть формувати думку реципієнтів про ту чи ту людину: *Так сталося, що Міжнародний економічний форум в Давосі починався Трампом, і завершувався Трампом. Відкриття Давоського Форуму збіглося в часі з інавгурацією Дональда Трампа на посаду Президента США. Онлайн-виступ Трампа на Форумі в Давосі став гучним фінальним акордом цього зібрання світових політичних і бізнесових лідерів. Інформаційно і політично Давос-2025 опинився в тіні 47-го Президента США* (Фесенко, 63). Лексичний повтор, своєрідне антонімічне обрамлення (*починався Трампом, і завершувався Трампом*) акцентує увагу на провідній ролі певної особи в цій події, створює відповідне враження, переконує у центральній постаті та важливості дій саме цієї людини; повтор підсилює акцент на повідомленні та «залучає» читача в описувані події. Наявність метонімії у поєднанні з метафорою (*онлайн-виступ Трампа на Форумі в Давосі став гучним*

фінальним акордом цього зібрання світових політичних і бізнесових лідерів. Інформаційно і політично Давос-2025 опинився в тіні 47-го Президента США) також зосереджує увагу на ключовій ролі Трампа, підкреслює саме його домінувальний вплив. Цікавою є риторична фігура, до якої вдався Володимир Фесенко, – контекстуальне підсилення інформації (*Інформаційно і політично Давос-2025 опинився в тіні 47-го Президента США*). Цей вислів ще раз підкреслює надмірний вплив Трампа та його роль у політичному просторі.

Метафоричні конструкції трапляються й у інших репрезентантів політдискурсу: *У той час, коли частину колишніх республік СРСР трясло у вихорі змін, Україна лишалася таким собі «островком спокою», «заповідником СРСР»* (Таран, 58); *У нашій новій реінкарнації нам лише 33 роки* (Таран, 58); *Тому не дивуюся, що багато експертів у різних галузях кажуть приблизно однаково: серце за Великий Луг/плавні, а розум – за греблю* (Молчанов, 45). Метафори, ідіоми, крилаті вислови у цих та подібних висловлюваннях додають дещо іронічного, експресивного, оцінного забарвлення.

Також можна виокремити стилістичні фігури, прийоми, що іноді перегукуються з мовленнєвою агресією, проте цей аспект потребує уточнення, адже пряма мовленнєва агресія трапляється порівняно рідше, оскільки йдеться про політичне красномовство, дипломатію, політкоректність, а це зазвичай передбачає уникання агресії. Проте можна стверджувати, що агресивне мовлення (пряме чи опосередковане) має місце насамперед у висловленнях про ворога Батьківщини: *Питання: куди браві російські солдати їхали втрюх човном? Явно не на диверсійне завдання, інакше не кинули б свого напризволяще, і зрештою, мали б протидронові засоби; тобто їхали у якійсь рутинній справі – когось/щось завезти, когось/щось забрати* (Молчанов, 46). Саркастичні висловлення виступають виразниками комунікативної агресії до конкретних осіб і нації у цілому. Агресивне мовлення через оказіональний словотвір демонструє неприязнь, негативне ставлення до подій чи осіб:

*Окремо про комунікацію. Бо, знаєте, нас інколи захоплює такий собі **зрадо-переможний стиль** (це коли така перемога, що аж зрада; і така зрада, що аж перемога) (Яхно, 80).*

*За ці чотири роки бюро встигло набрати негативу та у частини громадян асоціюється з таким явищем, як **«маскі-шоу»** на підприємствах для залякування бізнесу.*

Родичі судді обіймають посади у судових органах Львова. У декларації за 2023 рік у нього досить середні статки, як для голови суду: 37,5 сотки землі в селі Оброшине на Львівщині, автомобіль Skoda Superb 2021 року, 10 тис доларів готівки, 9,4 тис євро на рахунку в Приватбанку та 56 тис гривень в тому ж банку. А ще суддя мав кредит 108 тис гривень у «Кредобанку» і заробив 1,3 млн грн офіційного доходу. Хоча він точно не бідна людина, але подав запит на отримання матеріальної допомоги. І отримав у 2023 році 75,7 тис грн. Значно більші статки у його родини (20).

Тарас Загородній у своєму зверненні не використовує надто багато емоційно забарвленої лексики чи риторичних фігур; вони є, проте не є основною наскрізною лінією у висловлюванні, навпаки, метафора **«маскі-шоу»** тільки готує читача до майбутньої інформації. У наступних реченнях мовець використовує тактику інформування, перераховує матеріальне становище іншої людини, лише вказуючи, натякаючи на незаконні дії, проте прямо не називаючи їх.

Подібну інтенцію спостерігаємо у зверненні під заголовком: **«Про Трампа та інші "жахи" сучасності»**. А саме: **«Дата зустрічі Путіна та Трампа переноситься на період «приблизно ніколи»**. Перекладаючи з дипломатичної мови Рубіо, **«Американський президент Дональд Трамп зустрінеться з Володимиром Путіним лише тоді, коли вдасться завершити війну в Україні», оскільки Путін не збирається закінчувати війну»** (Загородній, 21). Словосполучення **«жахи» сучасності** виступає комплексом вербальних засобів, що навіює страх на читачів. Саркастичний вираз **переноситься на період «приблизно ніколи»** має на меті висміяти

відсутність конкретного плану заходів щодо зустрічі, реалізує певну безнадійність і низьку ймовірність тих чи тих дій. За допомогою прямого цитування автор підкреслює та підтверджує правоту власних поглядів і тверджень.

Вияв прихованої комунікативної агресії має місце і у використанні інших засобів, наприклад, риторичних питань та іронізації над реальністю: *Який сенс в тому, що не можна збивати літаками НАТО російські ракети над територією України? Це автоматично означатиме вступ у війну з Росією? Хто це сказав? Росіяни? Що такого сакрального у російських ракетах? Там же навіть пілотів немає. Чого збиття іранських ракет не призвело до війни НАТО з Іраном?*

Чого не можна бити скрізь по території РФ, яка сама себе ні в чому не обмежує? Коли ракети від них полетять у Європу, то теж будуть думати, можна їх збивати, чи не можна? А якщо міжконтинентальні балістичні ракети полетять через океан?

Питань дуже багато, а відповідей – менше (Олещук, 50); Координуватиме проєкт Міністерство економіки, а замовником робіт буде державне «Укргідроенерго». Звучить як стриманий оптимізм. Та що з реаліями? (Молчанов, 45). Словосполучення «стриманий оптимізм» додає сумніву, адже вказує на те, що бажане з реальністю не завжди збігається.

Цікавою є й інша тактика цієї стратегії, а саме додавання певної преамбули до власного коментаря: *Олександр Готліб Баумгартен, який народився 17 червня 1714 року, вперше запровадив термін «естетика» для означення теорії прекрасного. У зв'язку з цим і впродовж є два есе Умберто Еко – «Історія краси» та «Історія потворності». У цих есе розповідається про різноманітні форми потворного, порушення всіх канонів і навпаки – про стандарти краси в різні епохи/періоди, у різних проявах (квітів, чисел, каменів, людей) та її співвідношенні з різними якостями. Але я чомусь про це пишу. Війна багато що загострює, на фоні поганого підкреслює контрастом і гідних людей/вчинки/рішення. У війну кожне нове життя як*

світла мить на фоні смертей та жахів. Адже війна – це не лише про військову складову. Але й про цінності, норми, засади, на рівні якихдесь стався збій (Яхно, 77); **Є така робота Роберта Уїтмена під назвою «Ущільнення». Її прем'єра відбулася у нью-йоркському кінотеатрі «Синематика кінематографіста» ще у 1965 році.** Початкова ідея роботи полягала у створенні «плаского» простору, коли зображення людей проектувалися на них самих, плюс використовувалося специфічне освітлення, що надавало фігурам специфічних відображень. Виходило, що, наприклад, дві людини рухалися на екрані і одночасно перетинали сцену. Або коли зображення на плівці перетворювалися в живі за допомогою дзеркал. Тобто, попередньо зняті кадри на екрані відбувалися у минулому, але повторювалися на сцені у теперішньому часі у вигляді трансформованих дій, що були відзняті на плівці. У результаті простір і час стали головними елементами цього перформансу. **Як зараз, коли не лише простір із класичної геополітики, а й час (таймінг, онлайн/офлайн) і логістика мають не менше значення** (Яхно, 79). Такий прийом, по-перше, доповнює імідж політичного експерта, засвідчує його обізнаність, інтелектуальний рівень, ерудованість тощо. По-друге, проведення аналогії, покликання на авторитет, на відомих постатей, події дає змогу аудиторії порівняти ці два приклади, стати більш прихильними до думки самого автора, адже приклади, життєві ситуації тощо, наведені мовцем, для реципієнта є знайомими, вони довіряють автору повідомлення.

Хоча вербальна агресія є підставою вважати такий мовний засіб стратегії «гри на зниження», проте, на наш погляд, це не єдиний критерій такої класифікації, оскільки основною відмінною ознакою тут є емоційність та інтенції продуцентів. Нерідко ця стратегія може поєднуватись із стратегією «гра на підвищення», мовні засоби можуть бути спрямовані на приниження чи дискредитацію опонента, проте намір мовця інший, наприклад: **Стогони, шмарклі європейців про те, що «так з нами не можна», нас також не повинні цікавити. Нас повинні цікавити гроші на закупівлю американської зброї, оскільки у достатній кількості вона є тільки в них. У нас гинуть**

люди, а не в них. Сморід їхніх підштаників нас не повинен хвилювати.

*Вся ця гівняна лірика «ми європейці» і «ми повинні підтримувати європейців у їхньому протистоянні з США» нас не повинна цікавити. Любити треба тільки себе. Додатково можна «любити» лише тих, хто дає конкретний ресурс. Немає ресурсу — «любов пройшла, зав'яли помідори» (Загородній, 18). Провідною інтенцією у цьому прикладі є підтримка морального духу всієї країни, всього свого народу; мовець не стільки прагне принизити чи розкритикувати когось, хоча й послуговується зниженою, просторічною, лайливою лексикою, скільки намагається впевнено вказати людям на подальші дії, саме різким тоном викладу інформації ця мета буде досягнута значно швидше та дієвіше. Можна засвідчити, що форма комунікації одна, а зміст — інший, що підтверджує продуцент: *Під час першої каденції він теж багато компліментів говорив Путіну, що не заважало йому знищувати «Вагнер» у Сирії та зупиняти будівництво «Північного потоку», що викликало потоки гівна з боку європейців у стилі «так не можна». Прямо як зараз. І тоді Путін сидів на попі рівно й мовчав.**

Що нас повинно цікавити? Нас повинні цікавити графік ударів по території Росії, виробництво власної зброї та запитання до уряду: «Чому в українців сьогодні такий поганий настрій через те, що вчора був лише один наліт на Росію, а не два?» Це єдине, що робить нас суб'єктними і дозволяє керувати перемовинами у потрібному для нас руслі. Більше ракет, більше далекобійних дронів — і ніхто нічого без України вирішувати не буде. Немає сенсу. Тільки наростаючими ударами по Росії (які й так зростають) можна добитися навіть кордонів 1991 року (Загородній, 18).

Нанизування фактів, інформації, контекстуального порівняння теж може реалізовувати функції стратегії театральності, поєднуючи її зі стратегією «гра на підвищення». Часто політексперти та технологи розуміють настрій громадян, намагаючись стабілізувати ситуацію, вказати на шлях її розв'язання чи вказати на те, що ситуація не є катастрофічною, наприклад: *При Джо Байдені Білий дім не говорив про звільнення всіх українських територій*

військовим шляхом, не піднімав питання про виплату росією репарацій за завдані Україні збитки, партнери не розморожували заморожені російські активи, а також ніхто не обговорював створення трибуналу для притягнення путіна до відповідальності за воєнні злочини.

Всі ці позиції залишилися незмінними, коли Штати очолив Дональд Трамп. Трамп не декларує нічого суттєво відмінного від того, що робив Байден. У чому, власне кажучи, різниця? Вона не така суттєва, як може здаватися на перший погляд (Клочок, 24); На Заході та в Україні можна почути як дуже позитивні, так і дуже негативні оцінки візиту Володимира Зеленського до США. Давайте без «зрад» і «перемог» спробуємо оцінити поїздку української делегації до Штатів (Клочок, 23).

Основними функціями цієї стратегії вважаємо такі:

1. Створення емоційного зв'язку з аудиторією. Усі мовні засоби (повтори, гучні заяви, заклики, метафори тощо) викликають у реципієнтів різкі емоції: або супротив, або згоду з мовцем.
2. Підвищення уваги до події чи конкретної особистості.
3. Побудова іміджу певної особи або його мовленнєве руйнування.
4. Надмірна драматизація або ж контрастність, зіставлення подій та їх аналіз.

2.2.5. Стратегія самопрезентації

Політичні експерти та технологи часто вдаються до стратегії самопрезентації, що реалізується насамперед за допомогою тактики ототожнення. Вони активно використовують особові та означальні займенники, наприклад: *Це не предмет для дискусій, звинувачень чи виправдань – це чергова трагедія і черговий урок, окроплений українською кров'ю, який ми, кожний на своєму рівні, маємо засвоїти і не порушувати прописних правил!!!* (Антонюк, 3). Політолог вживає однорідні члени речення, лексичний повтор, що ускладнює синтаксичну конструкцію, надає емоційного забарвлення. Фразеологізм *окроплений кров'ю* надає висловлюванню

експресивності, образності, влучно характеризує описувану ситуацію в державі. Однорідні складені дієслівні присудки **маємо засвоїти і не порушувати** виконують функцію «нанизування» інформації та зростання емоційного напруження з кожним наступним компонентом.

Схожу манеру комунікації має інший представник українського політикуму – Володимир Цибулько. Він ніколи не приховує свого ставлення до описуваного, не вживає евфемізмів, аби пом'якшити висловлення. Навпаки, в його мовленні часто трапляються різкі, прямі, звинувачувальні репліки, окличні речення, вигуки тощо, наприклад: **Ну от що відієш! Зручно й гучно. Головне – подати дійство під «правильним» соусом. Наприклад, спробуйте скласти цілісну картину з такої «інформашки». Зауважу, найдостойніших конференціантів у даному дописі «випадково» не згадали** (Цибулько, 72). У цьому фрагменті привертає увагу насамперед синтаксичний рівень – окличне речення, неповне речення, які додають висловленню емоційності. Наявні лапки (такий прийом використовує і В. Портников, проте він оформлює в лапках здебільшого метафори) вказують на прихований зміст або іронію, що підкреслено також зниженою лексикою (**«інформашки»**).

До такого ж прийому вдаються й інші репрезентанти українського політикуму, як-от Володимир Фесенко, Михайло Басараб. Наприклад: *Втім, Путін і далі наполягатиме на речах, які неприйнятні для Зеленського – на перемовинах з «представниками» ОРДЛО та «особливому статусі Донбасу». Хоча це для команди Зеленського – «червоні лінії», за які, як вона вже зазначила, вона не може зайти* (Фесенко, 67); *Зважаючи на полеміку з «паспортизацією», українська сторона має вимагати від протилежної сторони відповіді на питання, яке громадянство мають «керівники» самопроголошених республік* (Мельник, 40); **«Вкид»** народного депутата від фракції **«ЄС»** Володимира Ар'єва про нібито звільнення Залужного – це була справжня провокація (Фесенко, 64); **«Тонкий»** натяк: *навіщо Україна нагадує про свої історичні землі в РФ* (Фесенко, 68).

На лексичному рівні також можна виокремити інвективну лексику,

просторічну, знижену, що свідчить про пряму мовленнєву агресію: *Уже п'ять років ми називаємо «тушками» депутатів, які, обравшись до парламенту, перебігають до своїх політичних опонентів (Басараб, 5); **Напади на журналістів, травля опозиціонерів, залякування, погрози, приховані камери, незаконна сліжка** (Цибулько, 71); Спочатку Бігус, потім Ніколов, потім Мазепа, потім... список журналістів, бізнесменів, політиків, які **бісять владу** буде наповнюватися, на жаль все швидше та інтенсивніше. **Бо влада втомилася удавати, що демократія для неї щось важить. Влада бачила демократію в одному місці.** Коли Кличко в інтерв'ю іноземцям сказав, що Україна скочується в авторитаризм, він мав рацію. На жаль (Цибулько, 71); напади на журналістів, **травля опозиціонерів, залякування, погрози, приховані камери, незаконна сліжка.** (...) За моєю інформацією, після інтерв'ю Кличка західним ЗМІ, його почали «**слухати**», а за деякими з членів його команди приставили нагляд (Цибулько, 71).*

Мовленнєва агресія може бути виражена за допомогою літоти, вживання пестливо-демінутивної лексики, наприклад: *Я вивів таку **маленьку** формулу. Вибори – це **маленька війна**, на них іноді **пострілюють** чи відбуваються підпали (Цибулько, 70).*

Реалізацію тактики солідаризації з адресатом фіксуємо в прикладі: *Українська перевага тут не лише в тому, що **ми щось створюємо. Наша перевага в тому, що ми створюємо, одразу випробовуємо, доводимо в бою і показуємо результат** (Петренко, 52).* Це демонструє вживання особового займенника «**ми**» та присвійного «**наша**» у поєднанні з однорідними дієслівними предикатами «**створюємо, випробовуємо, доводимо, показуємо**». Мовець змінює свою функцію як стороннього спостерігача, ідентифікуючи себе з оборонним проривом держави, що конструює привабливий публічний імідж патріотичного, прагматичного експерта.

Трапляється, що представники політикуму використовують лапки для передачі зневажливого, іронічного наслідування, кривляння (блазнювання), що сприймається як пряма або непряма вербальна агресія: *Це ще один*

промовистий кейс до розмови про «хороших русских» (Басараб, 4); Це ще раз говорить про те, що у Кремлі знають про небезпеку з Північного Кавказу та інших регіонів, населених «нєруськімі» (Басараб, 6).

Тож стратегія самопрезентації в мовленні політичних аналітиків слугує дієвим інструментом авторизації експертного тексту, оскільки за допомогою тактик ототожнення, іронічного цитування та свідомого використання експресивно маркованих лексем дає змогу мовцю сформулювати позицію емоційного зближення з аудиторією та водночас зафіксувати власний високий соціокультурний статус як незалежного спостерігача.

2.2.6. Інші стратегії

Поряд із домінуванням базових комунікативних стратегій, мовленнєва практика політичних експертів демонструє прагматичну гнучкість і інтеграцію різнопланових засобів комунікативного впливу. У мовленні політичних експертів і технологів фіксуємо залучення додаткових стратегій, що не є базовими для суто експертної діяльності, проте мовці використовують їх під впливом високої конфліктності політичного середовища та потреби в інтенсифікації впливу на реципієнта. Використання таких допоміжних стратегій і тактик зумовлене необхідністю виходу за межі стандартного інформування задля розв'язання складніших завдань: від прихованої корекції суспільного сприйняття до відкритої жорсткої дискредитації опонентів в інформаційному протистоянні. Серед таких важливих інструментів чітко виокремлюються стратегії маніпулювання та нападу. Лінгвістичний аналіз виступів політичних технологів свідчить, що прагматичний ефект сарказму та маніпулятивного гумору часто базується на протиставленні, антонімії лексичних одиниць та контрасті. На лексико-семантичному рівні основними маркерами деструктивного впливу стають гіпербола, вербальна й ситуативна іронія та парадокс, що дозволяє спотворити реальний стан речей і нав'язати аудиторії потрібну оцінку подій [Blupova, 2023]. Наведемо приклади таких стратегій і тактик, а також мовних засобів їх утілення.

Реалізація через тактику спрощення складних соціополітичних понять: *Це вигідно Трампу. Він хоче максимально нагнати ситуацію навколо росії та України, показувати, що війна «безсенса» і що наші території – всього лише «50 км, які можна віддати»* (Мокан, 44). Вживання кількісного метафоричного применшення *«всього лише «50 км»* щодо суверенних територій держави; оцінний прикметник *«безсенса»* штучно редукують масштабну екзистенційну війну до примітивної прикордонної суперечки. *«Проблема в тому, що Дональд Трамп продовжує жити в ілюзії, що путін злякається лише одних погроз передати Україні «Томагавки»»* (Городницький, 13). У цьому контексті тактика спрощення реалізується через поєднання абстрактного іменника *«ілюзія»* та обмежувальної частки *«лише»*, що розкриває спробу Трампа підмінити складні воєнно-стратегічні реалії ефектом порожніх політичних декларацій. Таке моделювання поведінки опонента унаочнює редукцію багатовекторного стримування ворога до рівня примітивного психологічного шантажу, який вже марковано як недієвий.

Тактика «навішування ярликів» і фабрикація фактів: *...переконати Європу, що перемогти росію неможливо, а отже – війна не має сенсу, вкладати гроші в Україну не потрібно, а опір не має логіки* (Городницький, 12). Градація заперечних предикатів (*«неможливо», «не має сенсу», «не потрібно», «не має логіки»*). Це латентний вербальний вплив, що змушує європейських реципієнтів діяти всупереч власним безпековим інтересам. *«Tomahawk – це медійна, красива мильна бульбашка... Насправді Tomahawk – це міфічна зброя»* (Городницький, 13). Об'єктивацію тактики реалізовано через експресивну метафору *«мильна бульбашка»*, оцінні засоби – епітети *«медійна», «красива», «міфічна»*. Це руйнує міф про абсолютну технічну перевагу ракет, повністю знецінюючи символічний капітал американського озброєння в очах адресата-спостерігача.

Тактика звинувачення: *«Погрози Трампа не ефективні – вони не працюють... Дональд Трамп повинен зрозуміти, що символічні кроки не справляють враження на путіна»* (Городницький, 13). Пряма вербальна

агресія реалізується через категоричні заперечні предикати *«не ефективні»*, *«не працюють»*, *«не справляють враження»* у поєднанні з модальним дієсловом належності *«повинен зрозуміти»*. Таке синтаксичне наголошення маркує інтелектуальну неспроможність американського лідера, переводячи його дії у площину неефективного політичного діалогу.

Тактика замовчування релевантної інформації: *І коли хтось у Європі чи США скептично говорить про українське виробництво, дуже часто йдеться не про техніку, а про гроші* (Петренко, 52). У дослідженому фрагменті тактику замовчування об'єктивовано через антитезу *«не про техніку, а про гроші»* у поєднанні з оцінним прислівником *«скептично»*. Мовець викриває маніпулятивну стратегію західних партнерів, які маскують суто фінансовий прагматизм під виглядом нібито технічних чи експертних сумнівів щодо якості українського озброєння.

І. Блинова на матеріалі чорно-гумористичного наративу в англійській прозі доводить, що асоціативне середовище тексту здатне формувати певну думку навколо ключових концептів. У мовленні політичних експертів помічаємо подібний лексичний прийом, що стає смисловим центром, що притягує інші асоційовані слова для розгортання певної комунікативної тактики (зокрема, іронічного знецінення чи звинувачення) [Blynova, 2023].

При цьому Трамп так жорстко тисне на Україну, бо у нього самого – величезні проблеми всередині країни. Трамп виглядає слабким. Він усе більше виглядає як балабол (Городницький, 12) – тактика звинувачення та образи. На рівні опису дій Трампа наявна стратегія нападу через метафору *жорстко тисне*. На рівні мовлення самого експерта (як елемент його «гри на підвищення» через повну дискредитацію об'єкта) застосовано тактику образи/дискредитації через вживання інвективи *«балабол»* та оцінного прикметника *«слабким»*.

В Офісі президента почали формувати систему, в якій Верховна Рада сприймається як підрозділ із легалізації рішень, а Кабінет Міністрів – як підрозділ із впровадження... (Мокан, 44). Тут тактика звинувачення

реалізується через метафори *«підрозділ із легалізації», «підрозділ із впровадження»*. Це експресивні мовленнєві дії проти суб'єкта владної комунікації, що межують із дискредитацією їхнього демократичного іміджу.

Найбільший виробник і продавець зброї у світі не може бути байдужим до того, що в Європі формується інший, дешевший, ефективний сегмент... Це означає конкуренцію. Жорстку, системну і дуже прагматичну (Петренко, 52). Об'єктивацію тактики реалізовано через градацію експресивних прикметників *«жорстку, системну і дуже прагматичну»* та літоту *«не може бути байдужим»*. Завдяки такому синтаксичному наголошенню експерт атакує міф про альтруїстичну допомогу США, звинувачуючи американські оборонні еліти у прихованій економічній протидії розвитку українського ВПК.

Тактика полемічного нападу, де мілітарна метафора виправдовує жорсткість засобів для демаскування супротивника, використана в таких епізодах: *Шкода, що довелося вживати важку вербальну артилерію, але вона була єдиним методом* (Мельник, 39); *Так, «хвіст» їздить за Артуром Палатним та його помічниками, які займаються волонтерською допомогою: передають на передок дрони-камікадзе, мавіки, РЕБи та інші корисні речі* (Цибулько, 70).

Інші стартегії, зокрема маніпулювання та нападу, не є визначальними чи продуктивними для експертного політичного дискурсу, просте їх наявність у мовленні свідчить про гнучку адаптацію політичних експертів, технологів до актуальних потреб сьогодення та мінливих умов інформаційного простору.

Висновки до розділу 2

Виконаний комплексний аналіз фактичного матеріалу – медіатекстів і виступів сучасних українських політичних експертів, оглядачів і технологів – дав змогу сформулювати такі узагальнення й висновки.

Сучасний політичний медіадискурс є динамічною вербальною репрезентацією комунікативного акту в публічному просторі соціуму,

віддзеркалюючи трансформаційні процеси, ідеологічні доктрини та ціннісні пріоритети громадськості. Синергетичне використання різнорівневих комунікативних засобів забезпечує ефективність прагматичного впливу, дозволяючи аналітикам цілеспрямовано формувати й корегувати оцінні образи політичних суб'єктів у свідомості громадян, мобілізувати громадську думку та фокусувати увагу на тій чи тій події.

Виявлено, що організація експертного тексту характеризується високим рівнем аксіологічності, гіперемоційності та яскраво вираженої бінарної поляризації смислів (активізація опозиції «Ми – Вони»). Важливими лексико-фразеологічними інструментами втілення домінантних стратегій (інформаційно-інтерпретаційної, «гри на підвищення», «гри на зниження», театральності, самопрезентації тощо) в українському політичному дискурсі є: концептуальна метафоризація, дисфемізація мовлення (під час опису дій ворога) та евфемізація (для маскуванню інформаційного дефіциту), фігури іронії та уїдливого сарказму, а також регулярне вживання стилістично зниженої, просторічної та інвективної лексики, що під впливом інтенцій мовця перетворюється на каталізатор вербального впливу. На графічно-орфографічному рівні зафіксовано специфічний сугестивний прийом порушення чинних норм орфографії – навмисної фіксації власних назв та аббревіатур супротивника з малої літери для експлікації тотальної суспільної зневаги.

З'ясовано, що особливе значення мають синтаксичні конструкції. Залучення складних багатокомпонентних речень із нанизуванням предикативних частин за градаційним принципом, ланцюжків риторичних запитань, парцельованих структур та окличних речень безпосередньо сприяє інтенсифікації психоемоційної напруги, емфатичному акцентуванню уваги реципієнтів на стрижневих державницьких ідеях, викриттю логічних протиріч у наративах опонентів, а також експлікації особистісного, небайдужого ставлення самого аналітика до подій у соціумі.

Лінгвістичний аналіз фактичного матеріалу дав змогу виявити наявність

певних деструктивних елементів у сучасній публічній комунікації, пов'язаних із надмірним зловживанням вербальною агресією, маніпулятивними прийомами. Установлено, що такі мовленнєві ходи мають амбівалентну функційну природу: з одного боку, вони спрямовані на тотальну дискредитацію, знецінення та руйнування соціокультурного статусу іншої особи (опонента чи ворога), а з іншого – за умови правильного тактичного розгортання в межах стратегій театральності чи самопрезентації, – вони здатні підвищувати публічний імідж самого експерта, формуючи його образ як безкомпромісного, патріотично вмотивованого «незалежного арбітра» та змінюючи настрої в суспільстві.

Повнотекстові результати лінгвістичного аналізу фактичного матеріалу, теоретичні узагальнення та висновки другого розділу дисертації висвітлено у двох одноосібних наукових публікаціях автора у фахових виданнях України [178; 180; 182].

РОЗДІЛ III. РОЛЬ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНИ

3.1. Структурно-функційні характеристики мовної особистості фахівців з політичної комунікації

Дослідження комунікативної поведінки допомагає визначити конкретні вербальні риси мовців, тип *мовної особистості*, у формуванні якої відіграють роль психологічні, антропологічні та соціальні чинники. Вивчаючи мовну особистість, варто звертати увагу на активність її мовленнєвих дій, реакцію на ці дії інших учасників комунікації, кількість усіх реплік, темп мовлення, частоту зміни тону, реакції на ті чи ті вербальні ходи.

Мовна особистість – це ключова категорія сучасної лінгвістики, що вивчає взаємодію комунікації та мислення. Досліджуючи феномен мовної особистості, необхідно звернути увагу на прагмалінгвістичні, лінгвістичні, соціокультурні аспекти. Термін «мовна особистість» зосереджує увагу на антропоцентричній парадигмі, людині як носії мови, свідомому продуценті. «Використовуючи мову, людина проявляє себе одночасно як особистість, що увібрала загальнонаціональні та загальнолюдські якості. Досліджуючи мову окремих індивідів, ми маємо змогу з'ясувати специфіку національної картини світу народу, мову якого вивчаємо...» [Застровська, 2011, с. 161].

Поняття «мовна особистість» є об'єктом дослідження не тільки лінгвістики, а й суміжних наук: психолінгвістики, соціолінгвістики, лінгводидактики. Досліджуючи це питання, необхідно враховувати не тільки слово, вербальні засоби, а й комунікативну ситуацію, комунікативні вчинки та інші складники комунікативного акту. «У сучасних мовознавчих студіюваннях лінгвоперсонологія є одним із активно опрацьовуваних напрямів, що мотивовано можливостями адекватно застосувати антропоцентричний (антропоцентричний) підхід у його корелятивності/некорелятивності системоцентричному. Антропологічний підхід уперше обґрунтовано у філософії, звідки перенесено основні його постулати й

принципи в лінгвістику, в межах якої він опрацьовуваний у концептуальному розумінні мови та її відношенні до людини. Останнє зумовило формування двох діад: 1) людина ↔ мова й 2) мова ↔ людина» [Загнітко 2017b, с. 12].

Термін «мовна особистість» містить сукупність характерних рис, що вирізняють цей термін з-поміж інших і дозволяють розглядати його як об'єкт дослідження різних рівнів. «Мовна особистість уміщує комплекс характеристик – 1) вербально-семантичний рівень (лексикон людини і знання граматики), 2) лінгвокогнітивний (віддзеркалення мовної картини світу) та 3) мотиваційний (прагматикон особистості, тобто систему мотивів, установок, що впливають на ідіостиль та ідіолект)» [Папіш, 2022, с. 309].

І саме діада мова ↔ людина є надважливою для студіювань, що зорієнтовані на дослідження мовної особистості, аналіз лексичного рівня, граматики, вивчення лінгвокультурного вияву особистості, що зумовлено активною дією мовних начал тощо. І все це стало підґрунтям для формування особливої сфери наукового пізнання – лінгвоперсонології [там само, с. 12].

На формування мовної особистості впливають як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники. Репрезентація мовної особистості завжди буде залежати від особливостей її формування. Серед об'єктивних можна виокремити такі чинники: розвиток мови, її стилістична диференціація, рівень забезпечення вербальних потреб мовців; мовна ситуація та шляхи реалізації мовної політики у тій чи тій державі; кількість сфер, що обслуговує мова спілкування; мовні традиції громадян.

Л. Вайсгербер писав, що кожна людина представлена тричі, а саме: як людина-вид; як представник певної лінгвоспільноти; як індивідуум. Термін «мовна особистість» він пов'язував з характеристиками мови, стверджуючи, що мова – це певна сила, що створює виникнення духовності; носій тієї чи тієї культури; носій історичного періоду [Weisgerber, 1964, с. 33].

До суб'єктивних чинників належать: свідомість мовної особистості (чи готовий мовець удосконалювати свої знання, уміння, навички; на якому рівні він володіє засобами спілкування; усвідомлення необхідності подальшого

розвитку цієї мови); рівень формування мовної та мовленнєвої компетентності; потреба у розвитку та систематичному вдосконаленні мови; дотримання всіх обов'язків мовця на законодавчому рівні; високий рівень мовної та мовленнєвої культури.

Тож мовна особистість – це носій мовної свідомості; людина, яка готова реалізовувати вербальні вчинки самостійно, а також готова сприймати комунікантів. «Мовна особистість – поєднання в особі мовця його мовної компетенції, прагнення до творчого самовираження, вільного, автоматичного здійснення різнобічної мовної діяльності. Мовна особистість свідомо ставиться до своєї мовної практики, несе в собі відбиток суспільно-соціального, територіального середовища, традицій виховання в національній культурі» [Єрмоленко та ін., 2001, с. 95].

Наприклад, Ф. Бацевич трактує цей термін так: «Мовна особистість – індивід, який володіє сукупністю здатностей і характеристик, які зумовлюють створення й сприйняття ним текстів, що вирізняються рівнем структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності» [Бацевич, 2009, с. 212].

Л. Мацько наголошує, що мовна особистість – це певний узагальнений образ носія саме мовної свідомості, мовних знань, умінь, навичок, національної мовної картини світу, вербальних здібностей і здатностей, образ мовної культури та смаку, образ мовних традицій і мовної моди [Мацько, 2006, с. 3].

Схожу дефініцію подає Л. Струганець: «Носій мови, який добре володіє системою лінгвістичних знань (знає поняття та відповідні правила), репродукує мовленнєву діяльність, має навички активної роботи зі словом, дбає про мову та сприяє її розвитку» [Струганець, 2000, с. 38].

С. Куранова визначає мовну особистість як «багаторівневу функціональну систему, що охоплює три таких рівні: володіння мовою (мовну компетенцію), володіння засобами здійснення мовленнєвої взаємодії (комунікативну компетенцію), знання світу (тезаурус)» [Куранова, 2012,

с. 144].

Крім терміна «мовна особистість», послуговуються поняттям «мовленнєвої особистості», адже мова та мовлення пов'язані між собою, де мова є знаковою системою, загальним, абстрактним, а мовлення – індивідуальним, конкретним, ситуативним. М. Вашуленко зауважує, що мовленнєва особистість характеризується не лише тим, що вона знає про мову, а тим, як вона може її використовувати [Вашуленко, 2001, с. 11].

Н. Голуб вживає термін «елітарний тип мовно-риторичної особистості», що охоплює компетентних, національно свідомих і самоактуалізованих у соборному суспільстві носіїв мови, «що володіють риторичними законами, стратегіями й тактиками спілкування, здатні вільно, без особливих зусиль і результативно використовувати в усіх сферах життя функційно-стильові можливості мови» [Голуб, 2008, с. 146].

У науковій праці «Мовна особистість у психолінгвістиці» С. Куранової [Куранова, 2012, с. 159–161] окреслено рівні мовної особистості, що відображені у будові дискурсу, наприклад:

1. Експонентний, або формальний, рівень. Цей рівень репрезентує мовну компетентність продуцента, охоплює і словотвірні, і синтаксичні структури, а також вивчає взаємозв'язок між елементами речення та самими реченнями, граматичні категорії та інше, що найчастіше корелюють з особистісними рисами. «Наприклад, при побудові дискурсу мовець обирає конструкції зі значенням динамічності або статичності, активності чи пасивності залежно від таких рис, як активність чи схильність до спостереження. Їх формальні маркери – дієслівні форми зі значенням категорії активності, дії процесу, переважання предикативних одиниць. Це пояснюється істотними відмінностями при вербалізації досвіду» [там само, с. 160]. Коли продуцент прагне констатувати факт, то переважно використовує аргументацію з метою підвищити рівень вірогідності стверджуваного, тож на цій підставі розрізняють мовні особливості, а саме:

– персуазивність (переконливість) – виявляється у той момент, коли за

наявності правдивого факту вдається до надлишкової чи просто додаткової аргументації, високого рівня стверджувальності у пропозиціях;

- голослівність – мовець завжди використовує високий рівень стверджувальності, що не передбачає високої та конкретної аргументації, тому що продуцент не має точних знань про суб'єкт комунікації. Така мовленнєва тенденція часто може траплятися в особистостях, які користуються авторитетом;

- хезитивність (певна нерішучість, наявність сумнівів) – такій особливості притаманне використання мовних маркерів, які мають значення імовірності, що свідчать про певну обмежену компетентність особи та невпевненість.

2. Субстанційний рівень визначає семантичні параметри теми. «Спосіб опису ситуацій різниться за ступенем деталізованості чи узагальненості, на підставі чого виокремлюють такі риси, як аналітичність чи синтетичність. Вони характеризують здатність комуніканта без додаткових стимулів з боку партнера по спілкуванню детально конкретизувати тему діалогу і представити її в узагальненому вигляді, що може призводити до порушення конwersаційного постулату про кількість інформації» [там само, с. 161]

3. Інтенційний рівень. Цей рівень охоплює систему вербальних дій, комунікативні схеми та стратегії, діалогічну модальність, відображає рівень мовленнєвої компетентності суб'єкта комунікації. «Схильність комунікантів здійснювати мовленнєві дії регулятивного класу жорсткої імперативності – наказів, рекомендацій, погроз, зауважень, а також спиратися на жорсткі комунікативні стратегії, часто пов'язана з порушенням постулатів принципу кооперації, свідчить про директивність як особливість мовленнєвої поведінки» [там само, с. 161]. Далі науковиця додає, що цей рівень містить аспект становлення, що охоплює різноманітні модальності діалогу, наприклад: екзистенційний (ставлення мовця до теми), інтеракційний (ставлення до комуніканта), егоцентричний (ставлення до самого себе). Модальність є

важливим компонентом у будь-якому комунікативному акті. За О. Доценко, модальність – це: «спосіб «оживлення» речення: з одного боку, відбита в ньому реальність, мрії, бажання мовця, а з іншого – його ставлення до того, про що йдеться у повідомленні» [Доценко та ін., 2023, с. 276].

Характер будь-якої комунікації буде залежати від вибору всіма учасниками мовленнєвого акту типу вербальної поведінки. Л. Білоконенко наголошує, щоб спланувати свої мовленнєві дії, мовцеві важливо зацентрувати увагу на інформації про людину, з якою він буде взаємодіяти. Тобто ще до комунікативного акту його учасники потребують інформації одне про одного, про комунікативні цілі, комунікативні ролі, рівень знань про ситуацію, когнітивні установки співрозмовника. Це означає, що неабияка роль для результату комунікації належить знанням індивідів про соціальні і психологічні характеристики один одного, зокрема, культурно-ціннісні орієнтації, традиції, морально-етичні обмеження, мовні смаки, манеру поведінки, етнопсихологічні настанови, темперамент тощо. Такі відомості зумовлюють структуру комунікації [Білоконенко, 2015, с. 58].

Крім цього, залежно від обізнаності та орієнтованості продуцента на реципієнта розрізняють такі особистісні характеристики ведення діалогу [Куранова, 2012, с. 161 – 162]:

1. Конфліктність – це ставлення до комунікації, що виявляється у несприйнятті теми або тільки частковому прийнятті теми через інтенційні способи реагування на дії комуніканта, зокрема: на констатацію факту особа може почути негативну оцінку, або ж на прохання – відмову. Комунікант з таким наміром ведення діалогу може перебивати іншого, ігнорувати, можна спостерігати зміщення акценту з предмета спілкування на особистісне ставлення. «Як мовна риса вона може бути пов'язана з егоцентричною модальністю, оскільки орієнтація на іншого залежить від ставлення до себе, свого его. На цьому ставленні ґрунтуються такі риси, як децентрованість – здатність стати на позицію партнера та адекватно оцінювати себе і центрованість – домінування власної самооцінки, що проявляється в невмінні

слухати інших, зловживанні правом мовця, надмірному використанні особових займенників, посиленнях на власний досвід, тобто наголошуванні власної значущості» [там само, с. 161–162]. Вживання неозначених займенників при власних назвах часто є засобом вираження суб'єктивно-прагматичного значення неозначеності. Такі словосполучення можуть набувати пейоративного значення [Дудко, 2011, с. 43; 75].

2. Кооперативність є протилежним типом поведінки. Вона характеризується наявністю позитивних сигналів темпу діалогу. Мовець намагається використовувати репліки, що підтримують контакт, на прохання комунікант завжди відповідає згодою, констатація факту завжди супроводжується позитивною оцінкою. «У веденні діалогу вона може супроводжуватися децентрованістю, оскільки збільшення кооперативності веде до зменшення егоцентричної модальності» [Куранова, 2012, с. 162].

Цікавим є порівняння поняття «мовна особистість» і «мовний портрет». Якщо термін «мовна особистість» звертає увагу саме на носія мови, на комуніканта, то поняття «мовний портрет» – це загальна категорія, що є складником мовленнєвої особистості, завжди відтворювана завдяки вербальним засобам у поєднанні з іншими характерними ознаками особи (культурологічною, психологічною, соціальною, віковою тощо), і саме мовленнєвий портрет доповнює мовний [Ницполь, 2018, с. 42].

Мовний портрет особистості став предметом дослідження у галузі лінгвоперсонології.

Наприклад, А. Загнітко у лінгвоперсонології виокремлює два принципи, а саме: принцип системності і принцип контрастивності. «На першому ґрунтовано цілісність опису лінгвоперсони, для чого опрацьовувано модель опису з послідовним аналізом сукупності чинників і параметрів, мотиваторів та індексаторів мовної реалізації особистості. Значущим постає також диференціювання вербальної та невербальної величин мовної особистості. Другий принцип забезпечує адекватний аналіз лінгвоперсони на основі зіставлення, що забезпечує належне коментування тих чи тих особливостей

мовної поведінки особистості, її вияви в різні періоди життя та у відповідних соціумних середовищах, реалізацію комунікантом моно-, бі- чи полігвальних інтенцій» [Загнітко, 2017а, с. 77].

У межах лінгвоперсонології диференціюють загальну лінгвоперсонологію, лінгвокультурну та лінгвокогнітивну, соціумну, лінгвоперсонологію самореалізації та самоствердження [там само, с. 78].

Зокрема, соціумна лінгвоперсонологія зосереджує свою увагу на вивченні впливу суспільства на мовну особистість, а також встановленні соціумних стратів у вербальному просторі особистості. Як зауважує А. Загнітко, «соціумний страт завжди є регулярним, здебільшого він відбиває усталені моделі соціумної оцінки, кваліфікації, класифікації і т. ін. тих чи тих подій, фактів, явищ, осіб, поведінкових моделей» [там само, с. 78].

Лінгвоперсонологія самореалізації та самовияву вирізняється вивченням часових, просторових, культурно-естетичних та інших чинників. Такі чинники впливають на реалізацію та репрезентацію мовної особистості того чи того дискурсу. «Лінгвоперсону можна розкрити через аналіз її мовного маскування (модус *persona*), розгляд її внутрішньої сутності (студіювання дискурсивних практик – модус *per se*), вивчення лінгводуховного стану, ціннісних орієнтувань (модус *perzon*), простеження єдності світів і реалізації мовної особистості в інших (модус персонального)» [там само, с. 78].

А. Загнітко [Загнітко, 2017b, с. 13] описує так мовну особистість за відповідною дискурсивною практикою: «1) одно- / поліплановість смислів; 2) передбачуваність / непередбачуваність (відкритість) реакцій; 3) доцільність / недоцільність спілкування; 4) кооперативність / конфліктність спілкування; 5) пріоритет змісту / форми спілкування; 6) розгорнутість / стислість спілкування; 7) нормативність / ненормативність спілкування; 8) конкретність / абстрагованість спілкування; 9) одно- / багатотематичність спілкування; 10) серйозність / несерйозність (іронія, жарт, сарказм та інше) спілкування; 11) відкритість / закритість спілкування».

Мовна особистість усе ж не є вродженою, вона формується й

розвивається в процесі навчання, виховання, спілкування, тобто в різних видах діяльності [Богущ та ін., 2008, с. 42–43]. Про конкретну мовну особистість можна говорити тільки у випадку реалізації її вербальних здібностей у конкретному професійному дискурсі [Дроздова, 2010, с. 84]. Мовна особистість є різновидом повноцінного представлення особистості, що містить у собі і психічний, і соціальний, і етичний, і інші компоненти, але заломлені через її мову, її дискурс [Петлюченко, 2009, с. 87].

Вербальна особистість (як синонім до мовна особистість) наділена певними характеристиками, серед яких можна виокремити: самосвідомість, відповідальність, дієвість, самодостатність, естетичність, творчість [Голуб, 2008, с. 146]; соціальна спрямованість, адаптивно-аккумулятивна здібність, мовна відкритість і доступність, соціально-культурна пізнавальна мотивація; мисленнєва індивідуалізація світу як особистісно-мовна стимуляція пізнання та формування стилю мислення, що відповідає особливостям духовного світу мовної особистості; культурно-репрезентативна якісна визначеність; естетико-мовний профіль особистості [Боринштейн, 2004].

Мовна особистість і мовний портрет залежатимуть від свідомих і підсвідомих дій мовця, адже низка чинників виступає каталізатором у комунікативному акті. Мовець завжди планує свої вербальні дії відповідно до локальних, темпоральних показників і здатний прогнозувати вербальні дії іншого мовця [Білоконенко, 2015, с. 59]. Далі науковиця додає: «Соціокультурний контекст підтримується комунікативними правилами й нормами певної лінгвокультурної спільноти. Правила й норми – це «регуляторний зразок», що і контролює взаємодію мовців, і обмежує їхню мовну свободу. Мовленнєві дії коригуються і національно-ментальними уявленнями суб'єктів про комунікативні ситуації. Такі знання індивідів уможливають організацію адекватних комунікативних завдань. Проте було б помилкою думати, що це правило є універсальним і спрацьовує неухильно. Виникнення, активізація та завершення конфлікту визначається тим, наскільки суб'єкти співвідносять його сутність із соціальними

умовами» [Білоконенко, 2015, с. 59].

У процесі формування свідомої мовної особистості значну роль відіграють культурні коди, що організовують символічний вербальний простір. Можлива конфігурація символічних культурних кодів як мінливих полюсів з вибором мовних засобів, що є важливим або ж менш важливим для національної самоідентифікації [Binbin et al., 2022, с. 186].

А. Загнітко стверджує, що мовна особистість проходить два основні етапи лінгвоіндивідуаційних виявів [Загнітко, 2017а, с. 77]:

- зовнішньоперсонологічний. Цей етап передбачає спонтанно формований потенціал вербальних здібностей як самостановлення індивідуальності через зміцнення «Я», а також виокремлення власної основної функції та домінувальної настанови, розвиток своєрідної «маски», через яку активізується сам мовець і пристосовується до вимог суспільства;
- внутрішньоперсонологічний. На другому етапі найактивнішою постає «посвята у внутрішню дійсність», функційно навантаженим є поглиблене самопізнання і водночас пізнання людської природи.

Спираючись на вищезазначені та інші дефініції поняття «мовна особистість», витлумачуємо його як індивідуум, мовлення якого характеризується сукупністю як вербальних засобів, риторичних фігур і прийомів, так і низкою екстралінгвістичних ознак, що конкретизують і репрезентують мовний портрет особистості у тому чи тому виді дискурсу.

Перебіг комунікативного акту залежить від низки чинників, зокрема і від поведінки мовної особистості. Комунікант має дотримуватися усіх правил, принципів кодексу комунікації, аби реалізувати комунікативну мету та втілити всі інтенції.

3.2. Комунікативні маркери української експертної політичної еліти

Важливим складником лінгвоперсонологічного портрета лідерів думок є комунікативні маркери, у ролі яких виступають репрезентативні слова-ключі

(лексичні домінанти), що прагматично підсилюють концептуальні ідеї продуцентів тексту й виводять актуальні теми на перший план.

У будь-якому дискурсі, зокрема політичному, комунікативні маркери незмінно репрезентують тригерні соціополітичні теми, релевантні для всього суспільства: національно-державницькі, воєнно-політичні, фінансово-економічні, соціокультурні та інші. Зазначений вербальний комплекс спрямований на регуляцію та коригування громадської думки, консолідацію національної ідентичності, стимулювання лінгвальних засобів боротьби з ворогом, а також на емпатичне акцентування уваги реципієнтів на вагомих суспільних подіях.

Необхідно усвідомлювати, що експертне середовище та ширший політикум охоплюють не лише офіційних політичних діячів, а й значне коло осіб, які активно висловлюють власні аналітичні погляди в медіа, проте не обіймають адміністративних посад у владній вертикалі країни й нерідко мають інший фаховий профіль (журналісти, публіцисти, медіаексперти, військові оглядачі й критики).

З огляду на це постає необхідність розмежувати й дефініційно закріпити названі поняття:

Політик – особа, що професійно займається політичною діяльністю, обіймає чи прагне до певної громадської посади [Казимирова та ін., 2024, с. 308].

Політолог – фахівець із вивчення політичних відносин та політичної системи суспільства, питань внутрішньої і зовнішньої політики тощо з діагностики, прогнозування політичних процесів та керування ними [там само, с. 315].

Політтехнолог (політичний технолог) – фахівець з організації політичних технологій. Політтехнолог повинен оцінювати інтереси реальних політичних сил і думати, як досягти бажаного результату. Серед політтехнологів можна виділити політтехнологів-політиків, які цікавляться переважно створенням власного іміджу; «ретрансляторів», що, витлумачуючи

свої та чужі думки, популярно пояснюють населенню, що саме відбувається, та власне аналітиків, зацікавлених у відпрацюванні реальних схем і технологій, що дають конкретні результати[там само, с. 315].

Експерт – фахівець у будь-якій галузі, що проводить експертизу та здатний на підставі своїх знань і досвіду надавати кваліфіковану консультацію [там само, с. 129].

Як засвідчує аналіз номінацій, зазначені терміни фіксують діяльність різних суб'єктів. Проте в межах медіапростору поняття «політичний експерт», «аналітик» і «технолог» суттєво перетинаються, часто поєднуючись в одній мовній особистості. На прагматичному рівні між політиками та незалежними аналітиками фіксуємо інтенційну опозицію: якщо перший суб'єкт орієнтований на публічну репрезентацію інтересів, то другий – на прагматично відсторонене, раціональне окреслення та інтерпретацію подій.

Новітній український політичний медіадискурс вирізняється високим рівнем динамічності, адаптивності та сугестивного тиску на свідомість аудиторії. Його структура та змістове наповнення цілковито залежать від соціополітичного контексту подій, а ключове значення в процесах текстотворення мають вербальні маркери та риторичні навички мовців. Серед провідних комунікативних маркерів експертного мовлення нами виокремлено такі:

- регулярне вживання тематичних слів-ключів та ідеологем, що легітимізують та підсилюють державницькі принципи й суспільні ідеали;
- активне залучення експресивів та емотивно маркованих лексичних одиниць, які безпосередньо впливають на чуттєву сферу реципієнтів і слугують інструментом латентного маніпулювання;
- використання прийомів опосередкованого мовленнєвого впливу (концептуальна підміна понять, узагальнення, прагматична дисфемізація, евфемізація та введення інвективної лексики) для конструювання потрібної моделі реальності;

– залучення популістських висловлювань – клішованих виразів, орієнтованих на здобуття швидкої підтримки з боку широких мас, що часто позбавлені конкретного фактологічного наповнення.

Лінгвістичний простір сучасного політичного дискурсу України має ґрунтовну репрезентацію в науці, проте прагматичні параметри мовлення аналітиків як специфічних посередників потребують подальшого вивчення. Успішне розгортання цього дискурсу неможливе без вдало дібраного тактико-стратегічного комплексу, оскільки політична комунікація здійснюється у вимірі, де адресант і реципієнти наділені чіткими статусними ролями відповідно до їхнього локусу в політикумі. Специфіка українського медіаполя завжди детермінується мовними традиціями суспільства, етнокультурними кодами та історичними передумовами. Унаслідок тривалої соціокультурної еволюції (об'єднання індивідів, формування коаліцій, спільна діяльність) вибудовується унікальний національний дискурсивний простір.

Своєрідність і специфіка політичного дискурсу завжди залежала від низки чинників, серед яких потрібно виокремити такі: мовні традиції суспільства, культурні коди, історичні передумови. Мовний інстинкт сформувався внаслідок комунікації людей. Ведення політичної комунікації відбувається завдяки використанню конкретних мовних засобів, слів-ключів, що акцентують на собі увагу у комунікативному акті. Отже, унаслідок соціалізації, що передбачало створення коаліцій, спільної комунікації, об'єднання тощо, формується дискурсивний простір [Chilton et al., 2002, с. 3].

Початок ХХ століття вирізняється формуванням в Україні нових джерел інформації, активним розвитком українського радіо та телебачення, розмаїттям газет і журналів. Найактивніший вплив, безумовно, дав інтернет-простір, що уможливило розширення можливостей політичного дискурсу України. Інтернет-простір постає перед реципієнтами як унікальна площа реалізації дискурсу, особливо політичного [Dudko et al., 2024b].

Новий етап розвитку комунікації в Україні пов'язаний із розширенням каналів інформації (функціонування блогів, телебачення, преси), де

найпотужнішим каталізатором змін став цифровий інтернет-простір. Він надав реципієнтам унікальну, інтерактивну та полікодову площину для реалізації та трансформації політичного дискурсу. Основними ознаками такої комунікації є висока жанрова варіативність, стрімка неологізація, активізація елементів вербальної агресії та підвищена експресивність висловлювань.

На основі аналізу фактичного матеріалу виокремлено такі домінуючі комунікативні маркери в ідіостилях українських політичних експертів і технологів: кооперативні та патріотичні маркери: лексеми та гасла, орієнтовані на піднесення національно-патріотичного духу, консолідацію суспільства навколо державотвірних цінностей і захисту суверенітету країни; деструктивні та антагоністичні маркери: вербальні засоби (пейоративи, дисфемізми), спрямовані на лінгвістичне приниження геополітичного ворога та дискредитацію суб'єктів, які дестабілізують ситуацію в країні, цей крок також виконує консолідувальну функцію; інформативно-аналітичні маркери: мовні одиниці нейтрального реєстру, покликані об'єктивно проінформувати аудиторію про державні нововведення, реформи чи міжнародні події, на тлі яких експерти здатні розгортати власні оцінні судження; маркери довіри та персуазивності: вербальні ходи й вставні конструкції епістемічної модальності, покликані переконати реципієнтів у верифікованості аналітичного коментаря; вербальний комплекс національної самоідентифікації: системне залучення етнокультурних символів, концептів соборності та унікальності історичного шляху етносу.

Своєрідною ознакою політичного дискурсу України є особливий вербальний арсенал. Мовлення експертного політикуму насичене лексичним різноманіттям: як запозиченою, так і власне українською лексикою, наявністю термінів, власних назв на позначення державних посад, установ, організацій тощо: *Національний банк України, валютні обмеження, дивіденди, Меморандум з Міжнародним валютним фондом (МВФ); умови реструктуризації* (Магда, 35); *Міжнародний кримінальний суд, дієвий механізм примусового виконання договору, Римський статут* (Загородній,

22). Такі лексеми не додають семантичного значення висловлюванню, проте уточнюють інформацію, доповнюють фактаж, інформують щодо важливих подій і їхніх учасників. Але політична термінологія не переважає у висловлюваннях чи текстах адресанта, адже це ускладнює сприймання, зменшує кількість реципієнтів.

Лексичні засоби, використані політекспертами та технологами, відтворюють актуальні, злободенні питання, впливають на реципієнтів, формують або змінюють уявлення про реальність, сприяють або заважають кооперації реципієнтів з політикумом. Мовці завжди створюють будь-яке повідомлення, спираючись на власне сприйняття, думку та знання. Повідомлення може бути закодоване та репрезентоване в іншому контексті, з додатковим сенсом, що дає змогу реципієнтам проаналізувати та зробити власні висновки. Коли йдеться про прихований зміст повідомлення, то стає очевидним, що продуценти або намагаються впливати, або маніпулювати, або вдаються до безпосередньої чи опосередкованої мовленнєвої агресії.

Прикладом вживання лексичних засобів, що впливають на формування суспільної думки, можуть слугувати блоги політичних експертів і технологів, наприклад: Тараса Загороднього, Віталія Кулика, Олега Лісного, Костянтина Матвієнка та інших.

Однією з особливостей української політичної риторики є вживання негативно забарвленої лексики, наприклад: *Дональд Трамп налаштований на **злам глобальної світової безпеки** або щонайменше на її коригування* (Кулик, 29); *Крім того, путін **руйнує механізми контролю** за виконанням санкційних обмежень, запроваджених проти КНДР* (Кулик, 25); *Молдова – ще одна країна, де росія докладає максимальні зусилля, щоби змінити владу та **дестабілізувати** ситуацію* (Кулик, 30); ***Бездіяльність** Міжнародного суду щодо візиту путіна до Монголії та **неспроможність** притягнути до відповідальності Ігоря Гірка та інших російських воєнних злочинців за збиття МН17 свідчать про те, що членство в МКС не приносить Україні **ніякої користі*** (Загородній, 22); *Тож вони починають думати, що можливо*

перезавантажити відносини з росією, проігнорували суб'єктність України (Загородній, 17). Необхідно зазначити, що в усіх прикладах продуценти вживають лексеми, що вже мають негативне значення, у контексті це значення підсилюється, уточнюється, виконуючи функції залякування, навіювання страху, певного застереження.

Часто політексперти та технологи поєднують негативно забарвлену лексику з прийомами іронії, надаючи повідомленням додаткових змістових відтінків повідомленням та наголошуючи на власній позиції. Роль іронії докладно описано в монографії О. Калита, де зазначено: «Особливістю вираження іронічного смислу є наявність двох смислових планів – буквального і прихованого, а кодування та декодування іронічної інформації, внутрішнього смислу іронії здійснюється через контекст, який дозволяє правильно зрозуміти вихідну ціннісну орієнтацію суб'єкта іронії» [Калита, 2013, с. 60]. Іронічні, подекуди сатиричні й навіть саркастичні нотки вбачаємо в мовленні Тараса Загороднього та Віталія Кулика: *Небезпека для України полягає в тому, що Трамп може почати реалізовувати будь-які божевільні ідеї* (Кулик, 29); *Як ми знаємо, Захід фактично вибачив росії вторгнення в Грузію у 2008 році, а Барак Обама після анексії грузинських територій їв гамбургери з дмитром медведєвим; Захід хоче нової перестройки, пожертвувавши інтересами України* (Загородній, 17). Такі прийоми створюють додатковий образ, критикують та висміюють зображуване, на що вказує пряма негативна оцінка (*божевільні ідеї*) і свідоме девіація ворога (з *дмитром медведєвим*).

Вживання інвективної, зниженої, просторічної лексики або лексики з відповідною семантикою (заперечення, заборони, нівелювання, негативної оцінки тощо) здатне знецінювати, дискредитувати, здійснювати маніпулятивний вплив. Іноді політичні експерти та технологи за допомогою стратегії дискредитації намагаються застерегти від небажаних або шкідливих дій, думок, вчинків тощо: *Кім Чен Ин намагається втягати путіну все своє неліквідне озброєння і політичну лояльність в обмін на військові технології та*

послаблення санкцій (Кулик, 25); *Не можна обмінювати **ефемерні папірці** на безпеку держави. Нам потрібно дбати про безпеку країни і своїх військових, а не ставити на перше місце міжнародні правила, які **ігноруються** іншими країнами* (Загородній, 22).

Варта уваги репрезентація метафоричних засобів, адже в політичному дискурсі цей засіб спрямований не тільки на увиразнення подій, а й є інструментарієм формування переконань, уявлень суспільства щодо важливих питань: *У такому випадку Молдова **випаде з логістичного ланцюга поставок озброєння в Україну. Ми отримаємо на кордоні ще одну Угорщину*** (Кулик, 30); *Думаю, політики, які поширюють заяви про необхідність виборів, не усвідомлюють, що їхні **політичні ігри** можуть призвести до того, що вони будуть перед розстрільною ямою просити вибачення один в одного* (Лісний, 33); *Тому доведеться нарощувати опір, зокрема далекобоям по цілях в глибині РФ, посиленням санкцій та інших форм тиску на агресора, **а не городити геополітичні города**, де розводяться про Росію як важіль Заходу у стримуванні Китаю і т.д., що Захід веде перемовини з Росією на умовах здачі частини України...* (Матвієнко, 37).

Політичні експерти і технологи можуть також прямо виражати своє ставлення, використовуючи емоційно забарвлену лексику, експресиви, ідіоматичні висловлення. Особливістю таких повідомлень є те, що частіше трапляється негативна, ніж позитивна оцінка ситуації, тому інтеції дискредитації є провідними: *Деякі політичні сили, **на жаль**, дуже хочуть заробити політичні бали на проблемі легітимності Зеленського, не задумуючись над можливими наслідками* (Лісний, 33); ***Я шокований**, коли чую «Трамп прийде і закінчить війну» або «Гарріс стане президентом і ми переможемо»*; ***Інфантилізм став поширеним явищем. Емоції взяли гору над прагматикою.** Складається враження, що світ зійшов з розуму і ніде немає запиту на серйозні розмови* (Кучухідзе, 31).

Ще однією характерною ознакою політичного дискурсу України є наявність біографічних чи автобіографічних відомостей його представників.

Основне завдання такого прийому – це наближення адресата з адресантом із метою здобуття довіри.

За структурою мовленнєвих жанрів виокремлюють біографію-конспект і біографію-розповідь. Біографія-конспект вирізняється тим, що налічує переважно фактичну й цифрову інформацію про мовця, а біографія-розповідь є більш емоційною, експресивною, містить певні коментарі та пояснення, намагається розкрити особистість політика [Кондратенко, 2017, с. 20].

Політичні експерти та технологи демонструють власне ставлення до подій: *Імовірно, буде ще «другий раунд» протистояння* (Кулик, 28). Вставне слово *імовірно* акцентує на власній позиції автора, його ставленні до повідомлюваного; інші компоненти (наприклад, графічно оформлене словосполучення у лапках) можна кваліфікувати як експресиви.

Метафоричні конструкції увиразнюють загальну семантику прогнозування подій: *І навіть якщо його спробують усунути, ця битва ще далеко не завершена* (Кулик, 28); *Війна – це іспит для всіх українців на право існувати, на спроможність відстояти свою свободу і незалежність. І попри горе, смерті і руйнування, яке несе ця війна – це ще і шанс. Шанс зробити те що у мирній час здавалося робити не на часі, неможливо, небезпечно. Серед таких справ, нарешті, прийшов час стягнення активів країни агресора в українську власність* (Гайдай, 9). Метафори підкреслюють певні аспекти політичної дискурсивної практики та приховують інші. Також метафори допомагають громадськості зрозуміти політичні питання, виражати ставлення до політичної діяльності [Chilton et al., 2002, с. 22].

У жанровому аспекті мовлення політичних експертів і технологів переважають інформаційні (повідомлення, заява, інтерв'ю) [Кондратенко, 2017, с. 19–21].

Повідомлення фіксує реальні факти. Такий жанр здебільшого представлений у медіа: *Планувалося забрати у ГУР контроль над військовими аташе, які відповідають за військові питання в дипломатичних місіях. Це суттєво знизило б міжнародний вплив воєнної розвідки* (Кулик, 28).

Заява є схожою до повідомлення, проте не є тотожною. Вона фіксує актуальну інформацію, проте яскраво відтворює особистісне ставлення мовця (схвалення, несхвалення, висміювання, іронія). Це висвітлення офіційної позиції щодо певного питання, офіційна реакція на ту чи ту подію, аби щось спростувати чи пояснити. У заяві мовець завжди апелює не до однієї особи, а до громадськості, інформуючи її про щось: *Тому дуже цікаво спостерігати за різними вибриками у цьому напрямі. Днями я побував у Львові, і там мені розповіли про цікаві речі* (Магда, 36).

Інтерв'ю характеризується діалогічним характером, де один із комунікантів – представник політичної галузі. З одного боку, мовець намагається передати максимально об'єктивну інформацію, а з іншого – не нехтує можливістю подати інформацію максимально вигідно для себе. Саме в таких текстах часто можна простежити прямий мовленнєвий вплив. Але варто зауважити, що така тенденція притаманна не тільки інтерв'ю, а й блогам, публічним виступам: *Наткнувся на захопливу історію, яка доводить, що реформа Генеральної прокуратури, в яку вклали стільки зусиль, коштів та часу наші міжнародні партнери, нагадує давню приказку про гору і мишу. Але, як бачимо, народжена миша зберегла усім відомі рефлекси, які країні добре відомі ще зі спадщини Потебенька та Пшонки* (Кулик, 26). Мовець справді намагається передати об'єктивну картину ситуації, проте додаючи до неї власну оцінку, що має саркастичний характер завдяки зверненню до відомих фактів: значення приказки й апелювання до постатей, які мають не найкращу репутацію у державі – це додає прихованого змісту.

Агітаційні мовленнєві жанри здебільшого є характерними для українських політичних діячів і використовуються під час виборчих кампаній. Мета звернення до них – завоювати довіру народу, переконати. Цей жанр вирізняється словами-ключами, аргументацією тощо. Безумовно, у такому жанрі політики використовують спонукальні конструкції, аргументують свої тези тощо. Проте в мовленні політекспертів і технологів усе ж можна виокремити агітування до дій, але таке агітування буде непрямим і менш

емоційним: ***Якщо ж ми** будемо покладатися виключно на державні кошти, **то** перетворимося на заручників політичної ситуації в різних країнах. Відтак Україні **потрібно діяти проактивно** (Магда, 35); Тому Національному банку **варто попрацювати** над створенням сприятливих умов для стабільної роботи промисловців, аграріїв та енергетиків, які є **ключовими донорами** наповнення українських бюджетів різних рівнів (Магда, 35). Основна функція спонукальних конструкцій – це схилити, скерувати адресата до необхідних дій. У вищезазначених прикладах можна спостерігати розширену площину мовних засобів, що увиразнюють вплив на адресанта: це і складнопідрядне речення з підрядними умови, складений дієслівний присудок і метафори, що спрощують сприйняття для реципієнтів, створюють відповідний образ і уточнюють значення. Безумовно, політичні експерти й технологи не вдаються до прямої агітації, проте здатні впливати на соціум.*

Мовний і мовленєвий аспекти згаданих жанрів політичної комунікації експертної еліти вирізняються, наприклад, зменшенням питомої ваги субстантивів і наданням переваги дієсловам і дієслівним формам, адже саме це підсилює загальну предикацію висловлень: *І як доводить новітня українська історія успішного відбиття російської агресії й перемог над таким небезпечним ворогом як Росія, наше суспільство разом із ЗСУ **здатні швидко консолідуватися, діяти сміливо та мудро й перемогати*** (Миселюк, 41). Таке явище кваліфікуємо як вербоцентричність, коли присудок виконує провідну роль у синтаксичних конструкціях, увиразнює його, наголошує на процесі, а не на суб'єктах виконання.

Усе частіше у політичному дискурсі вживають дієслова у формі 1-ї особи однини, особові та присвійні займенники ***я, мій***. Такий підхід значно зосереджує увагу саме на тій чи тій особистості, підсилюючи суб'єктивізацію промови, ототожнює промовця з народом: *Щодо економічної сторони – **то ми** теж здатні мінімізувати наслідки енергетичного терору; **Ми** можемо зробити це виключно за власні кошти* (Магда, 34). Вибір особових займенників є одним із дискурсивних маркерів у політичному дискурсі.

Посиленню риторичності, зокрема в публічних виступах, сприяє вживання окличних і питальних речень, що використовуються навіть в офіційних заявах і коментарях: *Що було на кону?; Чи є це атакою на Буданова?* (Кулик, 28); *То чому ж він так по-дитячому проколовся?* (Кулик, 26).

У політичному мовленні для додаткової акцентуації доволі часто вживають парцеляцію: *Визнаю, нам буде складно, особливо зимою. Але не більше того* (Магда, 34); *Далі – буде. Але – не одномоментно* (Миселюк, 42); синтаксичний паралелізм: *Саме тому українському бізнесу доцільно надати можливість вчасно обслуговувати існуючі кредити і залучати нові. Саме тому необхідно максимально спростити залучення інвестицій в країну, роблячи процес інвестування простішим і зручнішим для всіх* (Магда, 35).

Отже, системний аналіз комунікативних маркерів у мовленні українських аналітиків доводить, що їхній тактико-стратегічний арсенал функціонує як гнучка вербоцентрична система, що через жанри повідомлень, заяв та інтерв'ю, а також за допомогою прагматичного потенціалу застережень, концептуальних метафор, іронії та відповідних синтаксичних конструкцій забезпечує ефективну інтерпретацію воєнно-політичних реалій і цілеспрямовано коригує когнітивні моделі сприйняття інформації суспільством.

3.3. Типові функції та ідіостильові параметри мовлення сучасного українського політичного експерта і технолога

Репрезентація мовної особистості в політичному дискурсі належить до стрижневих проблем сучасної лінгвоперсонології. Основними суб'єктами цього дискурсу є державні діячі, представники масмедіа, а також політичні експерти й технологи, чия комунікативна діяльність безпосередньо формує суспільну свідомість. Тож мовлення політичного суб'єкта постає не лише першоджерелом інформації, а й релевантним маркером його ідіостильової та прагматичної специфіки.

Комунікативний імідж представників політикуму ґрунтується на характеристиках їхнього мовного портрета та відбиває особливості мовної особистості. «Імідж («образ») – образ особистості, суспільно-політичного інституту, який існує у масовій свідомості. Імідж – результат ірраціональності масової суспільно-політичної свідомості» [Зражевська, 2010, с. 100].

Н. Зражевська [Зражевська, 2010, с.100–101] визначає три підходи до формування іміджу, а саме:

I. Функційний підхід – базується на різних типах функціонування об'єктів і суб'єктів політичної сфери. У межах цього підходу виокремлюють такі типи іміджу:

- 1) дзеркальний – відповідає власному уявленню політичного діяча про себе;
- 2) поточний – формується на основі того, як суб'єкт політики сприймається зовнішнім оточенням, зокрема виборцями, колегами, масмедіа;
- 3) бажаний – ідеал, до якого прагне наблизитись представник політичного дискурсу;
- 4) негативний – створюваний опонентами «антиімідж»;
- 5) множинний – створюється під час об'єднання іміджів уже відомих політичних діячів.

II. Контекстний (базується на пристосуванні до різних контекстів реалізації).

III. Порівняльний (на основі збігу схожих іміджів). Виокремлено такі типи іміджу: «свій хлопець»; «аристократ»; «знавець»; «порядна людина»; «справжній політик»; «ділова людина»; «інтелектуал»; «жінка-політик»; «місцевий» імідж.

А. Висоцький і С. Романчук зазначають, що вербальну компетентність мовця характеризує здатність оперувати мовою на різних рівнях, створювати різностильові тексти, грамотно будувати слова, словосполучення, речення, відтворювати мову в писемному та усному мовленні, а також діалогічній і монологічній формах. Невербальна компетентність – це використання міміки,

пантоміміки, інтонації тощо. «Кожен із цих невербальних компонентів відображає ставлення мовця до навколишньої дійсності, презентує при цьому різні за значенням жести. Застосування когнітивного підходу під час вербальної та невербальної комунікативної компетентності допомагає краще пізнати контекст, умови повідомлення, зрозуміти його зовнішню та внутрішню форму» [Висоцький та ін., 2024а, с. 80–81].

Реалізація згаданих складників комунікативної компетентності безпосередньо зумовлена функційним навантаженням самого середовища, у якому перебувають мовці. Нині немає вичерпного переліку функцій політичного дискурсу. Наприклад, Л. Стрій зазначає, що політичне мовлення може виконувати ритуальну, магічну функції, визначальним для яких є принцип синтаксичного паралелізму з повтором подібних за будовою виразів [Стрій, 2015, с. 67]; на думку О. Дмитрук, «такі функції мови, як підкорення та управління, широко використовуються в політичному дискурсі, оскільки в галузі політики завжди концентруються найважливіші інтереси суспільства та його окремих груп» [Дмитрук, 2006, с. 53].

За О. Воробйовою і В. Цьокан, у політичному дискурсі, зокрема у мові президентських передвиборчих дебатів США, наявні такі функції, як: комунікативна, когнітивна, функція переконання / спонування, емотивна, естетична [Воробйовою та ін., 2024].

Окреслене функційне розмаїття політичного дискурсу знаходить своє практичне втілення у вербальній поведінці конкретних суб'єктів українського політикуму, у реальному мовленні сучасних українських політичних експертів і технологів. Варто наголосити, що «мовленнєвий вплив в сучасному політичному дискурсі є функційною системою, елементи якої зіставляються і відображаються в процесі декодування реципієнтом комунікативної ролі політика» [Семенишин, 2023]. Тож у межах нашого дослідження аналіз реалізації цих функцій дає змогу експлікувати специфіку сприйняття мовлення політичної еліти та виявити його провідні ідіостильові параметри.

Комунікативна функція мовлення полягає у прямій взаємодії між

адресантом і адресатами, у вербальному впливі, спрямованому на інформування та забезпечення опосередкованого спілкування: *Скандал у США з витоком таємної інформації з чату високопосадовців в Signal – це проблема глобальної безпеки* (Кулик, 27). У реченні реалізовано інформаційне завдання політичного дискурсу. Адресант фіксує конкретну подію (*витік інформації*) та визначає її масштаб (*глобальний*), виступаючи як репортер, що вводить адресатів у подробиці справи. *Криза довкола Ірану загострила напруженість у світі. росія вже просуває історії про захист росіян в Естонії* (Давидюк, 14). Автор прямо інформує, констатує синхронний стан справ у різних точках планети на поточний момент (2026 рік), транслюючи інформацію про наративи кремля на міжнародній арені.

Когнітивна функція формує уявлення, світогляд, концепції аудиторії завдяки концептам і фреймам, наприклад: *Дії президента США спрямовані на руйнування залишків чинного світового порядку. Трампізм шкодить світовій безпеці та наближає велику турбулентність, а тому демократичний світ має протистояти йому* (Кулик, 27). Замість опису конкретних законів чи указів, автор вживає концепти – *трампізм, чинний світовий порядок, велика турбулентність*. Читачеві запропоновано готову ідеологічну матрицю, через яку він має сприймати американську політику. *Тому цілком можливий варіант, за якого ми отримаємо лінію розмежування, формальне завершення війни і гарантії від Сполучених Штатів приблизно такого рівня, як Будапештський меморандум. Тобто на папері все виглядатиме красиво, але в реальності це буде лише передишка для двох сторін* (Рейтерович, 57). Автор активує у свідомості українців історично-когнітивний фрейм – *«Будапештський меморандум»*. Оскільки в колективній свідомості цей термін уже закарбований як символ зради та порожніх обіцянок, автор автоматично переносить цей негативний ментальний досвід на нові домовленості Трампа, формуючи у читача скептичне ставлення.

Функція переконання / спонукання полягає у прямих закликах до дій, впливові, зокрема маніпулятивному, зміні світогляду, позиції і думки щодо

тієї чи тієї теми: *Після заяв Ушакова про продовження так званої СВО **стає очевидно**: без реального тиску на путіна домовленостей не буде* (Давидюк, 15). У реченні наявне спонукування через раціональний аргумент. Маркер ***стає очевидно*** не залишає читачеві простору для інших варіантів, безальтернативно підводячи до висновку: єдиний шлях до миру – це жорсткий тиск на росію. ***А треба було б інакше*** – завищувати стартову ціну, грати жорсткіше, домовлятися з позиції того, що ми справді критично важливі (Давидюк, 14). Конструкція ***а треба було б інакше*** – це навіювання нової моделі поведінки. Політолог виступає в ролі стратега, який свідомо переконує українських дипломатів змінити тактику дій.

Емотивна функція політичного дискурсу полягає в апелюванні до аудиторії, вживанні емоційно забарвлених засобів, культурних символів, використанні слів з позитивною чи негативною конотацією тощо. *Світовий гегемон раптом виявився **дірявим** з точки зору витоку інформації. Це означає, що будь-яка інформація, якою Україна ділиться зі США, та будь-яка інформація, яка надходить від Штатів, потенційно відкрита для росії* (Кулик, 27). Вживання зневажливої та різкої метафори ***дірявий гегемон*** руйнує відчуття надійності. Друга частина речення апелює до страху та тривоги: теза про те, що ворог бачить усі наші секрети, провокує в українського читача паніку та недовіру до партнерів. *Фактично вони дуже дешево відкуповуються від великої війни у себе вдома. Бо сьогодні їхні хлопці й дівчата працюють офіціантами або на Volkswagen і Mercedes, а завтра могли б стати ніхотою* (Давидюк, 14). Синтаксична конструкція побудована на різкому контрасті: мирне життя європейської молоді проти жахів війни. Автор свідомо провокує у читача почуття супротиву та образи на європейську цинічність через вираз ***дешево відкуповуються***.

У дослідженні Н. Леміш, Ю. Кравцової, Ю., Т. Толчеєвої [Lemish et al., 2022a] детально проаналізовано природу англійських предикативних конструкцій, що є інструментом компресії речення й традиційно є специфічною рисою синтаксису англійської мови. За нашими

спостереженнями, в українському політичному дискурсі, зокрема у мовленні політологів, наявне подібне лінгвальне явище. Такі предикативні конструкції виступають головним репрезентантом принципу заощадження мовленнєвих зусиль на синтаксичному рівні, оптимізуючи зусилля мовця та слухача. Водночас помічаємо подібне явище у політичному дискурсі України, реалізоване через еліптичні та парцельовані конструкції: *У цій ситуації для нас головне питання – що робити Україні. І відповідь тут не в тому, щоб чекати, що хтось прийде і все вирішить. Не прийде. Чи будемо ми допомагати союзникам? Будемо. Чи буде за це вдячність? Ні, не буде. Буде торг. Буде жорсткий, беземоційний, цинічний продаж рішень, ресурсів і підтримки* (Давидюк, 14).

Суть естетичної функції політичного дискурсу полягає в інструменталізації стилістичних, риторичних засобів задля надання тексту художньої виразності. Завдяки цьому інформативно-персуазивний ефект посилюється через емоційне та формально-естетичне сприйняття повідомлення аудиторією: *А коли в нас лебідь, рак і щука – Кабмін, уряд, президент, Верховна Рада, – то очевидно, що ми входимо в наступний етап із величезною внутрішньою проблемою* (Рейтерович, 57). Приклад цікавий використанням прецедентного феномену (алюзії на байку Леоніда Глібова) для створення образу хаосу, демонстрації відсутності єдності і тимчасового непорозуміння.

Мовна особистість політичних експертів і технологів України реалізується через заздалегідь продумані вербальні засоби, зокрема й ті, що активно впливають на реципієнтів. Мовленнєві портрети досліджуваних суб'єктів характеризуються такими виразними лінгвальними інструментами: графічним оформленням (використання лапок, зміна шрифту); синтаксичними одиницями (риторичні запитання, складні багатокomпонентні речення, повтори тощо) та лексичними одиницями (слова з негативною чи позитивною конотацією, метафоричні конструкції, інвективна лексика тощо).

Аналіз фактичного матеріалу сучасного українського політичного

дискурсу засвідчує чітку диференціацію між мовленнєвою поведінкою політичних експертів (аналітиків) та політичних технологів, що безпосередньо вмотивовано відмінністю їхніх первинних комунікативних інтенцій, цільової аудиторії та професійних завдань. У межах цієї диференціації політичний експерт обирає позицію відстороненого, незалежного арбітра, чия домінантна інформаційно-інтерпретаційна стратегія спрямована на раціоналізацію хаосу та когнітивне пояснення прихованих причин подій для адресата-спостерігача, тоді як політичний технолог виступає модератором смислів, який за допомогою вербального впливу, зокрема часто маніпулятивного, цілеспрямовано програмує поведінку громадськості і формує задане емоційне ставлення до описуваного. Якщо політичний експерт трансформує мову на інструмент інтерпретації, об'єктивності та логічного пояснення, то політичний технолог підпорядковує її законам експресивної сугестії, прагматичного применшення та вербальної агресії, адаптуючи складну реальність під конкретні політичні завдання.

Отже, функційний вимір сучасного українського політичного дискурсу, зокрема мовлення сучасних політичних експертів і технологів, ґрунтується на низці функцій, кожна з яких має свій чітко визначений спектр вербальних засобів реалізації. Комунікативна та когнітивна функції відповідають за інформаційний і поняттєвий каркас політичного тексту, формуючи в свідомості громадян певну картину світу. Функція переконання / спонукання виступає прагматичним стрижнем, трансформуючи зафіксовані смисли у конкретні дії. Емотивна та естетична функції забезпечують чуттєве забарвлення, посилюючи його сугестивний потенціал через експресивну лексику, концепти, фрейми тощо.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі дисертації виконаний комплексний аналіз структурно-функційного виміру мовної особистості політичних експертів,

аналітиків і технологів, а також визначено ключові соціолінгвістичні параметри їхнього медійного мовлення.

Мовна особистість постає як базовий, ключовий суб'єкт у соціолінгвальному та прагматичному просторі сучасного політичного дискурсу України. У контексті моделювання провідних ідеологем, концептів і суттєвих конструкцій впливу на електорат вона посідає центральне місце. Мовна особистість експлікується крізь призму цілеспрямованого вибору комунікативних стратегій і тактик, а також окремих різнорівневих вербальних маркерів, виступаючи чутливим репрезентантом усіх трансформаційних процесів у суспільстві та безпосереднім носієм унікального комунікативного досвіду конкретного історичного періоду.

Установлено, що українські політичні експерти та технологи здатні не просто репродукувати та транслювати оперативну інформацію у часопросторі медіа, а й стрімко формувати новітні смислові наративи, орієнтуючись на запити конкретної цільової аудиторії. Оскільки ці суб'єкти перебувають на специфічній функційній периферії, виконуючи роль авторитетних посередників між безпосередніми політичними діячами та громадянським суспільством (електоратом), мовній особистості аналітиків притаманний розгалужений арсенал мовних засобів, риторичних фігур, прагматичних прийомів і гнучких персуазивних стратегій, що мінімізують прояви прямої агоністичної агресії на користь раціонального коментування.

Серед домінантних засобів вираження мовної особистості сучасних аналітиків виокремлено й систематизовано вербальні комплекси на лексико-семантичному, графічно-орфографічному та граматичному (синтаксичному) рівнях тексту. На вибір цих лінгвальних одиниць, інтенційну спрямованість, комунікативну мету та індивідуальний тип мислення мовців перманентно впливають етнокультурні коди, національні цінності та мовні традиції держави.

На лексико-семантичному рівні мовна особистість політичних експертів і технологів найпродуктивніше реалізується завдяки активації таких маркерів,

як: стилістично знижена та інвективна лексика (для маркування явища зневаги), стійкі ідіоматичні звороти, прецедентні топоніми-метаформи, прагматичні дисфемізми (спрямовані на лінгвальне приниження дій ворога), а також неологізми й оказіональні деривати, що типізують девіації суспільної свідомості.

На граматичному рівні визначальними маркерами лінгвоперсони аналітиків є: активна дистрибуція дієслівних форм і дейктичних займенників 1-ої особи форми однини та множини (реалізація прийомів суб'єктивізації, авторизації тексту та ефекту солідаризації з народом); залучення форм 2-ої та 3-ої особи для відстороненого аналізу суб'єктів; використання вказівних займенників і поширених експресивних звертань; регулярне введення спонукальних і парцельованих конструкцій; активація наказового й умовного способів дієслова, а також насичення синтаксичної тканини тексту ланцюжками риторичних запитань, окличними реченнями та синтаксичним паралелізмом, що посилюють ілюктивну силу висловлювання.

Графічний та орфографічний рівні досліджуваних медіатекстів відзначаються специфічним сугестивним навантаженням: графічний рівень маркується регулярним залученням лапок для передачі зневажливого, іронічного наслідування та кривляння (блязнювання), тоді як орфографічний рівень репрезентує прийом свідомої деорфографізації – навмисного написання власних назв та імен лідерів країни-агресора з малої (рядкової) літери для експлікації аксіологічного знецінення та тотальної суспільної огиди до ворога.

Повнотекстові результати структурно-функційного дослідження лінгвоперсонологічних параметрів експертного середовища, теоретичні узагальнення та висновки третього розділу дисертації повністю висвітлено у двох одноосібних наукових публікаціях автора у провідних фахових виданнях України [181; 183].

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі на основі комплексного прагмалінгвістичного, лінгвокогнітивного, структурно-функційного, дискурсивного, компаративного та лінгвоперсонологічного аналізу фактичного матеріалу з'ясовано реалізацію комунікативних стратегій і тактик у мовленні сучасних українських політичних експертів і технологів. Узагальнення теоретико-методологічних засад вивчення політичної комунікації дало змогу сформувати цілісний каркас роботи, систематизувати наявні в лінгвістичній науці підходи до вивчення організації тексту.

Теоретичні результати дослідження уможливили чітке термінологічне розмежування базових понять, зокрема «комунікативна стратегія» і «комунікативна тактика». Узагальнено погляди українських і зарубіжних психо- і прагмалінгвістів на природу стратегічно-тактичного планування мовлення, обґрунтовано чітку диференціацію базових понять. Доведено, що комунікативна стратегія репрезентує багатовимірне явище, яке в сучасній лінгвістиці витлумачено як довгостроковий спосіб когнітивного планування тексту, як загальний вектор мовленнєвої поведінки мовця та як глобальний, цілеспрямований за своїм масштабом план комунікативних дій. Зазначений вектор мовленнєвої поведінки детерміновано інтенційним спрямуванням та моделюванням реакції адресата, що реалізується за допомогою найбільш вдалим вербальних комплексів, ходів, різнорівневих мовних засобів і позамовних чинників для досягнення відповідного вербального впливу. У свою чергу комунікативну тактику визначено як обов'язковий інструментальний складник у мовленнєвому просторі, що є безпосереднім матеріальним репрезентантом конкретних, локальних намірів учасників комунікативного акту на певному етапі взаємодії. Така вербальна одиниця за своїм лінійним і концептуальним обсягом є меншою за вербальну стратегію, підпорядкованою їй, проте саме вона є наскрізною тактичною лінією зв'язку між адресантом і адресатом, забезпечуючи мобільну та оперативну адаптацію мовця до мінливих умов і контексту спілкування задля досягнення мети,

забезпечення запланованого результату або нейтралізації можливих комунікативних ризиків.

Встановлено, що комунікативний акт постає глобальним контекстуальним локусом події та ситуацією інформаційного обміну, що інтегрує в собі вербальні та екстралінгвальні складники взаємодії суб'єкта мовлення з широкою аудиторією в межах конкретного простору. Одиницею внутрішньої динаміки визначено мовленнєвий акт, що репрезентує цілеспрямовану, інтенційно марковану дію аналітика (ствердження, прогнозування, звинувачення, оцінювання), покликану безпосередньо реалізувати його прагматичну інтенцію та справити певний вплив на реципієнта.

Проблема функціонування комунікативних стратегій і тактик у сучасному політичному дискурсі є предметом дослідження різних галузей гуманітарних наук, зокрема в психолінгвістичному, соціолінгвістичному, лінгвокогнітивному та прагматичному аспектах. Зазначені підходи фокусують увагу на вивченні соціолінгвальних функцій і прагматичного розмаїття засобів впливу на аудиторію, описі структурно-семантичних складників у мовленні, а також на з'ясуванні специфіки текстової репрезентації деструктивних або кооперативних намірів мовця відповідно до параметрів конкретної комунікативної ситуації. Комунікативні стратегії і тактики постають закономірною основою та прагматичним каркасом будь-якого типу лінгвальної інтеракції, набуваючи особливої специфіки в межах медіатизованого політичного простору. Політичний дискурс вимагає від мовця високого рівня сформованості комунікативної та мовно-риторичної компетентності, вагомого комунікативного досвіду та володіння розгалуженим таксономічним арсеналом лінгвальних засобів впливу. Специфіка мовлення політичних експертів і технологів зумовлена їхньою унікальною соціолінгвістичною роллю: перебуваючи на функційній периферії владної вертикалі, вони виступають авторитетними посередниками між безпосередніми політичними діячами та громадськістю. При цьому їхній

статус не є другорядним, оскільки саме експертний коментар адаптує, інтерпретує соціополітичні наративи у суспільній свідомості.

У контексті аналізу класифікацій комунікативних стратегій і тактик визначено, що нині в лінгвістиці відсутня єдина загальноприйнята та універсальна типологія досліджуваного феномена, оскільки наявні типології зумовлені специфікою конкретного предмета та вектором дослідницької уваги авторів. Усі наявні класифікації здатні варіюватися та трансформуватися залежно від умов конкретного комунікативного акту. Водночас окреслену проблему не можна вважати остаточно розв'язаною з огляду на колосальну різноплановість, структурну неоднорідність комунікативних засобів, динамізм медіатизованих ситуацій і прагматичну варіативність ідіостилів мовців, що об'єктивно зумовлює потребу подальшого дослідження таксономічного арсеналу в мовленні політичних експертів і технологів.

Розкрито специфіку українського політичного дискурсу, його ознаки та соціолінгвістичні функції. З'ясовано особливості мовної репрезентації засобів впливу в просторі українського політичного дискурсу та визначено такі його ознаки: обов'язковість і перманентність сугестивного прагматичного впливу; рівнозначна семантична вагомість експліцитного тексту та імпліцитного підтексту в процесах обміну інформацією; значне переважання опосередкованих (масових, цифрових) реципієнтів над безпосередніми учасниками інтеракції, а також наявність виразних маркерів мовленнєвої ритуалізації та клішованості висловлювань. Виокремлено мовні моделі як інструменти реалізації комунікативного впливу в політичному дискурсі.

Сучасний політичний медіадискурс є динамічною вербальною репрезентацією комунікативного акту в публічному просторі соціуму. Головними диференційними ознаками аналізованого масиву текстів є високий рівень сугестивності, експресивності й емоційності вербальних засобів, широке залучення концептуальних метафор, його інтертекстуальність, а також помітна тенденція до розмовного стилю, що зближує мову представників політичної еліти з реципієнтом. Організація експертного тексту

характеризується високим рівнем аксіологічності, гіперемоційності. Синергетичне використання різнорівневих комунікативних засобів забезпечує ефективність прагматичного впливу, дозволяючи аналітикам цілеспрямовано формувати й коригувати оцінні образи політичних суб'єктів у свідомості громадян, мобілізувати громадську волю та зміщувати фокус уваги на ту чи ту подію.

Описано феномен мовленнєвої агресії у політичній комунікації, виникнення якої детерміноване інтенціональними настановами комунікантів і прагматичним контекстом акту. Досліджено диференційні межі прямої (інвективної) та непрямой (прихованої) агресії, а також суміжних психолінгвістичних категорій (ворожість, неприязнь, упередженість). Доведено, що агресивний мовленнєвий вплив має широку палітру засобів реалізації, здатних динамічно змінювати або нарощувати конотативне значення залежно від перлокутивної мети автора та характеру декодування тексту реципієнтом. У межах дослідження прихованої вербальної агресії детально схарактеризовано механізми функціонування технологій маніпулювання, медійного тролінгу, енантіосемічної іронії та дошкульного сарказму.

Функційний потенціал українського політичного дискурсу структурується навколо інтегративної функції, спрямованої на консолідацію суспільства навколо національних цінностей і державотвірних процесів, регулятивної (волюнтативної) функції, що забезпечує безпосередній спонукальний вплив на електоральну поведінку громадян. Поруч із ними вагоме місце посідають маніпулятивна та сугестивна функції, що реалізуються через латентні мовленнєві тактики дискредитації та нападу; інтерпретаційна функція, покликана реконструювати й коментувати об'єктивну реальність з певних аксіологічних позицій тощо.

На основі застосування методики суцільної вибірки з медійного мовлення політичного експертного середовища було виокремлено, систематизовано та детально схарактеризовано ілюстративні контексти

вербальних маркерів, що диференціюються на лексико-семантичному, морфологічному та синтаксичному рівнях мовної системи. Прагматико-функційний розподіл цих одиниць дав змогу верифікувати частотність актуалізації п'яти домінантних комунікативних стратегій: інформаційно-інтерпретаційної (30,0%), «гри на підвищення» (26,7%), «гри на зниження» (20,0%), театральності (13,3%), самопрезентації (7,0%). Інші стратегії становлять 3,0%.

Доведено, що в реальних процесах текстотворення зазначені стратегії не функціонують ізольовано: спостерігається інтенсивний прагматичний симбіоз комунікативних стратегій і тактик, що забезпечує максимальну ефективність і персуазивність аналітичного коментаря.

Дослідження стратегії «гра на зниження», що становить 20,0% від загального масиву вибірки, виявило її спрямованість на вираження раціонального чи емоційного несхвалення подій, лінгвальне знецінення й дискредитацію опонентів і підрив суспільної довіри до наративів супротивника. Ця деструктивна модель відображає конфліктогенний і руйнівний потенціал публічної комунікації, пов'язаний із використанням вербальної агресії та маніпулятивного впливу. Аналіз матеріалу дав змогу виявити прояви як прямої, так і опосередкованої вербальної агресії, де тактики дискредитації та звинувачення втілюються у спеціалізованих одиницях на позначення девіацій, тиску та маніпулятивних дій опонентів. Мовленнєві ходи цієї групи мають амбівалентну функційну природу: вони спрямовані на дискредитацію та руйнування соціокультурного статусу ворога або опонента, але за умови правильного тактичного розгортання спроможні формувати образ самого експерта як безкомпромісного, патріотично вмотивованого «незалежного арбітра». На лексичному рівні стратегія «гра на зниження» реалізується через активне використання спеціалізованих одиниць на позначення девіацій, тиску, системних помилок чи маніпулятивних дій з боку опонентів. Характерними маркерами є процеси дисфемізації мовлення вживання стилістично зниженої, просторічної та інвективної лексики, а також

сарказму й іронії. На графічно-орфографічному рівні виявлено сугестивні прийоми порушення мовних норм, аббревіатур і написання імен лідерів країни-агресора з малої літери для експлікації тотальної суспільної зневаги й знецінення ворога. На синтаксичному рівні тактика звинувачення та дискредитації часто реалізується через категоричні заперечні предикати та безкомпромісні стверджувальні конструкції. Залучення парцельованих структур та окличних речень безпосередньо сприяє викриттю логічних протиріч у наративах опонентів та інтенсифікації психоемоційної напруги. Вживання негативно забарвлених оцінних прикметників і маркерів жалю щодо помилок чи присутності ворожих елементів усередині системи дає змогу мовцеві не лише атакувати конкретний об'єкт, а й одночасно сигналізувати аудиторії про власні ціннісні орієнтири, трансформуючи пряму агресію в інструмент захисту суспільних інтересів.

Дослідження стратегії «гра на підвищення», питома вага якої становить 26,7%, засвідчило її орієнтованість на зміцнення соціокультурного й професійного статусу суб'єктів, конструювання позитивних ціннісних орієнтирів і підтримку морального духу в суспільстві. Функційне навантаження цієї стратегії полягає у легітимації статусу мовця як висококомпетентного фахівця (через тактику демонстрації професійної експертності, апеляції до досвіду), а також у моделюванні й конструюванні позитивних ціннісних орієнтирів і консолідованого суспільного наративу за допомогою тактики солідаризації та єдності. На синтаксичному рівні тактика демонстрації експертності (руйнування стереотипів через виявлення глибинних каузальних зв'язків) об'єктивується через використання заперечних модальних конструкцій. Такий граматичний прийом дає змогу мовцеві відкинути спрощену дихотомію, властиву масовому медіапростору, та штучно маркувати власну ментальну зверхність. Аналітик позиціонує себе як носія ексклюзивного системного бачення, здатного помітити приховані пружини геополітичних процесів, що залишаються непомітними для пересічного громадянина чи непрофесійного коментатора. Вагомим

інструментом «гри на підвищення» на лексико-семантичному рівні є застосування тактики солідаризації, що виконує функцію конструювання простору «свого кола» та репрезентації патріотичного іміджу мовця. Головними лінгвальними маркерами тут є особовий займенник першої особи множини *ми* та відповідний присвійний займенник *наш, наша, наше* у поєднанні з позитивно маркованою градацією динамічних дієслів або оцінних номінацій. Вживання займенника *ми* дає змогу мовцеві прагматично відійти від ролі стороннього спостерігача та ідентифікувати себе з державою, народом, зводячи комунікативну дистанцію з реципієнтом до мінімуму. Це сигналізує аудиторії про ціннісну єдність експерта з суспільством.

Аналіз стратегії театральності, що охоплює 13,3% контекстів вибірки, виявив її спрямованість на інтенсифікацію перлокутивного ефекту публічних виступів, де вона характеризується високою щільністю емотивно маркованих засобів і прагматичною інтенцією привернути увагу аудиторії, мобілізувати громадську волю та змістити фокус уваги на релевантні деталі через яскраві драматизовані образи. Політичні експерти активно залучають тактику емоціоналізації та фокусування уваги, що дає змогу перетворити аналітичний матеріал на динамічний медійний наратив та іронічно коментувати події. Головним лінгвальним маркером стратегії театральності на синтаксичному рівні є регулярне функціонування інтеррогативних структур, зокрема ланцюжків риторичних запитань і комплексів «питання-відповідь». Серії риторичних запитань у дослідженому матеріалі виконують не інформативну, а суто прагматичну функцію – вони виступають засобом прагматичного фокусування уваги на ключових вузлах проблеми та латентного вираження іронічного ставлення до політичних девіацій опонентів. Лексико-семантичною особливістю є широке використання метафор, іронії та сарказму.

Об'єктивне домінування інформаційно-інтерпретаційної стратегії питома вага якої становить 30,0% від загального масиву вибірки, безпосередньо зумовлене базовою професійною інтенцією політичних

аналітиків та оглядачів, що полягає у деконструюванні та раціональному поясненні причиново-наслідкових зв'язків складних суспільно-політичних процесів, детальному коментуванні поточних подій і формулюванні авторитетних прогностичних оцінок. Зазначена стратегія є ключовим інструментом збалансованого моделювання соціополітичної реальності, що через тактики визнання проблеми та багатоаспектного розгляду ситуацій трансформує деструктивну психоемоційну напругу суспільства у площину раціонального й конструктивного сприйняття подій. У межах цієї стратегії найбільш частотною виявилася тактика раціонального аналізу, маркована специфічними синтаксичними конструкціями та вставними компонентами, а також тактика розгляду проблеми з іншого погляду. Специфіка реалізації цих тактик полягає у прагненні мовців до об'єктивування інформації, системності викладу, що протиставляється емоційному сприйняттю реальності. На синтаксичному рівні лінгвальними маркерами цієї стратегії виступають складні розгалужені речення з виразними причиново-наслідковими та протиставними зв'язками, що підкреслюють логіку міркувань аналітика. Окреме значення мають складні багатокомпонентні речення з нанизуванням предикативних частин за градаційним принципом, залучення яких безпосередньо сприяє емоційному акцентуванню уваги реципієнтів на головних державницьких ідеях. Лексико-семантичний рівень інформаційно-інтерпретаційної стратегії маркований активним функціонуванням абстрактної аналітичної й політичної термінології та метатекстових структуризаторів дискурсу. Завдяки цим засобам мовлення експерта набуває рис структурованого аналітичного звіту, що мінімізує мовленнєвий хаос та демонструє логічність мислення суб'єкта комунікації.

Дослідження стратегії самопрезентації, що становить 7,0% від загального масиву вибірки, визначило її роль як експлікатора ідіостилі мовної особистості аналітика, що слугує дієвим інструментом авторизації експертного тексту. Специфіка реалізації цієї стратегії в експертному дискурсі полягає в її переважно імпліцитному (прихованому) характері. За допомогою

тактик ототожнення, іронічного цитування, дистанціювання та вираження суб'єктивної оцінки вона дає змогу мовцю сформувати позицію емоційного зближення з аудиторією. Провідною у межах цієї стратегії виступає тактика вираження суб'єктивної оцінки. На лексико-семантичному рівні вона реалізується через регулярне введення в текст фразеологізованих зворотів авторизації тексту, авторських метафор, індивідуальних оцінних суджень і свідомого вживання експресивно-маркованих лексем. Мовець конструює свій публічний імідж не через опис власних регалій, а через демонстрацію специфічного, сміливого ставлення до дій влади чи опозиції. Вживання складних багатокомпонентних синтаксичних структур дає змогу мовцю презентувати себе як незалежного, об'єктивного аналітика, який не підпорядкований жодній інституційній доктрині й керується винятково державницькими інтересами, експлікуючи особисте небайдуже ставлення до подій у соціумі.

Інші комунікативні стратегії, зокрема маніпулювання та нападу, становлять 3 %; вони не виступають визначальними для політичних експертів і технологів, але наявні в їхньому мовленні як елемент прагматичної адаптації до умов гострого інформаційного протистояння.

У дисертаційній роботі обґрунтовано структурно-функційні параметри мовної особистості та індивідуального мовленнєвого портрета лідерів думок у медіапросторі. Доведено, що лінгвоперсона постає ядром комунікативного іміджу аналітика, а сама мовна особистість за допомогою вербальних засобів здатна успішно утримувати увагу аудиторії, трансформувати деструктивну напругу в раціональне русло та моделювати когнітивні установки реципієнтів.

Важливим узагальнювальним результатом проведеного аналізу фактичного матеріалу є виявлення та наукове обґрунтування чіткої комунікативно-прагматичної та лінгвокогнітивної диференціації між мовленнєвою поведінкою політичних експертів і технологів у сучасному українському медіапросторі. Встановлено, що зазначена розбіжність має гносеологічне підґрунтя і вмотивована насамперед кардинальною відмінністю

їхніх первинних комунікативних намірів, аудиторії та професійних завдань, що безпосередньо диктує вибір відповідного лінгвального інструментарію. Політичний експерт (аналітик) у межах медіатизованої комунікації послідовно обирає прагматичну позицію відстороненого, незалежного арбітра, який стоїть над процесом і володіє ексклюзивним системним знанням. Його доміантною стратегічною моделлю є інформаційно-інтерпретаційна стратегія у синергії з тактиками раціонального аналізу та «гри на підвищення». Первинна інтенція експерта полягає у раціоналізації, логічному впорядкуванні розрізнених політичних фактів і когнітивному поясненні прихованих каузальних зв'язків для адресата-спостерігача.

Натомість політичний технолог виступає у ролі модератора смислів, безпосереднього або прихованого учасника політичного процесу, який діє в інтересах певного суб'єкта. Його мета полягає не у поясненні реальності, а у цілеспрямованому програмуванні поведінки, сугестивному впливові на електоральні настанови та формуванні чітко заданого, безальтернативного емоційного ставлення до об'єкта. Лінгвальний арсенал політичного технолога повністю підпорядкований законам експресії, категоричності та навмисного когнітивного спрощення соціополітичної реальності задля досягнення максимально швидкого перлюкутивного ефекту впливу на свідомість.

Якщо політичний експерт перетворює мову на інструмент об'єктивної інтерпретації, раціоналізації, розширюючи світогляд адресата, то політичний технолог підпорядковує вербальну систему законам сугестивного тиску, емоційного спрощення та вербальної агресії, звужуючи когнітивне поле реципієнта та адаптуючи складну картину геополітичного буття. Виявлена динамічна зміна комунікативних тактик і високий рівень адаптивності мовців засвідчують гнучкість політичної експертної еліти України в умовах сучасного медіапростору.

Отже, у роботі з'ясовано лінгвокогнітивну природу, структурно-таксономічні параметри та особливостей реалізації комунікативних стратегій і тактик у мовленні сучасних українських політичних експертів і технологів.

Перспективи подальших наукових розвідок вбачаємо у дослідженні як лінгвальних, так й екстралінгвальних чинників і механізмів комунікативно-стратегічного потенціалу представників політикуму, а також у поглибленому вивченні мовної особистості окремих політичних експертів і політтехнологів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Мовленнєва комунікація : підручник. Київ, 2004. 472 с.
2. Алексієвець О. М. Історія та сучасність політичної лінгвістики. *Україна – Європа – Світ : міжнародний збірник наукових праць. Серія: Історія, міжнародні відносини.* 2012. Вип. 9. С. 248–255. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ues_2012_9_30 (дата звернення: 01.08.2023).
3. Ананко Т. Р. Англомовний корпоративний дискурс : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2007. 20 с.
4. Ананко Т. Р. Комунікативні стратегії у політичному дискурсі Хіларі Клінтон. *Science and Education a New Dimension. Philology.* 2018. Vol. VI (47). Iss. 160. С. 7–10.
5. Батринчук З. Р. Комунікативні стратегії і тактики у промовах Джозефа Байдена. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Серія: Філологія. 2020. № 46. Т. 1. С. 30–34.
6. Бацевич Ф. С. Лінгвокультурні аспекти комунікативної толерантності. *Соціогуманітарні проблеми людини.* 2010а. № 5. С. 108–119.
7. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики : монографія. Львів : ПАІС, 2010б. 336 с.
8. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Вид. 2-ге, допов. Київ : ВЦ «Академія», 2009. 376 с.
9. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. *Мовні і концептуальні картини світу.* 2004. № 10. С. 11–16.
10. Бенеш Г. Психологія: dtv-Atlas : довідник / пер. з нім. В. О. Васютинського. Київ, 2007. 510 с.
11. Білоконенко Л. А. Українськомовний міжособистісний конфлікт : монографія. Київ : Інтерсервіс, 2015. 335 с.
12. Блинова І. А., Зернецька А. А. Гумор як різновид комічного: критерії виокремлення, теорії реалізації і засоби вираження. *Вчені записки*

ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 2 (71), № 1, Ч. 2. С. 35–43.

URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_2/9.pdf.

13. Богуш А. М., Трифонова О. С., Кисельова О. І., Горіна Ж. Д., Черкасов М. П. Формування мовної особистості на різних вікових етапах : монографія. Одеса : ПНЦ АПН України, 2008. 271 с.

14. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: проблеми семантики і функціонування : автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.01; НАН України. Ін-т укр. мови. Київ, 2006. 36 с.

15. Болкарьова О. В. Аналіз політичного дискурсу в сучасному українському та англomовному просторі мас-медіа. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації.* Т. 31 (70) № 1 Ч.2. 2020. С. 20 – 23.

16. Бублик І. Ф. Комунікативно-прагматичні та лінгвостилістичні аспекти реалізації вербальної агресії в парламентському дискурсі ФРН : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2006. 212 с.

17. Бурбело В. Б. Художній дискурс в історії французької мови та культури IX–XVIII ст.: автореф. дис. ... д-ра філол. наук : спец. 10.02.05 «Романські мови». Київ, 1999. 32 с.

18. Бутова І. С. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник Львівського університету.* Серія: Іноземні мови. 2009. Вип. 16. С. 232–238.

19. Боринштейн Є. Р. Соціокультурні особливості мовної особистості. *Соціальна психологія.* 2004. № 5 (7). С. 63–72.

20. Бровкіна (Проценко) О. В. Маніпуляції як вид імпліцитного впливу в дискурсі родинного спілкування. *Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки.* 2011. № 4. С. 132–137.

21. Васік Ю. А. Ритмічна організація англomовного політичного дискурсу (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі промов

сучасних політиків Великої Британії) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Донецьк, 2008. 19 с.

22. Вербич Н. С. Інтонація переконування в публічному мовленні (експериментально-фонетичне дослідження) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01; НАН України, Ін-т укр. мови. Київ, 2007. 204 с.

23. Вашуленко М. С. Формування мовної особистості молодшого школяра в умовах переходу до 4-річного початкового навчання. *Початкова школа*. 2001. Вип. 1. С. 11–14.

24. Ващук Т. М. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичного дослідження. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2007. (33). С. 182–185.

25. Висоцький А. В., Романчук С. М. Когнітивний підхід у формуванні комунікативної компетентності майбутніх учителів української мови. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024а. (208), С. 78–83. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-208-10> (дата звернення: 17.07.2024).

26. Висоцький А. В., Романчук С. М. Основні проблеми сучасної української когнітивної лінгвістики: зміна парадигми мислення в умовах російсько-української війни. *Закарпатські філологічні студії*. Редкол.: І. М. Зимомря (голов. ред.), М. М. Палінчак, Ю. М. Бідзіля та ін. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2024b. Вип. 35. С. 16–20.

27. Вінтонів М. О., Вінтонів Т. М., Мала Ю. В. Синтаксичні засоби експресивізації в українському політичному дискурсі: монографія. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2018. 336 с.

28. Вітгенштайн Л. *Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження*. Київ : Основи, 1995. С. 88–310.

29. Возняк Я. О. Маніпуляція як специфічна комунікація: особливості та наслідки психовпливу. *Наук. пр. Донец. нац. техн. ун-ту*. Сер. Педагогіка, психологія і соціологія. 2010. Вип. 7. С. 220–229.

30. Войцехівська Н. К. Категорія згоди в українському літературному діалогічному дискурсі (на матеріалі художньої літератури ХХ – поч. ХХІ ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2009. 288 с.
31. Волошинович Н. М. Мовленнєва агресія в інтернет-комунікації. *Актуальні питання іноземної філології*. 2016. № 4. С. 32–38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/akpif_2016_4_8 (дата звернення: 27.04.2022).
32. Вонсович С. Г. Політична маніпуляція у міждисциплінарному контексті: основні підходи. *Регіональні студії: наук. зб.* Ужгород: Видавничий дім Гельветика. Вип. 36. 2024. С. 22–26.
33. Воробйова О. П., Цьокан В. В. Функції сучасного політичного дискурсу та мовні засоби їхньої реалізації (на матеріалі президентських передвиборчих дебатів у США 2020 р.). *Advanced Linguistics*. 2024. Вип. 14. С. 4–11. Doi: <https://doi.org/10.20535/.2024.14.314585>.
34. Вусик Г. М., Антонюк О. В. Сучасний політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2020. № 12. Т. 2. С. 213–217.
35. Герасименко О. Ю. Стратегії і тактики маніпулятивного впливу у політичному дискурсі : аналіз та класифікація. *Інтелект. Особистість. Цивілізація*. 2023. № 2 (23). С. 78–88.
36. Голота Т. С. Маніпулятивні повідомлення в заголовках новинних інтернет-ресурсів. *Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Українське мовознавство*. 2023. № 1 (53). С. 135–148.
37. Гнезділова Я. В. Емоційність та емотивність сучасного англomовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти: дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2007. 291 с.
38. Голуб Н. Б. Риторика у вищій школі : монографія. Черкаси : Брама-Україна, 2008. 400 с.
39. Голубовська І. О., Орлова Т. В. Політичний дискурс як інструмент маніпулювання свідомістю електорату (на матеріалі інавгураційної промови Дональда Трампа 20 січня 2017 р.). *Studia linguistica*. 2017. Вип. 11. С. 9–28.

40. Гребінь Н. В. Зміст маніпуляції як різновиду прихованого психологічного впливу. *Проблеми сучасної психології*. 2013. Вип. 21. С. 80–93.
41. Грищенко А. П. (ред.). Сучасна українська літературна мова : підручник / А. П. Грищенко, Л. І. Мацько, М. Я. Плющ та ін. 3-тє вид., допов. Київ : Вища школа, 2002. 439 с.
42. Гуйванюк Н. В. Способи реалізації іронії у структурі речення: монографія / Н. В. Гуйванюк, Ю. М. Пацаранюк ; Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : ЧНУ, 2009. 168 с.
43. Гулей М. Д. Лексико-граматичні особливості та композиційна структура французької політичної промови (на матеріалі виступів Шарля де Голля і Жака Ширака) [Текст] : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05; Київський національний лінгвістичний ун-т. Київ, 2004. 202 с.
44. Гуменюк Л. Й. Мережевий тролінг як вид комунікативної поведінки. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*. 2014. Вип. 1. С. 172–180.
45. Данько Ю. А. «Тролінг» як новий вид віртуальної комунікації. *Український соціум*. 2013. № 4. С. 17–25.
46. Данько Ю. А. Феномен «тролінгу» як форма комунікативної інтернет-взаємодії: політичний контекст. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2015. № 2 (25). С. 83–92.
47. Дацишин Х. П. Метафора в українському політичному дискурсі (за матеріалами сучасної періодики): дис. ... к. філол. н. : спец. 10.01.18. «Журналістика». Львів, 2005. 208 с.
48. Діденко М. О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2001. 19 с.
49. Дмитрук О. В. Маніпуляція поняттями і фактами в сучасних англomовних ЗМІ. *Вісник Харківського національного ун-ту ім. В. Н. Каразіна*. Харків, 2005. № 667. С. 57–61.

50. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в міжособистісному спілкуванні (на матеріалі сучасних англомовних серіалів). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 43 (2). С. 21–30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2013_43%282%29_6/ (дата звернення: 25. 06. 2024).

51. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань : автореф. дис. ... канд філол. наук : 24.03.06. Київ, Нац. лінгвіст. ун-т. Т. Шевченка. Київ, 2006а. 21 с.

52. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000 – 2005 рр.) : дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ, 2006b. 229 с.

53. Дмитрук О. В. Маніпуляція поняттями і фактами в сучасних англомовних ЗМІ. Вісник Харківського національного ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2005. № 667. С. 57–61.

54. Доценко О. Л. Комунікативно-прагматичні особливості езотеричних передбачень у мас-медійному дискурсі російсько-української війни. *Синопис: текст, контекст, media*. 2023. Т. 29, № 2. С. 120 – 130.

55. Доценко О. Л. Лінгвістичні експертизи у судових справах про неправомірну вигоду (досвід комунікативно-прагматичного дослідження). *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип 45. Т. 1. С. 132 – 137.

56. Доценко О. Л. Наукові передбачення у масмедійному дискурсі російсько-української війни: комунікативно-прагматичний аспект. *Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України / за ред. Світлани Романюк*. Warszawa : Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2024. С. 203–220. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/bbf4b91c-379d-4daf-8afe-03ed5c21f9e2>.

57. Дорофєєва М. С. Категорія суб'єкта в політичній промові (на матеріалі виступів федеральних канцлерів ФРН повоєнного періоду) :

Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ. нац. лінгв. ун-т. К., 2005. 20 с.

58. Дроздова І. П. Наукові основи формування українського професійного мовлення студентів нефілологічних факультетів ВНЗ : монографія. Харків, 2010. 320 с.

59. Дудко І. В., Гальона Н. П. Український мейнстрим у новітньому європейському просторі: мовно-культурний і науково-освітній вектори. *Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у XXI столітті: збірник тез доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції до 30-річчя Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»* (м. Рівне, 19 жовтня. 2023 року). Рівне, 2023. Ч 3. С. 62–65.

60. Дудко І. В. Займенникове вираження категорії означеності–неозначеності в українській мові. 2011. К.: Довіра. 232 с.

61. Дудко І. В., Полтавець Ю. С. Функційний потенціал антонімічної атракції в публіцистичних текстах. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова*. Серія 10. Проблеми граматики і лексикології української мови, 13, 2017. С. 55–59. <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/19819> (дата звернення 01. 10. 2024).

62. Дяченко Н. М., Войналович А. Тролінг і його комунікативний потенціал. *Філологічний часопис*. 2023. Вип. 1 (21). С. 47–55.

63. Дяченко Н. М., Халін В. В. Комунікативні стратегії в сучасному українському політичному дискурсі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. Житомир, 2019. №. 1. С. 56–62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDUF_2019_1_11 (дата звернення: 15.05.2020).

64. Сльникова Н. І. Тролінг в українськомовних медіа: лінгвістичний аспект. *Південний архів (філологічні науки)*. 2021. Вип. 87. С. 16–20.

65. Смельянов О. В. Мовленнєве вираження статусу адресата в англomовному художньому дискурсі закоханих : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 «Германські мови». Суми, 2006. 221 с.

66. Ємельянов О. В. Розуміння та нерозуміння як два аспекти комунікативної взаємодії співрозмовників. *Філологічні студії : наук. часопис*. Луцьк. 2004. № 2 (26). С. 83–88.
67. Єрмоленко А. М. Дискурс в архітектоніці мовної прагматики. *Філософська думка*. 2016. № 4. С. 69–86.
68. Єрмоленко С. Я. (ред.). Українська мова: короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бирик, О. Г. Тодор. Київ : Либідь, 2001. 221 с.
69. Жибак Д. М. До питання особливостей та функцій політичного дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер. Філологія. 2016. Вип. 20 (1). С. 124–126. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2016_20%281%29__36 (дата звернення: 03.10.2021).
70. Жуковець Г. Л. Лінгвориторичні особливості сучасного лейбористського дискурсу Великої Британії : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2001. 216 с.
71. Заблоцький Ю. В. Екстралінгвальні особливості американського політичного дискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». 2023. Вип. 17 (85). С. 54–58. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/3800> (дата звернення: 15.08.2024).
72. Завальська Л. В. Інтерактивна мовленнєва поведінка українських політиків: основні комунікативні стратегії. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV(22), Issue: 99, 2016. С. 67 – 70.
73. Завальська Л. В. Комунікативні стратегії президентського дискурсу (на матеріалі промов В. Зеленського). *Вісник ОНУ*. Сер.: Філологія. 2021. Т. 26, вип. 2 (24). С. 30 – 39.
74. Завальська Л. В. Тролінг як комунікативна стратегія в президентському дискурсі Володимира Зеленського. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2024. Вип. 35. С. 38–42.

75. Загнітко А. П. Основи дискурсології. Донецьк. 2008. 194 с.
76. Загнітко А. П. Сучасна лінгвоперсонологія: рівні, одиниці і категорії. *Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу, наукових працівників і здобувачів наукового ступеня за підсумками науково-дослідної роботи за період 2015–2016 рр. (15–18 травня 2017 р.)*. Т. 2. Серія «Філологія». ДонНУ імені Василя Стуса. Вінниця. 2017а. С. 77–79.
77. Загнітко А. П. Теорія лінгвоперсонології : [монографія]. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2017б. 136 с.
78. Застровська С. О., Застровський О. А. Загальне поняття мовної особистості. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. Мовознавство*. Луцьк, 2011. № 6, ч. 1. С. 159–163.
79. Зернецький П. В., Рябоконь Г. Л. Контрастивно-типологічна характеристика мовленнєвих актів у дискурсі британського та українського парламентів. *Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки*. Київ, 2014. Т. 164. С. 60–65.
80. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси: Брама-Україна, 2010. 224 с.
81. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології. Київ: ТОВ «Видавництво «Розумники». 2021. 192 с.
82. Кавиліна Г. К. Конфліктологія: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти спеціальності: 012 Дошкільна освіта. Одеса: Видавництво ТОВ «Лерадрук», 2021. 153 с.
83. Каліщук Д. М. Концептуальні стилі англomовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обама): дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Луцьк, 2017. 245 с.
84. Калита О. М. Засоби іронії в малій прозі (кінець XX – початок XXI століття) : монографія. Київ : Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2013. 238 с.
85. Качмар О. В. Вербальна агресія та шляхи її подолання. *Актуальні*

проблеми філософії та соціології. 2016. №. 12. С. 55–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprfc_2016_12_16 (дата звернення: 19.05.2023).

86. Клименко І. В. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу. *Лінгвістичні студії : зб. наук. праць*. Донецьк : ДонНУ, 2009. Вип. 19. С. 182–186.

87. Кліш П. А., Хом'як А. П. Комунікативний акт як структурна одиниця спілкування. *Педагогічний пошук*. 2014. № 4. С. 9–11.

88. Казимирова І. А. (ред.). Словник сучасної суспільно-політичної лексики (1991–2022 рр.) / І. А. Казимирова та ін. ; НАН України, Ін-т укр. мови. Київ : Наукова думка, 2024. 498 с.

89. Ковалевська А. В. Нейтралізація патогенних дискурсів: стратегія тролінгу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Дрогобич, 2020. Вип. 34, т. 2. С. 160–166.

90. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : монографія. Одеса : Астропринт, 2001. 341 с.

91. Ковалів С. В. Лексико-стилістичний аналіз політичних промов В'ячеслава Чорновола. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2023. Вип. 31. С. 19–25.

92. Колоїз Ж. В. Українська okazіональна деривація : монографія. Київ. : Акцент, 2007. 311 с.

93. Колотілова Н. Риторика : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 232 с.

94. Кондратенко Н. В. Комунікативні стратегії в українському політичному дискурсі: інтерактивна взаємодія учасників політичних ток-шоу. *Діалог: Медіа-студії*. Вип. 8. Одеса : Астропринт, 2009. С. 48–58.

95. Кондратенко Н. В. Лексичні особливості текстів мовленнєвого жанру «політична програма». *Вісник Одеського національного університету. Філологія*. 2017. Вип. 2 (16). С. 85–90. URL: <http://journals.urau.ua/index.php/2307-8332/article/view/137200/134460> (дата звернення: 01.10.2024).

96. Кондратенко Н. В. Неологізація сучасного українського політичного дискурсу: загальні тенденції. *Слов'янський збірник*. 2014. Вип. 18. С. 225–233. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/slzb_2014_18_28 (дата звернення: 03.10.2024).
97. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: текстуалізація реальності: Монографія. Одеса: Чорномор'я, 2007. 156 с.
98. Кондратенко Н. В. Типологія мовленнєвих жанрів українського політичного дискурсу. *Studia philologica*. 2017. Вип. 9. С. 18–22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stfil_2017_9_5 (дата звернення: 07.10.2024).
99. Кондратенко Н. В. Тролінг у політичному інтернет-дискурсі. *Одеський лінгвістичний вісник: науково-практичний журнал*. 2017. Спецвипуск. С. 86–88
100. Кондратюк І. Б. Комунікативні тактики й стратегії керування дискурсивною особистістю в комунікативній ситуації психологічного дисбалансу. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Сер. Філологічні науки (мовознавство). 2016. № 6. С. 80–83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvddpufm_2016_6_19 (дата звернення: 15.05.2024).
101. Конфліктологія: навч. посіб. Л. М. Герасіна, М. П. Требін, В. Д. Воднік та ін. Х. : Право, 2012. 128 с.
102. Корольова А. В. Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту. *Studia Linguistica : зб. наук. праць*. Київ. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2008. С. 48–53.
103. Корольчук В. М. Маніпуляція з кримінологічної точки зору як один із засобів учинення злочинів. *Юридична психологія та педагогіка*. 2013. № 1. С. 218–226.
104. Костельнюк М. М. Маніпуляційні технології в політичних процесах: термінологічний інструментарій. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2018. Т. 21. № 5. С. 123–132.

105. Кузенко Г. М. Структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості емотивних висловлювань негативної оцінки (на матеріалі англomовного художнього дискурсу) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Миколаїв, 2006. 211 с.
106. Кулакова О. М. Культурологічні аспекти мовно-комунікативних проблем маніпуляції свідомістю. *Культура України*. 2012. Вип. 39. С. 61–68.
107. Куліш А. Р. Дискурсологічні студії в Україні: основні поняття, терміни і проблеми. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2022. Вип. 25, т. 1. С. 179–184.
108. Куранова С. І. Основи психолінгвістики : навч. посіб. Київ. : ВЦ «Академія», 2012 . 208 с. (Серія «Альма-матер»).
109. Левенець Ю. А. (ред.). Політична енциклопедія / Ю. Шаповал та ін. Київ : Парламентське видавництво, 2011. 808 с.
110. Литвиненко Н. П. Український медичний дискурс : [монографія]. Харків. : Харківське історико-філологічне товариство, 2009. 304 с.
111. Лінгвістика впливу : монографія. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. Київ. : ВПЦ «Київський університет», 2005. 148 с.
112. Лозовий В. О. (ред.). Морфологія культури: тезаурус. Харків : Право, 2007. 384 с.
113. Лук'янець М. Г. Комунікативні стратегії і тактики в контексті прагмалінгвістичних студій. *Наукові записки. Серія: філологічні науки*. Київ. 2012. Випуск 105 (2). С. 501 – 504.
114. Лук'янець М. Г. Респонсивні стратегії і тактики в сучасному англomовному діалогічному дискурсі : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2016. 196 с.
115. Мараховська Н. В. Лінгвістичний вимір політичної комунікації. *Лінгвістичні студії*. 2011. Вип. 23. С.170–174.
116. Масель Ю. С. Загальна характеристика стратегій та тактик маніпулювання в англomовній політичній рекламі. *Наукові записки КДПУ ім.*

В. Винниченка. Серія: Філологічні науки (мовознавство). Ч. 2, (105). Кропивницький, С. 514–519.

117. Матвєєва С. А., Каспере Р. Вербалізація семантики карантинних заборон і обмежень в українській мові. *Forum Filologiczne Ateneum*. 2022. № 1 (10). С. 97–107. URL: <https://bibliotekanauki.pl/articles/2196174.pdf>.

118. Мацько Л. І. Аспекти мовної особистості у перспекції педагогічного дискурсу. *Дивослово*. 2006. Вип. 7. С. 2–4.

119. Міхненко А. М., Месюк М. М. Владні інститути та громадянське суспільство: діалог чи маніпуляція суспільною свідомістю?. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*. 2009. № 2. С. 5–12.

120. Мозер М. Є. Аспект функції впливу мовної гри у політичному дискурсі. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2020а. № 42. С. 173–179. URL: <https://doi.org/10.31861/mhpi2020.42.173-179> (дата звернення: 08.10.2024).

121. Мозер М. Є. Комунікативні тактики та стратегії в політичному дискурсі. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2020б. Т. 12, № 1. С. 141–146. URL: <https://doi.org/10.15421/352016> (дата звернення: 19.06.2023).

122. Мужеляк Ю. В. Стратегії і тактики мовної маніпуляції в політиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2018. Вип. 35, т. 1. С. 119–122.

123. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ : Світогляд, 2005. 315 с.

124. Нагорна О. О. Мова як інструмент маніпуляції: стилістичний аналіз використання лексики у політичному й діловому дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 32, т. 2. С. 64–68.

125. Ницполь В. І. Мовна особистість персонажа серійного вбивці (на матеріалі американської прози ХХ століття) : дис. ... канд. філол. наук :

10.02.04. ДВНЗ «Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника», Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Івано-Франківськ, 2018. 233 с.

126. Нікітіна А. В. Педагогічний дискурс учителя-словесника : монографія. Київ : Ленвіт, 2013. 338 с.

127. Нікітчина С. О. Мовні та комунікативні стратегії в полікультурному середовищі. *Психолінгвістика*. 2010. Вип. 6. С. 197– 203. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2010_6_31

128. Одарчук Н. А. Відмова: семантичний та прагматичний аспекти: [монографія]. Волинський національний ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк: «Вежа», 2009. 204 с.

129. Онлайн-версія «Словника української мови» в 11 томах. URL: <https://sum.in.ua/> (дата звернення : 03.09.2024).

130. Папіш В. А. Мовна особистість та вишукана мовна особистість як ключові поняття теорії лінгвоперсонології. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 13 (81). С. 306–310.

131. Пацаранюк Ю. М. Способи реалізації іронії у структурі речення : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Чернівці, 2006. 203 с.

132. Петлюченко Н. В. Харизматика : мовна особистість і дискурс : монографія. Одеса : Астропринт, 2009. 464 с.

133. Петренко В. В. Методи впливу політичної мови. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Сер. Філософія. *Політологія*. Київ, 2013. Вип. 1 (111). С. 44 – 46.

134. Петренко В. В. Особливості визначення політичної мови. *Політичний менеджмент*. 2007. № 2. С. 16 – 24.

135. Петренко В. В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2003а. 17 с.

136. Петренко В. В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2003b. 177 с.

137. Печко Н. М. До питання про політичні неологізми сучасного етапу. *Нова філологія*. 2013. № 57. С. 64–67. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2013_57_19 (дата звернення: 01.10.2024).

138. Підкамінна Л. В. Прагмалінгвістичні особливості сучасного українського агітаційного дискурсу. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 9 : Сучасні тенденції розвитку мов. 2018. Вип. 17. С. 45–52.

139. Погребняк І. В. Соціально-психологічні засади маніпуляції в рекламі. *Синопис: текст, контекст, медіа*. 2013. № 3–4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stkm_2013_3-4_12 (дата звернення: 11.06.2024).

140. Посмітна В. В. Комунікативні стратегії та тактики мас-медійного дискурсу в аспекті потенційної загрози деструктивного мовного впливу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2019, № 39, том 3, С. 123 – 126.

141. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ: ВЦ «Київський університет», 1999. 308 с.

142. Просяна А. В. Комунікативна поведінка учасників судового дискурсу: стратегії і тактики спілкування. *Science and Education a New Dimension. Philology, IV (23)*, Issue: 100, 2016. С. 32 – 36.

143. Радевич-Винницький Я. К. Етикет і культура спілкування. Львів : Сполом, 2001. 223 с.

144. Радзієвська Т. В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – Соціум – Культура – Мовна особистість : [монографія]. Київ. : ДП «Інформативно-аналітичне агентство», 2010. 491 с.

145. Радзієвська Т. В. Текст як засіб комунікації. Київ. : Інститут української мови, 1993. 194 с.

146. Рибак І. В. Інформаційно-комунікативні виміри сучасного політичного маніпулювання. *Держава і право : збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки*. Київ : Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2012. Вип. 57. С. 565–572.

147. Різун В. В. Лінгвістика впливу : монографія / Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. М. Київ. : ВПЦ «Київський університет», 2005. 148 с.
148. Романовська О. В., Драчук Я. І. Механізми впливу та маніпуляція в моді. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право.* 2012. № 3. С. 56–60.
149. Романюк С. К. Комунікативні стратегії й тактики реалізації суттєвого впливу в дискурсі американської комерційної реклами. *Психолінгвістика.* 2009. Вип. 4., С. 235–242. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2009_4_32 (дата звернення: 15.05.2024).
150. Руда О. Г. Мовна ситуація у сфері ЗМІ та культури в Україні. Територіальні та соціокультурні умови функціонування української мови в Україні: монографія [автори: С. О. Соколова, М. О. Гонтар, О. М. Данилевська, Г. М. Залізник, Л. Т. Масенко, О. Г. Руда, В. М. Труб, І. М. Цар; відп. редактор С. О. Соколова]. Київ, 2023. С. 396 – 517.
URL: <https://drive.google.com/file/d/11qazzxXuQAVcrUzH9YFFfmfZDQ1BxrO/view>
151. Руда О. Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія. Київ: Інститут української мови, 2012. 232 с.
152. Рудик І. М. Діалог-конфлікт : стратегії розгортання й захисту. *Вісник Житомирського державного ун-ту імені Івана Франка. Філологічні науки.* 2003. № 11. С. 194–197.
153. Семенишин О. І. Прагмалінгвістична організація мовленнєвих тактик впливу в політичному дискурсі : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2023. 234 с.
154. Семенюк О. А., Парашук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
155. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду

українського масово-інформаційного дискурсу) : дис. ... др-а філол. наук : 10.01.08. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Київ, 2003. 475 с.

156. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах суч. газетн. публіцистики]: монографія. Київ, 2002. 392 с.

157. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 358 с.

158. Славова Л. Л. Типологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення) : [монографія]. Житомир, 2005. 107 с.

159. Снежик О. П. Висловлення звинувачення та виправдання у вербальних інтеракціях (на матеріалі сучасної французької мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05. Запоріжжя, 2007. 308 с.

160. Соловей Г. С. Політична лексика як об'єкт перекладу (на матеріалі текстів політичних заяв, звернень, промов, статей та анекдотів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16. Херсон, 2011. 20 с.

161. Солодка А. К., Мороз Т. О. Оцінна лексика як характеристика сучасного політичного дискурсу. *International Science Journal of Education and Linguistics*. Vol. 3, No. 2. 2024. P. 96 – 106.

162. Ставицька Л. О. Проблеми інтерпретації та лексикографічного опрацювання лайливої лексики. *Вербальна агресія як мовно-культурний і соціальний феномен : матеріали конференції*, 10 листопада 2005 р. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. С. 6–20.

163. Ставицька Л. О. Українська мова без табу : словник нецензурної лексики та її відповідників : обсценізми, евфемізми, сексуалізми. Київ : Критика, 2008. 455 с.

164. Стахів М. О. Український комунікативний етикет : [навч.-метод. посіб.]. К. : Знання, 2008. 248 с.

165. Степаненко М. І. Вплив засобів масової інформації на виборчий процес в Україні. М. І. Степаненко, А. Д. Старченкова. *Grail of Science*. 2023. № 31. С. 307 – 311. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/grsc_2023_31_49.
166. Степаненко М. І, Петюх В. Рекламний дискурс й українські вибори в проєкції на реалії та перспективи. *Lingua Libera*. 2024. № 2. С. 26–40.
167. Степаненко М. І. Семантико-конотативний потенціал апелятивних лексико-словотвірних інновацій у найновітнішому публіцистично-політичному дискурсі. *Збірник наукових праць «Мовознавчий вісник»*. Випуск 22, Черкаси. 2022. С. 131 – 144.
168. Стрій Л. І. Комунікативні стратегії в мовленні українських президентів: ритуальні мовленнєві жанри. *Вісник Одеського національного університету*. Серія: Філологія. Т. 25. Вип. 2 (22). С. 82–88. Doi: [https://doi.org/10.18524/2307-8332.2020.2\(22\).235206](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2020.2(22).235206)
169. Стрій Л. І. Комунікативна стратегія самопрезентації в ритуальних жанрах політичного дискурсу. *Вісник Одеського національного університету*. Серія: Філологія. 2015. Т. 20. Вип. 2 (12). С. 182–189.
170. Стрій Л. І. Ритуальні жанри українського політичного дискурсу: структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Одеса, 2015а. 20 с.
171. Стрій Л. І. Ритуальні жанри українського політичного дискурсу: структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти : дис... канд. філол. наук : 10.02.01; Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. Одеса, 2015b. 190 с.
172. Струганець Л. В. Культура мови. Словник термінів. Тернопіль : Навчальна книга, 2000. 88 с.
173. Судус Ю. В. Мовленнєві тактики реалізації стратегії дискредитації в англomовному дипломатичному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2018. 18 с.

174. Сулима О. П., Висоцький А. В. Лінгвальний простір концепту кохання в українських сучасних піснях. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*. 2022. Vol. 57. Article 2454. Doi: <https://doi.org/10.11649/sfps.2454>.

175. Тараненко К. В. Засоби вираження прихованої агресії в комунікації. Закарпатські філологічні студії. Випуск 7. Том 1. С. 35 – 38.

176. Ущина В. А. Соціолінгвістична категорія домінантності та її реалізація в англomовному політичному дискурсі [Текст] : дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Волинський держ. ун-т ім. Лесі Українки. Луцьк, 2003. 210 с.

177. Фадєєва О. В. Стратегії і тактики конфліктного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 К., 2000. 194 с.

178. Федорова А. П. Специфіка мовної особистості сучасних українських політичних експертів і технологів. *«XIV. Internationale virtuelle Konferenz der Ukrainistik Dialog der Sprachen – Dialog der Kulturen. Die Ukraine aus globaler Sicht. XIV Міжнародна наукова Інтернет-конференція з україністики «Діалог мов – діалог культур. Україна і світ»*. (München, 02. – 05. November 2023). München. 2024. С. 49 – 57. URL: <https://epub.ub.uni-muenchen.de/122255/>.

179. Федорова А. П. Мовленнєві стратегії і тактики в комунікативному середовищі політичного дискурсу України. *Видавнича група «Наукові перспективи», «Вісник науки та освіти», Серія «Філологія»*. 2024. Випуск № 9 (27). 2024. С. 453 – 468.

URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/15276>.

180. Федорова А. П. Мовний портрет сучасного українського політикуму. Проблеми гуманітарних наук. *Збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Серія «Філологія». 2024. Випуск 59. С. 64 – 74.

URL: <http://filol.dspu.in.ua/index.php/filol/article/view/419>.

181. Федорова А. П. Українська політична риторика: роль лексики у формуванні суспільної думки. *Видавнича група «Наукові перспективи»,*

«Вісник науки та освіти», Серія «Філологія». Випуск № 11 (29). 2024. С. 682 – 690. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/17259>.

182. Федорова А. П. Особливості комунікації в соціально-інформаційному полі сучасної української політики. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Філологічні науки*. 2024. № 22. С. 79 – 87.

URL: <https://journals.bdpi.in.ua/index.php/phil/issue/view/54>.

183. Федорова А. П. Функційний вимір сучасного українського політичного дискурсу та вербальні форми його вираження у риториці сучасних політичних експертів і технологів. *Видавнича група «Наукові перспективи», «Вісник науки та освіти», Серія «Філологія». Випуск № 6 (48) 2026 (Спецвипуск). С. 858 – 867. Doi: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-6\(48\)-858-867](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-6(48)-858-867).*

184. Федорів Я. Р. Лінгвістичні моделі дискурсу публічних виступів : нариси із сучасних культурно-мовленнєвих практик. Київ. : ВПЦ НаУКМА, 2010. 188 с.

185. Фоменко О. С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки XX століття) : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ. ун-т ім. Т.Шевченка, 1998. 18 с.

186. Форманова С. В. Інвективна семантика прізвиськ українських політиків. *Записки з ономастики*. Випуск 17, 2014. С. 248 – 255.

187. Чайка Л. В. Вербальний конфлікт: методологічні та термінологічні питання дослідження. *Вісник Житомирського державного ун-ту імені Івана Франка. Філологічні науки*. 2009. № 45. С. 133–137.

188. Шевченко Л. І. (ред.). Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика : зб. наук. праць. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. Вип. 32. 239 с.

URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/167177> (дата звернення: 01.08.2024).

189. Шевчук Н. В. Особливості політичного дискурсу: зміст, функції, жанрове втілення. Вісник ДАКККиМ. Політологія. Вип. 1. 2013. С. 263–269.
190. Юшковець І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 – Германські мови. Донецьк, 2008. 20 с.
191. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс. Національна академія наук України, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні. (Мова, культура, влада). Київ: Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні, 2000. 285 с.
192. Януш О. Б. Дискурс у системі політичної лінгвістики. *Вісник Житомирського державного університету*. Вип. 51. Філологічні науки. Житомир, 2010. С. 81 – 84.
193. Ясакова Н. Ю. (ред.). Соціальне у мові та мова в соціумі : колективна монографія / О. Л. Доценко, М. В. Жуйкова, Н. С. Кісс та ін. Київ : НаУКМА, 2023. 547 с.
194. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2010. 312 с.
195. Alavidze M. The use of pronouns in political discourse. *International Journal of Arts & Sciences*. 2017. Vol. 10, no. 1. P. 349–357.
196. Barthes R. The Discourse of History (translated by Stephen Bann) *Comparative Criticism*, 1981. № 3. P. 7 – 20.
197. Binbin S., Kravchenko N., Matvieieva S. Archaic archetypes and symbols of the Ukrainian and Russian peoples: to debunk the myth of a single people. *Amazonia Investiga*. 2022. Vol. 11, iss. 59. P. 184–193. Doi: <https://doi.org/10.34069/AI/2022.59.11.17>
198. Blass R. Manipulation dans les discours et les écrits de Hitler du point de vue de la théorie de la pertinence. Bielefeld: Cornelia Sen, 2005. 187–194 p.
199. Blynova I. Communicative and Linguistic Characteristics of the Comic Discourse (on the Material of English-Language Belles-Lettres Works). 2022.

Studies in Media and Communication Vol. 10, No. 3; 2022, Special Issue. URL: <https://doi.org/10.11114/smc.v10i3.5827>.

200. Blynova I. The parameters of speech genre implementation in the black humour discourse. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17 (Special Issue 2); 2021. Pp. 1230 – 1242. URL: <https://www.jlls.org/index.php/jlls/article/view/2594>.

201. Burkhardt A. *Das Parlament und seine Sprache*. Tübingen: Niemeyer, 2003.

202. Buss A. *Aggression Pays. The Control of Aggression and Violence*. NY, 1971. P. 7 – 18.

203. Cap P., Okulska U. *Analyzing Genres in Political Communication. Analyzing Genres in Political Communication: Theory and Practice* / ed. by P. Cap, U. Okulska. Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2013. P. 1 – 26.

204. Dudko I., Galona N., Volovenko I., Kashuba N. Features of verbal influence implementation in contemporary pedagogical discourse (based on the material of Ukrainian Language Teaching). *Cadernos de Educação, Tecnologia e Sociedade*. 2023a. Vol. 16, no. 2. P. 83–93. Doi: <https://doi.org/10.14571/brajets.v16.nse2.83-93>.

205. Dudko I., Galona N. Socio-cultural and communicative tolerance vs aggression, in the context of the russian-ukrainian war and migration processes. *Scientific achievements of contemporary society : proceedings of the 4th International scientific and practical conference (November 7–9, 2024)*. London : Cognum Publishing House, 2024a. P. 681–685.

206. Dudko I., Taranenko A., Kedych T., Velyka A., Poltoratska A. Peculiarities of the functioning of verbs in modern artistic discourse (on the material of texts of Ukrainian and English literature). *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2023b. Vol. 13, iss. 2, spec. iss. XXXVI. P. 110–114. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130236/papers/A_20.pdf.

207. Dudko I., Zaitseva N. Modern discourse of Internet communication: Linguistic aspect. *International Journal of Philology*. 2024b. Vol. 15, no. 3. P. 9–21. Doi: <https://doi.org/10.31548/philolog/3.2024.09>.
208. Goffman E. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. New York : Doubleday Anchor Books, 1967. 268 p.
209. Goodin R. *Manipulatory Politics*. New Haven : Yale University Press, 1980. 59 p.
210. Graber D. Political Languages. *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills ; London : Sage Publications, 1981. P. 195–224.
211. Gruber H. Streitgespräche: Zur Pragmatik einer Diskursform. *Opladen*, 1996. 178 p.
212. Gumperz J. J. *Discourse Strategies*. Cambridge : Cambridge UP, 1982. 293 p.
213. Edmondson W. *Spoken discourse: a model for analysis*. London : Sage, 1981. 217 p.
214. Faerch C., Kasper G. *Strategies in interlanguage communication*. NY: Longman, 1983. 268 p.
215. Farah Abdul-Jabbar Al-Mnaseer, Anne A. Christopher. Bases of Power and Influence Tactics in Obama's Political Discourse: A Critical Discourse Analysis. *International Review of Social Sciences and Humanities* Vol. 6,. 1 (2013), PP. 59 – 66.
216. Flowers M. Adversary arguments and the logic of personal attacks. *W. G. Lehnert, M.H. Ringle eds. Strategies for natural language processing*. Hillsdale : Erlbaum, 1982. P. 275–294.
217. Foucault M. *The Archaeology of Knowledge*. London: Routledge, 1972.
218. Fraser B. Hedged performatives. B. Fraser. *Cole : Morgan*, 1975. P. 187–210.
219. Hardaker C. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*. 2010. № 6. P. 215–242.

220. Helgorsky F. Norme et Histoire. *Le français moderne*. Paris, 1982. – №1. P. 15–41.
221. Infante D., Sabourin T., Rudd J., Shannon E. Verbal aggression in violent and nonviolent marital disputes. *Communication Quarterly*, 1990, Vol. 38. P. 361–371.
222. Infante D., Wigley C. Verbal aggressiveness: An interpersonal model and measure. *Communication Monographs*, Vol. 53, 1986. P. 61–69.
223. Jacobs S. Strategy and structure in conversational influence attempts. S. Jacobs, D. Jackson. *Communication Monographs*. 1992. Vol. 50, December. P. 285–304.
224. Kellermann K. Communication: Inherently strategic and primarily automatic. *Communication Monographs*. 1992. V. 59. P. 288–300.
225. Khalander K. Linguistic Dimensions of Online Communication: From Provocation to Trolling. London : Routledge, 2015. 342 p.
226. Klein J. Politische Kommunikation als Sprachstrategie. In: *Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (hg.): Politische Kommunikation in der Demokratischen Gesellschaft*. Wiesbaden, 2002. S. 376–395.
227. Komter M. L. Accusations and defences in courtroom. *Discourse and Society*. 1994. Vol. 5(2). P.165 – 187.
228. Kotthoff H. Disagreement and concession in disputes: on the context sensitivity of pretence structures. *Language in Society*. 1993. № 22. P. 193 – 216.
229. Kuralay Kenzhekankyzy Kenzhekanova. Linguistic Features of Political Discourse. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing*, Rome-Italy. Vol. 6, No 6, S2 November 2015. P. 192–199.
230. Kristeva J. Le language, cet inconnu. Paris : Ed. du Seuil, 1981. 334 p.
231. Kilvington D. The virtual stages of hate: Using Goffman's work to conceptualise the motivations for online hate. *Media, Culture & Society*. 2021. Vol. 43, no. 2. P. 256–272. Doi: <https://doi.org/10.1177/0163443720972318>
232. Labov W., Fanshel D. Therapeutic Discourse. Psychotherapy as Conversation. New York: Academic Press, 1977. 347 p.

233. Leech G. Principles of Pragmatics. London and New York : Longman, 1983. 250 p.
234. Lemish N., Kravtsova Yu., Tolcheyeva T. English predicative constructions: structure and types. *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University*. Series 9. Current Trends in Language Development. 2022a. Iss. 23. P. 25–40. Doi: <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series9.2022.23.03>
235. Lemish N., Matvieieva S., Orlova Y., Kononets Juliia. Culture vs Stereotypical Thinking vs Language Facts. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*. 2022b. Vol. 25, no. 1. P. 64–86. Doi: <https://doi.org/10.5782/2223-2621.2022.25.1.64>
236. Lippman W. Public Opinion. New York : Macmillan, 1950. 427 p.
237. Lorenz K. On Aggression. Bantam Books, 1967. 306 p.
238. Matveeva S., Torgovets M. Cognitive terminological structure as a unit of the professional worldview. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. 2022. Вип. 23. С. 41–51.
URL: <https://sjnpu.com.ua/index.php/journal/article/download/286/247>
239. McCornack S. A. Information Manipulation Theory. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. 223 p.
240. McQuil D. Teoria komunikowania masowego. Denis McQuil. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2008. 575 s.
241. Orlova Yu., Lemish N., Matvieieva S., Aleksieieva O., Vainorenien I., Safonova N. Concept Human Age as archetypal and stereotypical mental structure in the consciousness of Ukrainian, Russian, and English native speakers. *Studies about Languages / Kalby studijos*. 2022. No. 41. P. 62–80. Doi: <http://dx.doi.org/10.5755/j01.sal.41.1.31960>.
242. Östman J. Discourse analysis. J. Östman, T. Virtanen. *Handbook of Pragmatics*. Amsterdam, Philadelphia, 1995. P. 239–253.

243. Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse / ed. by P. A. Chilton, C. Schäffner. Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2002. 245 p.

244. Ruda O. Language and War: Language-Related Discourse in Ukraine Since the Beginning of the Full-Scale Invasion // Contested language diversity in wartime Ukraine: National Minorities, Language Biographies, and Linguistic Landscape. Nadiya Kiss and Monika Wingender (eds.). Hannover, Stuttgart: ibidem-Verlag. Soviet and Post-Soviet Politics and Society (SPPS). 2025. Vol. 285. P. 37–67.

245. Sacks H., Schegloff E. A., Jefferson G. A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. *Language*. 1974. Vol. 50. No. 4. pt. 1. P. 696–735.

246. Shrouf A. Naser: Sprachwandel als Ausdruck politischen Wandels. *Am Beispiel des Wortschatzes in Bundestagsdebatten 1949–1998*, in: Hoberg, Rudolf (Hrsg.): *Angewandte Sprachwissenschaft. Bd. 18*. Frankfurt-am-Main: Peter Lang Verlag, 2006.

247. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Languag. Oxford, 1983. 272 p.

248. Teun A. van Dijk. Adrianus van. Strategies of Discourse Comprehension. Teun Adrianus van Dijk, Walter Kintsch. N. Y. : Academic Press, 1983. 418 p.

249. Teun A. van Dijk. News as Discourse. Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates, 1988. 210 p.

250. Teun A. van Dijk. Principles of Critical Discourse Analysis The sociolinguistic Reader. Gender and Discourse. Vol. 2. 1998. P. 367–393.

251. Thomas J. Meaning in Interaction. An Introduction to Pragmatics. London: Pearson Education, 1995. 240 p.

252. Tontodimamma A., Nissi E., Sarra A., Fontanella L. Thirty years of research into hate speech: topics of interest and their evolution. *Scientometrics*. 2021. Vol. 126, no. 1. P. 157–179. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03737-6>

253. Ware A. Le concept de manipulation: son rapport à la démocratie et au pouvoir. New York: Cambridge University Press., 1981. 149 p.

254. Weisgerber L. Das Menschheitsgesetz der Sprache. 2. Auflage. Heidelberg : Quelle & Meyer, 1964. 202 S.

255. Wodak R. Disorders of Discourse. L.: Longman, 1996. 200 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Антонюк О. Усі вчинки Залужного оцінюють через призму політики. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/politika/usi-vchynky-zaluzhnogo-oczinyuyutcherez-pryzmu-polityky/> (дата звернення: 27.02.2024).

2. Антонюк О., Чаленко І. та інші (2023). Пригожин, Гіркін і Руцькой – креатури ФСБ, створені задля порятунку росії як держави. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/kommentari/oleksandr-antonyuk-prygozhyn-girkin-i-ruczkoj-kreatury-fsb-stvoreni-zadlya-poryatunku-rosiyi-yak-derzhavy/> (дата звернення: 27. 02. 2024).

3. Антонюк О. Чи може бути хоч яке-небудь виправдання цьому злочину? НІ!!! Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/chy-mozhe-buty-hoch-yake-nebud-vypravdannya-czomu-zlochynu-ni/> (дата звернення: 27.02.2024).

4. Басараб М. Невже у США таки згадали про славні часи Гувера і Маккарті. URL: <https://espresso.tv/poglyad-nevzhe-u-ssha-taki-zgadali-pro-slavni-chasi-guvera-i-makkarti> (дата звернення: 04.09.2024).

5. Басараб М. Нестандартні «тушки» – новий феномен давніх проблем опозиції. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2013/04/15/6988175/> (дата звернення: 01.08.2024).

6. Басараб М. Як Дуров допомагає Путіну боротися з національними рухами в Росії. URL: <https://espresso.tv/poglyad-yak-durov-dopomagaе-putinu-borotися-z-natsionalnimi-rukhami-v-rosii> (дата звернення: 14.08.2024).

7. Бортнік Р. Вже за кілька років політична карта Європи нагадуватиме прапор Хорватії – така ж строката: політолог Руслан Бортнік. Сайт «UA. NEWS». URL: <https://ua.news/ua/all-news/vzhe-za-kilka-rokiv-politichna-karta-evropi-nagaduvati-me-prapor-khorvatiyi-taka-zh-strokata-politolog-ruslan-bortnik> (дата звернення: 20.05.2025).

8. Бортнік Р. Хто буде на переговорах у Стамбулі: політолог Руслан Бортнік. Сайт «UA. NEWS». URL: <https://ua.news/ua/all-news/khto-bude-na-peregovorakh-u-stambuli-politolog-ruslan-bortnik> (дата звернення: 27.05.2025).

9. Гайдай С. Війна – це час репарацій російських активів, чи нові можливості для владного рейдерства і перерозподілу національних ресурсів на користь «нового олігархату»? Сайт «Українська правда». URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/gaiday/668d3e49e873a/> (дата звернення: 17.10.2024).

10. Городницький А. В Україні величезна ментальна проблема: як відкрити «друге дихання». Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/politika/andrij-gorodnyczkyj-v-ukrayini-velychiezna-mentalna-problema-yak-vidkryty-druhe-dyhannya/> (дата звернення: 27.02.2024).

11. Городницький А. В умовах війни без обмеження демократії неможливо. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/politika/v-umovah-vijny-bez-obmezhennya-demokratiyi-nemozhlyvo/> (дата звернення: 29.04.2024).

12. Городницький А. Ситуацію в Україні штучно нагнітають. І зараз російські маніпуляції підсилюють ще і деякі американські голоси. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/sytuacziyu-v-ukrayini-shtuchno-nagnitayut-i-zaraz-rosijski-manipulyacziyi-pidsylyuyut-shhe-i-deyaki-amerykanski-golosy/> (дата звернення: 15. 04. 2026).

13. Городницький А. Tomahawk – міфічна зброя. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/tomahawk-mifichna-zbroya/> (дата звернення: 27.02.2026).

14. Давидюк М. Європа відкуповується від війни мінімальною допомогою Україні. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/evropa-vidkupovuyetsya-vid-vijny-minimalnoyu-dopomogoyu-ukrayini/> (дата звернення: 08. 05. 2026).

15. Давидюк М. У лютому-березні спробують заморозити російсько-українську війну. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/u-lyutomu-berezni-sprobuyut-zamorozyty-rosijsko-ukrayinsku-vijnu/> (дата звернення: 17. 05. 2026).

16. Денисенко В. Україна сама створює для себе політичні труднощі, публічно критикуючи Орбана. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/ukrayina-sama-stvoryuye-dlya-sebe-politychni-trudnoshhi-publichno-krytykuyuchy-orbana/> (дата звернення: 15. 04. 2026).

17. Загородній Т. На Заході лише й чекають, коли Україна впаде. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/na-zahodi-lyshe-j-chekayut-koly-ukrayina-vpade/> (дата звернення: 04. 11. 2024).

18. Загородній Т. Ну мені нравиця, як воно горить, люди бігають, суєтяться. «Цензор.НЕТ» – український новинний суспільно-політичний інтернет-портал. URL: <https://censor.net/ua/blogs/3536112/nu-meni-nravytsya-yak-vono-goryt-lyudy-bigayut-suyetyatsya> (дата звернення: 17.02.2025).

19. Загородній Т. «Одноразки» фсб». «Цензор.НЕТ» – український новинний суспільно-політичний інтернет-портал. URL: <https://censor.net/ua/blogs/3538441/sbu-lovila-100-vikonavts-v-ros-yiskih-terakt-v> (дата звернення: 28.02.2025).

20. Загородній Т. Про реформування БЕБ та скандального суддю Жовніра. «Цензор.НЕТ» – український новинний суспільно-політичний інтернет-портал. URL: <https://m.censor.net/ua/blogs/3539799/pro-reformuvannya-beb-ta-skandalnogo-suddu-jovnira> (дата звернення: 28.02.2025).

21. Загородній Т. Про Трампа та інші «жахи» сучасності. «Цензор.НЕТ» – український новинний суспільно-політичний інтернет-портал. URL: <https://censor.net/ua/blogs/3538239/pro-trampa-ta-inshi-jahy->

suchasnosti (дата звернення: 27.02.2025).

22. Загородній Т. Україна може вийти з МКС, якщо суд діятиме не в наших інтересах. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/politika/ukrayina-mozhe-vyjty-z-mks-yakshho-sud-diyatyme-ne-v-nashyhinteresah/> (дата звернення: 15.09.2024).

23. Клочок В. Візит Зеленського до США швидше вдалий, ніж невдалий. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/vizyt-zelenskogo-do-ssha-shvydshe-vdalyj-nizh-nevdalyj/> (дата звернення: 18.10.2024).

24. Клочок В. У Байдена і Трампа – однакові цілі. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/u-bajdena-i-trampa-odnakovi-czili/> (дата звернення: 27.02.2025).

25. Кулик В. КНДР втворює росії неліквідне озброєння. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/kndr-vtyuhuye-rosiyi-nelikvidne-ozbroyennya/> (дата звернення: 01. 11. 2024).

26. Кулик В. Кому муляє слава «лисих птахів?». «Цензор.НЕТ» – український новинний суспільно-політичний інтернет-портал. URL: https://censor.net/ua/blogs/3512622/komumulyaye_slava_lysyh_ptahiv (дата звернення: 12.10.2024).

27. Кулик В. Україна не може покладатися на США. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/ukrayina-ne-mozhe-pokladatysya-na-ssha/> (дата звернення: 02. 05. 2026).

28. Кулик В. Політична гра та ослаблення воєнної розвідки. «Цензор.НЕТ» – український новинний суспільно-політичний інтернет-портал.

URL: https://censor.net/ua/blogs/3514061/poltichna_gra_ta_oslablennya_vonno_r_ozvdki (дата звернення: 11.10.2024).

29. Кулик В. Президентство Трампа несе велику небезпеку для світу. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL:

<https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/prezydentstvo-trampa-nese-velyku-nebezpeku-dlya-svitu/> (дата звернення: 17. 09. 2024).

30. Кулик В. росія буде робити все можливе, аби дестабілізувати Молдову. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/rosiya-bude-robyty-vse-mozhlyve-abydestabilizuvaty-moldovu/> (дата звернення: 22. 11. 2024).

31. Кучухідзе А. Про війну, яку ні Україна, ні Захід не можуть дозволити собі програти. Сайт «Укрінформ». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3807087-pro-vijnu-aku-ni-ukraina-ni-zahid-ne-mozut-dozvoliti-sobi-prograti.html> (дата звернення: 18. 11. 2024).

32. Лісний І. Візії закінчення війни немає не лише в Україні, а й на Заході. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/viziyi-zakinchennya-vijny-nemaye-ne-lyshe-v-ukrayiny-a-j-nazahodi/> (дата звернення: 18. 11. 2024).

33. Лісний І. Ігри з легітимністю президента вкрай небезпечні для України. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/no-category/igry-z-legitymnistyu-prezydenta-vkraj-nebezpechnidlya-ukrayiny/> (дата звернення: 22. 11. 2024).

34. Магда Є. Енергетика: ефект гіркої пігулки. Сайт «Liga.net». URL: <https://blog.liga.net/user/yemahda/article/53493> (дата звернення: 17.09.2024).

35. Магда Є. Лібералізація як реанімація. Сайт «Liga.net». URL: <https://blog.liga.net/user/yemahda/article/53705> (дата звернення: 10.09.2024).

36. Магда Є. Цифровий Альфа-джаз. Сайт «Liga.net». URL: <https://blog.liga.net/user/yemahda/article/54042> (дата звернення: 11.10.2024).

37. Матвієнко К. Не треба городити геополітичні городи. Сайт «ВЕЖА. URL: <https://vezha.com.ua/viyna/ne-treba-gorodyty-geopolitychni-gorody/> (дата звернення: 01. 10. 2024).

38. Медіарейтинг політиків та експертів за 2024 рік. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mediaratings/mediarejtyng-politykiv-ta-ekspertiv-za->

2024-rik/ (дата звернення: 10. 01. 2025).

39. Мельник А. «Шкода, що довелося вживати важку вербальну артилерію, але вона була єдиним методом» – інтерв'ю з Мельником. Сайт «Суспільне Новини». URL : <https://suspilne.media/369938-skoda-so-dovelosa-vzivativazku-verbalnu-artileriu-ale-vona-bula-edinim-metodom-intervu-z-melnikom/> (дата звернення : 15.08.2024).

40. Мельник А. «Я сидів за комп'ютером і ридав», – інтерв'ю Посла України у ФРН Андрія Мельника та його дружини Світлани журналу «Der Spiegel». Офіційний сайт посольства України у Федеративній Республіці Німеччина. URL: <https://germany.mfa.gov.ua/news/intervyu-posla-ukrayini-u-frn-andriya-melnyka-ta-jogo-druzhini-svitlani-zhurnalu-der-spiegel?fbclid=IwAR3kYCMsLIBwlp6zPvqnrCTBWxhX4YpIRLx8f9GZK4TXNOJm1Ng2Jzvq68> (дата звернення : 10.02.2023).

41. Миселюк А. Чотири екзистенційні виклики для України зійшлися в одній точці. Сайт «ВЕЖА». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/chotyry-ekzystenczijni-vyklyky-dlya-ukrayiny-zijshlysy-v-odnij-tochczi/> (дата звернення: 11.10.2024).

42. Миселюк А. Як провал росіян в Україні призвів до третьої карабаської війни. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/yak-proval-rosiyan-v-ukrayini-pryzviv-do-tretoy-i-karabaskoyivijny/> (дата звернення: 12.10.2024).

43. Мокан В. Важливо довести історію з Єрмаком до кінця. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/vazhlyvo-dovesty-istoriyu-z-yermakom-do-kinczya/> (дата звернення: 19. 05. 2026).

44. Мокан В. В Україні виникла криза комунікації між органами влади. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/politika/v-ukrayini-vynykla-kryza-komunikacziyi-mizh-organamy-vlady/> (дата звернення: 22. 05. 2026).

45. Молчанов В. Великий Луг vs гребля: чи реально відбудувати

Каховську ГЕС і як уникнути екокатастрофи. Сайт «СТОПКОР». URL: <https://www.stopcor.org/ukr/section-suspilstvo/news-velikij-lug-vs-greblya-chi-realno-vidbuduvati-kahovsku-ges-iyak-uniknuti-ekokatastrofi-19-07-2023.html> (дата звернення: 05.09.2024).

46. Молчанов В. Війна за острови під Херсоном: ключ до вигнання росіян – нищення мосту через Конкус. Сайт «СТОПКОР». URL: <https://www.stopcor.org/ukr/section-suspilstvo/news-vijna-za-ostrovi-pid-hersonom-klyuch-do-vignannya-rosiyanznischennya-mostu-cherez-konku-01-05-2023.html> (дата звернення: 01.09.2024).

47. Олещук П. Новий темник роспропаганди. Три моменти після заяви Медведєва про ядерну війну. Новинний сайт «NV.UA». URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/rosiya-ta-yaderna-viyna-pro-shcho-ne-skazav-medvedyev-ostanni-novini-50298797.html> (дата звернення: 18.02.2023).

48. Олещук П. Москва готується. Навіщо Лавров озвучив байку про «єврейське коріння Гітлера». Новинний сайт «NV.UA». URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/rosiya-izrajil-navishcho-lavrov-skazav-shcho-gitler-yevrey-novini-rosiji-50238623.html> (дата звернення: 01.10.2022).

49. Олещук П. Україна знаходить себе, Росія – остаточно втрачає. Новинний сайт «NV.UA». URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/viyna-putina-shcho-vidbuvayetsya-z-rosiyeyu-i-z-ukrajinoyu-ostanni-novini-50294862.html> (дата звернення: 02.03.2023).

50. Олещук П. Україна посунула ще далі «червону лінію» Кремля. Новинний сайт «NV.UA». URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/politolog-pro-te-yak-ukrajina-perehodit-chervoni-liniji-putina-50412378.html> (дата звернення: 27.04.2024).

51. Олещук П. Що має на увазі Путін, говорячи про «денацифікацію» України. Новинний сайт «NV.UA». URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/putin-hoche-znishchiti-ukrajinciv-pro-shcho-govorit-denacifikaciya-ukrajini-viyna-nato-ostanni-novini-50222077.html> (дата звернення : 04.10.2022).

52. Петренко І. Україна заходить на глобальний ринок зброї. Сайт

«ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/no-category/ukrayina-zahodyt-na-globalnyj-rynok-zbroji/> (дата звернення: 19.05.2026).

53. Портников В. Конфлікт США та Ірану: яка небезпека чекає Україну? Інтернет-видання «24 Канал». URL: https://24tv.ua/konflikt_ssha_ta_iranu_yaka_nebezpeka_chekaye_ukrayinu_n1258988 (дата звернення: 19.06.2024).

54. Портников В. Україна і ескалація дій Заходу проти Росії. Чого очікувати? Інтернет-видання «Радіо свобода». URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/eskalatsiya-diy-zakhodu-proty-rosiyi/32994334.html> (дата звернення: 17.06.2024).

55. Портников В. У Кремлі знову налякані і згадують ядерну лякалку. Інтернет-видання «24 Канал». URL: https://24tv.ua/lavrovprigroziv-zahodu-yadernoyu-viynoyu-cherez-dozvoli-biti_n2629436 (дата звернення: 05.09.2024).

56. Портников В. 5 висновків з інтерв'ю Трампа Маску. Інтернет-видання «24 Канал». URL: https://24tv.ua/tramp-dav-intervyumasku5visnovkivtsiyeyirozmovi_n2618662 (дата звернення: 31.08.2024).

57. Рейтерович І. Існує варіант швидкого завершення війни. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/viyna/isnuye-variant-shvydkogo-zavershennya-vijny/> (дата звернення: 14. 04. 2026).

58. Таран В. Незалежність нам дісталась просто так? Давайте розвінчаємо цей міф. Сайт ГЛАВКОМ. URL: <https://glavcom.ua/columns/vtaran/nezalezhnist-nam-distalas-prosto-tak-davajte-rozvinchajemo-tsej-mif-1017187.html> (дата звернення: 29.09.2024).

59. Таран В. Росія його ненавидить до сих пір. Згадаймо Івана Мазепу. Сайт ГЛАВКОМ. URL: <https://glavcom.ua/columns/vtaran/rosija-joho-nenaviditdo-sikh-pir-zhadajmo-ivana-mazepu-1021800.html> (дата звернення: 22.09.2024).

60. Таран В. Чи допоможе Польща закрити небо Україні? Сайт

ГЛАВКОМ. URL: <https://glavcom.ua/columns/vtaran/chi-dopomozhe-polshcha-zakritinebo-ukrajini-1009328.html> (дата звернення: 11.07.2024).

61. Таран В. Як СРСР знищував українських селян. Сайт «ГЛАВКОМ». URL: <https://glavcom.ua/columns/vtaran/jak-srsr-znishchuvav-ukrajinskikhseljan-1014082.html> (дата звернення: 27.08.2024).

62. Топ-50 політичних експертів України: підсумки 2021 року. Сайт «UNN Українські національні новини. Нас читають президенти». URL: <https://unn.ua/news/top-50-politichnikh-ekspertiv-ukrai-ni-pidsumki-2021-roku> (дата звернення: 11. 11. 2022).

63. Фесенко В. Давос-2025 – в тіні Трампа. Сайт «Українська правда». URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/fesenko/6797d003cf749/> (дата звернення: 25.01.2025).

64. Фесенко В. «Звільнення» Залужного і вибори–2024: політичне паскудство під час війни. Інформаційне агентство «УНІАН». URL: <https://www.unian.ua/politics/chi-budut-vibori-v-ukrajini-zvilnennya-zaluzhnogo-i-vibori-2024-politichne-paskudstvo-pid-chas-viyni-12452502.html> (дата звернення: 07.09.2024).

65. Фесенко В. Переговорний процес зупинився мінімум на кілька місяців. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/peregovornyj-proczes-zupynyvsya-minimum-na-kilka-misyacziv/> (дата звернення: 02.05.2026).

66. Фесенко В. Після літа путіну доведеться піти на заморозку війни. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/mizhnarodna-polityka/peregovornyj-proczes-zupynyvsya-minimum-na-kilka-misyacziv/> (дата звернення: 19.05.2026).

67. Фесенко В. Про що свідчить «путінська паспортизація». Інформаційне агентство «УНІАН». URL: <https://www.unian.ua/politics/10535400proshchosvidchitputinskapasportizaciya.html> (дата звернення: 19.05.2024).

68. Фесенко В. «Тонкий» натяк: навіщо Україна нагадує про свої

історичні землі в РФ. Інформаційне агентство «УНІАН». URL: <https://www.unian.ua/war/tonkiy-natyak-navishcho-ukrajina-nagaduye-pro-svoji-istorichni-zemliv-rf-12519780.html> (дата звернення: 21.06.2024).

69. Фесенко В. Чи будуть мирні переговори з РФ у 2024 році: експерт дав прогноз. Інформаційне агентство «УНІАН». URL: <https://www.unian.ua/war/mirni-peregovori-z-rosiyeyu-budut-u-comu-roci-chi-ni-prognoz-vid-volodimirafesenska-12691926.html> (дата звернення: 21.08.2024).

70. Цибулько В. Володимир Цибулько про вибори в Україні. Львівське інформаційне агентство «Варіанти». URL: <https://varianty.lviv.ua/publikatsiyi/volodymyr-tsybulko-pro-vybory-v-ukrain> (дата звернення: 18.09.2024).

71. Цибулько В. За членами команди Кличка почали помічати «хвіст» силовиків. Інформаційно-аналітичний портал «КиївВлада». URL: <https://kievvlast.com.ua/news/za-chlenami-komandi-klichka-pochali-pomichati-hvist-silovikivpoliteksperttsibulko?noredirect=true> (дата звернення: 18.05.2024).

72. Цибулько В. Шото какая-то дебильная конференция! Сайт «Українська правда». URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2011/04/11/6094506/> (дата звернення: 17.07.2024).

73. Чаленко І. Стратегії українських політиків і партнерів спираються на соціологію, але це хибний шлях. Сайт «ВЕЖА. Центр громадської аналітики». URL: <https://vezha.com.ua/politika/strategiyi-ukrayinskyh-politykiv-i-partneriv-spyrayutsya-na-socziologiyu-ale-czehybnij-shlyah/> (дата звернення: 27.04.2024).

74. Чалий В. Дебати у США. Люди, все найважливіше у світі зараз відбувається у нас. Сайт «Еспресо». URL: <https://espresso.tv/poglyad-debati-u-ssha-lyudivse-nayvazhlivishe-u-sviti-zaraz-vidbuvaetsya-u-nas> (дата звернення: 12.09.2024).

75. Чалий В. План, звісно, потрібен. Але його треба ще й виконувати. Сайт «Еспресо». URL: <https://espresso.tv/poglyad-plan-zvisno-potriben-ale->

yogotreba-shche-y-vikonuvati (дата звернення: 21.09.2024).

76. Чалий В. Саміт миру: Відсутність Китаю не виглядає розумною. Сайт «Еспресо». URL: <https://espreso.tv/poglyad-samit-miru-vidsutnist-kitayune-viglyadae-rozumnoyu> (дата звернення: 28.08.2024).

77. Яхно О. Бачення миру. Сайт «Українська правда». URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/yakhno/66705b8d9f067/> (дата звернення: 15.07.2024).

78. Яхно О. Курський бумеранг для Росії. Сайт «Українська правда». URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/yakhno/66bb92e97be21/> (дата звернення: 18.08.2024).

79. Яхно О. Про таймінг. Сайт «Українська правда». URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/yakhno/66b342041135c/> (дата звернення: 11.08.2024).

80. Яхно О. У 2024-й. Сайт «Українська правда». URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/yakhno/659122904cf15/> (дата звернення: 03.09.2024).

81. Яхно О. Чи можна «заморозити» війну без руху до сталого миру. Сайт «Українська правда». URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/yakhno/66e033cb50b24/> (дата звернення: 14.09.2024).

ДОДАТКИ

**Репрезентація комунікативних стратегій і тактик у мовленні
сучасних політичних експертів і технологів України**

Комунікативна стратегія	Комунікативна тактика	Семантичне навантаження
Інформаційно-інтерпретаційна стратегія (30,0%)	Тактика акцентування на позитивній інформації; тактика визнання існування проблеми; тактика вказування на шлях розв'язання проблеми; тактика розгляду проблеми з різних позицій; тактика коментування; тактика пояснення	Пояснення та обговорення питань, що хвилює соціум
Стратегія «гра на підвищення» (26,7%)	Тактика аналіз-«плюс»; тактика відведення критики; тактика самовиправдання	Висвітлення та демонстрація своїх поглядів, підвищення власного авторитету
Стратегія «гра на зниження» (20,0%)	Тактик аналіз – «мінус»; тактика образи; тактика звинувачення; тактика викриття	Дискредитація спірозмовника або реципієнта, репрезентація себе у найкращому світлі
Стратегія театральності (13,3%)	Тактика інформування; тактика обіцянки;	Прямий вплив на аудиторію

	тактика провокації; тактика підбурювання; тактика кооперації	
Стратегія самопрезентації (7,0%)	Тактика ототожнення з чим-небудь або ким-небудь; тактика самосхвалення; тактика дистанціювання; тактика створення «свого кола», тактика солідаризації	Створення, підтримка, коригування публічного образу, лідера, якому довіряють
Інші стратегії (3,0%)	Тактика спрощення складних соціополітичних понять; тактика «навішування ярликів» і фабрикація фактів; тактика звинувачення; тактика замовчування релевантної інформації; тактика полемічного нападу	Зміна суспільного сприйняття реалій, демаскування дій супротивника допомогою засобів вербальної агресії, спрощення та політичних фактів задля прихованого впливу