**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра англійської філології**

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Зоренко І. С.

Протокол №\_\_\_\_ Реєстраційний №\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р. «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 р.

**СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ БРИТАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛАХ ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОМОВ БОРИСА ДЖОНСОНА)**

Магістерська робота студентки

факультету іноземних мов

групи АНФ-м-15

другого (магістерського) рівня

за спеціальністю 014. 02

Середня освіта Мова та література (англійська)

галузі знань 01 Освіта

**Корецької Дар’ї Дмитрівни**

Керівник:

кандидат філологічних наук,

доцент **Луценко Л.О.**

Оцінка:

Національна шкала

Шкала ECTS\_\_\_\_\_Кількість балів\_\_\_

Голова ЕК:

Члени ЕК:

Кривий Ріг – 2020

**ЗМІСТ**

ВСТУП 4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ БРИТАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ 7

1.1. Поняття політичного дискурсу в мовознавстві 7

1.2. Класифікація стратегій і тактик маніпулятивного впливу 16

Висновки до розділу 1 28

РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКС СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ БОРИСА ДЖОНСОНА 30

2.1. Тактична реалізація стратегії на зниження 31

2.1.1. Тактика звинувачення 31

2.1.2. Тактика безособового звинувачення 35

2.1.3. Тактика викриття 37

2.2. Тактична реалізація стратегії на підвищення 38

2.2.1. Тактика «аналіз-плюс» 38

2.3. Тактична реалізація стратегії театральності 41

2.3.1. Тактика спонукання 42

2.3.2. Тактика кооперації 45

2.3.3. Тактика розмежування 51

2.3.4. Тактика інформування 53

2.3.5. Тактика обіцянки 56

2.3.6. Тактика прогнозування 59

2.3.7. Тактику попередження 61

2.3.8. Тактика іронізування 62

2.3.9. Тактика оголошення інтенцій мовця 63

2.3.10. Тактика висловлення беззаперечної впевненості 66

2.3.11. Тактика припущення 68

Висновки до розділу 2 68

ВИСНОВКИ 71

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 75

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ 83

**ВСТУП**

У рамках антропоцентричної парадигми мова – це простір, в якому діє людина, а в центрі її уваги постає два кола проблем: 1) пізнання людини через вивчення мови; 2) дослідження природи мови через вивчення людини та її світогляду [51, с. 8]. Мова і політика є взаємопов’язаними поняттями, які відіграють важливу роль у різних сферах суспільства, зокрема, політичній.

Значну роль у перебігу політичних подій відіграють стратегії і тактики маніпулювання, які заслуговують особливої уваги, оскільки політики за допомогою вірно обраних лінгвістичних засобів та стратегічно-тактичного комплексу намагаються впливати на поведінку виборців, що призводить до подальшого розвитку політичної лінгвістики.

В умовах сьогодення спостерігається підвищення академічного інтересу щодо вивчення маніпулювання на тлі політичної комунікації. Дослідження маніпулятивного впливу у політичному дискурсі широко представлено у працях С. Іванової, А. Махіної, О. Румянцевої, Р. Садуова, Л. Тетової, І. Фролової, О. Шейгал та ін.

**Актуальність теми дослідження** полягає у відсутності комплексного аналізу стратегічно-тактичної організації політичного дискурсу чинного Прем’єр-міністра Великої Британії Бориса Джонсона в аспекті маніпулятивного впливу.

**Мета роботи –** дослідити та проаналізуватистратегії й тактики маніпулятивного впливу, які використовуються в сучасному англомовному політичному дискурсі, представленого передвиборчими промовами Бориса Джонсона.

Мета дослідження зумовлює вирішення таких **завдань**:

* дослідити комунікативну сутність політичного дискурсу;
* проаналізувати теоретичні засади дослідження маніпулятивних стратегій і тактик у політичному дискурсі;
* проаналізувати комплекс стратегій, тактик та мовленнєвих засобів, які вживаються з метою здійснення маніпулятивного впливу на адресата в передвиборчих промовах Бориса Джонсона.

**Об’єктом дослідження** єполітичний дискурс, сформований промовами чинного прем’єр-міністра Великої Британії протягом електоральної кампанії 2019 року.

**Предметом дослідження** є стратегії, тактики та мовленнєві засоби, які схарактеризовують політичний дискурс Бориса Джонсона в аспекті маніпулятивного впливу.

**Матеріалом дослідження** слугували 92 дискурсивних фрагментів із промов Бориса Джонсона.

У роботі було застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних **методів дослідження.** До загальнонаукових методів, які було використано, відносяться методи індукції та дедукції, аналізу і синтезу, за допомогою яких досліджено стратегії й тактики маніпулювання у передвиборчих промовах Бориса Джонсона. У роботі також використовується метод прагматичного аналізу з метою визначення ілокутивного та перлокутивного змісту висловлювань у дискурсивному просторі передвиборчих промов британського політика. На останньому етапі дослідження використано метод кількісних обрахунків з метою інтерпретації отриманих результатів дослідження.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у спробі всебічно та комплексно проаналізувати стратегічно-тактичну організацію політичного дискурсу Бориса Джонсона; дослідити процес імплементації в зазначеному дискурсивному просторі мовленнєвих засобів в аспекті маніпулятивного впливу на потенційного виборця.

**Практична цінність дослідження** полягає в можливості їх застосування у викладанні таких дисциплін, як «Теоретична граматика англійської мови», «Міжкультурна комунікація», «Теорія масової інформації та комунікації», «Зв'язки з громадськістю», а також під час написання курсових, магістерських робіт та підготовки навчальних посібників для старшокласників і студентів.

Результати магістерської роботи пройшли апробацію у вигляді доповідей на звітній науковій *Zoom*-конференції студентів факультету іноземних мов Криворізького державного педагогічного університету (Кривий Ріг 2020); ІІІ Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції, присвяченій 90-річчю створення Криворізького державного педагогічного університету та 25-річчю факультету іноземних мов (Кривий Ріг, 2020); V Міжнародній науково-практичній конференції *The world of science and innovation* (Лондон, Великобританія, 2020).

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, який містить 69 позиції, списку джерел фактологічного матеріалу. Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки, із них 74 сторінок основного тексту.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ БРИТАНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

**1.1. Поняття політичного дискурсу в мовознавстві**

Концепція політичного дискурсу набула актуальності з початку ХХ ст. В умовах швидкоплинності та невизначеності політичного розвитку, появи нових концепцій, форм, а також стратегій і тактик на політичній арені, необхідно розвивати вміння і навички аналізу і синтезу політичної інформації в лінгвістичному контексті, а також політичну грамотність та обізнаність. Розширення кола питань у політичній дискурсології виникає через формування нових аспектів внаслідок взаємодії суспільства, мови та влади. На межі ХХ і ХХІ століть спостерігається глобалізація лінгвістичних досліджень у напрямі політичного дискурсу.

Дослідженням політичного дискурсу займаються такі видатні вчені, як Ф. Бацевич, В. Дем’янков В. Карасик, Н. Кондратенко, Т. ван Дейк, П. Серіо, Н. Ферклоу, О. Шейгал та інші. Вчені досліджують його в синхронному та діахронному аспектах; аналізують дискурсивний простір окремих політичних діячів та розвиток політичної комунікації у світі.

Поняття «дискурс» є складним лінгвістичним явищем, що поєднує екстралінгвістичні та когнітивні елементи. В умовах сьогодення відсутнє єдине трактування цієї термінологічної одиниці. У тлумачному словнику української мови зазначено, що дискурс (споріднене з французьким *discours* та німецьким *Diskurs*, від латинського *discursus* – «блукання») має декілька значень. Насамперед, це – спосіб чи умови мовлення у поєднанні зі змістом висловлюваного, а також – спосіб мовлення, мова. Крім того, дискурс розуміють як акт мовлення чи текст у контексті ситуації висловлювання або сукупність усіх усних чи письмових обговорень певної теми [11].

Нідерландський лінгвіст Т. ван Дейк розрізняє поняття «дискурс» в широкому та вузькому сенсі. Дискурс в широкому розумінні – це «конкретна комунікативна подія». На думку вченого, комунікативний акт передбачає наявність «соціальних акторів» (в ролі оратора, читача, спостерігача тощо) та відбувається в певний час, у певному місці та в конкретних умовах. Зазначений комунікативний акт може бути письмовим чи розмовним, при цьому в останньому поєднуються вербальні та невербальні виміри (жести, міміка тощо). Прикладами можуть слугувати розмова з друзями, бізнес-партнерами, читання новин. У вузькому розумінні, на думку Т. ван Дейка, дискурс – це словесний вимір мовленнєвої чи письмової комунікативної ситуації, який позначає досягнутий або поточний «продукт» комунікативної події (його письмовий або аудіорезультат), оскільки він стає доступним для тлумачення. «Дискурс» у цьому випадку – загальний термін, що відноситься до усного або письмового словесного твору комунікативного акту [68, c. 194].

Олена Шейгал розглядає дискурс як семіотичний простір, що включає вербальні і невербальні знаки, орієнтовані на обслуговування комунікативної сфери, а також тезаурус прецедентних висловлювань і текстів [66, с. 22]. Дослідниця акцентує увагу на подвійному вимірі дискурсивного простору – віртуальному та реальному. На її думку, у зазначеному знаковому утворенні виокремлюють два виміри – віртуальний і реальний. Специфічна складова інформативності в тому чи іншому типі дискурсу визначається в рамках протиставлень «інформативність – фатика» і «інформативність – експресивність» або «раціональність – ірраціональність (емоційність)» [там само, с. 62]. Як бачимо, дискурс передбачає переважання емоційної складової над фактичним аргументуванням, а також цінностей над інформуванням. Відмінність політичної мови, наприклад, від наукової полягає у тому, що політична мова спрямована на те, щоб вплинути на адресатів, а не лише проінформувати його.

Отже, з точки зору його реального виміру, дискурс – це комунікаційна діяльність і окремі фрази, висловлювання або тексти, які формуються внаслідок цієї діяльності. Водночас віртуальний простір дискурсу охоплює такі поняття, як:

1. вербальні і невербальні знаки, які використовуються у процесі політичної комунікації;
2. тезаурус прецедентних фраз;
3. моделі типових мовних виразів;
4. знання типових моделей спілкування у політичній сфері [там само, с. 384].

Як бачимо, дискурс повинен вивчатися з урахуванням реального та віртуального вимірів. У контексті реального виміру увагу приділяють висловлюванням, текстам, фразам тощо, які реалізуються у процесі комунікації. На противагу реальному виміру, віртуальний вимір зумовлює наявність тезаурусу, знань моделей поведінки під час політичної комунікації та мовних кліше.

Швейцарський спеціаліст у галузі дискурсивного аналізу П. Серіо виокремлює вісім значень терміну «дискурс»:

1. еквівалент поняття «мовлення», тобто будь-який конкретний вислів;
2. одиниця, яка за розмірами більша за фразу;
3. вплив висловлювання на його отримувача з урахуванням ситуації; вислів у межах прагматики;
4. бесіда, як основний тип висловлювання;
5. мовлення з позиції мовця на противагу розповіді, яка не враховує таку позицію, згідно з дослідженнями Е. Бенвеніста;
6. протиставлення мови і мовлення (*langue / discours*) як, з одного боку, системи мало диференційованих віртуальних змістовних одиниць і, з іншого, як диверсифікації на поверхневому рівні, пов'язаної з різноманітністю вживань, властивих мовним одиницям;
7. система обмежень невизначеної кількості висловлювань ідеологічної чи соціальної направленості. Наприклад, феміністичний дискурс;
8. висловлювання з точки зору дискурсного механізму, який впливає на комунікацію [23, с. 26-27].

Спільним у наведених визначеннях є те, що дискурс постає у вигляді єдності дії, мовної форми та невербальних елементів і виявляється складовою комунікативного акту, при цьому поняття дискурсу корелює з поняттям мови, тексту, комунікації та висловлювання, проте не є їх повним синонімом.

Таким чином, дискурс в академічній літературі окреслюють як елемент, що досліджується «в мові» і «в мовленні», вивчається з позиції його зіставлення з текстом, тобто сучасними мовознавцями дискурс осмислюється як одиниця, що є втіленням завершеної думки у вигляді письмового виразу, тексту або сукупності фраз, які реалізуються у мовленні.

У нашій роботі послуговуємося визначенням дискурсу Ф. Бацевича, який окреслює дискурсивний простір як «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; це – синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психологічних) чинників, які визначаються конкретним результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [6, с. 138].

Дослідник В. Карасик наголошує на існуванні двох основних типів дискурсу: персонального (особистісно-орієнтованого) та інституційного. У першому випадку мовець виступає як особистість у всьому багатстві свого внутрішнього світу, у другому випадку – як представник певного соціального інституту. Поняття «інституційний дискурс» зумовлює статусно-рольові відносини учасників процесу комунікації» [67, с. 9]. Вчений розрізняє такі види інституційного дискурсу: політичний, дипломатичний, юридичний, адміністративний, військовий, педагогічний, релігійний, містичний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, науковий, сценічний та масово-інформаційний [там само, с. 9].

Згідно з Оленою Шейгал, тип інституційного дискурсу асоціюється з його базовими концептами [66, с. 94]. Концепт як ментальна репрезентація культурно значущого феномену в масовій свідомості фіксується в лексикографічних тлумаченнях імені концепту (змістовний мінімум концепту), в його синонімічних зв'язках, образних переосмисленнях, асоціативних реакціях, неклішованих текстах і висловлюваннях [там само, с. 95]. Наприклад, у політичному дискурсі базовими концептами виступають такі поняття, як «виборці», «голосування», «політики», «влада»; у релігійному дискурсі – «Бог», «церква», «віра»; для педагогічного дискурсу характерне вживання таких слів, як «навчання», «освіта», «урок», «викладач».

Центром уваги нашого дослідження є політичний дискурс, визначення якого також є дискусійним у сучасному мовознавстві. Так, Олена Шейгал пропонує широке розуміння політичного дискурсу, що охоплює «будь-які мовленнєві утворення, суб’єкт, адресат або зміст яких належить до сфери політики» [64].

Водночас Наталя Кондратенко зазначає, що політичний дискурс – «це конкретний вияв політичної комунікації, що передбачає актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб’єкта (політика, політичної сили, влади) та політичного об’єкта (аудиторії, електорату, виборця)» [28, с. 12].

Серед різновидів політичного дискурсу виокремлюємо:

1. за формою словесних джерел – писемні та усні. Усні джерела поділяються на монологічні (офіційні звернення до народу, парламенту; промови, у тому числі, передвиборчі) та діалогічні (політичні дебати, інтерв’ю, прес-брифінг, прес-конференція). До писемних джерел відносимо офіційні листи, опубліковані новини, тексти промов;
2. залежно від адресанта (авторства) – прямі (авторство відоме) та опосередковані (ім’я політика приховано);
3. залежно від наявності адресата та способу передачі повідомлення – приватне індивідуальне листування (надсилання офіційних листів) та масова комунікація (повідомлення ЗМІ);
4. за метою виокремлено – інформативні (повідомлення та новини), спонукальні (прокламації та агітаційні листівки), іміджеві (рекламні ролики та буклети), мотиваційні (тексти «чорного» та «білого» PR та експресивні (фотографії, пісні, анекдоти);
5. за сферою функціонування – телевізійні, газетно-журнальні, радіо, рекламні або PR дискурси [там само, с. 12-13].

Дослідник В. Дем’янков зазначає, що політичний дискурс може розглядатися принаймні з трьох точок зору:

1. філологічної – як будь-який інший текст; однак, «бічним зором» дослідник дивиться на фон – політичні та ідеологічні концепції, що панують у світі інтерпретатора;
2. соціопсихолінгвістічної – при вимірюванні ефективності для досягнення прихованих або явних, але безсумнівно політичних, цілей мовця;
3. індивідуально-герменевтичної – з метою виявлення особистісних смислів автора та / або інтерпретатора дискурсу в певних обставинах [14].

Дослідниця О. Шейгал також виокремлює три підходи до осмислення політичного дискурсу. Перший підхід – дескриптивний, який історично сягає класичної методики риторичного аналізу у працях Аристотеля та Цицерона. У сучасній лінгвістиці він позначає вивчення поведінки політиків, з огляду на їхню мовленнєву діяльність. У цьому контексті досліджують мовні засоби, маніпулятивні стратегії і тактики, а також риторичні засоби, які політики використовують для переконання виборців. Один із напрямів дескриптивного підходу – це змістовний аналіз політичних промов. Методи, які використовуються у дескриптивному підході дозволяють дослідити і проаналізувати такі складові діяльності політиків, як, наприклад, ціннісні домінанти, готовність співпрацювати, конфліктність тощо [66, с. 17].

Другий підхід – критичний, який аналізує наявність вираження в мові категорій соціальної нерівності. Суттєва різниця двох підходів полягає в тому, що в рамках першого – дослідник нейтрально аналізує питання, а мета другого – захищати тих, хто не має влади і страждає від дій політиків.

Відносно новим підходом у лінгвістиці є когнітивна парадигма, яка дозволяє дослідити та змоделювати структуру свідомості учасників політичного дискурсу. Вона зосереджує увагу на стереотипах, метафоричних моделях і концептах політичної комунікації, які виявляються політичними упередженнями.

Традиційно дослідники вважають комунікативно-прагматичною основою політичного дискурсу боротьбу за владу та дії для того, щоб її утримати. У зв’язку з цим основними функціями політичного дискурсу є:

1. регулятивна функція – повідомлення інформації, спонукання до дії, заборона, наказ, встановлення консенсусу; вплив на дії учасника комунікативної ситуації;
2. інструментальна – охоплює боротьбу за владу, її перерозподіл та легітимізацію, а також висловлювання протесту проти правлячих сил, формування моделі політичної реальності у свідомості соціуму та збереження влади;
3. креативна – здатність, притаманна мові, створювати симулякри, тобто копію неіснуючої або напівіснуючої дійсності;
4. магічна функція проявляється у спробі впливати на явища дійсності, (соціальні, релігійні, економічні тощо) за допомогою слова. Прикладами застосування магічної функції можуть слугувати присяга (наприклад, присяга президента, яку він складає під час інавгурації), молитви, табуйована лексика;
5. культурно-символічна функція репрезентації влади охоплює створення інтерпретацій, образів і цінностей відносно позиціонування політичних суб’єктів [66, с. 48-58].

Серед основних рис, притаманних політичному дискурсу, О. Шейгал виокремлює:

1. інституціональну специфіку, оскільки політична комунікація здійснюється у громадських інститутах (в парламенті, в уряді тощо);
2. специфіку інформативності;
3. змістовну невизначеність. У політичній комунікації присутній конфлікт двох тенденцій – до понятійної точності і до змістовної невизначеності, що обумовлено абстрактністю та багатозначністю, використанням складних денотатів, розмитістю семантичних границь, відносністю позначення, ідеологічною полісемією (залежність вибору номінації від політичної позиції мовця, яка означає, що одна і та ж сама політична партія з позицій однієї людини може бути реакційною, а з позицій іншого – ліберальною);
4. фантомність як стан політичної свідомості – наявність у політичному просторі самореферентних знаків (слів, у значенні яких відсутній денотативний компонент);
5. фідеістічность – ірраціональність, опора на підсвідомість;
6. езотеричність, оскільки політична мова зумовлює використання професійних термінів, зрозумілих лише певній групі;
7. роль мас-медіа у формуванні простору політичного дискурсу;
8. наявність комунікативної, фізичної, знакової, інформаційної та психологічної дистанційованості між політичними діячами та виборцями;
9. авторитарність;
10. театральність, оскільки народ виконує роль адресата-спостерігача, для якого розігрується політична вистава;
11. динамічність змін складу найбільш уживаної частини політичного тезаурусу [там само, с. 59– 94].

У контексті комунікативного підходу особливу увагу зосереджено на взаємозв’язку ідеології та мови. Комуніканти у політичному дискурсі виступають у ролі представників політичних інститутів, а тому політична комунікація має аспект ідеологізації. Ментальні схеми учасників політичного дискурсу впливають на їхні судження й умовиводи, а тому визначають їхню вербальну поведінку. У свою чергу, вербальна поведінка охоплює риторичні прийоми, тему комунікації, стратегії й імплікації, тобто логічні зв’язки [там само, с. 18].

В умовах інституційного дискурсу маніпулятивна стратегія реалізується за допомогою різноманітних тактик і мовленнєвих засобів. Оскільки метою політичних виступів, промов є переконання, необхідно досліджувати політичну комунікацію як систему знаків, яка має структуру. Сукупність знаків, зі свого боку, формує семіотичний простір.

Власне лінгвістичні методи дослідження і лінгвістичні дані почали використовуватися в аналізі політичного дискурсу порівняно недавно. Можна виділити такі основні типи лінгвістичного аналізу дискурсу:

1. особлива увага до парафразу і синонімічності (роботи М. Пешо, П. Анрі, Ж. Пуату, Д. Малдідьера);
2. акцент на аргументації й синтаксисі (Т. Трю, Ж. Зайдель);
3. в центрі аналізу – висловлювання (пор. Роботи Л. Курдессеса, П. Фіала, Е. Верона, П. Ашарда та ін.);
4. лексичні і лексикометричні дослідження (наприклад, Ж. Жіляму, Р. Мун, Ж. Коммерета і Р. Моро, М. Турньера, А. Бергунью і ін.);
5. дослідження наративних функцій (Ж.-П. Фейе та ін.);
6. риторичні дослідження (К. Гільомен й ін.);
7. семіотика (Р. Барт та ін.);
8. відмінкова граматика;
9. антропологічні і соціолінгвістичні дослідження (пор. роботи Дж. Комарофф, Д. Паркіна, Ж.-Б. Марселезі та ін.) [49, с. 72].

Отже, поняття «політичний дискурс» використовується для позначення комунікації в політичному контексті. Учасники комунікації представляють певні політичні інститути, і тому політичний дискурс передбачає у них наявність сформованих упереджень.

**1.2. Класифікація стратегій і тактик маніпулятивного впливу**

Як зазначалося вище, метою політичної взаємодії є вплив на опонента, виборців і на суспільну думку загалом. Оскільки комунікація – це процес, який породжується комунікативними інтенціями (інтуїтивними намірами співрозмовника) і має на меті досягнення комунікативних цілей, особливого значення набуває його базис, який складається з оптимальних мовних ресурсів. До таких ресурсів належать комунікативні стратегії і тактики, зумовлені метою комунікації.

Поняття комунікативних стратегій і тактик вивчалося в рамках як вітчизняних (О. Дмитрук, Т. Маслова, М. Оліяр, І. Лівицька), так і зарубіжних досліджень (Н. Хомський, О. Міхальова, О. Іссерс, Т. ван Дейк, Т. Янко). Слід зазначити, що серед лінгвістів відсутнє єдине визначення зазначених понять.

Термін «стратегія» спочатку використовувався у військовій практиці і до широкого вжитку ввійшов у 50-х рр. XX ст. Великий тлумачний словник сучасної української мови за редакцією В. Бусела визначає поняття «стратегія» (грец. *στρατηγική*) як «мистецтво підготовки і ведення війни та великих воєнних операцій» [10, с. 1407]. Дослідник В. Бусел зазначає, що у переносному значенні термін «стратегія» використовується як «мистецтво економічного, суспільного і політичного керівництва масами, яке має визначити головний напрям їхніх дій, вчинків», а також як «спосіб дій, лінія поведінки» [там само, с. 1407].

У лінгвістиці поняття стратегії вивчається в рамках комунікативного, когнітивного, психолінгвістичного, дискурсивного та прагмалінгвістичного підходів. У рамках комунікативного підходу стратегію репрезентовано як реалізацію намірів мовця у мовленні за допомогою визначених та обмежених засобів, що залежить від дискурсу, у якому відбувається комунікація. Згідно з Ф. Бацевичем, «комунікативна стратегія – оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації» [6, с. 118]. Дослідниця О. Міхальова під комунікативною стратегією розуміє «план оптимальної реалізації комунікативних намірів, який враховує об'єктивні й суб'єктивні чинники та умови, в яких протікає акт комунікації і які, в свою чергу, обумовлюють не тільки зовнішню і внутрішню структуру тексту, а й використання певних мовних засобів» [38, с. 45]. Таким чином, у контексті комунікативного підходу вчені аналізують стратегію в аспекті її оптимального застосування для досягнення мети мовця та з огляду на її можливість вплинути на спілкування і зробити його більш ефективним.

У рамках когнітивного підходу поняття стратегії досліджували О. Іссерс, Т. ван Дейк та інші. Вчена О. Іссерс визначає стратегію як когнітивний план спілкування, за допомогою якого контролюється оптимальне вирішення комунікативних завдань мовця в умовах браку інформації про дії партнера [21, с. 100]. На думку О. Іссерс, комунікативні стратегії як різновид людської діяльності мають глибинний зв'язок із мотивами, що керують мовленнєвою поведінкою особистості, і явний зв'язок з потребами і бажаннями [там само, с. 57].

Нідерландський науковець Т. ван Дейк вважає, що стратегії включають дії, цілі та поняття оптимальності. Термін «стратегія» передає уявлення виконавця дії про найкращий спосіб досягнення мети [69, с. 64-65]. Отже, когнітивний підхід виокремлює мотиваційний аспект поняття «стратегія» і, разом з комунікативним підходом, аналізує зазначене поняття з огляду на його оптимальність у реалізації інтенцій мовця.

Згідно з психолінгвістичним напрямом стратегія мовної поведінки – це детермінований вибір класу рішень відповідно до аналізу конкретної ситуації [34, с.67]. Вчена І. Борисова стверджує, що «комунікативна стратегія» – це спосіб організації мовленнєвої поведінки відповідно до задуму, інтенції комуніканта та надзавдання мови, що диктується практичними цілями мовця» [17, с. 3]. Таким чином, передача інформації відбувається на підставі суб’єктивної позиції мовця та висвітлює окремі факти у такий спосіб, аби вплинути необхідним для мовця чином на емоційну сферу адресата. Відбір мовних засобів у зазначеному контексті у подальшому здатен керувати діями об’єкта впливу.

Дослідниця А. Міхальська зазначає, що під час комунікації мовці схильні обирати одну із двох тенденцій: до зближення з адресатом чи до індивідуалізації (віддалення від людей та збереження «власного я»). Вчена пропонує розуміти поняття «комунікативна стратегія» залежно від прояву зазначеного вибору у спілкуванні [39, с. 98].

Дискурсивний аспект дослідження стратегії представлено дослідженнями І. Фролової, Т. Киреєвої та інших. Дослідниця І. Фролова вважає, що «дискурсивна стратегія» – це мисленнєво-комунікативне утворення, яке володіє всіма ознаками дискурсу. Отже, стратегія є мовним утворенням, представленим через єдність процесу та результату з огляду на позалінгвальні (комунікативні, психологічні) чинники [61, с. 207].

Згідно з визначенням Т. Кіреєвої, «дискурсивна стратегія» – це основний план із конкретною метою, який вважається когнітивно-мовленнєвим конструктом мовної особистості [24, с. 10]. На думку дослідниці, зазначений план має лінгвориторичну природу і включає уявлення про риторичну мету мовленнєвого вчинку. Лінгвориторична природа передбачає осмислення (логос) продуцентом дискурсу світоглядних концептів (тезаурус) на рівні відбору матеріалу (інвенція), обумовлене моральними принципами (етос), що реалізують авторську інтенцію (мотиваційний рівень) і втілюють у неповторній організації матеріалу (диспозиція) силою емоційно-експресивно забарвленого вольового імпульсу (пафос) за допомогою необхідних у певному конкретному випадку семіотичних одиниць (вербально-семантичний рівень) на етапі мовного вираження (елокуція) Таким чином, у контексті дискурсивного підходу стратегію репрезентовано сукупністю мовних компонентів, дискурсивних одиниць, які необхідні для досягнення мети комунікації через психологічний або емоційний вплив на адресата [там само, с. 10].

У нашій роботі розглядаємо стратегію як комплекс комунікативних засобів і дій, які реалізуються у процесі спілкування залежно від визначеної мети.

Зазвичай поняття «стратегія» вживається разом із поняттям «тактика», що обумовлено їх взаємозалежністю. Наприклад, О. Іссерс розглядає мовну комунікацію в аспекті загальної стратегії (з погляду мети) і конкретної тактики (з погляду способу її досягнення) [21, с.10].

Термін «тактика» (від грец. *τακτική*) має декілька визначень. По-перше, це – «складова частина військового мистецтва, що включає теорію і практику підготовки, організації та ведення бою. По-друге, «тактика – це способи, прийоми досягнення певної мети; лінія поведінки» [10, с. 1436].

Комунікативна тактика – це спосіб втілення стратегії спілкування, який передбачає виконання однієї чи декількох дій, які сприяють реалізації стратегії [**16**]. Згідно з Ф. Бацевичем, стратегії спілкування є гнучкими, залежать від прагматичних чинників: віку комунікантів, їхньої статті, соціальних ролей, національно-культурної приналежності, конситуативних умов, тобто ситуативного контексту (у широкому сенсі слова) і передбачають певну комунікативну тактику [6, с.120]. Вчений пов’язує комунікативну тактику з визначеною лінією поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; а також як мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети [там само, с.120].

У рамках психолінгвістичного напряму тактика – це детермінований вибір і виконання певного рішення щодо поведінки, який видозмінюється в залежності від реалізації зазначеного рішення та завдяки вияву розбіжності досягнутого результату з бажаним [34, с.67]. Таким чином, тактика може бути визначена як комплекс дій, прийомів і засобів спілкування для втілення обраної стратегії. Вибір стратегії учасниками комунікації зумовлює використання найліпших тактик для реалізації намірів мовця оптимальним шляхом відповідно до умов, у яких комунікація відбувається. Тактика є оптимальною й ефективною лінією поведінки для досягнення мети через реалізацію стратегії. Отже, стратегію розуміємо як складне явище, а тактику – як її аспект.

У нашій роботі зосереджуємо увагу на стратегіях і тактиках, притаманних політичному дискурсу. Оскільки, в процесі комунікації мовці для досягнення мети оптимальними засобами широко застосовують маніпулятивні стратегії, вважаємо доцільним розглянути поняття «маніпуляція». Великий тлумачний словник сучасної української мови дає такі визначення поняття «маніпуляція»:

1. виконувана руками складна дія, що зазвичай вимагає вправності, вміння;
2. рухи руки чи обох рук для виконання певного завдання;
3. *перен., розм*. те саме, що махінація; шахрайство [10, с. 644].

Водночас «махінація» – це «несумлінний, нечесний спосіб, витівка, хитрість для досягнення чого-небудь [там само, с. 653]. У психології маніпулювання пов’язують із прихованим впливом одного співрозмовника з іншим задля нав’язування опонентові своєї волі, вибору, установки, цінності або рішення. Здебільшого маніпулювання передбачає неявну мовну або емоційну гру з огляду на слабкості адресата. Слід зазначити, що структуру маніпулятивного механізму, за даними О. Попової, можна відобразити таким чином: ціль –> стратегія –> тактика –> прийом –> перлокутивний ефект [50, с. 278].

Стратегії і тактики маніпулятивного впливу досліджувались у працях таких учених, як О. Міхальова, О. Шейгал, О. Паршина, О. Філінський і багатьох інших. Найбільш відому й вичерпну класифікацію наводить Ольга Міхальова. Її класифікація ґрунтується на ідеї, що фактор, що спонукає учасників комунікації до взаємодії, – агональність. На думку Ю. Андреєва, «агональний дух» – це прагнення до суперництва, в якому тільки й може по-справжньому себе проявити і таким чином самоствердитися сильна, непересічна особистість [[2,](http://gumilevica.kulichki.net/AUV/auv105.htm) с. 238]. Водночас дослідник В. Плєтников вважає агональність (змагальність) одним зі складових явищ культури. Він зазначає, що вона актуально або потенційно присутня майже в будь-якій діяльності: в спорті, в судах, в економіці, в політичних дебатах і в політичній боротьбі за владу [47, с. 114].

У зв’язку з викладеним вище, в дискурсивному політичному просторі лексичні одиниці можуть містити заклик до боротьби, а сам процес мовлення може сприйматися як такий, що виражає боротьбу. Отже, у політичній сфері превалює здебільшого агональне мислення, а тому політична комунікація демонструє процес боротьби за владу, за її здобуття та утримання.

Ольга Міхальова на підставі агональності, а також наявності протиборчих сторін і спостерігача, який виступає адресатом, виокремлює три стратегії маніпулювання у політичному дискурсі:

1. стратегія на зниження. До тактик стратегії на зниження відносять: тактику аналіз-«мінус», звинувачення, безособового звинувачення, викриття, образи, погрози;
2. стратегія на підвищення. Серед тактик стратегії на підвищення: тактика «аналіз-плюс», презентації, неявні самопрезентації, відведення критики, самовиправдання;
3. стратегія театральності. Тактики стратегії театральності – це спонукання, кооперації, розмежування, інформування, обіцянки, прогнозування, попередження, іронізування та провокації [38, с. 42-43].

На поведінковому рівні (який більш очевидний при спілкуванні) агональність представлена прагненням учасників заволодіти комунікативної ініціативою, що виражається в активності, спрямованій на захоплення комунікативного каналу. Така активність може виражатися через епатаж (свідоме порушення загальноприйнятних норм комунікативної поведінки, що виявляється в скандальних проступках) та ігнорування (зневага, вираз відношення, за якого мовець навмисно не бере до уваги, не помічає реплік і заперечень співрозмовника) [там само, с. 42-43].

Зазначені стратегії формуються під впливом таких факторів, як:

1. наявність протиборчих сторін (агональність, як і будь-яка боротьба, не може бути реалізована без суперника);
2. наявність адресата-спостерігача (агон – не тільки боротьба, але й театральна вистава, яка неможлива без глядачів) [там само, с. 44].

Метою кожного з політичних опонентів постає звеличення своєї особистості та розвінчання особистості опонента, а також розгортання так званої «політичної вистави» перед глядачем, що допомагає заволодіти увагою спостерігача та вплинути на його судження та умовиводи. Така лінія поведінки створює необхідні умови для того, щоб викликати у глядачів емоційний відгук.

Іншою вдалою класифікацією маніпулятивних стратегій і тактик вважаємо класифікацію Ольги Паршиної. У своїй дисертації лінгвіст виокремлює такі стратегії, які можуть бути віднесені до маніпулятивних:

1. аргументативну;
2. агітаційну;
3. інформаційно-інтерпретаційну [45, с. 8].

Розглянемо кожну з висунутих стратегій Ольги Паршиної окремо. На думку дослідниці, аргументація являє собою різновид комунікативної діяльності, спрямованої на переконання адресата за допомогою аргументів (де аргумент –засіб переконання, який має мовленнєву форму вираження і апелює до розумових здібностей адресата і його цінностей). Таким чином, у політичній комунікації аргументативна стратегія виконує особливу функцію, оскільки саме аргументація сприяє здійсненню демократично оформленої участі громадян у виборі влади і, за посередництвом обраних депутатів, прийняття суспільно значущих рішень [там само, с. 147–148].

Отже, аргументативна стратегія передбачає складну мовленнєву інтелектуальну гру, метою якої є переконання співрозмовника, а в політичній боротьбі – суспільства у доцільності й істинності ідеї, яка висувається. В рамках наведеної стратегії аргументація постає рушійною силою для волевиявлення народу на демократичних засадах, оскільки саме завдяки аналізу аргументів у виступах політичних діячів суспільство має можливість приймати обґрунтовані рішення.

З метою аналізу висунутих аргументів необхідно їх зіставити та проаналізувати, а тому наша думка є суголосною з О. Паршиною, що до аргументативної стратегії доцільно віднести такі найбільш поширені тактики, як:

1. тактика контрастивного (порівняльного) аналізу;
2. тактика вказування на перспективу;
3. тактика обґрунтованих оцінок [там само, с. 149].

Іншою стратегією переконання та маніпулювання судженнями суспільства, згідно з О. Паршиною, є агітаційна стратегія. Як відомо, агітація необхідна для того, щоб спонукати індивіда до активних дій у будь-якому виді діяльності. Перші витоки агітаційної стратегії зустрічаються у промовах Аристотеля, а також у його роздумах про оптимальні шляхи для досягнення необхідного результату під час публічних виступів. У «Риториці» Аристотель зазначає, що існує дві мети дорадчих промов: «Завдання промов дорадчих – спонукати (вмовляти) або відвертати (відмовляти), оскільки і люди, які дають поради у приватному житті і вимовляють промови публічно, роблять одне з двох – спонукають або відвертають» [56, с. 14].

Таким чином, агітаційний аспект у промовах політиків носить маніпулятивний характер, оскільки або спонукає до дії, в контексті політичного дискурсу – переконує виборців голосувати за політичного діяча, або ж відмовляє їх від підтримки політика-опонента шляхом обмовляння його репутації або акцентуючи увагу суспільства на його недоліках і прорахунках.

Ольга Паршина виокремлює такі тактики, які належать до агітаційної стратегії:

1. загальна тактика врахування ціннісних орієнтирів адресата;
2. специфічна тактика обіцянки;
3. специфічна тактика заклику.

Далі необхідно розглянути інформаційно-інтерпретаційну стратегію. Зазначена стратегія зазвичай зустрічається в політичних інтерв’ю та має на меті роз’яснення порядку денного. У цьому контексті необхідно звернути увагу на ступінь об’єктивності інтерпретації суспільних подій політиками, оскільки в такому разі особливого значення набуває змістовно-концептуальна інформація, яка, як правило, суб’єктивна, а отже їй бракує істинності й достеменності.

Згідно з О. Паршиною, до тактик інформаційно-інтерпретаційної стратегії належать:

1. тактика визнання існування проблеми;
2. тактика акцентування позитивної інформації;
3. тактика роз'яснення;
4. тактика коментування;
5. тактика розгляду проблеми під новим кутом зору;
6. тактика вказівки на шлях вирішення проблеми [45, с. 118].

Дослідниця Д. Найдіна пропонує класифікацію стратегій і тактик маніпулювання в залежності від аспекту об’єкта впливу, серед яких вона виокремлює інтелект, волю та відчуття [43, с. 124].

Слід зазначити, що в «Академічному тлумачному словнику» поняття «інтелект» співвідноситься з такими поняттями, як «розум», «здатність людини до мислення, особливо до його вищих теоретичних рівнів», а також як «рівень розумового розвитку [10, с. 500]. Отже, вплив на інтелектуальну сферу людини може бути здійснено через апелювання до логіки та процесу умовиводів. Зазвичай мовці вдаються до прийому аргументації та наводять приклади, використовуючи математичні дані, оскільки людина схильна вірити зазначеній інформації та не перевіряти її достеменність.

Інший аспект, на який здійснюється вплив, – це воля людини. [43, с. 124]. «Академічний тлумачний словник» визначає поняття «воля» як «одну з функцій людської психіки, яка полягає насамперед у владі над собою, керуванні своїми діями й свідомому регулюванні своєї поведінки», а також як «прагнення досягти своєї мети; рішучість» [10, с. 202]. Отже, найважливіший аспект поняття «воля» – спроможність людини свідомо керувати власними вчинками. Маніпулятивний вплив на волю людини здебільшого здійснюється за допомогою сугестії, навіювання, з огляду на схильність об’єкта впливу до стереотипізації понять і суджень з метою спрощення процесу аналізування інформації. Стереотипне мислення зумовлює несвідому відмову індивіда від перевірки даних, які надходять. Отже, з метою маніпулятивного впливу на волю адресата співрозмовник-маніпулятор використовує клішовані вирази та повторення і, таким чином, замінює установки адресата на ті, які необхідні маніпулятору.

Відчуття – «здатність відчувати, сприймати явища навколишнього світу», а також «процес відображення мозком людини властивостей предметів і явищ об'єктивної дійсності, які безпосередньо впливають на органи чуття; підсвідоме сприймання чого-небудь» [10, с. 185]. Вони найлегше піддаються емоційному впливу та вважаються найбільш вразливим для маніпулювання аспектом із трьох зазначених, оскільки один і той самий об’єкт може сприйматися людиною різним чином. Зазначена категорія піддається маніпулятивному впливу у разі використання емоційно забарвленого мовлення (наприклад, метафор, порівнянь, широкого синонімічного ряду тощо), оскільки надає мовленню образності.

На підставі розглянутих аспектів, на які здійснюється вплив, Д. Найдіна розрізняє:

1. стратегію впливу на інтелект. Серед тактик, які виокремлює дослідниця, є хибна аргументація й аналогія; використання авторитету науки, цифр, статистичних даних, рейтингів; апеляція до анонімних джерел; використання надлишкової термінології; використання спрощень; констатація фактів;
2. стратегію впливу на волю. До тактик зазначеної стратегії належать: навіювання через повторення; використання стереотипізації або інформаційного голодування;
3. стратегію впливу на відчуття. Серед тактик: створення опозиції «свій – чужий»; створення помилкових асоціацій, загрози або схвалення; використання мовних засобів виразності та метафоричних моделей [43, с. 125].

Результати здійсненого аналізу дозволяють зробити висновок, що класифікація Д. Найдіної в окремих аспектах збігається з класифікацією, запропонованою О. Міхальовою. Прикладом може слугувати тактика «аналіз-мінус», «аналіз-плюс» та «інформування» (О. Міхальова), яка співвідноситься з тактикою хибної аналогії та аргументації, а також з тактикою апеляції до анонімних джерел (Д. Найдіна), оскільки в рамках зазначених тактик політичні діячі дають хибну оцінку постатям, подіям або ситуаціям, наводять хибні приклади та посилаються на неіснуючі джерела.

Олена Шейгал у своїй дисертації акцентує увагу на прагненні політиків зберегти невизначеність понятійного змісту знаків [66, с. 71], що підкреслює важливу функцію невизначеності як інструмента маніпулювання.

Відтак, невизначеність лежить в основі таких стратегій, як:

1. завуалювання, затушовування небажаної інформації, що дозволяє зробити менш очевидними неприємні факти;
2. містифікації, приховування істини (свідоме введення в оману);
3. анонімність, деперсоналізація, за допомогою чого політики намагаються відмовитися від відповідальності [там само, с. 72].

Водночас О. Філінський розробив класифікацію тактик впливу на ниві судження про створення політиками дискурсивної реальності, тобто реальності, яка спроможна задовольнити очікування виборців і одночасно не змушує політиків розкривати свої справжні цілі. Дослідник виокремлює стратегії:

1. реіфікації – уречевлення абстрактної ідеї «ворога»;
2. делегітимізації – руйнування образа суперника у політичній боротьбі;
3. амальгамування опонента – підкреслення єдності політичного діяча з народом через використання займенника «ми» [60, с. 68].

Разом з тим, Флорій Бацевич зазначає, що «політичний дискурс спрямований на майбутній контекст (тоді як літературний – на минулий, ЗМІ – на теперішній) [6, с. 142]. Контексти з футуральною перспективою мають ряд переваг, оскільки їх складно заперечити і неможливо наразі перевірити. Водночас політичні діячі схильні створювати симулякри, удосконалені копії реальності, та навпаки – образи та модель ворогів. Там само, дослідник Ф. Бацевич зазначає, що у дискурсивному просторі політичних промов саме ворог винен у тому, що результати роботи уряду тощо не задовольняють очікування суспільства. Створений образ ворога допомагає політикам керувати суспільною думкою. Таким чином, політичний дискурс моделює інтереси суспільства, оскільки формується авторами і «споживачами» з огляду на їхні очікування і бажання. Флорій Бацевич стверджує, що досить часто дискурсивні вміння політика важать більше, ніж його особистісні риси. [6, с. 142]. Можемо зробити висновок, що прагнення політиків до замовчування інформації, надання лише частини інформації або розпливчастого семантичного навантаження лексичним одиницям належить до свідомого маніпулювання громадською думкою.

Отже, в нашому дослідженні розуміємо політичний дискурс як комплексне комунікативне явище, яке розглядається, з одного боку, як висловлювання на політичну тематику, передвиборчі промови та інші виступи політиків, а з іншого – як сукупність висловлювань у політичній сфері з урахуванням екстралінгвістичних факторів (місце, час, обставини, знання про політичну ситуацію у світі, про мету адресата тощо); а також як політичний текст, який проявляється у процесі комунікації.

**Висновки до розділу 1**

Поняття дискурсу – складне лінгвістичне явище, яке поєднує когнітивні й екстралінгвістичні складові. Серед учених відсутнє єдине визначення зазначеного поняття. Вчені Ф. Бацевич, Т. ван Дейк, П. Серіо та О. Шейгал розуміють дискурс як комунікативну подію, висловлювання в рамках прагматики, а також як бесіду або семіотичний простір.

У центрі нашої уваги знаходиться політичний дискурс. В умовах сьогодення, коли політична боротьба впливає на згуртованість суспільства, подальший розвиток країн і посідає важливе місце в їх устрої, розширюються кола питань у політичній дискурсології, адже виникає необхідність вивчення стратегій і тактик, які використовуються політиками у політичній комунікації. Таким чином, особливого значення набуває поняття «політичний дискурс» та «маніпуляція» як складова комунікації у політичному дискурсі.

Зауважимо, що проблема визначення поняття дотепер не вирішена і спричиняє у лінгвістичних колах жваву академічну дискусію. Важливими для нашого дослідження стали роботи таких лінгвістів, як В. Дем’янкова, Н. Кондратенко та О. Шейгал.

Ряд дослідників відносить до поняття політичного дискурсу будь-які мовленнєві утворення, які належать до комунікації в політичній сфері. Таким чином, це – різновид інституційного дискурсу, який являє собою акт політичної комунікації, який передбачає комунікативну взаємодію політичного об’єкта і суб’єкта, а також наявність упереджень і шаблонів поведінки.

Оскільки метою політичної взаємодії постає вплив на адресата з подальшим навіюванням ідеї щодо референтної ситуації, політичні діячі використовують мовні ресурси, які спрощують реалізацію комунікативних інтенцій мовця. До зазначених ресурсів належать комунікативні стратегії і тактики, в тому числі маніпулятивні.

Детальне вивчення наукових праць дозволяє зробити висновок, що дослідники пропонують класифікувати стратегії і тактики маніпулятивного впливу залежно від:

* мети політичної комунікації;
* особливостей фактору агональності / змагальності, який у більшому чи меншому ступені наявний у кожній політичній боротьбі, оскільки важливим фактором є бажання політичних опонентів спочатку отримати владу, створити нову політичну реальність, а у подальшому її втримати.
* наявності спостерігачів;
* епатажності;
* ігнорування як інструменту впливу;
* характерних особливостей політичних опонентів;
* об’єкта впливу.

**РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКС СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ БОРИСА ДЖОНСОНА**

Як зазначалося вище, об’єктом нашого дослідження виступає політичний дискурс Бориса Джонсона, представлений його промовами в період боротьби за посаду прем’єр-міністра Великої Британії (з 16 травня 2019 року по 23 травня 2019 року) та напередодні дострокових загальних парламентських виборів, які відбулися 12 грудня 2019 року. Предметом дослідження виступають стратегії і тактики, які використовуються політиком з метою здійснення маніпулятивного впливу на електорат. Відсоткове співвідношення стратегій маніпулювання в політичному дискурсі Бориса Джонсона зображено на *Рис. 2.*:

*Рис 2. Співвідношення стратегій маніпулювання в політичному дискурсі Бориса Джонсона*

**2.1. Тактична реалізація стратегії на зниження**

Згідно з класифікацією О. Михальової, зазначена стратегія має на меті розкрити і показати слабкі сторони та недоліки політичного опонента [38, с. 45]. У перспективі використання стратегії на зниження можна стверджувати, що політичний простір Б. Джонсона широко представлений *тактикою звинувачення, безособового звинувачення* та *викриття*. Відсоткове співвідношення тактик, які зреалізовують стратегію на зниження зображено на *Рис. 2.1*:

*Рис. 2.1. Співвідношення тактик, що зреалізовують стратегію на зниження*

**2.1.1. Тактика звинувачення.** *Тактика звинувачення* має на меті приписування кому-небудь будь-якої провини, визнання винним у чому-небудь, а також розкриття, виявлення чиїх-небудь непорядних дій, намірів, якостей [38, с. 47]. Згідно з Академічним тлумачним словником української мови, дієслово «звинувачувати» має такі значення: «вважати кого-небудь винним у порушенні певних норм поведінки, законності, якихось правил тощо», а також «вказувати на щось як на недолік, дорікати за що-небудь» [9, с. 446].

У дискурсивному фрагменті (1) однієї з передвиборчих промов політик звинувачує парламент у бездіяльності та називає його паралізованим, неспроможним діяти тощо. Оратор стверджує, що недолік парламенту в тому, що останній не хоче дотримуватися своєї обіцянки поважати референдум, а лідер опозиції Джеремі Корбін та його партія не довіряють британському народу:

1. Boris Johnson: *I shall make a statement on yesterday’s Supreme Court verdict and the way forward for this* ***paralysed Parliament****… The people of this country can see perfectly clearly what is going on. They know that* ***Parliament does not want to honour its promises to respect the referendum*** [73].
2. Boris Johnson: ***It is not just that this Parliament is gridlocked, paralysed, and refusing to deliver on the priorities of the people. It is not just unable to move forward. It is worse than that, Mr Speaker***[73].
3. Boris Johnson: ***The Parliament does not want to honour its promises******to respect the referendum****…****The Leader of the Opposition and his party******do not trust the people****.* ***The Leader of the Opposition and his party are determined to throw out the referendum result, whatever the cost***[72].

Як бачимо, тактика звинувачення реалізується через експліцитне вираження негативного ставлення мовця до парламенту, що виражається у вживанні лексичних одиниць та словосполучень із негативним конотативним значенням: *gridlocked, paralysed Parliament*, *consign this country, Parliament does not want to honour its promises, The Leader of the Opposition and his party do not trust the people.*

Іншим прикладом використання негативних оцінних лексем в рамках тактики звинувачення слугує епізод звинувачення Б. Джонсоном Брюсселя, який, на думку політика, не буде надавати Британії альтернативних та прийнятних для обох сторін умов для виходу з Європейського Союзу. Ставлення політика до уряду ЄС виражено експліцитно, оскільки він стверджує, що Брюссель ніколи не буде розглядати альтернативи для зворотного ходуі вживає лексичну одиницю *the trap* на позначення пастки, а також підкреслює, що у Британії не буде права голосу (*with no say*):

1. Boris Johnson: *I was told that* ***Brussels would never consider alternatives to the backstop – the trap that keeps the UK effectively in the EU but with no say…***[72].

Також Б. Джонсон звинувачує парламент у марнуванні часу та саботажі переговорів:

1. Boris Johnson: *The people at home know that* ***this Parliament will keep******delaying****, and* ***it will keep******sabotaging*** *the negotiations, because* ***Members do not want a deal*** [72].

Політик використовує лексичну одиницю *to* *delay*, яка може функціонувати як стилістично нейтральна у значенні «відкладати щось», так і емоційно забарвлена – «зволікати, баритися, гаяти». Емоційно детермінована лексема *to sabotage* («саботувати») разом з дієсловом *to delay* утворює градацію, яка в мовленні посилює напруження і впливає на відчуття адресатів необхідним для мовця способом.

Наступними прикладами реалізації стратегії на зниження за допомогою тактики звинувачення слугують дискурсивні епізоди (6), (7), (8), які ґрунтуються паралелізмі, представленому повтором (*block and delay*)*,* епіфорою(*how they would consign*), анафорою (*they do not care*). Вони навіюють адресатам ідею про те, що уряд байдужий до проблем суспільства, та акцентують увагу адресатів на неналежних діях політичних опонентів:

1. Boris Johnson: *So we have Opposition Members who* ***block and******delay*** *everything, running to the courts to* ***block and******delay*** *even more measures, including legislation to improve and invest in our NHS, and to keep violent criminals in jail. I think that the people outside this House understand what is happening. They know that nothing can disguise the truth* [72].
2. Boris Johnson: *…because in just the last few days we have heard from every other party haven’t we? As they have launched their manifestos and we have heard* ***how they would keep*** *us stuck in the same rut,* ***how they would consign*** *this country to yet more delay and yet more frustration and parliamentary paralysis, and* ***how they would refuse*** *yet again to honour the will of the people,* ***how they would refuse****, every other party, to get Brexit done* [75].
3. Boris Johnson: ***They do not care*** *about the bill for hundreds of millions of pounds that will come with every week of delay.* ***They do not care*** *if another year or more is wasted in arguing about a referendum that happened three years ago* [72].

Під час опису ситуації у дискурсивних фрагментах (9), (10) мовець звинувачує уряд у неоднозначності рішень щодо членства в ЄС. Борис Джонсон наголошує на тому, що Сполучене Королівство Великої Британії за останні 30 років є членом ЄС лише наполовину (*half-hearted*), а уряд не спроможний зробити виважене рішення, адже зосереджується на перевагах та ризиках (*has focused on the balance of economic risk and advantage*). Водночас політик підкреслює, що не може згадати ситуацію, коли хоча б один із політичних діячів закликав Британію відігравати свою повну роль у політичній побудові федеративної Європи :

1. Boris Johnson: ***Many times in the last 30 years*** *I have heard our European friends remark that* ***this country is******half-hearted*** *in its EU membership and it is true that we in the UK have often been a backmarker opting out of the single currency, not taking part in Schengen, very often trying to block some collective ambition* [80].
2. Boris Johnson: *And* ***in the last three years and a half years******it has been striking that******members on all sides of this House have debated Brexit in almost entirely practical terms in an argument that******has focused on the balance of economic risk and advantage.***

*And**I don’t think I can recall a time**when I have heard* ***a single member stand up and call for Britain to play her full part in the political construction of a federal Europe.*** *I don’t think I’ve heard* ***a single member call for an ever closer union or ever deeper integration or a federal destiny*** *– mon pays Europe - perhaps I’ve missed it but I don’t think I’ve heard much of it Mr Speaker* [80].

У наведених вище звинуваченнях акцентується увага на політичній невизначеності політиків щодо того, яке рішення є доцільним у такий непростий для країни час*.* Борис Джонсон робить спробу підтвердити свої звинувачувальні висловлювання певною кількісною інформацією: *many times in the last 30 years, in the last three years and a half years,* а також *I don’t think I can recall a time*.

Як бачимо, тактика звинувачення реалізується через лексеми з негативним конотативним значенням (*gridlocked, paralysed, the trap*) та повтореннями на синтаксичному рівні.

**2.1.2. Тактика безособового звинувачення.** Інша тактика, яка зреалізовує стратегію на зниження в політичному дискурсі Бориса Джонсона, – *тактика безособового звинувачення*, яка, за О. Міхальовою, не вказує винуватців дій або вчинків, тобто тих осіб, чиє зловживання, таємні задуми тощо стали предметом відкритого обговорення та осуду [38, с. 48]. Зазначена тактика вживається політиками для викриття проступків та неприйнятних дій, що засуджуються суспільством без ідентифікації безпосередніх виконавців та осіб, відповідальних за вказані дії.

За допомогою тактики безособового звинувачення Б. Джонсон створює абстрактний образ «песимістів» та «критиків», яким у подальшому приписують негативні риси, засуджувані у суспільстві. Він наголошує на тому, що «критики» помиляються, і підтверджує свою думку сентенцією *this country has become a prisoner to the old arguments*, яка протиставляється метафоричному висловлюванню *home of democracy*:

1. Boris Johnson: …*it has become clear that* ***there are pessimists at home and abroad who think that after three years of indecision that this country has become a prisoner to the old arguments of 2016 and that in this home of democracy*** *we are incapable of honouring a basic democratic mandate and so I am standing before you today to tell you the British people that* ***those critics are wrong***[77].

Як бачимо, у цьому прикладі до лексичних засобів, які актуалізують тактику безособового звинувачення, належать лексичні одиниці *pessimists, those* *critics.*

Іншим прикладом імплементації тактики безособового звинувачення слугує дискурсивний фрагмент (12), в якому політик стверджує, що існує ворог, який заважає країні розвиватися, а населенню ухвалювати виважені рішення:

1. Boris Johnson: ***The doubters, the doomsters, the gloomsters****–* ***they are going to get it wrong again*** [77].

Як бачимо, синонімічний ряд на позначення тієї категорії осіб, які піддають сумніву доцільність Брексіту, вживається для розширення тези політика і передбачає експліцитне вираження його відношення до ситуації, про яку він говорить. Б. Джонсон вживає лексичні одиниці *the doubters, the doomsters, the gloomsters*, які уточнюють значення лексем *pessimists* та *critics*. Слід зазначити, що синонімія не характерна для ділового мовлення і використовується політиком виключно для впливу на емоційну сферу адресатів.

Іншим прикладом застосування тактики безособового звинувачення є дискурсивний фрагмент, в якому Борис Джонсон зазначає, що є ті, хто стверджував, начебто Велика Британія не може повторно змінити Угоду про вихід із ЄС та направити її для розгляду, але країні вдалося зробити це:

1. Boris Johnson: ***They said******that we couldn’t re-open the Withdrawal Agreement, Mr Speaker, they said we couldn’t change a comma of the Withdrawal Agreement, they said we couldn’t abolish the backstop****, Mr Speaker, we’ve done both* [80].

Одним із засобів імплементації тактики безособового звинувачення у фрагменті (13) виступає неозначено-особовий займенник *they*, що формує у свідомості адресата абстрактні образи політичних опонентів або конкурентів, яким приписуються якості, що засуджуються.

Отже, тактика безособового звинувачення реалізується через лексичні одиниці з негативною конотацією (*pessimists,* *critics*) та їх вживання в синонімічному ряді (*the doubters, the doomsters, the gloomsters*), а також неозначено-особовий займенник *they.*

**2.1.3. Тактика викриття.** Стратегія на зниження також реалізується через *тактику викриття*, яка полягає, згідно з О. Міхальовою, у наведені фактів і аргументів для викриття вини, злочинності кого-небудь [38, с. 49]. Маніпулювання відбувається через вплив мовця на емоційну сферу адресатів, оскільки переносне значення слів і словосполучень надає мовленню емоційної виразності та образності. Наприклад:

1. Boris Johnson: *I have to say, Mr Speaker****, that that is an extraordinary delusion and a fantasy, a fantasy even greater than the communist fantasies peddled by the Leader of the Opposition***[72].
2. Boris Johnson: *Worst of all,* ***we see ever more elaborate legal and political manoeuvres from the Labour party, which is determined, absolutely determined, to say «We know best», and to thumb their noses at the 17.4 million people who voted to leave the European Union*** [72].

У цьому фрагменті мовленнєвими засобами реалізації тактики викриття виступаютьемоційно забарвлені лексеми та фразеологічні вирази з негативною конотацією (*extraordinary delusion, a fantasy*, *to thumb their noses at*).

Іншим прикладом реалізації стратегії на зниження через тактику викриття слугує наступний дискурсивний фрагмент, у якому Борис Джонсон акцентує увагу слухачів на неприйнятній поведінці опозиційної партії:

1. Boris Johnson: *The truth is that* ***Opposition Members******are living in a fantasy******world****.* ***They really imagine that somehow they are going to cancel****. This is what they want to do.* ***They******are going to cancel the first referendum and legislate for a second referendum****,* ***and Parliament will promise*** *– this is what the hon. Lady opposite said – that this time it really, really will respect that vote.* ***They think that the public will therefore vote to remain, and everybody will forget the last few years***[72].

Серед граматичних засобів, які відіграють важливу роль в актуалізації тактики викриття, превалюють форма майбутнього простого часу (*Parliament will promise, the public will therefore vote to remain everybody will forget*) та теперішнього тривалого часу (*Opposition Members are living in a fantasy world*). Слід звернути увагу на те, що у наведеному дискурсивному фрагменті Б. Джонсон використовує дієслово *to live*, яке зазвичай не вживається у теперішньому тривалому часі, для створення емфази, емоційного виділення обурення політика тим, що представники опозиції живуть у вигаданому світі. Крім того, ілокутивний ефект висловлювання підсилює словосполучення *a fantasy world*, оскільки вживання лексичних одиниць із переносним значенням не характерне для ділової мови.

Отже, тактика викриття імплементується за допомогою таких засобів, як лексеми та фразеологічні вирази з негативною емоційною забарвленістю, чиє значення підсилюється різноманітними часовими формами дієслів та синтаксичним паралелізмом.

**2.2. Тактична реалізація стратегії на підвищення**

На думку О. Міхальової, стратегія маніпулювання на підвищення та сукупність тактик, які до неї належать, вживаються політиками для підвищення власного статусу [38, с. 52] відкрито або опосередковано. Серед тактик, що реалізують стратегію на підвищення, дослідниця виокремлює тактики «аналіз-плюс», презентації, неявної самопрезентації, відводу критики та самовиправдання [38, с. 52-57].

**2.2.1. Тактика «аналіз-плюс».** У політичному просторі передвиборчих промов Б. Джонсона ідентифіковано випадки, коли стратегія на підвищення реалізується через *тактику «аналіз-плюс»*. Маніпулювання в контексті зазначеної тактики втілюється у навіюванні ідеї про позитивну політичну діяльність політика-адресанта через зазначення вчинків, які він пов’язує із власною постаттю, або досягнень країни – із власною діяльністю.

Необхідно зазначити, що тактика «аналіз-плюс» передбачає розгляд ситуації, в якій вираження позитивного ставлення мовця до описуваної ситуації передається імпліцитно, тобто опосередковано через мовленнєві засоби [38, с. 52]

Прикладом може слугувати наступний фрагмент, у якому Б. Джонсон стверджує, що саме партія консерваторів повинна бути при владі, адже вона завжди вміла впоратися з людськими інстинктами:

1. Boris Johnson: *And I would just point out to you that* ***nobody, no one person, no one party******has a monopoly of wisdom, but if you look at the history of the last 200 years of this party’s existence, you will see it is we Conservatives that have had the best insights, I think, into human nature, and the best insights in how to manage the jostling sets of instincts in the human heart*** [76].
2. Boris Johnson:***Time and again, it is to us that the people of this country have turned to get that balance right, between the instincts to own your own house, to earn and spend your own money, to look after your own family. Good instincts, proper instincts, noble instincts. And the equally noble instinct to share and to give everyone a fair chance in life. To look after the poorest and the neediest, and to build a great society. On the whole, in the last 200 years, it is we Conservatives who have understood best how to encourage those instincts to work together in harmony, to promote the good of the whole country*** [76].
3. Boris Johnson:***At this pivotal moment in our history, we again have to reconcile two sets of instincts, two noble sets of instincts, between the deep desire for friendship and free trade and mutual support in security and defence between Britain and our European partners, and the simultaneous desire, equally deep and heartfelt, for democratic self-government in this country*** [76].

Сугестія у зазначеному фрагменті – переконання адресатів у тому, що Б. Джонсону як представнику партії, яка вже 200 років успішно керує країною, в такий історичний момент можна доручити виведення Великої Британії з ЄС. У схваленому описі ситуації оратор використовує ряд мовленнєвих засобів з метою здійснення маніпулятивного впливу на аудиторію, а саме: лексичні одиниці з позитивною конотацією *good, proper, noble, great, deep, heartfelt, pivotal, mutual;* граматичну форму суперлативу прикметника *best*, розщеплене речення типу *It is… that…* Ефект навіювання також підсилюється повторенням присвійного займенника *own,* іменників у множині *sets, insights,* прийменникового сполучення *in the last 200 years*. Таке різноманіття сприяє концентрації уваги виборця не тільки на його вмінні балансувати між власними та державними інтересами, а й на дружелюбності, бажанні вільної торгівлі та демократичного самоврядування. Градація *nobody, no one person, no one party* *has a monopoly of wisdom* засвідчує емоційно-змістовну виразність висловлювання Бориса Джонсона щодо права індивіда, зокрема політика, на помилку.

Кандидат аналізує діяльність Великої Британії у позитивному аспекті та звертає увагу на те, що країна здатна вийти із кризи самостійно (лексеми з позитивною конотацією *a deep understanding, the guarantors of peace, democracy, passionate, enthusiastic*). Водночас він вживає негативно забарвлені лексичні одиниці в описі минулих подій: *after the horrors of the last century, difficult, divisive.* Таким чином, прийом протиставлення підсилює перлокутивний ефект аналізу ситуації у привабливому для адресата світлі:

1. Boris Johnson: *A sense of our shared destiny and* ***a deep understanding*** *of the eternal need – especially* ***after the horrors of the last century*** *– for Britain to stand as one of* ***the guarantors of peace*** *and* ***democracy*** *in our continent. And it is our continent. And it is precisely because* ***we are capable of feeling both things at once – sceptical about the modes of EU integration as we are but passionate and enthusiastic about Europe – that the whole experience of the last few years has been so difficult for this country and so divisive*** [80].

Отже, тактика «аналіз-плюс» реалізується за допомогою:

* лексичних одиниць із позитивною конотацією (*noble, great, deep*);
* граматичної форми суперлативу прикметника *best*;
* розщепленого речення типу *It is… that*;
* повторення присвійного займенника *own,* іменників у множині *sets, insights,* прийменникового сполучення *in the last 200 years*;
* градації (*nobody, no one person, no one party*);
* протиставлення.

**2.3. Тактична реалізація стратегії театральності**

Стратегія театральності у політичному дискурсі передбачає розігрування політиками драматизованої вистава під час різних видів комунікації, в тому числі політичних промов, дебатів, звернень, у яких кожен з учасників має на меті вплинути на опонента, який також спостерігачем зазначеної вистави. Так, саме на нього політики здійснюють вплив на рівні підсвідомості через емоційне залучення цільової аудиторії за допомогою маніпулятивних тактик, внаслідок чого виборці схильні ухвалювати рішення, які їм навіюють політичні діячі.

Стратегія театральності, за О. Міхальовою, реалізується через тактику спонукання, кооперації, розмежування, інформування, обіцянки, прогнозування, попередження, іронізування та провокації [38, с. 61-68]. Розглянемо застосування зазначених тактик у політичному дискурсі Б. Джонсона.

Найбільш поширеними в промовах політика є тактики *спонукання, кооперації, розмежування інформування, обіцянки, прогнозування* та *іронізування*. Відсоткове співвідношення тактик, які зреалізовують стратегію театральності зображене на *Рис. 2.3*:

*Рис. 2.3. Співвідношення тактик, що зреалізовують стратегію театральності*

**2.3.1. Тактика спонукання.** Метою тактики спонукання, за О. Міхальовою, є заклик або мотивація до виконання якої-небудь дії або до прийняття якої-небудь точки зору [38, с. 62]. Прикладом може слугувати наступний фрагмент, у якому політичний діяч закликає слухачів звернути увагу на те, що докладені зусилля щодо виходу з ЄС не повинні пропасти даремно:

1. Boris Johnson: *…but because it is only common sense to prepare and* ***let me******stress that there is a vital sense in which those preparations cannot be wasted… to come out of the EU customs union***[77].
2. Boris Johnson: *…we looked not at the risks but at the opportunities that are upon us so* ***let us******begin******to work now to create free ports that will drive growth and thousands of high-skilled jobs in left behind areas*** [[77].](http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-on-becoming-prime-minister-2/)

Зазначена тактика, перш за все, імплементується через модель *let us* + Vo, неодноразово привертаючи увагу слухачів за допомогою заклику, а також об’єктної інфінітивної конструкції:

1. Boris Johnson: ***Let’s give that madness a miss****.* ***I want you to imagine what the country could be like in just 10 years, if we can get a working majority on the 12th of December.******I want you to look forward to******a Britain where the streets are safer****…* [75].

У наступних фрагментах політик закликає країну до наукових відкриттів та суттєвих змін у виробництві: розробити стійкі до грибів культури, які годуватимуть увесь світ, стати країною з вуглецево-нейтральним виробництвом, знизити податки тощо:

1. Boris Johnson: *I say* ***let’s******go******carbon neutral by 2050 and Corbyn neutral by Christmas! Let’s go for sensible moderate but tax cutting, one nation Conservative government, and take this country forward***[75].
2. Boris Johnson: ***Let’s start******now to liberate the UK’s extraordinary bioscience sector from anti genetic modification rules and let’s develop the blight-resistant crops that will feed the world, let’s get going now on our own position navigation and timing satellite and earth observation systems***[77].
3. Boris Johnson: ***Let’s make 2020 the year of investment and growth, not the year of two referendums***[74].

На лексико-семантичному рівні спостерігаємо використання політиком експресивно забарвлених лексичних одиниць, які не є характерними для ділової мови, зокрема прикметника *extraordinary,* що перекладається як *«*дивовижний», «надзвичайний», та фразеологічного сполучення *feed the world,* що має значення «годувати [весь] світ». Крім того, необхідно звернути увагу на велику кількість повторень конструкції *let’s*,оскільки вони надають можливість мовцю впливати на волю слухачів та навіювати власні ідеї.

Поширеним мовленнєвим засобом реалізації тактики спонукання виступають риторичні питання. Наприклад:

Boris Johnson: *And another referendum on Brexit, which is meant to happen in nine months’ time after he [Corbyn] has renegotiated supposedly our exit and renegotiated this deal.* ***And what is his plan for that renegotiation? What question would be put to the public?******We don’t know.******What are the options?*** *We don’t know. We don’t even know what side he would take, and we don’t know what would happen if the result was either for remain or for leave.* ***Best of three? Call it quits?*** *We don’t know****.*** *What we do know is that in any scenario the dither and the drift and the delay which is increasingly damaging for our country will just continue* [[74](http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-launching-general-election/)].

Для втілення комунікативних інтенцій оратор розігрує уявний діалог, який вказує окреслити слабкі сторони свого політичного опонента Джеремі Корбіна.

Для акцентування уваги адресатів на тому, що будь-який сценарій розвитку подій, який передбачає відмову від Брекситу, є неприйнятним для країни, політик спонукає потенційного виборця замислитися про спроможність лейбористів вирішувати долю країни та інформує адресата щодо способу уникнути негативних наслідків невизначеності щодо політичної стратегії:

1. Boris Johnson: *And* ***we do know*** *that there is only one way to avoid that nightmare and that is to vote for a* ***moderate*** *and* ***compassionate******one nation*** *conservative government* [[74].](http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-launching-general-election/)

Серія риторичних питань у супроводі з емфатичною структурою (*we do know*), які використовуються для надання характеристики опонентам та діючого уряду здійснюють маніпулятивний вплив на аудиторію.

Можемо стверджувати, що перлокутивний ефект у наведених дискурсивних фрагментах, які репрезентують тактику спонукання, досягається через вживання:

* моделі *let us* + Vo, яка спонукає адресатів до дії;
* об’єктної інфінітивної конструкції;
* риторичних питань;
* через експресивно забарвлену лексику;
* повторення.

**2.3.2. Тактика кооперації.** Наступною тактика, яка актуалізує стратегію на підвищення і притаманна промовам Б. Джонсона, є *тактика кооперації*. Поняття «кооперація» означає співробітництво, особливу форму організації праці, за якої багато людей разом беруть участь у тому самому процесі або в різних, але зв'язаних між собою [9].

Зазначена тактика вживається для зосередження уваги адресатів на єдності, яку становить політик і народ, політик і уряд або політик і партія. Засобами тактики кооперації мовець підкреслює, що його цінності та погляди щодо вирішення актуальних проблем країни співпадають із цінностями та поглядами адресата.

Прикладом реалізації стратегії на підвищення за допомогою тактики кооперації можуть слугувати фрагменти, в яких Б. Джонсон наголошує на тому, що його завдання – зробити вулиці безпечнішими, а освіту – кращою:

1. Boris Johnson: ***My job is to make your streets safer*** [77].
2. Boris Johnson: ***My job is to make sure your kids get a superb education, wherever they are in the country***[77].

У наведеному випадку політик звертається до аудиторії через займенники *you*, *your*, *we* та *us*, які засвідчують єдність мовця з адресатом. Крім того, Джонсон апелює до емоційної сфери слухачів за допомогою експресивно забарвлених лексем з позитивною конотацією, наприклад, лексична одиниця *superb*.

В іншому фрагменті Б. Джонсон повідомляє адресатам, що його завдання – захистити кожного англійця від страху опинитися в ситуації, коли необхідно продати дім, аби заплатити за лікування:

1. Boris Johnson: ***My job is to protect you or your parents or grandparents from the fear of having to sell your home to pay for the costs of care***[77].
2. Boris Johnson: *…thank you for your patience and I can assure you that under this government* ***you will******get the absolute certainty*** *of* ***the rights to live and remain***[77].

Політик також використовує прийом інтимізації з метою скоротити дистанцію з аудиторією, що засвідчується вживанням таких словосполучень, як *your parents or grandparents*, *your home*, *your patience*. Оратор навіює відчуття захищеності та впевненості у майбутньому за допомогою словосполучень *protect you,* *your parents or grandparents; the rights to live and remain, the absolute certainty.* У контексті наведеного фрагмента демагогічна мета висловлювання також реалізується за допомогою апеляції до слухачів через займенник *you*, *your* та ряд словосполучень з позитивною конотацією.

Політик повідомляє, що окремі чисельні групи людей наразі приймають життєво важливі для країни рішення і закликає об’єднати зусилля всієї країни:

1. Boris Johnson: ***Month by month, vital decisions are being taken in academic committees, company boardrooms and industry standards groups. They are writing the rulebooks of the future, making ethical judgements, choosing what will or will not be rendered possible. Together, we need to ensure that new advances reflect our values by design*** [78].

У вищенаведеному прикладі використано прийом протиставлення тих, хто зараз працює над вирішенням складних питань, та тієї частини населення країни, якій оратор пропонує об’єднатися.

У політичному дискурсі Бориса Джонсона особливе місце посідає висловлювання дружелюбного відношення для залучення слухачів на власну сторону, щоб вони підтримали позицію мовця:

1. Boris Johnson: ***That is my point to you tonight my friends****…at stake is whether we bequeath* ***an Orwellian world, designed for censorship, repression and control, or a world of emancipation, debate and learning, where technology threatens famine and disease, but not our freedoms****. Seven decades ago, this General Assembly adopted the Universal Declaration of Human Rights with no dissenting voices, uniting humanity for the first and perhaps only time behind one set of principles* [78].

Оратор використовує ряд протиставлень лексичних одиниць з негативним та позитивним оцінним значенням (*an Orwellian world, designed for censorship, repression and control, or a world of emancipation, debate and learning, where technology threatens famine and disease, but not our freedoms*). Водночас мовець акцентує увагу на силі єднання та кооперації за допомогою лексем, які підкреслюють прагнення до співпраці (*no dissenting voices, uniting humanity, one set of principles*).

Неодноразово політик наголошує на тому, що відповідально ставиться до власних обов’язків, і за допомогою особового займенника *we* нагадує, що кожен представник нації повинен має бути більш амбіційним задля блага усієї країни:

1. Boris Johnson: *There is excellent work being done in the EU, the Commonwealth, and of course the UN, which has a vital role in ensuring that no country is excluded from the wondrous benefits of this technology, and the industrial revolution it is bringing about. But* ***we must be******still more ambitious*** [78].
2. Boris Johnson:…*and* ***we must******now respect that decision and create a new partnership with our European friends*** [78].
3. Boris Johnson: ***We must******insist******that the ethical judgements inherent in the design of new technology are transparent to all. And we must make our voices heard more loudly in the standards bodies that write the rules*** [78].

Навіювання спільної відповідальності підсилюється за допомогою модального дієслова *must,* якенеодноразово повторюється *– we must be*, *we must respect*, *we must insist*, *we must make*:

1. Boris Johnson: ***We need******to find the right balance between freedom and control; between innovation and regulation; between private enterprise and government oversight*** [78].
2. Boris Johnson: *Above all,* ***we need******to agree a common set of global principles to shape the norms and standards that will guide the development of emerging technology*** [78].

Політик наголошує на тому, що для всього народу Великої Британії Брексіт виявився фундаментальним рішенням, оскільки останній дав змогу населенню країни не тільки обирати політичних діячів, але й відправляти їх у відставку:

1. Boris Johnson:*…****Brexit was a fundamental decision by the British people that we wanted our laws made by people that we can elect and we can remove from office****…*[77].

Тактика кооперації також використовується в окресленні креативного потенціалу британців, чиї винаходи здатні сформувати майбутнє людства:

1. Boris Johnson: *But how* ***we******design the emerging technologies behind these breakthroughs – and what values inform their design – will******shape the future of humanity*** [78].

Оратор формулює місію Сполученого Королівства як єдиного цілого і стверджує, що завдання країни полягає, разом з іншим, у розвитку технологій для свободи:

1. Boris Johnson: *So the mission of the United Kingdom and all who share* ***our******values must be to ensure that emerging technologies are designed from the outset for freedom, openness and pluralism, with the right safeguards in place to protect our peoples*** [78].

Отже, у наведених прикладах Б. Джонсон використовує прийом ідентифікації та виступає від імені країни. Маніпулятивний ефект тактики кооперації підсилюється на фоні ряду лексичних одиниць з позитивною конотацією.

В іншому фрагменті політичний діяч ототожнює себе з урядом за допомогою займенника *we*:

1. Boris Johnson:*…****we******level up across Britain with higher wages, and a higher living wage, and higher productivity*** [77].

Тактику кооперації також репрезентують дискурсивні фрагменти (42), (43), де мовець зазначає, що не тільки рівень заробітної плати вирівнюється та стає вищим на території всієї країни, а й підвищується прожитковий мінімум та продуктивність. Політик додає, що уряд усуває розрив у можливостях своїх громадян, надаючи мільйонам молодих людей шанс володіти власними будинками, а підприємцям – впевненість щодо інвестування по всій Великої Британії:

1. Boris Johnson:…***we close the opportunity gap, giving millions of young people the chance to own their own homes and giving business the confidence to invest across the UK*** [77].

Як бачимо,для втілення комунікативних інтенцій політик використовує прийом уточнення і повторення, коли перераховує досягнення уряду. Повтор позитивних оцінних лексичних одиниць та виразів слугують емфазою для емоційно-експресивного виділення важливих для Бориса Джонсона аспектів – *and a higher living wage, and higher productivity, giving the chance, giving the confidence*.

Борис Джонсон також ототожнює себе з партією консерваторів. Наприклад:

1. Boris Johnson:*…you will see it is* ***we Conservatives that have had the best insights…* *At this pivotal moment in our history, we again have to reconcile two sets of instincts…***[76].
2. Boris Johnson: *And I think* ***we know we can do it, and that the people of this country are trusting in us to do it, and we know that we will do it. And we know the mantra of the campaign that has just gone by, unless you have forgotten it. You probably have… it is deliver Brexit, unite the country and defeat Jeremy Corbyn. And that is what we are going to do***[76].

З метою акцентування уваги адресатів на єдності народу з політичними діячами в іншому дискурсивному фрагменті оратор не тільки вживає займенник *our*, але й лексичну одиницю *joint* (*our joint declaration*). Водночас для впливу на інтелект адресата політик використовує прийом цитування уривків з Конституції країни – «*freedom of opinion and expression», «privacy», «home or correspondence», the right to «seek…and impart information and ideas»*:

1. Boris Johnson: *And* ***our******declaration – our joint declaration – upholds «freedom of opinion and expression», the «privacy» of «home or correspondence» and the right to «seek…and impart information and ideas». Unless we ensure that new technology reflects this spirit, I fear that our declaration will mean nothing and no longer hold*** [78].

Тактика кооперації засвідчується іншим дискурсивним фрагментом, в якому оратор говорить про те, що настав час, аби партія консерваторів розкрила продуктивні сили не лише Лондона та Південного Сходу, але й усіх куточків Англії, Шотландії, Уельсу та Північної Ірландії. У кінці висловлювання політик акцентує увагу адресата на сильних сторонах Великої Британії та вживає слово *our* для більшого ілокутивного ефекту промови:

1. Boris Johnson: *Because it is time* ***we unleashed*** *the productive power not just of London and the South East, but of every corner of England, Scotland, Wales and Northern Ireland, the awesome foursome that are incarnated in that red white and blue flag, who together are so much more than the sum of their parts and whose brand and political personality is admired and even loved around the world* ***for our inventiveness, for our humour, for our universities, our scientists, our armed forces****,* ***our diplomacy******for the equalities on which we insist*** *– whether race or gender or LGBT or the right of every girl in the world to 12 years of quality education and* ***for the values******we stand for*** *around the world* [77].

Як бачимо, в дискурсивному фрагменті (48) ідентифікація варіюється від ототожнення мовця із партією консерваторів (*we unleashed*)до ототожнення з населенням країни (*for our inventiveness, for our humour, for our universities, our scientists, our armed forces*, *our diplomacy*, *we insist*, *we stand for*). Ефект ототожнення знову підсилюється прийомом повторення, коли політик говорить про повагу країн до Сполученого Королівства (*for our inventiveness, for our humour, for our universities, for the equalities, for the values*)*.*

Отже, тактика кооперації реалізується за допомогою таких лексико-граматичних засобів, як особовий займенник *you*, присвійний займенник *your*, лексеми з позитивною конотацією, емоційно детерміновані вирази з переносним значенням, при цьому використовуються прийоми інтимізації, ототожнення (з населенням, з партією та з урядом країни), повторення, цитування.

**2.3.3. Тактика розмежування.** *Тактика розмежування*, яка реалізує стратегію театральності, передбачає виявлення відмінностей у позиціях і поглядах. Ольга Міхальова вказує на те, що мета зазначеної тактики – або відчуження своєї позиції від позиції політичного опонента, або заперечення причетності супротивника до позитивно оцінюваної діяльності або до референтної групи осіб: [38, с. 63]. Наприклад:

1. Boris Johnson: ***Come with us****, a government that is putting billions into education –* ***or go with Jeremy Corbyn*** *and the Labour Party, because that’s the only alternative, who actually want to ban OFSTED, that protects kids from bullying*[70].

За допомогою теперішнього продовженого часу (*the Present* *Continuous* лексичної одиниці *billions* та акронімів (*OFSTED – The Office for Standards in Education; the NHS – the National Health Service)*. Джонсон підкреслює ефективну діяльність уряду консерваторів та іронізує відносно політичної постаті Дж. Корбіна (*or go with Jeremy Corbyn and the Labour Party, because that’s the only alternative*), коли підкреслює, що на його користь віддають голоси лише через відсутність альтернативи. Отже, Борис Джонсон дистанціюється від лейбористської партії:

1. Boris Johnson: ***Come with us****, a government* ***that believes*** *in high wages and is raising the living wage to £10.50 – the biggest ever increase.* ***Or go with a left-wing labour party******that believes*** *in high taxes for everyone – and that voted under this government against £7,800 of tax cuts on working people. That’s what they did*[70].
2. Boris Johnson: ***Come with us, and put in*** *a points-based system for immigration.* ***Or go*** *with Labour and a totally uncontrolled and unlimited immigration system that would put huge pressure on the NHS and other services*[70].
3. Boris Johnson: ***Come with us, a government that believes Britain should stand tall in the world. Or go with Jeremy Corbyn and the Labour party who sided with Putin when Russia ordered poisonings on the streets of Salisbury***[70].

Тактика розмежування передбачає порівняння стратегій розвитку, діяльності тощо політичних опонентів та акцентування уваги адресатів на розбіжностях у поглядах та підходах до вирішення важливих для країни завдань:

Для більшої виразності промови та необхідного перлокутивного ефекту переконання політик вдається до прийому звинувачення (*who sided with Putin when Russia ordered poisonings on the streets of Salisbury*):

Як бачимо домінуючу роль в реалізації тактики розмежування відіграє синтаксичний паралелізм. який підсилюється прийомом перебільшення, іронізування та звинувачення.

**2.3.4. Тактика інформування.** Іншою тактикою реалізації стратегії театральності виступає *тактика інформування*, якої є надання обмеженої інформації, що надається імпліцитно та передбачає відсутність вираженого відношення мовця до висловлювання [38. с. 65]. Наприклад:

1. Boris Johnson: ***Today I announced funding to give 600,000 children in the world’s most dangerous countries, where girls are twice as likely as boys to be out of school, the opportunity to go to school for the first time*** [79].
2. Boris Johnson: ***And we’ve seen in the Amazon rainforest the tragic increase in fires which are made more likely by deforestation. And that’s why today I’ve announce £10 million in new funding to protect and restore the rainforest in Brazil*** [79].

Задіювання тактики інформування, з одного боку, передбачає надання фактологічної інформації, а з іншого – впливає на емоційну сферу електорату, якому імпліцитно навіюють думку про розумну і уважливу політику уряду консерваторів, з огляду на те, що саме Велика Британія виявляє турботу про освіту дітей у країнах третього світу та екологічну ситуацію на Землі. Слухач не має сумніву щодо істинності й достеменності стверджень оратора, оскільки виборці схильні приймати слова політиків за такі, яким можна довіряти. Слід зазначити, що маніпулювання в контексті зазначеної тактики відбувається з огляду на наявність авторитету у мовця, оскільки він, Б. Джонсон, – загальновизнаний політичний діяч, якого на момент наведеного дискурсивного фрагмента було обрано Прем’єр-Міністром Великої Британії, а отже до його слів необхідно дослухатися.

Слід зазначити, що тактика інформування реалізується в політичному дискурсі Бориса Джонсона за допомогою декількох тактичних прийомів. Так, оратор інформує населення щодо вирішення існуючої проблеми в країні. Наприклад, в наступному дискурсивному окреслено значні можливості Великої Британії у разі Брексіту:

Boris Johnson: *And I can tell you I’ve got to the stage where I have been wanting to chew my own tie in frustration because in a sense we are so nearly there.* ***We take back control of our borders – with an Australian style points-based system so that we can attract the workers – from scientists to agricultural workers – that our economy actually needs. And we can take back control of our laws so that we can do things differently and better if we choose***[74].

Джонсон інформує електорат щодо переваг Брексіту для населення Північної Ірландії, яке матиме змогу укладати угоду про вільну торгівлю:

1. Boris Johnson: *It* [*this agreement*] *removes the backstop which would have held us against our will in the Customs Union and much of the Single Market.* ***For the first time in almost five decades*** *the UK will be able to strike free trade deals with our friends across the world to benefit the whole country – including Northern Ireland.* ***Article 4 of the Protocol states****: «Northern Ireland is part of the customs territory of the United Kingdom». It adds «nothing in this Protocol shall prevent» Northern Ireland from realising the preferential market access in any free trade deals «on the same terms as goods produced in other parts of the United Kingdom»* [80].

Як бачимо, посилання на державні документи (*Article 4 of the Protocol states)*, оперування фактами (*for the first time in almost five decades*) та науковими термінами (*Single Market, the Customs Union*) спрямовані на те, щоб адресат зробив висновки, які навіюють слухачам політичний діяч.

Наступний фрагмент також ілюструє використання Борисом Джонсоном тактики інформування, за допомогою якої політик вказує на ті сфери суспільного життя, які зазнали змін на краще в масштабах країни:

1. Boris Johnson: **...***I want you to**look at Britain* ***where the streets are safer, where the air is cleaner, where we have built 40 new hospitals as a direct result of the decisions taken in the last 3 months, Britain where the ten year olds are not only doing better at reading and writing and maths but doing better across the whole country and where scientists are starting to reap the huge rewards from our plans to double spending on for research from AI to the gigafactory for batteries*** [74].

Борис Джонсон звертається до широких мас населення та зосереджує їхню увагу на значущих для політика аспектах, при цьому він оперує фактами для підсилення ілокутивного ефекту висловлювання – *the streets are safer*, *the air is cleaner*, *we have built 40 new hospitals*, *scientists are starting to reap the huge rewards*. Отже, адресат має зрозуміти імпліцитне повідомлення адресанта щодо успішності й перспективності політики консерваторів.

Іншим прийомом, який зреалізовує тактику інформування є надання відомостей під власним кутом зору. Зауважимо, що Борис Джонсон доволі часто задіює зазначену тактику у передвиборчих промовах з метою окреслення власного бачення тієї чи іншої проблеми. Так, у дискурсивному епізоді (56) оратор акцентує увагу на тому, що одним із ключових факторів, який, на його думку, спричиняє бажання Великої Британії вийти з ЄС, *–* це зростаюча кількість чиновників ЄС. У такий спосіб він акцентує увагу виборця, що дебати про Брексіт відвернули увагу уряду від власних проектів та амбіцій:

1. Boris Johnson: ***I believe*** ***we have had three and a half years of this debate. It has distracted from their own projects and their own ambitions and if there is one feeling that unites the British public with a growing number of the officials of the EU it is a burning desire to get Brexit done*** [71].

Отже, політик апелює до свідомості слухачів та навіює їм свої твердження про істинність повідомлення, підсилюється через вживання емотивних лексичних одиниць *their own ambitions*, *a burning desire*, завдяки яким має змогу вплинути на їхні судження у вирішенні окресленої проблеми.

Реалізацію стратегії театральності через тактику інформування представлено ствердженням Бориса Джонсона щодо необхідності рухатися далі й будувати нові стосунки з представниками Європейського Союзу. Він повідомляє населенню Великої Британії, що нова угода здатна «вилікувати розкол у британській політиці» та «об'єднати войовничі інстинкти»:

1. Boris Johnson: *And that is why* ***it is******now so urgent******for us to******move on*** *and* ***build a new relationship with our friends in the EU on the basis of a new deal – a deal that can heal the rift in British politics, unite the warring instincts in us all*** [[74](http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-launching-general-election/)].

Як бачимо, в дискурсивному епізоді (58) тактика інформування реалізується здебільшого через вживання лексичних одиниць з позитивною конотацією (*new*, *move on*, *heal*, *unite, deal).*

Таким чином, тактика інформування здебільшого реалізується за допомогою прийомів визнання існування проблеми, акцентування позитивної інформації, позначення шляхів вирішення проблеми тощо, при цьому домінуючим синтаксичним засобом виступає паралелізм.

**2.3.5. Тактика обіцянки.** Наступною тактикою є *тактика обіцянки*. Як зазначає О. Михальова, тактика обіцянки передбачає надання зобов’язання виконати певні дії. [38, с. 65]. У політичних промовах Б. Джонсон неодноразово обіцяє, що партія консерваторів завершить Брексит, не зрадить людей та припинить суперечки в уряді, що вважаємо мовленнєвим прийомом маніпулювання, оскільки повторення мають властивість навіювати певні твердження, які адресати можуть несвідомо сприймати за власні переконання:

1. Boris Johnson: *So if in fact the party opposite does not have confidence in the Government, it* ***will have*** *a chance to prove it* [72].
2. Boris Johnson: *We* ***will not betray*** *the people who sent us here;* ***we will not****. That is what the Opposition want to do.* ***We will not abandon*** *the priorities that matter to the public, and we will continue to challenge those Opposition parties to uphold democracy* [72].
3. Boris Johnson: *I* ***will work*** *flat-out from now on with my team, which I* ***will build*** *I hope in the next few days, to repay your confidence* [76].
4. Boris Johnson: *And I think we know we can do it, and that the people of this country are trusting in us to do it, and we know that we* ***will******do*** *it (deliver Brexit)* [76].
5. Boris Johnson: W*e will get Brexit done,* ***we will end*** *the acrimony and the chaos* [75].

Одним із граматичних засобів реалізації зазначеної тактики є вживання простого (неозначеного) майбутнього часу (дієслово *will* + інфінітив без частки *to*): Оратор обіцяє не тільки назавжди врегулювати кризу в соціальному секторі, а й особисто відповідати за ці зміни:

1. Boris Johnson: *…on the steps of Downing Street – [I promise] - that* ***we******will******fix*** *the crisis in social care once and for all…****I******will******take******personal responsibility for*** *the change I want to see* [77].

У наведеному фрагменті ілокутивний ефект підсилює фразеологічне словосполучення *to take personal responsibility for*, тим самим апелюючи не до логічної, а до емоційної, чуттєвої сфери сприйняття інформації. Мовець запевняє, що ніхто з тих, хто робив ставку проти відваги та амбіції країни, не досяг у цьому успіху й не досягне його у подальшому:

1. Boris Johnson: *No one in the last few centuries has succeeded in betting against the pluck and nerve and ambition of this country and they will not succeed**today.* ***We in this government will work flat out to give this country the leadership it deserves and that work begins now*** [77].
2. Boris Johnson: *And* ***these restored powers will be available not simply to this Government but to every future British Government of any party to use as they see fit*** [71].

У дискурсивному фрагменті (64) політик, окрім майбутнього простого часу (*will + V0*) на позначення промісіву, використовує емоційно детерміновані лексичні одиниці *the pluck and nerve and ambition*, яківживаються у політичній промові для прихованого впливу на свідомість адресата.

З метою окреслення майбутніх перспектив та можливостей Джонсон використовує прийом порівняння, наприклад, актуальної політики у сфері сільського господарства та системи господарювання, яка буде використовуватися після внесення змін у чинні угоди :

1. Boris Johnson: *…free from the Common Agricultural Policy,* ***we will have*** *a* ***far simpler system where we will reward farmers for improving our environment and animal welfare many of whose provisions are impossible under the current arrangements, instead of just paying them for their acreage*** [71].

Політик наголошує на тому, що Британія зміцнить дружні стосунки із сусідніми країнами, а робота уряду спиратиметься на багатство досвіду:

1. Boris Johnson: *So as we* ***take forward our friendship******with our closest neighbours and construct that new relationship I will ensure that a broad and open process draws upon the wealth of expertise in every part of this House including select committees and their chairs*** [71].

У наступному дискурсивному фрагменті тактика обіцянки реалізується шляхом обіцянки Джонсона перетворити Британію на найкраще місце у світі:

1. Boris Johnson: *And that is the vision we are offering –* ***to make this country******the greatest place to live,******to breathe, to be, to raise kids, to start a business the greatest place on earth and I promise that we will get on with it now***[75].
2. Boris Johnson: *And* ***we will make this country the greatest place to live, to raise a family, to start a business, to send your kids to school****. A country where we lead the world in cutting CO2, in tackling climate change, in clean green technology.* *A country where everybody has the opportunity to make the most of their lives and where.* ***I can assure you that we will work as a government to give them that opportunity from the moment they are born*** [[74].](http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-launching-general-election/)

Як бачимо, поряд з лексичними одиницями на позначення обіцянки та часової форми майбутнього часу, оратор вживає суперлатив прикметника *great* (*the greatest place to live on Earth*), а також синтаксичний паралелізм для підсилення ілокутивного ефекту, що навіює адресатам ідею про можливість зробити з Великої Британії найкращу країну на Землі.

Отже, можемо зробити висновок, що до лексико-граматичних та синтаксичних засобів реалізації тактики обіцянки належать:

* простий (неозначений) майбутній час;
* лексичні одиниціна позначення обіцянки;
* суперлатив прикметників;
* синтаксичний паралелізм.

До прийомів, які підсилюють перлокутивний ефект виразів-обіцянок, відносимо прийоми синонімії, порівняння, повторення

**2.3.6. Тактика прогнозування**. Наступною тактикою маніпулювання, яка реалізує стратегію театральності у промовах Б. Джонсона, є *тактика прогнозування*. За О. Міхальовою, зазначена тактика відображає судження політичного діяча про подальший перебіг, розвиток подій на підставі інтерпретації різних наявних даних. [38, с. 65].

У тлумачному словнику української мови зазначено, що прогноз – це передбачення на основі наявних даних напряму, характеру й особливостей розвитку та закінчення явищ і процесів у природі й суспільстві [ 10, с. 1148].

Прикладом реалізації стратегії театральності через тактику прогнозування слугує дискурсивний фрагмент, в якому Борис Джонсон прогнозує, що у Великій Британії покращиться інфраструктура та освіта, збільшиться число представників поліції, а у кожному домогосподарстві буде якісніший оптоволоконний інтернет. Борис Джонсон вдається до прийому уподібнення (*like some slumbering giant*) і стверджує, що країна звільниться від кайданів негативу та невпевненості в собі. Водночас він додає, що саме консерватори збираються об'єднати країну:

1. Boris Johnson: *Like some slumbering giant, we* ***are going to*** *rise and ping off the guy ropes of self-doubt and negativity. With* ***better education, better infrastructure, more police****,* ***fantastic full-fibre broadband*** *sprouting in every household, we* ***are going to*** *unite this* ***amazing country*** *and we* ***are going to*** *take it forward* [76].

Як бачимо, до граматичних засобів реалізації цієї тактики належить конструкція *to be going to* на позначення прогнозу, який невідмінно збудеться. Маніпулятивний вплив актуалізується за допомогою слів та словосполучень, які мають, виражену позитивну конотацію (*better education, amazing country, fantastic*), а також граматичних форм суперлативу прикметників *best*, *much* (*better education, better infrastructure, more police*). Оратор також оперує термінами (*full-fibre broadband*, *infrastructure*), що засвідчує його обізнаність та вказує на багатообіцяючу перспективу розвитку країни, що має переконати адресата у реалізації мовцем його планів.

Політик зазвичай використовує тактику прогнозування для досягнення більшого перлокутивного ефекту під час промови щодо відновлення довіри до демократії, виконання зобов’язань, які були неодноразово надані народу парламентом, і виходу із ЄС 31 жовтня без будь-яких «якщо» або «але»:

1. *The people who bet against Britain are going to lose their shirts because we* ***are going to*** *restore trust in our democracy and we* ***are going to*** *fulfil the repeated promises of parliament to the people and come out of the EU on October 31 no ifs or buts* [77].

Іншим прикладом тактики прогнозування слугує фрагмент, в якому Б. Джонсон використовує прийом оперування цифрами (*99 days’ time*) і здійснює маніпулятивний вплив на здатність адресатів робити умовиводи. Оратор висловлює впевненість у тому, що населенню Британії під силу не лише укласти кращу угоду, а й зробити це швидше, ніж за 99 днів:

1. *Boris Johnson:* *I have every confidence that* ***in 99 days’ time******we will have cracked it****, but you know what – we aren’t going to wait* ***99 days*** *– because the British people have had enough of waiting, the time has come to act, to take decisions, to give strong leadership and to change this country for the better and though the Queen has just honoured me with this extraordinary office of state* [77].

У наведеному фрагменті втілення комунікативних інтенцій мовця досягається за допомогою словосполучення *have every confidence,* яке підкреслює впевненість мовця у подальшій інформації. Оратор втілює комунікативні інтенції через використання майбутнього доконаного часу (*the Present Perfect Tense – we will have cracked it*, чим наголошує на доконаному аспекті дії у майбутньому, а також через прийом уточнення контекстуального значення дієслова *to act: to take decisions, to give strong leadership and to change this country for the better.*

Таким чином, тактика прогнозування здебільшого реалізовує стратегію театральності за допомогою граматичних засобів, а саме: майбутнього простого та доконаного часів, лексики на позначення впевненості. Поширеними в актуалізації тактики прогнозування виступають прийом порівняння, оперування термінами та цифрами.

**2.3.7. Тактика попередження.** Стратегія театральності також реалізується через *тактику попередження*, метою якої є застереження щодо можливих негативних наслідків обраної стратегії поведінки:

1. Boris Johnson: *I say* ***do not underestimate*** *this country*… [77].
2. Boris Johnson: *Do not underestimate our powers of organisation and our determination…* [77].

Як бачимо, на граматичному рівні зазначена тактика реалізовується за допомогою заперечної форми наказового способу дієслова.

В іншому дискурсивному фрагменті політик попереджає, що наразі цифровий авторитаризм – це реальність, що формується в умовах сьогодення, а також застерігає населення країни, що компанія *Google* може виявитися небезпечною, оскільки володіє інформацією, яку надають їй інтернет-користувачі. Так, наприклад, оратор вважає, що у майбутньому не буде можливості сховатися від цифрових технологій:

1. Boris Johnson: *…****I am trying to warn******the country that******digital authoritarianism******is not, alas, the stuff of dystopian fantasy but of an emerging reality. .. A scientific breakthrough more far-reaching in its everyday psychological impact than any other invention since Gutenberg****.We already use all kinds of* ***messaging services*** *that offer instant communication at minimal cost…* [78].
2. Boris Johnson: *You may keep secrets from your friends, from your parents, your children, your doctor – even your personal trainer –* ***but it takes real effort to conceal your thoughts from Google. And if that is true today, in******future there may be nowhere to hide*** [78].

З метою застереження оратор посилається на історичні події *(invention since Gutenberg*) і повідомляє, що наразі використовуються всі види послуг для обміну повідомленнями, які пропонують миттєве спілкування за мінімальних витрат, але наголошує, що починається ера цифрового авторитаризму, чим апелює до емоційної сфери адресатів.

Ілокутивний ефект застереження актуалізується за допомогою лексичних одиниць *to warn, warning*, вжитих у комбінації з термінами *digital authoritarianism,**psychological impact, messaging services*, що безсумнівно впливає на умовиводи адресата.

Отже, тактика попередження реалізується за допомогою таких засобів та прийомів, як наказового спосіб дієслова, лексичні одиниці на позначення застереження, ілокутивний ефект яких підсилюється термінологією, повторенням.

**2.3.8. Тактика іронізування**. Інша тактикою, яка реалізує стратегію театральності, є *тактика іронізування*. На думку О. Міхальової, зазначена тактика має на меті здійснення впливу за рахунок контрасту між сказаним і тим, що мовець має на увазі [38, 67 с.]

В енциклопедії сучасної України зазначається, що іронія (від грец*. Είρωνεία* – «глузування, удавання») – це прихована насмішка; стилістичний засіб, коли слову або зворотові надається протилежне значення з метою глузування [10, с. 506].

Іронія Бориса Джонсона неодмінно відчувається по відношенню до свого політичного опонента Джеремі Корбіна та його невпевненості у власній позиції щодо угоди, яку останній особисто пропонує, що засвідчується на лексичному рівні одиницями *be indecisive* та *not to be so sure* в епізоді (77):

1. Boris Johnson: …***except that Jeremy Corbyn won’t tell us whether he would even be willing to advise people to vote in favour of his own deal. He used to be indecisive – now he’s not so sure****.*

Імплементація тактики іронізування передбачає розігрування політиком перед глядачами гіпотетичної ситуації з метою викриття та висміювання недоліків своїх політичних опонентів. Так, Б. Джонсон формулює серію запитань до Джеремі Корбіна, які підкреслюють неспроможність останнього приймати рішення:

1. Boris Johnson:***What on earth are they supposed to think in Brussels?******Bonjour monsieur Corbyn comment allez vous?******tell us about this that deal you want…what do you mean you don’t really want it? What do you mean you don’t really believe in it or want to advocate it? Who does believe in it? Not Monsieur McDonnell? not Monsieur Starmer? not Madame Abbott?? Then who does believe in it?? it would be farcical, it would be comical, if the consequences of that approach were not so disastrous for this country and for our prospects next year***[75].

Як бачимо іронія Джонсона ґрунтується на серії риторичних питань, які не потребують відповіді та неочікуваних вкраплень французькою мовою, які засвідчують глузування з неспроможності опонента прийняти вірне та виважене рішення.

Вважаємо за доцільне, окрім тактик, зазначених О. Міхальовою, виокремити *тактики оголошення інтенції мовця, висловлення беззаперечної впевненості,* а також *припущення*.

**2.3.9. Тактика оголошення інтенцій мовця.** *Тактика оголошення інтенцій мовця* використовується для надання інформації щодо запланованих намірів адресанта. Маніпулювання в зазначеній тактиці простежується в акцентуванні уваги адресатів на тому, що події вже заплановані і відбудуться найближчим часом, що впливає на інтелектуальну й емоційну сферу об’єкта впливу.

Згідно з тлумачним словником української мови, інтенція (від лат. *Intentio –* потяг до дії, намір, мотив) позначає намір, задум, конкретну спрямованість психічної активності людини на будь-який об’єкт. [10, с.500].

У своїх політичних промовах Б. Джонсон повідомляє про свій намір закінчити Брексит до 31 жовтня 2019 року та скористатися всіма перевагами, які країна отримає після виходу з Європейського Союзу. Оратор оперує датами й цифрами (*October 31st*, *20,000 police*) і запевняє, що збільшить штат поліції до 20 тис. осіб і почне вербування негайно (*we are going to take advantage*, *it is going to bring*). Імпліцитний план змісту полягає в тому, що політики вже працюють, і результат не змусить себе чекати. Таким чином, оратор апелює до свідомості цільової аудиторії і навіює адресатам ідею про стрімкий розвиток країни:

1. Boris Johnson: *I say to all the doubters, dude, we* ***are going to energise the country****. We* ***are going*** *to get Brexit done on October 31st, we* ***are going to*** *take advantage of all the opportunities* ***it is going to bring******in a new spirit*** *of can-do, and we* ***are*** *once again* ***going to*** *believe in ourselves and what we can achieve* [[76].](http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-launching-general-election/)
2. Boris Johnson: *I am going out now to campaign across the whole country for those values and for that programme* [[74].](http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-launching-general-election/)
3. Boris Johnson:…***we are going*** *to begin with another 20,000 police on the streets and we start recruiting forthwith* [77].

Для реалізації тактики оголошення інтенцій мовця політик вживає граматичну структуру *to be going to*, яка вказує на задум політичного діяча втілити в реальність заплановані проекти. Свою впевненість політик підкреслює використанням метафоричних словосполучень *to bring in a new spirit* та *to energise* *the country*. Так, зазначені словосполучення українською перекладається як «надати країні енергетики» або «оживити країну». Маніпулювання знаходить своє вираження в досягненні мовцем необхідного комунікативного ефекту за допомогою емоційно забарвленої лексики, вживання яких надає слухачам впевненості у втіленні ідеалізованих планів політика.

Тактика оголошення інтенцій мовця реалізується в промовах, де політик неодноразово говорить про плани реформування деяких із соціальних сфер:

1. Boris Johnson:…*and that’s why we have already announced that* ***we are going*** *to level up per pupil funding in primary and secondary schools* [77].

Політик звертає увагу населення країни на те, що уряд має намір укласти угоду, яка дозволить розвивати нове партнерство з країнами Європи на основі вільної торгівлі та взаємної підтримки:

1. Boris Johnson:*…and we will**do* ***a new deal, a better deal*** *that will maximise the opportunities of Brexit while allowing us to develop a new and exciting partnership with the rest of Europe based on free trade and mutual support* [77].
2. Boris Johnson: ***I don’t want*** *to waste 2020 in two more referendums.* ***I want*** *it to be* ***an exciting and******productive year****,* ***a year of prosperity and growth****. Do you want to wake up on Friday 13th December and* ***find a nightmare*** *on Downing Street, a Corbyn-Sturgeon* ***coalition of chaos****?* [75].

Протиставлення у дискурсивному просторі Б. Джонсона лексичних одиниць із негативним оцінним значенням (*coalition of chaos, find a nightmare*) позитивно забарвленим (*an exciting and productive year, a year of prosperity and growth*) підсилюється прийомом градації (*a new deal, a better deal*).

Отже, тактика оголошення інтенцій мовця в політичному дискурсі вживається для акцентування уваги виборців на задумі та намірах політичного діяча щодо реалізації запланованих проектів. Серед граматичних засобів домінує простий майбутній час, що надає висловлюванню футуральну перспективу. Прийом протиставлення, риторичні питання, градація сприяють акцентуації комунікативних інтенцій британського політика.

**2.3.10. Тактика висловлення беззаперечної впевненості**. Іншою тактикою, притаманною політичному дискурсу Б. Джонсона, є *тактика висловлення беззаперечної впевненості*. Вона, як і тактика інформування, припускає надання фактичних даних, на підставі яких адресати роблять висновки, але, на відміну від тактики інформування, тактика висловлення беззаперечної впевненості супроводжується експліцитним вираженням ставлення мовця до повідомлення:

1. Boris Johnson: ***I am convinced that we can do a deal without checks at the Irish border****, because we refuse under any circumstances to have such checks and yet without that anti-democratic backstop.* ***I am sure we will be able to prepare for the remote possibility that Brussels refuses any further to negotiate***[77].

Беззаперечна впевненість адресата у фрагменті (85) експліцитно виражена за допомогою лексем *to be convinced, to be sure*, при цьому емфаза *under any circumstances* посилює ілокутивний ефект висловлювання.

У наступному прикладі Борис Джонсон використовує словосполучення *to have confidence*, яке у комбінації з іменником *we*, використовується з метою навіювання аудиторії враження, що в окреслених планах впевнений не тільки політик, а й партія консерваторів:

1. Boris Johnson: *And* ***we have the confidence as one nation conservatives to make those investments not despite our belief in a strong private sector.*** *But precisely because we champion this enterprise economy in the UK*[75].

Більш чітке розуміння тактики висловлення беззаперечної впевненості можна сформувати через аналіз наступного дискурсивного фрагменту:

1. Boris Johnson: …***this country is now set with high hearts and I have a growing confidence we will now accelerate the work of getting ready and the ports will be ready and the banks will be ready and the factories will be ready and business will be ready and the hospitals will be ready and our amazing food and farming sector will be ready and waiting to continue selling ever more not just here but around the world and don’t forget that in the event of a no deal outcome we will have the extra lubrication of the £39 billion***[77].

Для переконання цільової аудиторії на мовленнєвому рівні оратор вживає лексичні одиниці на позначення впевненості, оперує цифрами, звертається до аудиторії через імператив *don’t forget*, що підсилює емоційну забарвленість висловлювання в аспекті вираження впевненості. За допомогою використання майбутнього простого часу *will + V0* політикакцентуєувагу виборця на цілях, які будуть неодмінно реалізовані в майбутньому за умови досягнення бажаного результату під час виборів. Джонсон зазначає, що певні плани починають здійснюватися вже зараз. Впевненість оратора щодо роботи з підготовки до підписання угоди с кожним днем зростає (*I have a growing confidence)*, а тому незабаром будуть працювати порти, банки, заводи, лікарні, продовольчий та фермерський сектор тощо:

1. Boris Johnson: …***I am sure* *we will now accelerate the work of getting ready and the ports will be ready and the banks will be ready and the factories will be ready and business will be ready and the hospitals will be ready and our amazing food and farming sector will be ready and waiting to continue selling ever more … and do not forget…not just here but around the world***[77].

Серед інших мовленнєвих засобів реалізації тактики висловлення беззаперечної впевненості необхідно також зазначити лексичну одиницю *certainly*:

1. Boris Johnson: *Together,* ***we will certainly be able to*** *vanquish killer diseases, eliminate famine, protect the environment and transform our cities* [78].
2. Boris Johnson: *And if we get this deal over the line… with a sensible majority government…* ***we certainly will******release that pent-up flood of investment***[74].

Отже, тактика висловлення беззаперечної впевненості у дискурсивному просторі передвиборчих промов використовується для експліцитного вираження впевненості політичного діяча у реалізації його планів за допомогою лексики на позначення впевненості; майбутнього простого часу, суб’єктної інфінітивної конструкції.

**2.3.11. Тактика припущення**. У політичному дискурсі Бориса Джонсона непоодинокими виявляються випадки вживання *тактики припущення*. В академічному тлумачному словнику української мови поняття «припущення» означає думку про можливість, імовірність чого-небудь [10, с. 1128]. На нашу думку, наявність цієї тактики в політичному дискурсі оратора пояснюється бажанням не виглядати в очах адресної аудиторії категоричним політиком, який нав’язує думку електорату. Наприклад:

1. Boris Johnson: *I know that there will be people around the place who will question the wisdom of your decision, and* ***there may even be some people here who still wonder quite what they have done*** [76].
2. Boris Johnson: *And our first decision, on which* ***I imagine*** *there will be unanimity is that in any future trade negotiations with any country our National Health Service will not be on the table* [80].

Як бачимо, здебільшого тактика припущення реалізується за допомогою модальних дієслів *may, might, could* та лексем на позначення вірогідності дії.

**Висновки до розділу 2**

Аналіз передвиборчих промов Бориса Джонсона показав, що стратегії і тактики маніпулятивного впливу посідають досить важливе місце в його політичній комунікації з виборцем. Було визначено, що стратегії маніпуляції поділяються на стратегії на зниження, на підвищення та театральності.

Стратегія на зниження реалізується через тактики «аналіз-мінус», звинувачення, безособове звинувачення, викриття, образи та погрози. У дискурсивному просторі Бориса Джонсона стратегія на підвищення імплементується через тактику «аналіз-плюс». Стратегія театральності реалізацується за допомогою тактик спонукання, кооперації, розмежування, інформування, обіцянки, прогнозування, попередження, іронізування, оголошення інтенції мовця, висловлення беззаперечної впевненості, а також припущення.

В політичному дискурсі Бориса Джонсона основними мовленнєвими засобами, які імплементують зазначені тактики, виявляються лексико-граматичні. Серед них широко представлені лексичні одиниці та словосполучення з позитивним та негативним конотативним значенням. Велика кількість мовленнєвих прийомів, яку Б. Джонсон використовую під час промов має здатність навіювати слухачам необхідні для політика ідеї. Так, оратор неодноразово вживає лексичні одиниці, які формують у свідомості електорату абстрактні образи політичних опонентів або конкурентів, яких у подальшому наділяють негативними якостями. Водночас Борис Джонсон підсилює перлокутивний ефект висловлювань за допомогою протиставлень та повторень для зображення ситуації у привабливому чи непривабливому для адресата світлі. Під час промов політик неодноразово використовую емфазу, тобто емоційно виділяє інформацію, яка викликає в нього обурення.

На граматичному рівні у передвиборчих промовах Б. Джонсона переважає форма суперлативу прикметника та дієслів, які вжито у нехарактерних для них граматичних часах. Крім того, оратор вдається до вживання великої кількості мовленнєвих засобів, які привертають увагу слухачів та спонукають до дії. Він також використовує граматичні моделі, які слугують для того, щоб звернути увагу аудиторії на те, що політичні діячі мають спільну з народом думку щодо подальших рішень для розвитку країни.

На рівні синтаксису ідентифіковано непоодинокі випадки паралелізму та градації. Стилістично доцільними в аспекті маніпуляції виборцем виступають гіпербола, порівняння, метафора, протиставлення.

Окреслений комплекс має здатність впливати на емоційну, інтелектуальну, а також вольову сфери адресатів, оскільки навіюють ідеї, впливають на процес умовиводів слухачів та сприйняття людиною оточуючого середовища. Отже, можемо дійти висновку, що у політичному просторі політика переважає експліцитний, прямий, спосіб вираження думки.

**ВИСНОВКИ**

Політичний дискурс являє собою складне явище, що репрезентовано такими поняттями, як «політична комунікація», «бесіда» та «будь-який текст, зреалізований у мовленні». Зазначений дискурс передбачає комунікативну взаємодію політичного об’єкта та політичного суб’єкта; наявність моделей поведінки та сформованих упереджень, а також комплекс мовленнєвих засобів, які використовуються для переконання. Серед вчених, які досліджують політичний дискурс – В. Дем’янков, Т. ван Дейк, Н. Кондратенко, П. Серіо, О. Шейгал та інші. Дослідники розглядають політичний дискурс з філологічної, соціопсихолінгвістичної та індивідуально-герменевтичної точок зору, а також у рамках дескриптивного, критичного та когнітивного підходів.

Комунікативна сутність політичного дискурсу простежується через регулятивну, культурно-символічну, інструментальну, магічну та креативну функції. Поняттю, що досліджується, притаманна інституціональна, інформативна специфіка, а також змістовна невизначеність, фантомність, езотеричність, авторитарність, театральність та динамічність змін одиниць тезаурусу.

Теоретичні засади дослідження маніпулятивних стратегій і тактик у політичному дискурсі аналізуються у працях таких вчених, як О. Міхальова, О. Паршина, О. Філінський, О. Шейгал та багатьох інших. Дослідники виокремлюють стратегії на підставі категорії відчуженості, невизначеності як інструмента маніпулювання, стратегії залежно від об’єкту, на який здійснюється вплив, а також агональності. Так, серед стратегій в залежності від поділу політичних діячів на «своїх» та «чужих» виокремлюють:

* аргументативну стратегію;
* агітаційну стратегію;
* інформаційно-інтерпретаційну стратегію.

До стратегій на підставі невизначеності належать такі стратегії, як:

* завуалювання;
* містифікації;
* анонімності.

Дослідження предмету впливу передбачає наявність наступних стратегій:

* стратегія впливу на інтелект;
* стратегія впливу волю;
* стратегія впливу на відчуття.

До стратегій, які визначають на підставі категорії агональності, належать:

* стратегія на зниження;
* стратегія на підвищення;
* стратегія театральності.

У нашій роботі об’єктом дослідження виступає політичний дискурс, який представлено промовами чинного прем’єр-міністра Великої Британії протягом електоральної кампанії 2019 року. Предметом дослідження є стратегії, тактики та мовленнєві засоби, що характеризують політичний дискурс Бориса Джонсона в аспекті маніпулятивного впливу.

Аналіз передвиборчих промов Б. Джонсона уможливлює ідентифікацію комплексу маніпулятивних стратегій, тактик та мовленнєвих засобів у політичній комунікації, де ключову роль відіграє агональність, зумовлена боротьбою за владу. Зазначений політичний дискурс представлено стратегіями, які реалізують відповідні тактики. Стратегія на зниження передбачає використання таких тактик, як:

* звинувачення;
* безособового звинувачення;
* викриття.

Стратегія на підвищення зреалізовується тактикою «аналіз-плюс».

Стратегія театральності у політичному дискурсі Б. Джонсона репрезентована:

* тактикоюспонукання;
* тактикою кооперації;
* тактикою розмежування;
* тактикою інформування;
* тактикою обіцянки;
* тактикою прогнозування;
* тактикою іронізування;
* тактикою провокації;
* тактикою оголошення інтенції мовця;
* тактикою висловлення беззаперечної впевненості;
* тактикою припущення.

Зазначені тактики здебільшого реалізуються за допомогою лексичних та граматичних мовленнєвих засобів, а саме:

* емоційно детерміновані лексичні одиниці;
* терміни;
* словосполучення із переносним значенням;
* фразеологічні вирази;
* імперативна форма дієслова;
* модальні дієслова.
* різноманітні часові форми дієслова.

На рівні синтаксису ідентифіковано чисельні випадки паралелізму, інверсії, риторичних питань, емфази.

 Стилістично доцільними в аспекті маніпуляції виборцем виступають гіпербола, порівняння, метафора, протиставлення. Окреслений комплекс має здатність впливати на емоційну, інтелектуальну, а також вольову сфери адресатів, оскільки навіюють ідеї, впливають на процес умовиводів об’єкта впливу та сприйняття людиною оточуючого середовища.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Аккурт В. Є. Методи маніпулятивного впливу у лінгвістиці / В. Є. Аккурт // Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського : Лінгвістичні науки : зб. наук. праць. – Одеса: Астропринт, 2020. – Вип. 30. – С. 5–23.
2. Андреев Ю. В. Цена свободы и гармонии. Несколько штрихов к портрету греческой цивилизации : серия «Античная библиотека», раздел «Исследования» / Андреев Юрий Викторович. – Санкт-Петербург : АЛЕТЕЙЯ, 1998. – 432 с.
3. Анненкова О. В. Системообразующие признаки англосаксонского властного дискурса / О. В. Анненкова, Е. С. Дубовик // Приоритетные научные направления: от теории к практике. – Волжский : Волжский институт экономики, 2014. – № 14. – С. 144–148.
4. Астафьева Н. С. Информационно-политические манипуляции : ситуативніе проявления / Н. С. Астафьева // Вестник СамГУ. – 2011. – №9 (90). – С. 4-10.
5. Атаманюк З. М. Маніпулювання масовою свідомістю засобами культури / З. М. Атаманюк, А. Торгашина // Наукове пізнання: методологія та технології. – 2019. – №1. – С. 6–13.
6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Флорій Сергійович Бацевич. – Київ : Академія, 2004. – 344 с.
7. Бобошко Т. М. Комунікативні стратегії й тактики та оцінні висловлення / Т. М. Бобошко // Лінгвістика ХХІ століття. – 2013. – № 2013. – С. 51–58.
8. Богоявленская Ю. В. Парцелляция как эффективный прием речевого воздействия / Ю. В. Богоявленская // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : матер. Международной научн. конф. (Екатеринбург, 26-28 августа 2014 г.). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2014. — С. 32–34.
9. Великий тлумачний словник сучасної мови [Електронний ресурс] / Словники й енциклопедії. – Режим доступу: <https://slovnyk.me/dict/vts/%D0%BA%D0%BE%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>. – Назва з екрана.
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – Київ : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
11. Вільний тлумачний словник. Новітній онлайновий словник української мови (2013 – 2018) [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://sum.in.ua/f/dyskurs (дата звернення 29.11.2020). – Назва з екрана.
12. Герасимова А. С. Манипулятивные стратегии в современной английской рекламе и их передача на русский язык / А. С. Герасимова, А. А. Шахова // Ученые записки Санкт-Петербургского Университета Технологий Управления и Экономики. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2019. – №4 (68). – С. 48–54.
13. Гохман К. Є. До питання кореляції термінів “текст” і “дискурс” / К. Є. Гохман // Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім/ К. Д. Ушинського : Лінгвістичні науки : зб. наук. праць. – Одеса: Астропринт, 2017. – № 25. – С. 12–19.
14. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии [Електронний ресурс] / В. З. Демьянков // Когнитивные аспекты лексикографии. – Режим доступу : <http://www.infolex.ru/PolDis.html>. – (дата обращения 29.11.2020). – Заглавие с экрана.
15. Деренчук Н. В. Особливості формування маніпулятивної стратегії в українському політичному дискурсі / Н. В. Деренчук // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. – 2017. – №24. – С. 102–107.
16. Ділове спілкування : усна і писемна форми : навч. посіб. [Електронний ресурс] / О. О. Тєлєжкіна, Н. О. Лисенко, О. О. Кушнір, О. О. Литвиненко, Н. В. Піддубна. – Харків : Смугаста типографія, 2015. – 384 с. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/84456/dokumentoznavstvo/strategiya\_taktika\_spilkuvannya#35
17. Жанры речи : сб. науч. статей. Вып. 2 / отв. ред. В. Е. Гольдин. – Саратов : Изд-во Государственного учебно-научного центра «Колледж», 1999. – 300 с.
18. Запорожець О. Ю. Особливості політичного дискурсу у період світової економічної кризи / О. Ю. Запорожець // Політичний менеджмент, – 2010. – №4. – С. 83–93.
19. Зернецкий П. В. Речевое общение на английском языке (Коммуникативно-функциональный анализ дискурса) : монографія / Павел Васильевич Зернецкий. – Киев : Лыбидь, 1992. – 144 с.
20. Иванов С. В. Политическая коммуникация как образец речевого манипулирования / С. В. Иванов, Р. Т. Садуов // Политическая лингвистика. – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2008. – №2 (25). – С. 52–59.
21. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : монография / Оксана Сергеевна Иссерс. ‒ 5-е изд. ‒ Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. ‒ 288 с.
22. Казаков А. А. Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе : попытка систематизации / А. А. Казаков // Политическая лингвистика. – 2013. – № 3 (45). – С. 87–90.
23. Квадратура смысла : Французская школа анализа дискурса : сб. науч. тр. / отв. ред. П. Серио. – Москва : ОАО ИГ «Прогресс», 1999. – 416 с.
24. Киреева Т. В. Документально-художественный синтез как дискурсивная стратегия литературной личности : лингвориторический подход (А. И. Солженицын, «Архипелаг ГУЛаг») : автореф. дис. … канд. филол. наук / Т. В. Киреева. – Нальчик, 2012. – 23 с.
25. Кишина Е. В. Метафорическая репрезентация семантической оппозиции «свой – чужой» в тоталитарном политическом дискурсе / Е. В. Кишина // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : матер. Международной научн. конф. (Екатеринбург, 26-28 августа 2014 г.). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2014. – С. 111–114.
26. Ковальова О. К. Політичний дискурс: сучасні лінгвістичні інтерпретації / О. К. Ковальова // Актуальнi питання гуманiтарних наук. – 2020. – №27. – Т. 2. – С. 101–107.
27. Коломиец С. В. Манипулятивные стратегии в текстах интернет-комментариев к политическим статьям : лингвоперсонологический аспект / С. В. Коломиец, И. В. Савельева // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : матер. Международной научн. конф. (Екатеринбург, 26-28 августа 2014 г.). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2014. — С. 120–122.
28. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності : монографія / Наталя Василівна Кондратенко. – Одеський нац. ун-т ім. Мечникова. – Одеса : Чорномор’я, 2007. – 156 с.
29. Корольова Т. М. Лексико-граматичні засоби актуалізації епістемічної модальності в науково-популярному дискурсі / Т. М. Корольова, В. І. Могілевський, Г. В. Сивокінь // Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського : Лінгвістичні науки : зб. наук. праць. – Одеса: Астропринт, 2013. – № 16. – С. 111–121.
30. Костюнина М. В. Лингвориторические особенности предвыборных речей Б. Обамы (2008 г.) / М. В. Костюнина // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : матер. Международной научн. конф. (Екатеринбург, 26-28 августа 2014 г.). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2014. — С. 131–136.
31. Кошкарова Н. Н. Манипулятивные приемы в хрониках у. Шекспира / Н. Н. Кошкарова // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : матер. Международной научн. конф. (Екатеринбург, 26-28 августа 2014 г.). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2014. — С. 136–138.
32. Куранова С. І. Основи психолінгвістики : підручник / Світлана Іванівна Куранова. – Київ : Академія, 2012. – 208 с.
33. Лазаренко С. В. Види інтертестуальності в сучасному політичному дискурсі / С. В. Лазаренко, А. І. Ротар // Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського : Лінгвістичні науки : зб. наук. праць. – Одеса: Астропринт, 2014. – № 19. – С. 73–80.
34. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики : учебник для студ. высш. учеб. заведений / Алексей Алексеевич Леонтьев. – 4-е изд., испр. – Москва : Смысл ; Издательский центр «Академия», 1999. – 288 с.
35. Лещак О. В. Теория дискурса – теории дискурса – теории дискурсов: к вопросу о возможности создания частных предметных лингвистических теорий / О. В. Лещак // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 110, Т. 1. – С. 319–322.
36. Логунов Т. А. Стратегиия манипуляциив высказываниях с футуральной временной отнесенностью в англоязычном электоральном дискурсе (на материале предвыборных дебатов начала ХХІ века в США) / Т. А. Логунов // Вестник Кемеровского государственного университета. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. – №3 (59), Т. 2. – С. 84–86.
37. Матвеева Г. Г. Манипулятивность немецкого парламентского дискурса в аспекте скрытой прагмалингвистики / Г. Г. Матвеева, М. В. Лесняк, Зюбина И. А. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2015. – №12 (54). – Ч. 2. – С. 126–130.
38. Михалёва О. Л. Политический дискурс : Специфика манипулятивного воздействия: монография / Ольга Леонидовна Михалёва. ‒ Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. ‒ 256 с.
39. Михальская А. К. Основы риторики : Мысль и слово : учебное пособие для учащихся 10–11 классов общеобразоват. учреждений / Михальская Анна Константиновна. – Москва : Просвещение, 1996. – 416 с.
40. Мищук О.Н. Речевое воздействие в рекламном дискурсе / О. Н. Мищук // Lingua mobilis. – 2014. – №4 (50). – С. 32–43.
41. Морозова О. Н. Формы речевого воздействия политической рекламы в интернет-пространстве Великобритании / О. Н. Морозова // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : матер. Международной научн. конф. (Екатеринбург, 26-28 августа 2014 г.). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2014. — С. 163–167.
42. Навасартян Л. Г. Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в сми (на материале российских газет) : дис. … канд. филол. наук / Лариса Гагиковна Навасартян. – Саратов, 2017. – 172 с.
43. Найдина Д. С. Классификация стратегий и тактик манипулирования по аспекту объекта воздействия / Д. С. Найдина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2015. – № 4. : в 2 ч. Ч. 1. – С. 123–126.
44. Никулина Д. Е. Политический дискурс как объект лингвистического исследования / Д. Е. Никулина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2017. – № 9 (75). – Ч. 1. – С. 147–149.
45. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. … д-ра филол. наук / Ольга Николаевна Паршина. – Саратов, 2005. – 325 с.
46. Пікалова А. О. Тактики маніпулятивної стратегії в англомовному казковому дискурсі / А. О. Пікалова // Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. – 2012. – №64. – С. 185–189.
47. Плетников В. В. Агональность как тип состязательности : характеристика и сущностные черты / В. В. Плетников // Социум и власть. – Тюмень, 2017. – № 4 (66). – С. 114–121.
48. Поварницына М. В. Манипуляция, суггестия, аттракция и фасцинация в креализованном тексте / М. В. Поварницына // Известия ВГПУ. – Волгоград, 2016. – С. 117–124.
49. Политический дискурс : история и современные исследования : сб. научн. труд. Вып. 3 – Москва : РАН. Институт научной информации по общественным наукам, 2002 – 184 с.
50. Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте / Е. С. Попова // Известия Уральского государственного университета. – 2002. – № 24. – С. 276–288.
51. Роль человеческого фактора в языке : Язык и картина мира /. Б. А. Серебренников, Е. С. Кубрякова, В. И. Постовалова и др. ; за ред. Б. А. Серебренников. – Москва : Наука, 1988. – 216 с.
52. Романюк А. Б. Аналіз досліджень політичного дискурсу / А. Б. Романюк, А. В. Заяць // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Інформаційні системи та мережі. – 2012. – № 743. – С. 200–209.
53. Сальников Н. В. Речевые стратегии манипулирования сознанием в СМИ / Н. В. Сальников, Магомедова Д. Ш. // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 6 (48). – Ч. 4. – С. 61-64.
54. Сергеева Е. В. Языковая картина мира современных оппозиционных интернет-сми: значимость иронии как приема речевого воздействия / Е. В. Сергеева // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : матер. Международной научн. конф. (Екатеринбург, 26-28 августа 2014 г.). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2014. — С. 232–236.
55. Соколовська С. В. Політична дискурсологія : проблеми і перспективи розвитку / С. В. Соколовська // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. – 2013. – № 19. – С. 229–233.
56. Сычев О. А. Аристотель. Риторика / О. А. Сычев, И. В. Пешков. – Москва : Лабиринт, 2000. – 224 с.
57. Сотников А. В. Ключові слова в політичному дискурсі / А. В. Сотников // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – 2009. – № 3. – С. 216–224.
58. Суханова А. С. Реализация стратегии положительной самопрезентации в политическом дискурсе Б. Грилло (Италия) / А. С. Суханова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2017. – № 8. Ч. 2. – С. 154–156.
59. Терземан О. В. Дослідження дискурсу в комуникативно-орієнтованому напрямку / О. В. Терземан // Наукове пізнання: методологія та технологія : наук. журнал. – 2018. – № 2. – С. 122–126.
60. Филинский А. А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999 - 2000 гг. : дис. … канд. филол. наук / Алексей Анатольевич Филинский. – Тверь, 2002. – 163 с.
61. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як когнітивно-комунікативний феномен / І. Є. Фролова // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 82. – Т. 2. – С. 207–209.
62. Худолій А. О. Публічний дискурс у зовнішньополітичній діяльності президентів США (1945 - 2012 рр.) : дис. … д-ра політ. наук / Анатолій Олексійович Худолій. – Острог, 2013. – 463 с.
63. Шакенова М. Т. Лексико-грамматические маркеры манипулятивности массмедийного дискурса (на материале корпуса русскоязычных текстов СМИ в Республике Казахстан) / М. Т Шакенова, Д. С. Ташимханова, У. А. Оспанова, Т. К. Булдыбаев // Научный диалог. – 2020. – №2. – С. 141–160.
64. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса [Электронный ресурс] / Е. И. Шейгал // Жанры речи. – 2002. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-02.htm>. – (дата обращения 29.11.2020). – Название с экрана.
65. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : автореф. дис. … д-ра филол. наук / Е. И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 31 с.
66. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. … д-ра филол. наук / Елена Иосифовна Шейгал. – Волгоград, 2000. – 440 с.
67. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. / отв. ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград: Перемена, 2000. – 228 с.
68. Van Dijk T. A. Ideology. A Multidisciplinary Approach / Teun Adrianus van Dijk. – London : SAGE Publications. Thousand Oaks, 1998. – 390 p.
69. Van Dijk T. A. Strategies of Discourse Comprehension / T. A van Dijk, W. Kintsch. – New York : Academic Press, 1983. – 413 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Conservatives : Boris begins the General Election outside 10 Downing Street, 6 November 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : https://www.conservatives.com/news/boris-begins-the-general-election-outside-10-downing-street. – Title from the screen.
2. Conservatives : This is what Boris Johnson said about his Brexit Deal in Parliament, 2 October 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : https://www.conservatives.com/news/this-is-what-boris-johnson-said-about-his-brxit-deal-in-parliament. – Title from the screen.
3. House of Commons : Prime Minister's Update, 25 September 2019, Volume 664 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : https://hansard.parliament.uk/commons/2019-09-25/debates/AD2A07E5-9741-4EBA-997A-97776F80AA38/PrimeMinisterSUpdate. – Title from the screen.
4. House of Lords : Update to Parliament, 25 September 2019, Volume 799 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : https://hansard.parliament.uk/Lords/2019-09-25/debates/2F6C46C0-1700-4A7C-A05C-D696DFF1C310/UpdateToParliament. – Title from the screen.
5. UKPOL.CO.UK : Boris Johnson – 2019 Launching General Election, 11 November 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-launching-general-election/. – Title from the screen.
6. UKPOL.CO.UK : Boris Johnson – 2019 Speech at Conservative Manifesto Launch, 26 November 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-at-conservative-manifesto-launch/>. – Title from the screen.
7. UKPOL.CO.UK : Boris Johnson – 2019 Speech on Becoming Prime Minister, 23 July 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-on-becoming-prime-minister/>. – Title from the screen.
8. UKPOL.CO.UK : Boris Johnson – 2019 Speech on Becoming Prime Minister, 25 July 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-on-becoming-prime-minister-2/>. – Title from the screen.
9. UKPOL.CO.UK : Boris Johnson – 2019 Speech to UN General Assembly, 25 September 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-speech-to-un-general-assembly/. – Title from the screen.
10. UKPOL.CO.UK : Boris Johnson – 2019 Statement at the G7, 27 August 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-statement-at-the-g7/. – Title from the screen.
11. UKPOL.CO.UK : Boris Johnson – 2019 Statement on Brexit, 19 October 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://www.ukpol.co.uk/boris-johnson-2019-statement-on-brexit-2/>. – Title from the screen.