

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ МОРСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ**  
**КАФЕДРА «ФІЛОЛОГІЯ»**


**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему:  
**Лінгвальні засоби реалізації стратегії переконання (на матеріалі**  
**англомовного політичного дискурсу)**

виконала: ЗДОБУВАЧКА ВИЩОЇ  
ОСВІТИ 2 РОКУ НАВЧАННЯ 1 ГРУПИ  
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ  
ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ  
**ПУШКАРЬОВА ОЛЬГА ВОЛОДИМИРІВНА**

Науковий керівник:  
к. філол. н., доцент каф. «Філологія»  
**ЖМАЄВА НАТАЛЯ СЕРГІЇВНА**

Рецензент:  
к. філол. н., доцент  
**ДЕРІК ІЛОНА МОРИСІВНА**

Допущено до захисту

18.12. 2024 р. Науковий керівник  Наталя ЖМАЄВА  
(дата) (підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

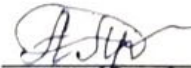
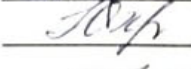


Національна шкала *серед.*

Кількість балів 90

Оцінка ECTS A

Дата захисту: 23.12. 2024 р.

Члени комісії:

 д. філол. н., проф. Приходько Г.І.  
 к. пед. н., доц. Юхимець С.Ю.  
 к. філол. н., доц. Жмаєва Н.С.  
 к. філол. н., доц. Ківенко І.О.

Одеса – 2024

## ЗМІСТ

SUMMARY .....	3
ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ I ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСА В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ .....	12
1.1 Політичний дискурс як комунікативний простір реалізації мовленнєвого впливу .....	12
1.2 Політична комунікація в кризових ситуаціях.....	20
Висновки з розділу I .....	29
РОЗДІЛ II РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ .....	31
2.1 Тактики реалізації стратегії переконання політичного дискурсу в кризових ситуаціях.....	31
2.2 Засоби лінгвістичної маніфестації стратегії переконання в політичному дискурсі в кризових ситуаціях .....	36
Висновки до розділу II.....	50
ВИСНОВКИ.....	55
ЛІТЕРАТУРА .....	58

## SUMMARY

### **Linguistic Means of Implementing the Persuasion Strategy (based on the material of English political discourse)**

Today, discourse is one of the most popular concepts in the humanities. The study of political discourse is particularly relevant at the present stage of the development of linguistic science.

Political discourse plays a key role in shaping public opinion. It is a means of persuasion and manipulation, a manifestation of domination and discrimination. As the most important type of institutional discourse, it is an instrument of political power and a means of achieving specific goals of political figures and parties.

The **relevance** of the study is determined by the following factors:

- the growing role of political communication; solving several social and political problems is associated with their adequate interpretation;
- the demand in the field of politics for the results of studying speech strategies to improve the effectiveness of political communication;
- the study of strategies, tactics, and means of persuasion seems relevant for understanding the parties' intentions regarding the political dialogue and making adequate decisions.

The **object** of the study is English-language political discourse.

The **subject** of the research is the linguistic and stylistic means of realising the pragmatic potential of the persuasion strategy in English political discourse.

The **aim** of the master's thesis is to identify the linguistic means of manifesting the persuasion strategy in English political discourse.

In order to achieve this goal, the following research **objectives** have been identified:

- 1) to describe the communicative features of political discourse;
- 2) to outline the specifics of political communication in crises;

3) to identify communicative tactics as a means of realising the pragmatic potential of the communication strategy of persuasion in political discourse in crisis situations;

4) to determine the linguistic means of implementing the tactics of the persuasion strategy in the speeches of American presidents in crises.

The specificity of the subject under study and the tasks set in the work determined the **methods and techniques** of the research, the main of which were pragmatic analysis, linguistic and stylistic analysis, the method of continuous sampling for collecting primary material, methods of observation, interpretation, generalisation and classification of speech material.

The **research material** was based on the scripts of the speeches of American presidents in crises, namely: R. Reagan on the Challenger space shuttle disaster, G. W. Bush on the events of 11 September 2001, B. Obama on the Colorado wildfires, D. Trump on the coronavirus pandemic, and J. Biden on Russia's unprovoked and unjustified attack on Ukraine. The total volume of the analysed textual fragments of the material is 70 conventional pages.

The **scientific novelty** of the study lies in the fact that, for the first time, the specifics of the implementation of the persuasion strategy on the latest material of the English-language political discourse of crises are studied.

The study's **theoretical significance** lies in the fact that it contributes to the theory of speech influence, political linguistics, critical discourse analysis, sociopsycholinguistics, rhetoric and other interdisciplinary fields of research. In the study, the concept of speech influence in political discourse was clarified, and the tactics and means of implementing the persuasion strategy were specified.

The **practical value** of the work lies in the fact that the results and conclusions obtained can be applied in the development of courses on stylistics, pragmatics, political discourse, linguistic and cultural studies, communication theory and rhetoric.

The analysis of political discourse in a crisis in the sample under study made it possible to identify and describe the tactics American political leaders used to

implement a persuasion strategy: legitimation, interpretation, orientation, motivation, demonstration of control, integration and agency.

The most common is the interpretation tactic, which helps the speaker share his or her vision of the crisis situation, its causes, possible consequences and solutions with the audience. Less representative is the integration tactic, which aims to unite the population around the speaker. The third place is taken by the legitimisation tactic, which aims to justify the correctness of the speaker's decisions in the audience's eyes. The next most representative tactic is the orientation tactic, the primary purpose is to present to the audience one's vision of the future development of events that will be taken under control. The most frequently used tactic is demonstrating control, which is necessary for speakers to increase their credibility as leaders capable of handling a crisis. The tactic of motivation, which speakers use to persuade the audience to take some action, demonstrates almost identical representation. The tactic of agonism is the least representative in the analysed sample and is used by speakers to find someone to blame for a crisis.

The most common linguistic means of manifestation of the persuasion strategy within the framework of the identified tactics in English discourse in crises are the following: evaluative lexemes, lexemes with the meaning of necessity, lexemes with the meaning of urgency, temporal localisers, inclusive pronouns we, our, imperative mood of verbs, complex subordinate clauses with subordinate consequences, reasons, epithets, comparisons, metaphors, metonymy, lexical repetition, inversion, parallelism, gradation, antithesis, anaphora, question and answer constructions.

The identified types of tactics within the framework of the persuasion strategy do not cover the full potential of persuasion, which can be modified depending on a particular communication situation, taking into account the crisis context.

More detailed descriptions of persuasion tactics within the framework of implementing the persuasion strategy and the linguistic means of their manifestation require addressing the aspects of political leaders' linguistic personalities.

Persuasion tactics form an open list and are ubiquitous in political communication. Other types of crisis narratives, other forms of communication and their corresponding discourses require different strategic and tactical solutions. This opens the prospect of further studying the linguistic phenomena of speech influence.

**Testing of the research results.** The study results were tested at the XI International Scientific and Practical Conference 'Perspectives of Contemporary Science: Theory and Practice', which took place on 9-11 December 2024 in Lviv. Based on the conference results, the thesis 'Political Discourse of Crisis Situations as an Object of Research' was published.

## ВСТУП

На сьогоднішній день дискурс - одне з найпопулярніших понять у гуманітарних дисциплінах. Науковці активно ведуть дослідження в царині його теоретичних і прикладних проблем, співвідношення в ньому вербального і невербального. З позицій сучасних лінгвістичних досліджень у дискурсі відображено єдність змісту (тексту) і ситуації спілкування (контексту). Дискурс є реалія когнітивна та поведінкова, лінгвістична та екстралінгвістична, актуальна та потенційна. Це процес і результат, дія, взаємодія і вплив. Більше того, у дискурсі виявляються соціальні, політичні та культурні характеристики його учасників, що дає змогу виявити основні концепти, на яких будується картина світу будь-якого народу. Саме цей факт пояснює те, чому така велика кількість дисциплін займається вивченням цього явища.

Слідом за дослідниками, які розглядають дискурс як злиті в цілісну структуру текст і контекст [3; 10; 40], у даній роботі дискурс розуміємо як складне комунікативне явище, до якого входять текст, учасники комунікації, ситуація спілкування та інші екстралінгвістичні чинники.

Актуальним на сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки є дослідження політичного дискурсу, результати якого виходять далеко за межі лінгвістики. На основі аналізу дискурсу та дискурсивних практик дослідники розглядають міжнаціональні та міжетнічні стосунки [14; 18] та навіть моделі майбутнього окремих країн [16; 22].

Політичний дискурс відіграє ключову роль у формуванні громадської думки. Він виявляється засобом переконання і маніпулювання, проявом домінування і дискримінації. Як найважливіший тип інституціонального дискурсу він є інструментом політичної влади та засобом досягнення конкретних цілей політичних діячів і партій. Він являє собою певним чином спрямовану діяльність держави та її представників на масового адресата, що здійснюється за допомогою мови, і визначає мовну картину світу та мовну

свідомість сучасного суспільства. У ситуації складної міжнародної обстановки і міждержавних відносин, свідком якої ми є, виявлення й аналіз методів цієї діяльності набувають дедалі більшої важливості для низки дисциплін, включно з лінгвістикою.

Серед зарубіжних учених, які займаються дослідженнями політичного дискурсу (надалі - ПД), слід насамперед відзначити такі імена, як Т.А. ван Дейк, Ч. Ларсен, Р. Водак [40; 77; 121] та інші. Із українських дослідників політичною лінгвістикою активно займаються Ващук Т. М., Мелешенко О.О., Петлюченко Н. В., Славова Л.Л. [1; 4; 5; 6] та багато інших.

Важливе місце дослідники відводять вивченню стратегій і тактик політичного дискурсу, насамперед - стратегії переконання, метою якої є логічно впливати на співрозмовника за засобом аргументації, розуміючи під аргументацією мовленнєві дії, що можуть вплинути на думку, погляди та на дії людей, яким вони адресовані [38; 51; 78; 91.]. Стратегія переконання посідає важливе місце в будь-якому виді дискурсу. У політичному дискурсі, який являє собою певним чином спрямовану діяльність держави та її представників на масового адресата, стратегія переконання відіграє особливо важливу роль. Незважаючи на те, що політичний дискурс є предметом вивчення у значній кількості праць, питання стратегії переконання в англійському політичному дискурсі на сучасному емпіричному матеріалі залишається недостатньо розробленим.

Поняття «комунікативна стратегія» і «комунікативна тактика» відносяться до планування мовленнєвої діяльності, однак, стратегія передбачає планування в найзагальнішому вигляді – «спрямованість мовленнєвої поведінки в даній ситуації в інтересах досягнення мети комунікації» [71], у той час як під тактикою розуміють використання прийомів, способів досягнення мети, «вибір і послідовність мовленнєвих дій, що характеризуються своїм завданням у рамках реалізованої комунікативної стратегії» [Там само].

Особливого значення у політичному дискурсі набуває кризова комунікація. Політична кризова ситуація характеризується непередбачуваністю виникнення, швидкістю розвитку, невідкладністю, що зумовлює терміновість реакції. Вирішальне значення зазвичай надається першій заяві політичного лідера, яка може бути націлена на вирішення різних завдань: аналіз поточної ситуації, пошук причин, винуватців, вираження емпатії та співчуття постраждалій стороні, прогнозування перебігу подій, переконання у тому, що ситуація знаходиться під контролем влади.

**Актуальність дослідження** визначається такими чинниками:

- зростаючою роллю політичної комунікації; розв'язання цілої низки соціальних і політичних проблем пов'язане з їхньою адекватною інтерпретацією;
- - затребуваністю в царині політики результатів вивчення мовленнєвих стратегій для підвищення ефективності політичної комунікації;
- вивчення стратегій, тактик і засобів переконання видається актуальним для розуміння намірів сторін політичного діалогу та ухвалення адекватних рішень.

**Об'єктом** дослідження є англomовний політичний дискурс.

**Предметом** роботи є лінгвостилістичні засоби реалізації прагматичного потенціалу стратегії переконання англomовного політичного дискурсу

**Метою** магістерської праці є визначення лінгвальних засобів маніфестації стратегії переконання в англomовному політичному дискурсі.

Для досягнення цієї мети було визначено такі **завдання дослідження**:

- 1) описати комунікативні ознаки політичного дискурсу;
- 2) окреслити специфіку політичної комунікації в умовах кризових ситуацій;
- 3) встановити комунікативні тактики як засоби реалізації прагматичного потенціалу комунікативної стратегії переконання в політичному дискурсі в кризових ситуаціях;

4) визначити лінгвістичні засоби реалізації тактик стратегії переконання у виступах американських президентів в умовах кризових ситуацій.

Специфіка досліджуваного предмета та поставлені в роботі завдання визначили **методи та прийоми** дослідження, основними з яких були прагматичний аналіз, лінгвостилістичний аналіз, метод суцільної вибірки для збору первинного матеріалу, прийоми спостереження, інтерпретації, узагальнення та класифікації мовленнєвого матеріалу.

**Матеріалом дослідження** слугували скрипти виступів американських президентів у кризових ситуаціях, а саме: Р. Рейгана щодо катастрофи космічного кораблю «Челленджер», Дж. Буша з приводу подій 11 вересня 2001 року, Б. Обама щодо лісових пожеж у штаті Колорадо, Д. Трамп щодо пандемії коронавірусу та Дж. Байдена щодо неспровокованого та невиправданого нападу Росії на Україну [122; 123; 124; 125; 126]. Загальний обсяг проаналізованих текстових фрагментів матеріалу складає 70 умовних сторінок.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що вперше досліджено специфіку реалізації стратегії переконання на новітньому матеріалі англomовного політичного дискурсу кризових ситуацій.

**Теоретична значимість** дослідження полягає в тому, що воно робить певний внесок у теорію мовленнєвого впливу, політичну лінгвістику, критичний дискурс-аналіз, соціопсихолінгвістику, риторику та інші міждисциплінарні галузі досліджень. Під час проведеного дослідження було уточнено поняття мовленнєвого впливу в політичному дискурсі, конкретизовано тактики та засоби реалізації стратегії переконання.

**Практична цінність** роботи полягає в тому, що отримані результати та висновки можуть бути застосовані при розробці курсів зі стилістики, прагматики, політичного дискурсу, лінгвокультурології, теорії комунікації та риторики.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дослідження пройшли апробацію на XI міжнародній науково-практичній конференції “Perspectives of

Contemporary Science: Theory And Practice”, яка відбулася 9-11 грудня 2024 року у Львові. За результатами конференції надруковані тези – «Політичний дискурс кризових ситуацій як об’єкт дослідження» [2].

**Структура праці.** Робота містить у собі вступ, основну частину, що складається з двох розділів, висновки і список використаної літератури та джерел емпіричного матеріалу.

# РОЗДІЛ I

## ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСА В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

### 1.1 Політичний дискурс як комунікативний простір реалізації мовленнєвого впливу

Останнім часом лінгвісти приділяють особливу увагу політичному дискурсу, що є предметом дослідження політичної лінгвістики - нового міждисциплінарного напрямку досліджень, які сформувалися на стику лінгвістики та політології. Політичний дискурс визначає мовну картину світу та мовну свідомість сучасного суспільства і пов'язаний з аналізом форми, завдань і змісту дискурсу, що вживається в політичній комунікації та політичній ситуації.

У лінгвістиці політичний дискурс (як основа політичної комунікації) має свою традицію вивчення. В основі інтересу до вивчення політичного дискурсу, на думку дослідників, лежать три основні чинники: внутрішні закономірності розвитку самої лінгвістичної теорії, що не могла залишити поза увагою таку сферу функціонування мовної системи, як політика; потреба політичної науки в методах аналізу текстів ЗМІ для моніторингу тенденцій у громадській свідомості; соціальне замовлення, пов'язане зі спробами позбавити політичну комунікацію від маніпуляцій політиків [5]. Політичний дискурс є у теперішній час предметом наукових дискусій, що свідчать про відсутність єдності в тлумаченні цього феномена.

На думку Т.А. ван Дейка, політичний дискурс - це дискурс політиків, що реалізується у вигляді урядових документів, парламентських дебатів, партійних програм, промов політиків [39, с. 12-18]. Обмежуючи політичний дискурс діяльністю політиків, тобто професійними рамками, вчений наголошує на його інституціональному характері, він вважає, що дискурс є політичним, коли він супроводжує політичний акт у політичній обстановці

[там само]. У результаті формується клас жанрів, обмежений політичною сферою: це засідання уряду, виступ політика, сесія парламенту, з'їзд політичної партії тощо.

Суспільне завдання політичного дискурсу в тому, щоб навіювати адресатам необхідність «політично правильних» дій та оцінок [100]. Інакше кажучи, мета політичного дискурсу - не опис (тобто референція), а переконання і спонукання до дії, і, відповідно, визначити ефективність політичного дискурсу можна щодо успішності виконання цього завдання. Успіх мовлення політика зумовлюється тим, наскільки воно співзвучне масовій свідомості: політик повинен уміти торкнутися потрібних струн у цій свідомості; висловлювання політика мають відповідати думкам та оцінкам його адресатів, тобто «споживачів» політичного дискурсу [102].

Особливість політичного дискурсу в наш час полягає в тому, що середовищем його існування є масова інформація, і внаслідок орієнтації політичного спілкування на масового адресата цей процес позбавлений корпоративності, властивої будь-якій спеціальній мові. За такого підходу дослідження політичного дискурсу передбачає аналіз усіх семіотичних систем, а мовним матеріалом виступають заяви політиків, політичних оглядачів, публікації в ЗМІ, що стосуються різних аспектів політики.

Прихильники вузького підходу до розгляду політичного дискурсу обмежують це явище лише публічною сферою. Вузьке розуміння категорії політичного дискурсу характерне для досліджень Т. ван Дейка, який вважає, що політичний дискурс - це строго певний клас жанрів, обмежений політичною сферою, на його думку, дискурс є політичним лише тоді, коли він супроводжує політичний акт у політичній обстановці, тобто політичний дискурс - це суто дискурс політиків [40, с. 71].

У широкому розумінні це поняття містить такі форми комунікації, в яких до сфери політики має стосунок бодай один із компонентів - суб'єкт, адресат або зміст повідомлення. Згідно такої точки зору політичний дискурс визначається як «сукупність дискурсивних практик, що ідентифікують

учасників політичного дискурсу як таких або формують конкретну тематику політичної комунікації» [4]. Н.В. Мельниченко включає до політичного дискурсу розмови про політику в найрізноманітніших ракурсах - побутовому, художньому, публіцистичному тощо, наголошуючи при цьому, що політичний дискурс перетинається з іншими типами дискурсу, такими як масово-інформаційний, науковий, юридичний, педагогічний, рекламний, релігійний, художній, побутовий та ін. [5]. На її думку, політичний дискурс - це поточна мовленнєва діяльність і тексти, що виникають у результаті цієї діяльності, це семіотичний простір, який включає:

- 1) вербальні та невербальні знаки, орієнтовані на обслуговування цієї комунікативної сфери,
- 2) тезаурус прецедентних текстів,
- 3) типові моделі мовленнєвої поведінки,
- 4) система мовленнєвих актів і жанрів політичного дискурсу [5].

Політичний дискурс як інституціональний різновид спілкування - це дискурс, що реалізовується в соціальних інститутах, комунікація в яких - це складова частина їхньої організації.

Соціальний інститут зовні виступає як об'єднання осіб, установ, оснащених конкретними матеріальними засобами, які виконують певну соціальну функцію. Зі змістового боку соціальний інститут - це «певний набір доцільно зорієнтованих стандартів поведінки в певних ситуаціях» [7].

Найважливішими соціальними інститутами є політичні інститути (парламент, уряд та ін.), що гарантують встановлення та збереження політичної влади. Стандартизовані зразки поведінки правомочних осіб, що забезпечують дану соціальну функцію, здійснюються через соціальні ролі, притаманні даному інституту (монарх, президент, прем'єр-міністр, спікер, лідер партії тощо). У результаті для політичного дискурсу характерні:

- певна (обмежена) ситуація і тематика спілкування;
- набір характерних для даної сфери ситуацій спілкування мовленнєвих подій;

- типові моделі мовленнєвої поведінки під час реалізації тих чи інших соціальних ролей;

- специфічний набір інтенцій і мовленнєвих стратегій і тактик, що впливають із них.

Загалом політичний дискурс може бути різним - спонтанним, вільним і керованим. Для останнього потрібні технології, за допомогою яких забезпечується влада для політичної еліти. Як невід'ємну характеристику технології визнають як знання, «вироблене емпіричним шляхом, так і знання, обґрунтоване теоретично, отримане в результаті застосування наукового підходу» [39]. Поняття «технологічний дискурс» близьке до поняття «маніпулятивний дискурс», оскільки вони обидва позначають певне приховане управління, вплив на свідомість аудиторії за допомогою впровадження в неї певних смислів. Добре побудований політичний дискурс вселяє адресатам - громадянам - важливість і потрібність «політично правильних» дій і/або оцінок. Іншими словами, метою політичного дискурсу, як уже зазначалося, є спонукання адресата до дії.

Таким чином, політичний дискурс, який націлений на те, щоби забезпечувати владу, для досягнення цього завдання використовує певні дискурсивні технології, призначені для реалізації настанов, прагнень і бажань можновладців. У результаті застосування певних технологій він може стати інструментом впливу, здатним видавати брехню за істину і навпаки.

Як усякий інституціональний дискурс, політичний дискурс має власну підмову (спеціальну лексику, фразеологію і пареміологію), у результаті він є феноменом, суть якого можна виразити формулою «дискурс = підмова + текст + контекст» [5]. При цьому «текст» охоплює як «творений текст», так і раніше створені тексти, використовувані для цитування, а під контекстом розуміють як ситуативний контекст, так і культурний контекст, точніше навіть - соціокультурний контекст.

Таким чином, можна зробити висновок, що політичний дискурс - це широке поняття, що охоплює мовну систему, мовленнєву діяльність у сукупності лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників і текст.

Отже, у різних наукових контекстах політичний дискурс визначають по-різному: як сукупність «усіх мовленнєвих актів, що використовуються в політичних дискусіях, а також правил публічної політики, освячених традицією і перевірених досвідом» [10]; як «будь-які мовленнєві утворення, зміст яких належить до сфери політики» [1]; як різновид ідеологічного дискурсу [7], як «сукупність ідеологічних поглядів, що актуалізуються в текстах, які циркулюють у дискурсі та пов'язані єдністю цілеспрямованостей конкретного ідеологічного простору» [8]; як суто дискурс політиків [40].

Як бачимо, розбіжності в трактуванні поняття політичний дискурс є доволі значними. Проте більшість дослідників, які займаються проблемою політичного дискурсу, погоджуються з думкою, що це особливий різновид дискурсу, який ставить собі за мету боротьбу за владу - її завоювання й утримання [4; 5; 121].

У даній роботі під політичним дискурсом ми розуміємо інституціональне спілкування у сфері політичної комунікації, що, використовуючи власну підмову та систему стратегій і тактик впливу на адресата, ставить собі за мету боротьбу за владу. Політичний дискурс, як і будь-який інший, являє собою єдність і взаємодію тексту та контексту, що включає як ситуативний, так і соціокультурний контекст.

Політичний дискурс є складним об'єктом дослідження, яке має міждисциплінарний характер і лежить на перетині різних наук - лінгвістики, політології, соціології, соціальної психології, риторики, теорії комунікації тощо.

Політичному дискурсу притаманні такі характерні риси:

- специфічна структура дискурсу;
- особливі функції політичного дискурсу;
- різноманітні жанри;

- специфічні форми політичного дискурсу.

Відштовхуючись від соціально-когнітивного [39] і прагматичного підходів [101] до дискурсу, можна констатувати, що політичний дискурс є вербалізацією ментального процесу комунікантів у контексті соціальної взаємодії, яка характеризується політичною інтенціональністю, аргументативним змістом і прагненням до діалогічності.

Ключовим є контекстуальний чинник, що спирається на тимчасові та просторові характеристики дискурсу, цілі та комунікативні наміри учасників [39; 47; 121]. Так, політичний діяч буде творцем і транслятором політичного дискурсу в контекстуально визначеній ситуації, якими, наприклад, є засідання парламенту, мітинг тощо.

Політична інтенціональність передбачає наявність в учасників дискурсу певних цілей, пов'язаних зі здійсненням політичного впливу на адресата, формування необхідних образів і настанов у його свідомості.

Звідси, як наслідок, випливає очевидність діалогічної, або інтерактивної, природи дискурсу. Діалогічність політичного дискурсу при цьому є наслідком його експліцитної та імпліцитної спрямованості на адресата та взаємопов'язаності з ним, коли адресат передбачає та визначає майбутнє висловлювання.

Переконання також є невіддільною когнітивною частиною політичного дискурсу [39]. «Переконання становить один із конституативних вимірів дискурсу» [9] і віддзеркалює гуманістичний характер політичної комунікації, який полягає у визнанні розумності адресата та його права на ухвалення рішення. Переконання також є більш витонченим способом впливу на адресата порівняно з пропагандою або нав'юванням завдяки експліцитній апеляції до розуму адресата.

Структура, перебіг і стратегії процесу переконання підпорядковуються насамперед меті аргументації; головне - переконати в чомусь адресата. У цьому відношенні мовець вибудовуватиме комунікацію, користуючись певними схемами переконання - тактиками.

Стратегія переконання, що відображає аргументативний характер політичного дискурсу, зорієнтована на здійснення впливу на адресата і пов'язана з прогнозуванням ситуації. Її витoki слід шукати в мотивах та інтенціях, що керують мовленнєвими діями мовця.

Специфіка тактик переконання полягає в опорі мовцем на певні схеми логічного з'єднання смислових компонентів тексту, що свідомо чи несвідомо мають на меті переконати співрозмовника або спростувати його точку зору [121, с. 103].

Таким чином, стратегію переконання можна визначити як мовленнєву реалізацію процесу планування учасником соціальної взаємодії своєї вербальної поведінки, що являє собою низку контекстуально, прагматично й логічно пов'язаних пропозицій на захист основної тези, спрямованих на переконання адресата в необхідності відповідного коригування його моделі світу. Це визначення відображає когнітивний підхід до аргументації, що розглядає вплив останньої на процес ухвалення рішень адресатом, здійснюваний через зміну його моделі світу. У політичному дискурсі адресатами можуть бути опоненти або прихильники політичного лідера, населення країни як потенційний електорат, світова спільнота.

Стратегія переконання становить інтерес із погляду процесу планування комунікантами свого мовленнєвого спілкування з урахуванням соціального і прагматичного контекстів. Через відсутність єдиної системи опису цього феномена, яка дала б змогу зіставляти стратегії як окремих мовних особистостей, так і політичних культур загалом, як один із можливих варіантів, доцільно зіставляти тактики за їхніми лексико-синтаксичним, семантичним і прагматичним компонентами, що відповідно репрезентуватимуть реалізацію конкретної тактики на рівні клаузи, речення і тексту, на рівні семантичних структур і на інтенційному рівні (рівні мовленнєвих актів).

Синтактика тактики переконання включатиме мовні форми її реалізації:

- 1) на рівні тексту - історії, порівняння, аналогії, ірреальні сценарії;
- 2) на рівні речення - риторичні запитання, алюзії, вступні конструкції;
- 3) на лексичному рівні - евфемізми, невизначено-особисті займенники, слова з подвійною семантикою.

Говорячи про семантику стратегії переконання, ми матимемо на увазі її пропозиційний зміст. Так, тактика «очорнення супротивника» полягає у формуванні моделей політично релевантних ситуацій і зіставленні цих моделей із негативними схемами чужих політичному діячеві особистостей або груп. При цьому спостерігається перехід від негативного приватного до негативного загального [8].

Прагматичний компонент стратегії переконання буде зумовлений тією метою, яку переслідує адресант. На макрорівні можливі цілі учасників політичного дискурсу можуть бути витягнуті як у дедуктивний спосіб через аналіз функцій політичного дискурсу, так і індуктивно - шляхом розгляду корпусу текстів.

Основоположним компонентом стратегії переконання в політичному дискурсі є поняття цінності. Ціннісні уявлення відіграють значну роль під час орієнтації людини в дійсності, допомагаючи їй осмислювати навколишній світ, скеровувати й координувати свою, зокрема мовленнєву, діяльність [98]. Ґрунтуючи свою аргументацію на ціннісних уподобаннях, що їх поділяє аудиторія, учасники політичного дискурсу мають більше шансів домогтися перлокутивного ефекту. Оцінка є неминучим відображенням ціннісної системи індивіда. Будучи одним з інструментів мовленнєвого впливу в процесі переконання, оцінка є потужним когнітивним засобом впливу на свідомість адресата та його картину світу.

Дослідження оцінки та цінностей у політичній аргументації можна віднести до одного з двох напрямів. Перший ґрунтується на лінгвістичному підході та дискурс-аналізі, що передбачає роботу з політичними текстами з метою виявлення й опису дискурсивних структур, які виконують оцінну функцію [47; 14]. Другий напрям досліджень займається вивченням ефекту,

що його ціннісно-орієнтована політична аргументація справляє на адресата, його сприйняття оратора та поданих аргументів. Найпоширеніший метод дослідження - експеримент: учасникам пропонують прочитати або прослухати одне чи кілька ціннісно-навантажених політичних звернень, виступів, а потім відповісти на низку запитань щодо переконливості промовця/автора, вагомості запропонованих аргументів та інших характеристик тексту [87; 53]. У цьому дослідженні ми спиралися на принципи лінгвістичного підходу і використовували термінологічний апарат теорії оцінки, розробленої зарубіжними лінгвістами [68].

Критерієм для формулювання тактик як прийомів реалізації стратегії може слугувати частотність їхнього використання в прототипових текстах у досліджуваному політичному дискурсі. Виокремлення тактик було здійснено за семантичним параметром, тоді як їхні лексико-синтаксична та прагматична реалізації могли перетинатися.

## **1.2 Політична комунікація в кризових ситуаціях**

Здатність орієнтуватися в кризових ситуаціях стала тестом на ефективність як для бізнесменів, так і для політичних лідерів, а цілеспрямована комунікація є ключовим аспектом такого орієнтування [104]. З точки зору суспільства, дослідження політики управління та комунікації під час кризи генерує життєво важливі знання про функціонування соціальних і політичних інститутів. Зокрема, в демократичних політичних системах кризи випробовують на міцність їхню інституційну структуру та життєздатність режимів підзвітності [23; 36].

Кризова комунікація, яку здійснюють уряди та організації державного сектору, по суті, є політичною діяльністю. Кризова комунікація розглядається як вправа з формування суспільних смислів під тиском: надання емоційно збудженій громадськості авторитетної інформації про те, що відбувається, чому це відбувається, які це має наслідки і як окремі особи і члени громади

повинні думати і діяти у зв'язку з кризою, що склалася. Це може здатися відносно простим, але в сучасному світі, де політика здійснюється в режимі реального часу через Інтернет, цей процес починається в момент розгортання подій, коли існує значна невизначеність, плутанина і нестабільність. Більше того, голоси політичних лідерів - не єдині голоси, до яких прислухаються. Їхні наративи, ймовірно, будуть оскаржені відмінними інтерпретаціями, запропонованими їхніми політичними опонентами, а також потенційно іншими політичними стейкхолдерами, жертвами, журналістами, коментаторами, юристами та представниками різних груп інтересів.

Іншими словами, під час комунікації кризових ситуацій політичні лідери та урядовці ефективно змагаються у політично значущих "змаганнях за фреймінг" [20]. Перебіг і результати цих змагань неможливо зрозуміти, розглядаючи лише деталі "контексту події" (те, що відбувається на місцях). Не менш, якщо не більш важливим є "політичний контекст" - те, що ще відбувається, відбувалося або може відбутися в політичному процесі та на політичній арені, а також наміри та вміння, з якими різні актори зчитують ці контексти і відповідно до них вибудовують свої комунікативні виступи.

У науковій літературі часто використовуване визначення Розенталя та ін. передбачає, що про стан кризи можна говорити тоді, коли "...політики відчувають серйозну загрозу базовим структурам або фундаментальним цінностям і нормам системи, що в умовах дефіциту часу та вкрай невизначених обставин вимагає прийняття життєво важливих рішень"[99, с. 10]. Іншими словами, кризи є соціально сконструйованими, а отже, відносними явищами, оскільки саме суб'єктивне сприйняття загрози, нагальності та невизначеності має значення, стає життєво важливим брати до уваги часовий, культурний та політичний контекст, в якому відбуваються певні драматичні інциденти, щоб зрозуміти, чому лише деякі інциденти, нещасні випадки та негативні події сприймаються і, відповідно, реагують на них як криза.

Альтернативне визначення кризи, запропоноване Хартом, припускає, що нестандартні події стають кризами лише тією мірою, якою в процесі смислоутворення, який вони викликають, відбувається "розпад звичних символічних рамок, що легітимізують існуючий соціально-політичний порядок". Іншими словами, валютою криз у політичному сенсі є «ерозія довіри та легітимності до інституцій та еліт, які нами керують» [107, с. 39].

Хоча вже давно визнано, що кризи можуть набувати різних форм, і в літературі з управління політичними кризами існує безліч типологій криз, як і в загальній літературі з кризових комунікацій [51], з точки зору політичної кризової комунікації особливо важливою є різниця між ситуаційними та інституційними типами криз. Ситуаційні кризи - це кризи, в яких джерело сприйнятої загрози знаходиться за межами системи, яка несе на собі основний тягар її наслідків. Саме зовнішні діячі та фактори (природа, іноземні держави, вищі рівні влади, міжнародні ринки, транснаціональні корпорації, технологічна залежність) створюють несприятливу ситуацію для "нас". Кризи стають інституційними, коли домінуючим розумінням їхнього походження та ескалації є розуміння, яке наголошує на внутрішніх факторах: це "ми" створили або посилили наші власні ризики, конфлікти, поломки та трагедії [108].

Інституційні кризи є більш відчутними і за своєю суттю політичними, оскільки вони активізують політику розслідування, підзвітності та звинувачення - політичний еквівалент ритуалів жалоби, солідарності та вшанування пам'яті, через які проходять спільноти, що стикаються з суто ситуативними кризами ("Божими діями"). Обидві ці форми є формами колективного подолання. Але якщо у випадку ситуативної кризи очікується, що чинні політичні та бюрократичні еліти проведуть громаду через темні дні і допоможуть їй у скрутну хвилину, то у випадку інституційної кризи ці еліти самі можуть стати об'єктом громадської уваги, обурення і заперечення.

У Таблиці 1.1 наведено приклади ситуативних та інституційних криз, які додатково розмежовуються залежно від швидкості їх прояву. Невідкладні

кризи - це класичний "великий вибух", раптові, швидкі, шокуючі великі потрясіння. Повзучі кризи - це "повільне горіння", набагато більш поступове накопичення загроз, занепаду, напруженості і дисбалансу, визнання самого факту виникнення яких, швидше за все, буде набагато більш оспорюваним [65].

Таблиця 1.1

### Типологія криз

Тип кризи/ Прояв	Ситуативна	Інституційна
Невідкладні	Стихійні лиха. Пандемії. Крах режиму у великих світових або регіональних державах. Пікові епізоди в складних надзвичайних ситуаціях.	Неефективне реагування на надзвичайні ситуації. Виявлені в надзвичайних ситуаціях інституційні збої (наприклад, банківські шахрайства або банкрутства). Публічні викриття інституційного шахрайства, марнотратства та зловживань. Хронічні політичні невдачі.
Повзучі	Геополітичні зрушення. Трансформації екосистем. Демографічні дисбаланси.	Руйнування довіри громадян до державних інституцій та посадовців. Поступова деградація державних активів та інфраструктури. Політичний або організаційний параліч через патові ситуації.

Ситуаційно-інституційна диференціація криз перегукується з поняттям Кумбса про приналежність криз до різних кластерів: кластер жертв, де відповідальність за кризу приписується дуже мало, оскільки вони спричинені стихійними лихами. І кластер випадкових і тих, яким можна було запобігти, де існує низька або сильна відповідальність за кризу, оскільки в першому випадку вона спричинена, наприклад, технічними помилками, а в другому - людськими помилками, організаційними проступками [32, с.150] (інституційна криза). Таке диференційоване розуміння криз має важливі наслідки для кризової комунікації як у політичній сфері, так і поза нею. Хоча кризи майже за визначенням є непередбачуваними, багато з них, однак, не виникають несподівано [32, с. 3]. Як зазначають Воін та ін.: "Коли криза, про яку йде мова, широко вважається непередбачуваною і неконтрольованою, кількість пояснень і виправдань, які вони (державні службовці) можуть надати, є відносно обмеженою. Але коли широко поширена думка, що загрозу можна було передбачити і, можливо, взагалі уникнути, або що офіційна реакція після її виникнення була неякісною, політичні лідери і посадові особи можуть опинитися в каламутній воді" [18, с. 4]. Отже, в останньому випадку комунікаційне завдання є набагато складнішим через високий рівень політиканства з боку політичних опозиційних партій тощо, які зацікавлені в тому, щоб покласти провину за кризу на уряд.

Дослідники комунікацій добре знайомі з цією реальністю. Їхня версія "інституційної кризи" - це "...криза, коли комунікаційна криза накладається на первинну кризу настільки, що організація, яка переживає кризу, не здатна керувати комунікаційними процесами, які мали б сприяти подоланню первинної кризи" [68, с. 79]. Саме тоді, коли ситуативна криза переростає в інституційну, кризова комунікація стає не просто питанням тактичного рівня "реагування на події", а стратегічного рівня лідерства політичних сил, які розв'язуються завдяки формулюванню подій як продукту системи, а не як того, що її спіткало.

Спираючись на кризову літературу, а також на класичні праці з організації та управління, Боін та ін. [18; 19] розробили концепцію кризового лідерства для політичного та державного секторів, яка отримала широке визнання в літературі. На їхню думку, антикризове управління в державному секторі є ефективним, коли виконується комбінація завдань, криза швидко виявляється, і ті, хто реагує, розуміють, що відбувається (осмислення), критичні рішення приймаються правильними людьми, а зусилля тих, хто реагує, організовані (прийняття рішень і координація), уряд, посадові особи і відомства здатні формувати сприйняття і оцінку громадськістю того, що відбувається, що робиться для подолання кризи і якими можуть бути її наслідки для них (формування смислів), відповідальність належним чином реалізується через процедури підзвітності (підзвітність), а криза використовується як точка відліку і поштовх для колективного самоаналізу і вдосконалення (навчання).

Ці п'ять завдань значною мірою відповідають викликам лідерства, визначеним у загальних підручниках з антикризового управління (, але їх слід виконувати в інституційному та культурному контексті державного сектору, який характеризується виборчим циклом, високим рівнем прозорості, інтенсивним контролем з боку ЗМІ, внутрішнім політичним конфліктом і багаторівневою відповідальністю. Хоча формулювання завдань передбачає, що кризове лідерство представляє собою лінійний процес, який лінійно рухається від раннього початку до посткризової фази, Воін та ін. чітко вказують на сконструйовану і динамічну природу криз. Це означає, що кризи можуть розвиватися і видозмінюватися в різних напрямках з плином часу, що вимагає повторного та ітеративного виконання завдань лідерства. Більше того, характер лідерських викликів змінюється з появою нових подій, фактів, ракурсів і сюжетних ліній, а також процесів (де)ескалації між ситуативними та інституційними типами криз [20].

Хоча будь-яке з п'яти завдань кризового лідерства має певний комунікаційний вимір, це особливо стосується формування сенсу та обліку.

Саме виконуючи ці завдання, лідери можуть впливати на три стратегічно важливі шари сприйняття і аргументації в інтерпретації кризи: конструювання значущості (наскільки серйозними є завдані збитки і масштаби подальших загроз?); конструювання причинно-наслідкового зв'язку (хто або що є рушійними силами перебігу подій?); і конструювання відповідальності (хто мав обов'язок і засоби запобігти поганим подіям і пом'якшити їхній вплив?).

Боін та ін. визначають формуванні сенсу як "...спробу зменшити суспільну та політичну невизначеність і вселити довіру до кризових лідерів шляхом формулювання та нав'язування переконливого наративу" [20, с. 79]. Як зазначають Анселл та ін. [10, с. 426], в умовах кризи "...люди очікують, що їхні лідери зменшать невизначеність і нададуть авторитетний звіт про те, що відбувається, чому це відбувається і що потрібно робити". Сміслоутворення під час кризи відбувається в тому, що Боін та ін. [20, с. 81] описують як тристоронні відносини між політичними акторами (урядовими та неурядовими), засобами масової інформації (виробниками новин: журналістами та новинними організаціями) та громадянами (плюралістичною сукупністю всіх видів осіб, груп та субкультур).

Саме в межах цього трикутника розгортається боротьба за фреймінг. Урядові еліти можуть мати певні апіорні переваги в цих змаганнях з точки зору доступу до життєво важливої інформації,

Спричинені кризою процеси смислотворення відбуваються в політичному контексті, що робить питання про серйозність, причинність, відповідальність та підзвітність політично заангажованими. Просто запропонувати історію про поточну кризу - провести прес-конференцію, випустити прес-реліз, надіслати твіт - недостатньо, найбільшим викликом часто є змусити інших прийняти її [10, с. 426].

Перемога в конкурсі на створення сенсу - це аж ніяк не тривіальна справа. Вона вимагає ретельного узгодження між змістом (точність, правдоподібність, практичність), передавачами (авторитет, стиль, достовірність) і виконанням (постановка, сценарій, хронометраж,

послідовність) кризової комунікації. Ця ідея перегукується з концепцією Кумбса про історію діяльності кризового актора. Історія діяльності включає в себе ступінь минулої кризи, в яку був залучений актор або організація (історія кризи), а також їхню поведінку щодо ключових зацікавлених сторін (історія відносин). Поведінка в минулому забезпечує "причинно-наслідковий антецедент" [32, с. 271], який зацікавлені сторони застосовують, коли вони осмислюють кризу, в тому числі визначають її причини [32, с. 267]).

Куйперс і т'Гарт виділяють дві основні стратегії, які використовуються: уникнення звинувачень або демонстрація емпатії та чуйності. Уникнення звинувачень полягає у використанні захисних сюжетних ліній, таких як звинувачення обвинувачів, дискваліфікація критиків, звинувачення посланця, пом'якшення власної поведінки, перекладання тягаря доведення на критиків або звинувачення інших [22]. Щоб уникнути звинувачень, актори починають із заперечення кризи або проблеми, а потім застосовують інші способи реагування, такі як наприклад, визнають кризу, але звинувачують інших; визнають часткову відповідальність, але заперечують свою причетність до неї, аж поки їхня стратегія не стає неспроможною і актори не будуть змушені визнати і проблему, і свою провину [64]. Аналогічно, Брендстрем і Куйперс [24] виокремлюють два напрямки, за якими урядові еліти намагаються перефразувати кризові наративи, щоб уникнути звинувачень: зображаючи невдачі, що сталися, як технічні та операційні питання, за які мають нести відповідальність не вони, а чиновники нижчого рівня, а також зображуючи будь-які провали в політиці, які вони не можуть заперечити, як разові випадкові невдачі, а не як симптоми структурних недоліків. Крім того, призначені або самопризначені "цапи-відбувайли" можуть свідомо брати на себе відповідальність за своїх керівників або покровителів.

Інший напрям досліджень показує нам інший бік медалі: негайні та публічні прояви емпатії та смирення, які - навмисно чи ні - слугують для того, щоб запобігти або послабити спричинені кризою пошуки винуватців. Кризи, хоч і засмучують, але пропонують можливості для публічного прояву

співчуття. Відвідування місця трагедії, марші протесту, вшанування фронткових героїв, щира взаємодія з жертвами, публічна критична саморефлексія, призначення незалежних і рішучих слідчих - репертуар широкий [107].

## Висновки з розділу I

Політичний дискурс - це інституціональне спілкування у сфері політичної комунікації, що, використовуючи власну підмову та систему стратегій і тактик впливу на адресата, ставить собі за мету боротьбу за владу. Політичний дискурс, як і будь-який інший, являє собою єдність і взаємодію тексту та контексту, що включає як ситуативний, так і соціокультурний контекст.

Найважливішими соціальними інститутами є політичні інститути (парламент, уряд та ін.), що гарантують встановлення та збереження політичної влади. Мета політичного дискурсу - переконання і спонукання до дії, і, відповідно, визначити ефективність політичного дискурсу можна щодо успішності виконання цього завдання.

Таким чином, політичний дискурс, який націлений на те, щоби забезпечувати владу, для досягнення цього завдання використовує певні дискурсивні технології, призначені для реалізації настанов, прагнень і бажань можновладців. У результаті застосування певних технологій він може стати інструментом впливу, здатним видавати брехню за істину і навпаки.

Переконання є більш витонченим способом впливу на адресата порівняно з пропагандою або навіюванням завдяки експліцитній апеляції до розуму адресата. Структура, перебіг і стратегії процесу переконання підпорядковуються насамперед меті аргументації; головне - переконати в чомусь адресата. У цьому відношенні мовець вибудовуватиме комунікацію, користуючись певними схемами переконання - тактиками.

Стратегія переконання, що відображає аргументативний характер політичного дискурсу, зорієнтована на здійснення впливу на адресата і пов'язана з прогнозуванням ситуації. Її витoki слід шукати в мотивах та інтенціях, що керують мовленнєвими діями мовця.

Стратегію переконання можна визначити як мовленнєву реалізацію процесу планування учасником соціальної взаємодії своєї вербальної

поведінки, що являє собою низку контекстуально, прагматично й логічно пов'язаних пропозицій на захист основної тези, спрямованих на переконання адресата в необхідності відповідного коригування його моделі світу. Це визначення відображає когнітивний підхід до аргументації, що розглядає вплив останньої на процес ухвалення рішень адресатом, здійснюваний через зміну його моделі світу. У політичному дискурсі адресатами можуть бути опоненти або прихильники політичного лідера, населення країни як потенційний електорат, світова спільнота.

Основоположним компонентом стратегії переконання в політичному дискурсі є поняття цінності. Ціннісні уявлення відіграють значну роль під час орієнтації людини в дійсності, допомагаючи їй осмислювати навколишній світ, скеровувати й координувати свою, зокрема мовленнєву, діяльність.

Специфіка тактик переконання полягає в опорі мовцем на певні схеми логічного з'єднання смислових компонентів тексту, що свідомо чи несвідомо мають на меті переконати співрозмовника або спростувати його точку зору.

Особливого значення стратегії переконання набуває у кризових ситуаціях, які стають тестом на міцність та ефективність здійснення мовленнєвого впливу на аудиторію шляхом переконання для політичних лідерів. Спричинені кризою політичні та соціальні процеси відбуваються в екстремальних контекстах, що вимагає від політичних лідерів ефективних технік переконання в аспектах смислотворення, оцінки, мотивації, інтеграції суспільства, контролю та координації процесів.

## РОЗДІЛ II

### РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

#### 2.1 Тактики реалізації стратегії переконання політичного дискурсу в кризових ситуаціях

Будь-яка комунікація зумовлена цілями, мотивами, бажанням отримати певний результат. У зв'язку з цим цілі, мотиви, а також соціальні умови та контекст визначають вибір тієї чи іншої комунікативної стратегії та адаптують її до постійно мінливих умов для досягнення максимального ефекту. Ефективність комунікативного впливу досить складно виміряти. Судити про результативність певної стратегії потрібно лише після досягнення генеральної мети комунікації або пріоритетних комунікативних завдань, тому що на різних етапах комунікації адресант ставить різні завдання й адаптує свої мовленнєві дії для їхньої реалізації. Таким чином, стратегія контролює розв'язання системи завдань "гнучким і локально керованим способом" [115]. У більшості визначень терміна "комунікативна стратегія" можна знайти два обов'язкові компоненти:

1. Інтенціональний, що передбачає досягнення певної глобальної комунікативної мети [5], загального задуму кінцевої мети спілкування за допомогою комунікативних тактик.

Тактика являє собою сукупність конкретних мовленнєвих ходів, що відповідають загальній стратегії [5], «концептуально покладений світоглядний намір і його дієве здійснення щодо змісту комунікаційного процесу» [там само], «результат, на який спрямований комунікативний акт» [там само].

2. Лінгвостилістичний, що передбачає використання серії різноманітних вербальних і невербальних засобів мови з метою впливу, добір ресурсів та їхню адаптацію до умов спілкування [3] і мовних дій комунікантів, що впливають на «утворення та перетворення основоположних когнітивних

категорій учасників спілкування» [9, с. 11] з урахуванням «вимог стилістичної норми» [там само].

У даній роботі ми дотримуємося думки про те, що комунікативна стратегія - комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення будь-якої мети, послідовність мовленнєвих дій, організованих залежно від мети взаємодії [1]. Необхідно зазначити, що більшість авторів, вивчаючи комунікативні стратегії, вкладають у це поняття ідеологічно-світоглядні настанови, що регламентують комунікативно-мовленнєву поведінку людини. Однак необхідно розділити поняття «комунікативна стратегія» і «мовленнєва стратегія», розуміючи під останнім «конкретний мовленнєвий аспект побудови повідомлення» [10].

Комунікативна стратегія - ширше поняття: «Комунікативна стратегія - своєрідний план з оптимального втілення певного комунікативного наміру відправника повідомлення; план, який регулює зміст і тему інформації, що закладається ним у текст; той комунікативний ефект, досягнення якого він прагне; вибір і комбінування мовних засобів, які забезпечують мовленнєве формулювання задуманих цілей висловлювання» [7]. Так, додатковим варіативним компонентом виступає контроль комунікативної поведінки та комунікативної взаємодії. Контроль і планування в рамках застосування комунікативної стратегії також відзначені Т. ван Дейком [39].

З функціонального погляду комунікативна стратегія зумовлює план спілкування, контролює розв'язання комунікативних завдань автора/спікера, іноді навіть прогнозує мовленнєву поведінку реципієнта. Тому, щоб планувати будь-які стратегічні комунікативні дії, мовці мають мати уявлення про звичайні ситуації спілкування, мати досвід аналізу мовленнєвих даних, володіти повною картиною про переконання, думки та установки, що стосуються подій, мати мотиви та цілі - пресупозиційну основу моделі комунікативної стратегії.

Реалізація комунікативних стратегій відбувається за допомогою комунікативних тактик і прийомів. У наукових працях виокремлюють різні

підходи до визначення комунікативних тактик: сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії [47], динамічне використання комунікантами мовленнєвих умінь у рамках тієї чи іншої стратегії [47], сукупність конкретних мовленнєвих ходів, що відповідають загальній стратегії [47]. Комунікативна тактика являє собою одиничне комунікативне явище, тоді як комунікативна стратегія - загальний глобальний цілеспрямований довготривалий вплив. Стратегія і тактика - свого роду реалізація авторських інтенцій різного комунікативного масштабу: стратегія - це глобальний план, співвіднесений із цілим комунікативним сценарієм, а тактика - більш приватний прояв.

З іншого боку, на відміну від стратегії, що являє собою "когнітивний план спілкування" [79], тактика реалізує інтенції в рамках окремих етапів комунікативної події, будучи "практичним інструментом" автора, що сприяє реалізації стратегії та дає змогу контролювати успіх комунікативної ситуації [79]. Під комунікативним прийомом розуміється синтагматично визначений елемент комунікативного акту [79]. Однак не всі вчені вбачають необхідність розділяти комунікативну тактику і прийом. Приміром, Т. ван Дейк розглядає лише стратегії та ходи, визначаючи мовленнєвий хід як функціональну одиницю послідовності дій, що сприяє розв'язанню локального або глобального завдання під контролем стратегії [там само]. Функціональна роль кожного мовленнєвого ходу в рамках найзагальніших стратегій визначається відносно попередніх і передбачуваних наступних ходів, і ця роль локально контролює деталі прагматичних, семантичних, синтаксичних і стилістичних репрезентацій [там само].

Кожна стратегія - це модель спілкування, надана дискурсом, що ґрунтується на попередньому досвіді автора/розмовника та відповідає ситуації спілкування. Кожна тактика впливає із плану (стратегії) спілкування, але з урахуванням конкретної ситуації, попередніх і наступних тактик, реакції співрозмовника. Набір комунікативних тактик реалізує різні інтенції. У процесі спілкування висловлювання ініціатора комунікативної ситуації

формується з позицій егоцентричного підходу і співвідносяться з його цілями та інтенціями. Роль одержувача повідомлення полягає у сприйнятті, інтерпретації та реалізації комунікативної інтенції автора (за успішного результату комунікації). Оскільки результат при реалізації кожної тактики може бути лише частковий, то кожна наступна тактика адаптується до умов комунікації, що складаються.

Одночасно відбувається і аналіз, і контроль, і регуляція ситуації спілкування. Функціональне застосування тактик спрямоване на уникнення комунікативних невдач і програмування масової свідомості.

Кризова комунікація становить значну частину політичної риторики. Традиційно жанр кризової комунікації вивчають у межах загальної теорії комунікації, а також теорії кризового менеджменту як однієї з царин теорії зв'язків із громадськістю [35; 35]. С. Адубато визначає кризову комунікацію як "план або стратегію, що застосовуються за умов неординарної ситуації, проблеми або події, з якими неможливо впоратися лише за допомогою стандартних дій і здорового глузду [9].

Кризова ситуація характеризується непередбачуваністю виникнення та швидкістю розвитку. Характеризуючи феномен президентського кризового дискурсу, дослідники відзначають відчуття невідкладності та терміновості як основну відмінність від некризового тексту [11]. Відзначається вирішальне значення першої офіційної заяви президента,

Успішні кризові тексти характеризуються чесністю та відкритістю заяв, вираженням емпатії та співчуття постраждалій стороні, несуперечливістю заяв, моментальною реакцією на запити преси [11].

Конструювання впливу в політичному дискурсі має вигляд стратегічного процесу, в основі якого лежить вибір мовною особистістю мовних засобів і мовленнєвих стратегій, що забезпечують необхідну для адресанта реакцію адресата. Серед способів реалізації комунікативного впливу значним потенціалом наділені поряд із загальнокомунікативними стратегіями стратегія переконання - раціонального й нераціонального

обґрунтування певної точки зору за допомогою активації соціально валідних і особистісно релевантних смислів. За способом стратегічного оформлення політичний дискурс є багато в чому переконувальним; у такому дискурсі комунікативний вплив здійснюється за допомогою активації раціональних та ірраціональних структур свідомості. Оскільки аргументація в політичній комунікації поширена вельми широко, є потреба теоретичного осмислення сутності стратегічного інструментарію аргументації, наявного в розпорядженні мовної особистості, що породжує політичний дискурс, так само як і способів застосування названого інструментарію.

Інтенціональність кризового дискурсу у перших виступах політичних лідерів країни реалізується за допомогою стратегії переконання, яка реалізується різними комунікативними тактиками, і полягає в тому, щоб донести до читача інформацію, сформулювати уявлення про те, що відбувається, впливати з метою отримання потрібних дій і оцінок. Інакше кажучи, кризовий дискурс не тільки описує, а й переконує, впливає на адресата, дає підґрунтя для обговорення і коментування, а іноді й спонукає до активних дій. Комунікативні тактики кризового дискурсу характеризуються крізь призму інтенціонального змісту кризової комунікації. Інтенціональний зміст, приміром, політичної комунікації зводиться до таких складових: інтеграція (пошук прихильників і згуртування населення), орієнтація (формулювання та роз'яснення кризової ситуації), агональність (загроза) [77]. Але оскільки кризовий дискурс виконує функції і медійного, і політичного дискурсів та реалізує інформаційну функцію, то для кризової комунікації цей перелік не є вичерпним.

Так, комунікативні тактики кризового дискурсу можна класифікувати відповідно до базових інтенціональних характеристик кризової ситуації: інтеграції, орієнтації, легітимації, інтерпретації, мотивації, демонстрації контролю, агональності. Залежно від цілей та інтенцій автора засоби масової інформації, впливаючи на масову свідомість, створюють ефект психологічного напруження або знімають такого роду напруженість,

коригують картину світу і формують модель сприйняття конкретної кризової ситуації.

Таким чином, стратегію переконання можна визначити як мовленнєву реалізацію процесу планування учасником соціальної взаємодії своєї вербальної поведінки, що являє собою низку контекстуально, прагматично й логічно пов'язаних пропозицій на захист основної тези, спрямованих на переконання адресата в необхідності відповідного коригування його моделі світу. Це визначення відображає когнітивний підхід до аргументації, що розглядає вплив останньої на процес ухвалення рішень адресатом, здійснюваний через зміну його моделі світу. У політичному дискурсі адресатами можуть бути опоненти або прихильники політичного лідера, населення країни як потенційний електорат, світова спільнота. Так, у процесі кризової комунікації, яку ми розглядаємо, політики звертаються до населення країни, до постраждалих та їхніх родин, до органів, відповідальних за усунення наслідків надзвичайних ситуацій, до винуватців кризової ситуації.

## **2.2 Засоби лінгвістичної маніфестації стратегії переконання в політичному дискурсі в кризових ситуаціях**

Аналіз політичного дискурсу в кризовій ситуації дав змогу виокремити й описати такі тактики, що їх застосовують американські політичні лідери для реалізації стратегії переконання: тактика легітимації, інтерпретації, орієнтації, мотивації, демонстрації контролю, інтеграції та агональності.

Кожна тактика характеризується індивідуальним пропозиційним змістом, а також специфічними мовними лексико-синтаксичними та прагматичними засобами реалізації.

Однією з найважливіших тактик для ефективної кризової комунікації є тактика **легітимізація, що допомагає виправдати в очах аудиторії правильність рішення, ухваленого оратором.** Пропозиційний зміст цієї тактики можна описати як "я маю право діяти таким чином через чинники а, б

і с". Домінантні мовні структури, характерні для цього типу тактики, включають *модальність необхідності у поєднанні з підрядним реченням причини, позитивні оцінні структури для опису своїх дій і очікуваних результатів цих дій*. Легітимізація в політичному дискурсі здійснюється через низку дискурсивних ходів, які описано в низці вітчизняних і зарубіжних досліджень. Так, Т.В. Левен розглядає чотири можливі способи надання легітимності своїм діям:

1. Посилання на авторитет, що передбачає легітимізацію через звернення до традиції, звичаю, закону, осіб, які представляють інституційну владу. Ця тактика реалізується через вступні конструкції та підрядні речення з фактивним або епістемічним дієсловом.

2. Етична оцінка, що передбачає легітимізацію через звернення до моральних цінностей; реалізується оцінково навантаженою лексикою, що апелює до потрібних етичних концептів, а також через оцінні інтерпретації.

3. Раціоналізація, або логічне обґрунтування, що ґрунтується на легітимізації через апеляцію до різних цілей, до застосування та наслідків тих чи інших соціальних практик.

4. Міфопоетика (mythopoesis) - легітимізація через розповідь або наратив; часто представлена введенням у дискурс розповідей із моральним підґрунтям, що оповідають про героїв, винагороджених за здійснення, підтримання або відновлення законних соціальних практик, а також застережних наративів про те, як девіантні дії можуть призвести до жалюгідних наслідків [80].

Схожу класифікацію прийомів, що дають змогу здійснити легітимізацію, пропонує А. Рієс, який виокремлює п'ять основних класів на підставі задіяних механізмів переконання: 1) емоційна легітимізація (зокрема легітимізація через страх); 2) гіпотетичне майбутнє; 3) раціоналізація; 4) думка експертів і 5) альтруїзм [97].

*In the normal course of events, Presidents come to this chamber to report on the state of the Union. Tonight, no such report is needed. It has already been delivered by the American people.*

Наведений приклад репрезентує вступне висловлювання промови президента Дж. Буша, яке містить оцінний компонент «normal». Дж. Буш починає із вступної фрази «*In the normal course of events*» і далі описує звичайну ситуацію, яка описує причини присутності президентів у певному місці. Далі йде раціоналізація подій (обґрунтування)– констатація того, що відбулося, що стало наслідком подій 11 вересня. У якості підсилювального засобу вживається антитеза: ...

*no such report is needed. It has already been delivered by the American people.*

Тактика легітимізації є рекурентною тактикою, що пронизує текст на всіх рівнях, та реалізується через розгорнуті *аргументативні* комплекси інтерпретативного характеру з явним використанням імпліцитних оцінних схем переконання.

У наступному прикладі Д. Трамп вибудовує логічний ланцюжок для пояснення ситуації, що склалася. Він починає з опису того, що зробила його команда з метою обмеження розповсюдження вірусу, підтримуючи ці дії за рахунок позитивної оцінної лексики, поступово, починаючи з порівняння *dramatically fewer* переходячи до опису дій, вчинених опонентами (європейцями), потім контекстуально констатує їхню невдачу як логічний висновок дієсловом *fail*, і підводить фінальну лінію вступною фразою *as a result* з наступною констатацією факту. Імпліцитність оцінки надається за допомогою логіки викладу, а експліцитність – за рахунок оцінної лексики та порівняння:

*Our team is the best anywhere in the world. At the very start of the outbreak, we instituted sweeping travel restrictions on China and put in place the first federally mandated quarantine in over 50 years. We declared a public health*

*emergency and issued the highest level of travel warning on other countries as the virus spread its horrible infection.*

*And taking early intense action, we have seen dramatically fewer cases of the virus in the United States than are now present in Europe.*

*The European Union failed to take the same precautions and restrict travel from China and other hotspots. As a result, a large number of new clusters in the United States were seeded by travelers from Europe.*

**Тактика інтерпретації** також має значний потенціал для кризової риторики. Реакція політичних лідерів на події, що розгортаються, все ж багато в чому задає тон і «визначає фрейм сприйняття ситуації» [75, с. 20]. Інтерпретація ситуації в потрібному для мовця напрямі допомагає ораторові поділитися з аудиторією своїм баченням кризової ситуації, її причин, можливих наслідків і шляхів розв'язання.

Пропозиційний зміст цієї стратегії можна виразити формулою "криза х 1) є результатом події а, 2) характеризується б, 3) розвивається якимось чином с".

Типові мовні засоби, що маркують цю тактику в дискурсі, включають лексичні пресупозиції, підрядні речення причини і наслідку, епістемічні дієслівні конструкції (ми знаємо, що...), дійсний спосіб, оцінювальну лексику, введення ціннісних орієнтирів, лексеми зі значенням процесу інтерпретації інформації (зрозуміти, поставитися), перехід від часткового до загального.

Наступний приклад завдяки своїй логіці викладу, застосування анафори, антитези, метафор (freedom is under attack, night fell), негативно зарядженої лексики (an act of war, under attack) пояснює ситуацію в рамках реалізації тактики інтерпретації, підкріплюючи її перерахованими експліцитними оцінними засобами:

*On September the 11th, enemies of freedom committed an act of war against our country. Americans have known wars -- but for the past 136 years, they have been wars on foreign soil, except for one Sunday in 1941. Americans have known the casualties of war -- but not at the center of a great city on a peaceful*

*morning. Americans have known surprise attacks -- but never before on thousands of civilians. All of this was brought upon us in a single day -- and night fell on a different world, a world where freedom itself is under attack.*

Тактика інтерпретації може виражатися і за рахунок питально-відповідної конструкції, що підтверджує наступний приклад. Президент ставить питання від усіх американців, з якими він себе, безумовно, ототожнює, що ми бачимо і у відповіді за рахунок вживання інклюзивних займенників *we, our*. Відповідна частина висловлювання посилена анафорою:

*Americans are asking, why do they hate us? They hate what we see right here in this chamber -- a democratically elected government. Their leaders are self-appointed. They hate our freedoms -- our freedom of religion, our freedom of speech, our freedom to vote and assemble and disagree with each other.*

Тактика **орієнтації** допомагає ораторові представити аудиторії своє бачення майбутнього розвитку подій, які буде взято під контроль. Формула "Події  $x^1, \dots, x^n$  відбудуться в (найближчому) майбутньому; результату N буде досягнуто" виражає смислову сутність цього типу тактики переконання.

У мовному плані для цієї категорії характерними є використання прямого звернення до аудиторії, поєднання позитивно і негативно зарядженої лексики, лексичні одиниці зі значенням поновлення і тривалості (*continue, remain*), модальні дієслова необхідності. У прагматичному аспекті в мовному вираженні тактики в більшості випадків присутні комісиви (перформативи) та інклюзивне "ми".

У наступному прикладі тактика орієнтації маніфестована метонімією *America will never forget*, семантичними повторами *We will not forget*, який в останній частині висловлювання посилюється інверсією *Nor will we forget*, інклюзивними займенниками *we, our*:

*America will never forget the sounds of our National Anthem playing at Buckingham Palace, on the streets of Paris, and at Berlin's Brandenburg Gate.*

*We will not forget South Korean children gathering to pray outside our embassy in Seoul, or the prayers of sympathy offered at a mosque in Cairo. We will*

*not forget moments of silence and days of mourning in Australia and Africa and Latin America.*

*Nor will we forget the citizens of 80 other nations who died with our own: dozens of Pakistanis; more than 130 Israelis; more than 250 citizens of India; men and women from El Salvador, Iran, Mexico and Japan; and hundreds of British citizens. America has no truer friend than Great Britain.*

Оратор реалізує стратегію орієнтації, що дає змогу спрямувати перебіг думок і очікування адресата в потрібному напрямі, що знаходить вираження за допомогою імперативу, який вкладається в обгортку паралельної конструкції. Крім того, останнє речення містить підрядне слідства, яке переконує адресата в легітимності вжитих дій - so we can make sure they are no longer operating:

*And tonight, the United States of America makes the following demands on the Taliban: Deliver to United States authorities all the leaders of al Qaeda who hide in your land. Release all foreign nationals, including American citizens, you have unjustly imprisoned. Protect foreign journalists, diplomats and aid workers in your country. Close immediately and permanently every terrorist training camp in Afghanistan, and hand over every terrorist, and every person in their support structure, to appropriate authorities. Give the United States full access to terrorist training camps, so we can make sure they are no longer operating.*

*Dick Scobee knew that every launching of a space shuttle is a technological miracle. And he said, if something ever does go wrong, I hope that doesn't mean the end to the space shuttle program. Every family member I talked to asked specifically that we continue the program, that that is what their departed loved one would want above all else. We will not disappoint them. Today, we promise Dick Scobee and his crew that their dream lives on; that the future they worked so hard to build will become reality.*

Використання комісивів (make sure, promise) дає змогу оратору передати аудиторії своє бачення розвитку подій у найближчому майбутньому. Використання займенника "ми" в даному випадку може бути інтерпретовано

скоріше не в його типовій для політичного дискурсу інклюзивній функції, а як сигнал того, що над проблемою працює ціла команда спеціалістів та професіоналів, свого роду підхід, коли "одна голова добре, а дві краще".

**Тактика мотивації** стає необхідною ораторам тоді, коли їм потрібно переконати аудиторію вчинити будь-яку дію, як-от надання допомоги постраждалим у ситуації кризи. Її пропозиційний зміст можна висловити як "Ми/ви маєте зробити х, щоб домогтися а". Засоби мовного вираження включають дієслова необхідності, складно-підрядні речення зі сполучниками причини або умови в залежності від логіки презентації причинно-наслідкових відносин, комісиви, часовий дейксис.

У наступному аналізованому нами зверненні до нації Б. Обама коментує ситуацію з лісовими пожежами в Колорадо, що забрали життя двох людей і позбавили кілька тисяч людей житла в червні 2012 року:

*So for those of you who can provide some help, you should get on the online site of the American Red Cross.*

Оратор закликає свою аудиторію допомогти жертвам пожежі. Використання модального дієслова *should* зі значенням повинності пом'якшує прихований у пропозиції директив "допоможи ближньому".

У наступного прикладі Д. Трамп мотивує американців діяти вчиняти певні дії, щоб зупинити вірус. Засоби мовного вираження тактики мотивації включають часовий дейксис (*Smart action today will prevent the spread of the virus tomorrow*), прикметники із значенням необхідності (*crucial, essential*), імперативні форми дієслів, складно-підрядне речення з підрядним умови - *Wash your hands, clean often-used surfaces, cover your face and mouth if you sneeze or cough, and most of all, if you are sick or not feeling well, stay home.*

*Smart action today will prevent the spread of the virus tomorrow.*

*Every community faces different risks and it is critical for you to follow the guidelines of your local officials who are working closely with our federal health experts — and they are the best.*

*For all Americans, it is essential that everyone take extra precautions and practice good hygiene. Each of us has a role to play in defeating this virus. Wash your hands, clean often-used surfaces, cover your face and mouth if you sneeze or cough, and most of all, if you are sick or not feeling well, stay home.*

Тактика **демонстрації контролю** необхідна ораторам для підвищення кредиту довіри до себе як керівника, здатного впоратися з кризою. "Ситуація х/вирішення ситуації х перебуває під моїм контролем" виражає семантичний компонент цієї тактики. Перлокутивний ефект демонстрації контролю досягається за допомогою використання мовцем асертивів і персонального дейксису першої особи однини. Крім того, задіяними є лексеми зі значенням терміновості, нагальності, цінності POWER, SAFETY, що актуалізуються, лексеми зі значенням ухвалення рішення в поєднанні з першою особою однини або множини (I instructed) також є маркерами цієї тактики в дискурсі. Потенціал переконання розглядуваної тактики полягає в можливості досягнення легітимізації контролю через імпліцитне або експліцитне посилення на авторитет (у даному випадку свій).

У наступному прикладі президент дає вказівки щодо стабілізації ситуації в умовах пандемії, здійснюючи стратегію демонстрації контролю над ситуацією. Д. Трамп вживає лексеми зі значенням терміновості, нагальності: extra, available, additional, immediate(-ly), emergency, застосовує дейксис першої особи однини, вживає асертиви: announce, ask, instruct, call:

*However, to provide extra support for American workers, families, and businesses, tonight I am announcing the following additional actions: I am instructing the Small Business Administration to exercise available authority to provide capital and liquidity to firms affected by the coronavirus.*

*Effective immediately, the SBA will begin providing economic loans in affected states and territories. These low-interest loans will help small businesses overcome temporary economic disruptions caused by the virus. To this end, I am asking Congress to increase funding for this program by an additional \$50 billion.*

*Using emergency authority, I will be instructing the Treasury Department to defer tax payments, without interest or penalties, for certain individuals and businesses negatively impacted. This action will provide more than \$200 billion of additional liquidity to the economy.*

*Finally, I am calling on Congress to provide Americans with immediate payroll tax relief. Hopefully they will consider this very strongly.*

У наступному прикладі введення кількісної оцінки, вираженої на початку висловлювання визначальним займенником *all this*, а наприкінці висловлювання - узагальнювальною конструкцією *for the American people*, допомагає досягти ефекту наявності у мовця необхідних повноважень і його здатності охопити весь масштаб ситуації, що склалася. Додатково оратор вживає паралельні конструкції для посилення впливу шляхом переконання аудиторії у власних силах:

*And I will carry all this: It is the police shield of a man named George Howard, who died at the World Trade Center trying to save others. It was given to me by his mom, Arlene, as a proud memorial to her son. This is my reminder of lives that ended, and a task that does not end. (Applause.)*

*I will not forget this wound to our country or those who inflicted it. I will not yield; I will not rest; I will not relent in waging this struggle for freedom and security for the American people.*

Тактика **інтеграції** відображає бажання мовця перетворити кризову ситуацію на можливість згуртувати населення, нагадати, що оратор належить до тієї самої групи, що і його аудиторія, а отже, поділяє її інтереси. "Я/Ми є частиною соціальної групи x; отже, наші інтереси і цілі збігаються з інтересами і цілями групи x" відображає семантичну сутність цієї стратегії. Характерними рисами є прийом проксимізації, тобто поміщення адресата в дейктичний центр дискурсу, а також використання лексики з експліцитним компонентом спільності та співробітництва й вокативних конструкцій, у тому числі метонімічних:

*My fellow citizens, for the last nine days, the entire world has seen for itself the state of our Union -- and it is strong.*

Прикметникові та заперечні займенники зі значенням "усі члени множини" (всі, ніхто, кожен) також є типовими для цієї тактики.

Її переконливий потенціал для кризових ситуацій виражається в можливості для оратора підкреслити свій альтруїзм і зацікавленість тільки в інтересах свого народу, а також показати, що правомірність ухвалюваних рішень схвалюється певними групами, що є своєрідним посиленням на авторитет. У наступному прикладі тактика інтеграції реалізована за рахунок вживання інклюзивних займенників *we, our*, лексики з експліцитним компонентом спільності (*all of America*), семантичного повтору *joined together* із експліцитним семантичним компонентом єдності:

*Tonight we are a country awakened to danger and called to defend freedom. Our grief has turned to anger, and anger to resolution. Whether we bring our enemies to justice, or bring justice to our enemies, justice will be done. (Applause.)*

*I thank the Congress for its leadership at such an important time. All of America was touched on the evening of the tragedy to see Republicans and Democrats joined together on the steps of this Capitol, singing "God Bless America." And you did more than sing; you acted, by delivering \$40 billion to rebuild our communities and meet the needs of our military.*

*Once again, we are joined together in a great cause -- so honored the British Prime Minister has crossed an ocean to show his unity of purpose with America. Thank you for coming, friend.*

Прагнучи перлокутивного ефекту легітимізації, Дж. Буш використовує тактику інтеграції в наступному уривку:

*More than 35 countries are giving crucial support – from the use of naval and air bases, to help with intelligence and logistics, to the deployment of combat units. Every nation in this coalition has chosen to bear the duty and share the honor of serving in our common defense.*

Використовуючи потенціал прототипової (More than...) і кількісної оцінки (35 countries), мовець прагне показати, що дії, яких він вживає, уже дістали схвалення значної частини світової спільноти.

Позитивно заряджена лексика (to bear the duty, share the honor of), укладена в пресупозицію, додає аксіологічне навантаження аргументу переконання.

Тактика **агональності** застосовується ораторами, коли існує необхідність поділу картини світу на чорне і біле. Знайти винного в кризовій ситуації - це значить виявити і дискредитувати супротивника або винуватця, а також запобігти повторенню того, що сталося. Пропозиційний зміст цієї стратегії: "Вони проти нас через чинники а, б, с". Лексика з контрастною оцінкою: позитивно-заряджені лексичні одиниці для опису "ми-групи" і лексика з негативною оцінкою для характеристики "вони-групи", а також присутність аксіологічного дисонансу є маркерами цієї тактики в кризовому дискурсі.

*I also want to speak tonight directly to Muslims throughout the world. We respect your faith. It's practiced freely by many millions of Americans, and by millions more in countries that America counts as friends. Its teachings are good and peaceful, and those who commit evil in the name of Allah blaspheme the name of Allah. The terrorists are traitors to their own faith, trying, in effect, to hijack Islam itself. The enemy of America is not our many Muslim friends; it is not our many Arab friends. Our enemy is a radical network of terrorists, and every government that supports them.*

У наведеному вище прикладі реалізації тактики агональності ефект наростаючої агональності реалізується через градуйований перехід від позитивного до негативного. Оратор говорить про те, що існують різні мусульмани: ті, яких американці вважають друзями, ті, що слідують вченню ісламу, який забороняє заподіювати зло. Введення антитези є синтаксичним маркером існування іншої версії мусульман, "мусульман-ворогів", зрадників власної віри, радикальної гілки терористів. Синтаксичний маркер посилюється

вибором лексичних одиниць негативної оцінності: enemy, a radical network of terrorists, traitors to their own faith, hijack Islam.

У наступному прикладі тактика агональності реалізована за рахунок анафори та градації географічних назв від назви країни до назв континентів, що сприяє демонізації ворога:

*They want to overthrow existing governments in many Muslim countries, such as Egypt, Saudi Arabia, and Jordan. They want to drive Israel out of the Middle East. They want to drive Christians and Jews out of vast regions of Asia and Africa.*

У наступному прикладі тактика агональності реалізована за рахунок антитези, підсиленою негативними метафорами, які характеризують В. Путіна або тих, хто себе з ним асоціює, *Any nation will be stained, the history of this era is written, епітетом naked aggression, ступенями зрівняння прикметників, які також утворюють дистанту антитезу: stronger, more united, more determined, and more purposeful. ...- will have left Russia weaker and the rest of the world stronger:*

*The United States and our Allies and partners will emerge from this*

*And Putin's aggression against Ukraine will end up costing Russia dearly — economically and strategically. We will make sure of that. Putin will be a pariah on the international stage. that countenances Russia's naked aggression against Ukraine will be stained by association.*

*When the history of this era is written, Putin's choice to make a totally unjustifiable war on Ukraine will have left Russia weaker and the rest of the world stronger.*

Узагальнення результатів кількісних підрахунків дало змогу вибудувати таку прототипічну структуру кризового наративу в англomовному політичному дискурсі.

Американські політичні лідери віддають перевагу такій структурі кризового наративу:

- 1) введення в курс справи, інтерпретація кризи,
- 2) висловлення співчуття,

3) висловлення подяки всім особам, які взяли участь у вирішенні кризової ситуації,

4) легітимізація ухвалених рішень щодо запобігання кризі в майбутньому та/або усунення наслідків трагедії, що сталася,

5) нагадування про єдність нації, підтримку один одного - мотивація та інтеграція.

Аналіз кризових наративів американських політичних лідерів засвідчив, що оратори надають перевагу традиційній структурі побудови кризового тексту: введення в курс справи, інтерпретація, співчуття, орієнтування на майбутнє, аргументація ухвалених рішень щодо запобігання кризі в майбутньому та/або усунення наслідків трагедії, що сталася. Для американських лідерів характерною рисою є мовленнєвий акт висловлення подяки учасникам подій і акцент на єднанні нації.

Співвідношення реалізації прагматичного потенціалу стратегії переконання в англомовному кризовому дискурсі подано у таблиці 2.1.

*Таблиця 2.1*

**Співвідношення тактик у межах стратегії переконання в англомовному кризовому дискурсі**

<b>Тип тактики</b>	<b>Вживання (у %)</b>
легітимізації	29
інтерпретації	16
орієнтації	8,5
мотивації	9
демонстрації контролю	14,5
інтеграції	19
агональності	4
Разом	100

Найбільш поширеними лінгвальними засобами маніфестації стратегії переконання у межах визначених тактик в англомовному дискурсі в кризових ситуаціях є такі:

- На лексико-семантичному рівні: оцінні лексеми, лексеми зі значенням необхідності, лексеми зі значенням терміновості, часові локалізатори;
- На граматичному рівні: інклюзивні займенники *we, our*, наказовий стан дієслів, складно-підрядні речення з підрядними наслідковими, причини;
- Тропи: епітети, порівняння, метафори, метонімія, лексичний повтор;
- Синтаксичні засоби (стилістичні фігури): інверсія, паралелізм, градація, антитеза, анафора, питально-відповідні конструкції.

## Висновки до розділу II

Будь-яка комунікація зумовлена цілями, мотивами, бажанням отримати певний результат. У зв'язку з цим цілі, мотиви, а також соціальні умови та контекст визначають вибір тієї чи іншої комунікативної стратегії та адаптують її до постійно мінливих умов для досягнення максимального комунікативного впливу.

У даній роботі ми дотримуємося думки про те, що комунікативна стратегія - комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення будь-якої мети, послідовність мовленнєвих дій, організованих залежно від мети взаємодії

Реалізація комунікативних стратегій відбувається за допомогою комунікативних тактик. Стратегія і тактика - свого роду реалізація авторських інтенцій різного комунікативного масштабу: стратегія - це глобальний план, співвіднесений із цілим комунікативним сценарієм, а тактика - більш приватний прояв.

Кожна стратегія - це модель спілкування, надана дискурсом, що ґрунтується на попередньому досвіді автора/розмовника та відповідає ситуації спілкування.

Кризова комунікація становить значну частину політичної риторики. Політичний дискурс у кризових ситуаціях характеризується непередбачуваністю виникнення та швидкістю розвитку. Характеризуючи феномен президентського кризового дискурсу, дослідники відзначають відчуття невідкладності та терміновості як основну відмінність від некризового тексту.

Інтенціональність кризового дискурсу у перших виступах політичних лідерів країни реалізується за допомогою стратегії переконання, яка реалізується різними комунікативними тактиками, і полягає в тому, щоб донести до читача інформацію, сформулювати уявлення про те, що відбувається, впливати з метою отримання потрібних дій і оцінок. Інакше кажучи, кризовий

дискурс не тільки описує, а й переконує, впливає на адресата, дає підґрунтя для обговорення і коментування, а іноді й спонукає до активних дій.

Аналіз політичного дискурсу в кризовій ситуації у межах досліджуваної вибірки дав змогу виокремити й описати такі тактики, що їх застосовують американські політичні лідери для реалізації стратегії переконання: тактика легітимації, інтерпретації, орієнтації, мотивації, демонстрації контролю, інтеграції та агональності.

Кожна тактика характеризується індивідуальним пропозиційним змістом, а також специфічними мовними лексико-синтаксичними та прагматичними засобами реалізації.

Тактика інтерпретації має значний потенціал для кризової риторики, складаючи 29% від загальної кількості реалізацій виділених тактик. Інтерпретація ситуації в потрібному для мовця напрямі допомагає ораторові поділитися з аудиторією своїм баченням кризової ситуації, її причин, можливих наслідків і шляхів розв'язання.

Типові мовні засоби, що маркують цю тактику в дискурсі, включають лексичні пресупозиції, підрядні речення причини і наслідку, епістемічні дієслівні конструкції (ми знаємо, що...), дійсний спосіб, оцінювальну лексику, введення ціннісних орієнтирів, лексеми зі значенням процесу інтерпретації інформації (зрозуміти, поставитися), перехід від часткового до загального.

Тактика інтеграції, доля якої складає 19% від загальної кількості реалізацій комунікативних тактик в матеріалі дослідження, відображає бажання мовця перетворити кризову ситуацію на можливість згуртувати населення, нагадати, що оратор належить до тієї самої групи, що і його аудиторія, а отже, поділяє її інтереси. "Я/Ми є частиною соціальної групи x; отже, наші інтереси і цілі збігаються з інтересами і цілями групи x" відображає семантичну сутність цієї стратегії. Характерними рисами є прийом проксимізації, тобто поміщення адресата в дейктичний центр дискурсу, а також використання лексики з експліцитним компонентом спільності та співробітництва й вокативних конструкцій, у тому числі метонімічних,

прикметникові та заперечні займенники зі значенням "усі члени множини" (всі, ніхто, кожен).

Тактика легітимізація є менш розповсюдженою в рамках дослідження і складає 16 % від усіх задіяних політичними лідерами тактик в межах аналізованих промов. Тактика легітимізація націлена на виправдання в очах аудиторії правильності рішення, ухваленого оратором. Пропозиційний зміст цієї тактики можна описати як "я маю право діяти таким чином через чинники а, б і с". Домінантні мовні структури, характерні для цього типу тактики, включають модальність необхідності у поєднанні з підрядним реченням причини, позитивні оцінні структури для опису своїх дій і очікуваних результатів цих дій.

Тактика орієнтації реалізується у 14,5 % випадків та допомагає ораторові представити аудиторії своє бачення майбутнього розвитку подій, які буде взято під контроль. У мовному плані для цієї категорії характерними є використання прямого звернення до аудиторії, поєднання позитивно і негативно зарядженої лексики, лексичні одиниці зі значенням поновлення і тривалості (continue, remain), модальні дієслова необхідності. У прагматичному аспекті в мовному вираженні тактики в більшості випадків присутні комісиви (перформативи) та інклюзивне "ми".

Тактика демонстрації контролю реалізована у 9% від загальної кількості реалізації комунікативних тактик у межах аналізованої вибірки. необхідна ораторам для підвищення кредиту довіри до себе як керівника, здатного впоратися з кризою. "Ситуація x/вирішення ситуації x перебуває під моїм контролем" виражає семантичний компонент цієї тактики. Перлокутивний ефект демонстрації контролю досягається за допомогою використання мовцем асертивів і персонального дейксису першої особи однини. Крім того, задіяними є лексеми зі значенням терміновості, нагальності, цінності POWER, SAFETY, що актуалізуються, лексеми зі значенням ухвалення рішення в поєднанні з першою особою однини або множини (I instructed) також є маркерами цієї тактики в дискурсі. Потенціал переконання розглядуваної

тактики полягає в можливості досягнення легітимізації контролю через імпліцитне або експліцитне посилення на авторитет (у даному випадку свій).

Тактика мотивації є практично рівною за кількістю реалізацій тактиці демонстрації контролю (8,5%) та стає необхідною ораторам тоді, коли їм потрібно переконати аудиторію вчинити будь-яку дію, як-от надання допомоги постраждалим у ситуації кризи. Її пропозиційний зміст можна висловити як "Ми/ви маєте зробити х, щоб домогтися а". Засоби мовного вираження включають дієслова необхідності, складно-підрядні речення зі сполучниками причини або умови в залежності від логіки презентації причинно-наслідкових відносин, комісиви, часовий дейксис.

Тактика агональності є найменш репрезентативною в межах аналізованої вибірки (4%) та застосовується ораторами, коли існує необхідність поділу картини світу на чорне і біле. Знайти винного в кризовій ситуації - це значить виявити і дискредитувати супротивника або винуватця, а також запобігти повторенню того, що сталося. Пропозиційний зміст цієї стратегії: "Вони проти нас через чинники а, б, с". Засобами лінгвальної маніфестації зазначеної тактики є лексика з контрастною оцінкою: позитивно-заряджені лексичні одиниці для опису "ми-групи" і лексика з негативною оцінкою для характеристики "вони-групи".

Узагальнення результатів кількісних підрахунків дало змогу вибудувати таку прототипічну структуру кризового нарративу в англomовному політичному дискурсі.

Американські політичні лідери віддають перевагу такій структурі кризового нарративу:

- 1) введення в курс справи, інтерпретація кризи,
- 2) висловлення співчуття,
- 3) висловлення подяки всім особам, які взяли участь у вирішенні кризової ситуації,
- 4) легітимізація ухвалених рішень щодо запобігання кризі в майбутньому та/або усунення наслідків трагедії, що сталася,

5) нагадування про єдність нації, підтримку один одного - мотивація та інтеграція.

Аналіз кризових наративів американських політичних лідерів засвідчив, що оратори надають перевагу традиційній структурі побудови кризового тексту: введення в курс справи, інтерпретація, співчуття, орієнтування на майбутнє, аргументація ухвалених рішень щодо запобігання кризі в майбутньому та/або усунення наслідків трагедії, що сталася. Для американських лідерів характерною рисою є мовленнєвий акт висловлення подяки учасникам подій і акцент на єднанні нації.

Найбільш поширеними лінгвальними засобами маніфестації стратегії переконання у межах визначених тактик в англомовному дискурсі в кризових ситуаціях є такі: оцінні лексеми, лексеми зі значенням необхідності, лексеми зі значенням терміновості, часові локалізатори, інклюзивні займенники *we*, *our*, наказовий стан дієслів, складно-підрядні речення з підрядними наслідковими, причини, епітети, порівняння, метафори, метонімія, лексичний повтор, інверсія, паралелізм, градація, антитеза, анафора, питально-відповідні конструкції.

## ВИСНОВКИ

Політичний дискурс - це інституціональне спілкування у сфері політичної комунікації, що, використовуючи власну підмову та систему стратегій і тактик впливу на адресата, ставить собі за мету боротьбу за владу. Політичний дискурс, як і будь-який інший, являє собою єдність і взаємодію тексту та контексту, що включає як ситуативний, так і соціокультурний контекст.

Мета політичного дискурсу - переконання і спонукання до дії, і, відповідно, визначити ефективність політичного дискурсу можна щодо успішності виконання цього завдання. Реалізація переконання у межах політичного дискурсу відбувається шляхом застосування певних дискурсивних технологій, призначені для реалізації настанов, прагнень і бажань можновладців.

Стратегія переконання, що відображає аргументативний характер політичного дискурсу, зорієнтована на здійснення впливу на адресата і пов'язана з прогнозуванням ситуації. Її витoki слід шукати в мотивах та інтенціях, що керують мовленнєвими діями мовця.

Стратегію переконання можна визначити як мовленнєву реалізацію процесу планування учасником соціальної взаємодії своєї вербальної поведінки, що являє собою низку контекстуально, прагматично й логічно пов'язаних пропозицій на захист основної тези, спрямованих на переконання адресата в необхідності відповідного коригування його моделі світу. Це визначення відображає когнітивний підхід до аргументації, що розглядає вплив останньої на процес ухвалення рішень адресатом, здійснюваний через зміну його моделі світу. Особливого значення стратегії переконання набуває у кризових ситуаціях, які стають тестом на міцність та ефективність здійснення мовленнєвого впливу на аудиторію шляхом переконання для політичних лідерів. Спричинені кризою політичні та соціальні процеси відбуваються в екстремальних контекстах, що вимагає від політичних лідерів ефективних

технік переконання в аспектах смислотворення, оцінки, мотивації, інтеграції суспільства, контролю та координації процесів.

Аналіз політичного дискурсу в кризовій ситуації у межах досліджуваної вибірки дав змогу виокремити й описати такі тактики, що їх застосовують американські політичні лідери для реалізації стратегії переконання: тактика легітимації, інтерпретації, орієнтації, мотивації, демонстрації контролю, інтеграції та агональності.

Найпоширенішою є тактика інтерпретації, яка допомагає ораторові поділитися з аудиторією своїм баченням кризової ситуації, її причин, можливих наслідків і шляхів розв'язання. Менш репрезентативною є тактика інтеграції, націлена на згуртування населення навколо оратора. Третє місце посідає тактика легітимізація, мета якої виправдати в очах аудиторії правильність рішень, ухвалених оратором. Наступною за репрезентативністю є тактика орієнтації, основна мета якої - представлення аудиторії свого бачення майбутнього розвитку подій, які буде взято під контроль. Наступними за частотністю реалізацій йдуть тактика демонстрації контролю, необхідна ораторам для підвищення кредиту довіри до себе як керівника, здатного впоратися з кризою, та тактика мотивації, до якої оратор вдається у випадку необхідності переконання аудиторію вчинити будь-яку дію, демонструють практично ідентичну репрезентативність. Тактика агональності є найменш репрезентативною в межах аналізованої вибірки та застосовується ораторами для пошуку винного в кризовій ситуації.

Найпоширенішими лінгвальними засобами маніфестації стратегії переконання у межах визначених тактик в англомовному дискурсі в кризових ситуаціях є такі: оцінні лексеми, лексеми зі значенням необхідності, лексеми зі значенням терміновості, часові локалізатори, інклюзивні займенники *we*, *our*, наказовий стан дієслів, складно-підрядні речення з підрядними наслідковими, причини, епітети, порівняння, метафори, метонімія, лексичний повтор, інверсія, паралелізм, градація, антитеза, анафора, питально-відповідні конструкції.

Виокремлені типи тактик у межах реалізації стратегії переконання не охоплює весь потенціал переконання, який може модифікуватися в залежності від певної комунікативної ситуації з урахуванням кризового контексту.

Детальніші описи тактик переконання в рамках реалізації стратегії переконання та лінгвальних засобів їхньої маніфестації потребують звернення до аспектів мовних особистостей політичних лідерів.

Тактики переконання утворюють відкритий список і є повсюдними в політичній комунікації. Інші типи кризових наративів, інші форми комунікації та відповідні їм типи дискурсів вимагають інших стратегічних і тактичних рішень, що відкриває перспективу подальшого вивчення мовних явищ мовленнєвого впливу.

.

## ЛІТЕРАТУРА

- 1 Ващук Т. М. Функціонально-прагматичні властивості американського політичного дискурсу: реферат на здобуття наук. ступеня док. філол. наук: 10.02.04 – германські мови. Львів, 2009. 124 с.
- 2 Жмаєва Н.С., Пушкарьова О. Політичний дискурс кризових ситуацій як об'єкт дослідження // Perspectives of contemporary science: theory and practice. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. Lviv, Ukraine. 2024. Pp. 1138-1144. URL: <https://sci-conf.com.ua/xi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-perspectives-of-contemporary-science-theory-and-practice-9-11-12-2024-lviv-ukrayina-arhiv/>.
- 3 Завальський Л. С. Політичний дискурс: характеристики та особливості // Науковий опис з мовознавства. – Харків: Видавпринт, 2009. – Вип. 5. – с. 23–65.
- 4 Мелещенко О. О. Дискурсивні стратегії англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа: когнітивний мультимодальний аналіз. — Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 — Філологія (Галузь знань 03 — Гуманітарні науки). — Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2021. 256 с.
- 5 Петлюченко К. В. Харизматика мови і дискурсу: мовна особистість і політичний дискурс: [монографія]. Тернопіль, 2008. 124 с.
- 6 Славова Л. Л. Мовленнєва особистість державного лідера у вигляді політичної лінгвістики: [монографія]. Львів, 2009. 48 с.
- 7 Філінський А.В. Комунікація і текст: Базові основи дискурсаналізу: – Харків, 2010. – 47 с.
- 8 Чорна В. А. Створення образу соціального лідера політичного руху інструментами стратегій комунікації. Київ, 2009. Вип. 7. С. 55–86 с.
- 9 Amossy R. The New Rhetoric Inheritance. Argumentation and Discourse Analysis / R. Amossi //Argumentation. -2009. - No. 23.-P. 313-324.

- 10 Ansell Chris, Boin Arjen & 't Hart, Paul. Political leadership in times of crisis. In Rhodes, Rod.A.W. & 't Hart, Paul (ed) Oxford Handook of Political Leadership. Oxford University Press. 2014. pp. 418-433.
- 11 Anthonissen Petre Crisis Communication: Practical PR Strategies for Reputation Management & Company Survival. Kogan Page Publishers. 2008 . 240 p.
- 12 Anthonissen, P. F. Crisis Communication: Practical PR Strategies for Reputation Management and Company Survival [Text]/ P.F. Anthonissen. - Philadelphia : Ko-gan Page, 2008. - 240 p.
- 13 Austin, J.L How to do things with words [Text] / J.L. Austin. - New York: Oxford Univ. Press, 1962,- 112 p.
- 14 Benoit, W.L. A Functional Analysis of 2004 Ukrainian Presidential Debates [Electronic Source]/ W.L. Benoit // Argumentation. - 20.2. - 2006. - P. 209-225. Academic Search Premier. Web. 5 Feb. 2012.
- 15 Benthem, J. van. Logic and Reason: Do the Facts Matter? [Text] / J. van Benthem // Logic and the New Psychologism. - Hannes Letgeb,ed. - 2007. - 17 p.
- 16 Blommaert, J. Language and Politics, language Politics and Political Linguistics [Text] / J. Blommaert // Political linguistics. - Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1997.-P. 1-10.
- 17 Boin Arien, Paul 't Hart, & Allan McConnell. Crisis exploitation: Political and policy impacts of framing contests.” Journal of European Public Policy 16(1). 2009. Pp. 81–106.
- 18 Boin, Arien, McConnell, Allan, & 't Hart, Paul (ed). 2008. Governing After Crisis:The Politics of Investigation, Accountability and Learning. Cambridge: Cambridge University Press.
- 19 Boin, Arien, Paul 't Hart, Eric Stern, & Bengt Sundelius. 2005. The Politics of Crisis Management: Public Leadership under Pressure. 1. Edition Cambridge: Cambridge University Press.
- 20 Boin, Arien, Paul 't Hart, Eric Stern, & Bengt Sundelius. 2017. The Politics of Crisis Management: Public Leadership under Pressure. 2. Edition Cambridge:

Cambridge University Press.

- 21 Bolinger, D. *Language: The loaded weapon* [Text] / D. Bolinger. - L, N.Y.: Longman, 1980.-ix,-214 p.
- 22 Bovens, Mark, Paul 't Hart, Sander Dekker & Gerdien Verheuel. 1999. *The Politics of Blame Avoidance: Defensive Tactics in a Dutch Crime Fighting Fiasco*, in Anheier, H. K., (ed) *When Things Go Wrong: Organizational Failures and Breakdowns*, pp. 123-147.
- 23 Brändström Annika *Crisis accountability and ministerial resignations in Sweden*. *Scandinavian Political Studies* 38(3). 2015. Pp. 217–320.
- 24 Brändström, Annika & Sandra Kuipers / 'Normal Incidents' to Political Crisis: Understanding the Selective Politicization of Policy Failures, Government and Opposition, 38. 2003. Pp. 279-303.
- 25 Brown, P. *Universals in Language Usage: Politeness Phenomena* [Text] / P. Brown, S. Levinson // *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction* / Ed. by E.N. Goody. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1978. - P. 56-289.
- 26 Burke, K. *Language as a Symbolic Action* [Text] / K. Burke. - Berkeley: University of California Press, 1986. - 532 p.
- 27 Cap P. *Presidential persuasion: sociopsychological awareness I P. Cap II Linguistic Theory and Applications*. *Acta Universitatis Lodziensis. — Lodz: Folia lingüistica anglica*, 1998. -Vol. 1 -P. 143 - 156.
- 28 Cap P. *Proximizing Objects, Proximizing Values: Towards an Axiological Contribution to the Discourse of legitimization* [Text] / P. Cap // *Perspectives in Politics and Discourse*. - Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2010 - P. 119-142.
- 29 Cap P. *Towards the Proximization Model of the Analysis of Legitimization in Political Discourse* [Text] / P. Cap // *Journal of Pragmatics*. - 2008. - No. 40. - P. 1741.
- 30 Carver, E. *For the Sake of Argument: Practical Reasoning, Character and the Ethics of Belief* [Text] / E. Garver. - Chicago: The University of Chicago Press, 2004. -272 p.

- 31 Chilton, P. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice* [Text] / P. Chilton. - London: Routledge, 2004. - 221 p.
- 32 Coombs W. *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*. *Corp Reputation Rev* 10, 2007. pp. 163–176.
- 33 Coombs, Timothy, W. 2015. *Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding*, Thousand Oaks: Sage, 4th edition.
- 34 Coombs, W. T. *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing and Responding* [Text]/ W.T. Coombs. - Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., 2007.- 209 p.
- 35 Cutlip, S. *Effective Public Relations*. 9th ed [Text]/ S.M. Cutlip., A. H. Center, G. M. Broom. - Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc., 2006. - 486 p.
- 36 De Ruiter, Wilhelmina Jacoba Maria. 2019. *Walking the Tightrope: Political Accountability, Blame, and Ministerial Survival in Two Parliamentary Systems*, Utrecht: Utrecht University PhD Thesis.
- 37 Degano, Ch. *Presupposition and Dissociation in Discourse: A Corpus Study* [Text] / Ch. Degano// *Argumentation* . - 21.2. 2007. P. 361-378. *Academic Search Premier* (Web. 15 Feb.2012).
- 38 Dijk, T.A. *Strategies of discourse comprehension* [Text] / T.A. van Dijk, W. Kintsch. - New York: Academic. Xi, 1983. - 418 p.
- 39 Dijk, T.A. van. *Discourse and Power* [Text] / T.A. van Dijk. - New York: Palgrave Macmillan, 2008. - 308 p.
- 40 Dijk, T.A. van. *What is Political Discourse Analysis?* [Text] / T. A. van Dijk // *Political Linguistics*. - Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1997. - № 11-P. 11-52.
- 41 Duffy, G. *Changing The Rules: A Speech Act Analysis Of The End Of The Cold War* [Text]/ G. Duffy, B. Frederking // *International Studies Quarterly*. - 53.2. - 2009. -P. 325-347. *Academic Search Premier*. (Web. 20 Feb. 2012).

- 42 Eemeren, F.H. van. A Systematic Theory of Argumentation: The Pragmatic-Dialectical Approach [Text] / F.H. van Eemeren, R. Grootendorst. - New York: Cambridge University Press, 2004. - 216 p.
- 43 Eemeren, F.H. van. Reconstructing Argumentative Discourse [Text] / F.H. van Eemeren, R. Grootendorst, S. Jackson, etc. - Tuscaloosa, London: The University of Alabama Press, 1993. - 197 p.
- 44 Ehlich, K. Sprache im Faschismus [Text]/ K. Ehlich. - Frankfurt: Suhrkamp, 1989.-326 s.
- 45 Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse [Text] // S. Hunston, G. Thompson. - Oxford: Oxford University Press, 2000. - 225 p.
- 46 Fairclough, N. Critical Discourse Analysis [Text] / N. Fairclough, R. Wodak // Discourse studies: A multidisciplinary Introduction: Vol. 2. Discourse as Social Interaction. - London: Sage Publications, 1997. - P. 258-284
- 47 Fairclough, I. Practical Reasoning in Political Discourse: The UK Government's Response to the Economic Crisis in the 2008 Pre-Budget Report [Electronic Source] /I. Fairclough and N. Faircough // Discourse & Society. - 22.3. -2011. - P. 243-268.
- 48 Fairclough, N. Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: the Universities [Text] /N. Fairclough // Discourse and Society, 1994. - №4 (2). -P. 133-168.
- 49 Fairclough, N. Discourse and Text: Linguistic and Intertextual Analysis within Discourse Analysis [Text] / N. Fairclough // Discourse and Society. - 1992. - №3. - P. 192-217.
- 50 Fowler, R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press [Text] / R. Fowler. - London: Routledge, 1991. - 254 p.
- 51 Frandsen, Finn & Winni Johansen. 2017. Organizational crisis communication: A multivocal approach. London: Sage. 280 p.
- 52 Friedenberg, R.V. Rhetorical Studies of National Political Debates - 1996 [Text] / R.V. Friedenberg. - Westport: Praeger Publishers, 1997. - 102 p.

- 53 Garst, J. Family Values and Political Persuasion: Impact of Kin-Related Rhetoric On Reactions to Political Campaigns [Electronic Source] / J. Garst, G.V. Bodenhausen// Journal of Applied Social Psychology. - 26.13. - 1996. - P. 1119-1137.
- 54 Goffman, E. Relations in Public: Micro-Studies of the Public Order [Text] / E. Goffman. - New York: Basic Books, Inc., Publishers, 1971. - 396 p.
- 55 Grice, H.P. Logic and conversation [Text] / H.P. Grice // Syntax and Semantics. - Vol. 3: Speech Acts. - New York, 1975. - P. 41-58.
- 56 Grice, P. Aspects of Reason [Text] / P. Grice. - Oxford: Clarendon Press, 2001. -136 p.
- 57 Grice, P. Studies in the Way of Words [Text] / P. Paul. - Cambridge: Harvard University Press, 1989. - 394 p.
- 58 Gumperz, J.J. Conversational Code Switching [Text] / J.J. Gumpers // Discourse Strategies. - Cambridge: Cambridge UP, 1982. - P. 59-99.
- 59 Gunther A. A set of concepts for the study of dialogic argumentation / A. Gunther // Argumentation approaches to Theory formation. — Amsterdam: John Benjamins B.V., 1982. -P. 175 - 190.
- 60 Halliday, M.A.K. Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of language and meaning [Text] / M.A.K. Halliday. - London: Arnold, 1978. - 256 p.
- 61 Halliday, M.A.K. Language, context and text: Aspects of language in a social se-miotic perspective [Text]/ M.A.K. Halliday, R. Hassan. - Oxford: Deakin University Press, 1989.-126 p.
- 62 Hample, D. Arguing: Exchanging Reasons Face to Face [Text]/ D. Hample. - Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates, 2005. - 369 p.
- 63 Holbrook, A. L. Attitudes towards Presidential Candidates and Political Parties: Initial Optimism, Inertial First Impressions, and a Focus on Flaws [Text] / A. L. Holbrook, Jon A. Krosnick, Penny S. Visser, Wendi L Gardner,.., John T Cacioppo // American Journal of Political Science. - 2001. - Volume 45, Issue 4. - P. 930-950.
- 64 Hood, Christopher, Will Jennings, Ruth Dixon, Brian Hogwood & Craig

Beeston. 2009. Testing Times: Exploring Staged Responses and the Impact of Blame Management Strategies in Two Examination Fiasco Cases, *European Journal of Political Research*, 48: 695-722.

65 Houlberg Salomonsen H., 't Hart P. Communicating and managing crisis in the world of politics / Frandsen, F. & Johansen, W. *Crisis Communication*. 1 ed. Berlin: Mouton de Gruyter, Vol. 23. (Handbooks of Communication Science, Vol. 23).

66 Hymes, D. *Ethnography, Linguistics, Narrative, Inequality: Toward an Understanding of Voice* [Text] / D. Hymes. - London: Taylor & Francis Publishers, 1996. - 273 p.

67 Jacobs, S. *Messages, Functional Contexts, and Categories of Fallacies: Some Rhetorical Considerations* [Text] / S. Jacobs // *Dialectic and Rhetoric: The Warp and Woof of Argumentation Analysis* (Argumentation Library). - Kluwer Academic Publishers, 2002.-P. 119-130.

68 Johnson, R., Blair, A. *Logical Self-Defence* [Text] / R. Johnson, A. Blair. - New York: MacGraw-Hill, 1994. - 312 p.

69 Jucker, A.H. *Persuasion by Inference. Analysis of a Party Political Broadcast* [Text] / A.H. Jucker // *Political Linguistics*. - Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1997.-P. 121-136.

70 Klemperer, V.L. *Notizbuch eines Philologen* [Text] / V.LTI Klemperer. - Leipzig: Reclam, 1975.-296 s.

71 Knypers, J.A. Chapter 2. *Presidential Crisis Rhetoric: Review and Extensions* [Text] / J.A. Kuypers // *Presidential Crisis Rhetoric and the Press in the Post-Cold War World*.- London: Praeger Series in Political Communication, 1997. - P. 15-34.

72 Kopperschmidt, J.: *Grundfragen einer allgemeinen Argumentationstheorie unter besonderer Berücksichtigung formaler Argumentationsmuster* [Text] / J. Kopperschmidt //Wahrapp, H.(Hrsg.): *Wege der Argumentationsforschung*. Stuttgart - Bad Cannstatt, 1995.-S. 39-54.

- 73 Kramarae, C.. Towards an Understanding of Language and Power [Text] / C. Kramarae, M. Sculz, W.M. O'Barr // Language and Power. - Beverly Hills, CA: Sage, 1984.-P. 3-17.
- 74 Kress, G. Against Arbitrariness: the Social Production of the Sign as a Foundational Issue in Critical Discourse Analysis [Text] / G. Kress // Discourse and Society 4 (2).- 1993.-P. 27-45.
- 75 Kupiers, Sanneke & 't Hart, Paul. Accounting for crises. In Rhodes, Rod.A.W. & 't Hart, Paul (ed) Oxford Handook of Political Leadership. Oxford University Press. 2014. Pp. 589-602.
- 76 Lakoff, G. Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought/G. Lakoff, M. Johnson. - Chicago: Basic Books, 1999. - 640 p.
- 77 Larson, Charles U. Persuasion: Reception and Responsibility [Text] / C.U. Larson. - Chicago: Northern Illinois University, 2010. - 449 p.
- 78 Lawrence J.C. The EU in Crisis: Crisis Discourse as a Technique of Government. Netherlands Yearbook of International Law. 2014; 44:187-202.
- 79 Leech, G.N. Principles of Pragmatics. London: Longman, 1983.-250 p.
- 80 Leeuwen, van T. Legitimation in Discourse and Communication [Text] / T. van Leeuwen // Discourse and Communication. - 2007. - No. 1. - P. 91 - 112.
- 81 Leeuwen, T. Van. Genre and Field in Critical Discourse Analysis [Text] / T. Van Leeuwen // Discourse and Society. - 4 (2). - 1993 - P. 193-223.
- 82 Letcu, I. Populism and the Romanian "Orange Revolution": a Discourse-Analytical Perspective on the Presedential Election of December 2004 [Text] /I. Letcu // Studies in Language and Capitalism 2. 2007: - P. 31-74.
- 83 Lippman, W. Public Opinion [Text] / W. Lippman. - N.Y., 1922.- 427 p.
- 84 Martinez G. S. Argumenation, Metadiscourse and Social Cognition: Organizing Knowledge in Political Communication / S. Martinez Guillem // Discourse and Society. - 2009. - (20)6. - P. 727-746.
- 85 McCann, J. A. Electoral Choices and Core Value Change: The 1992 Presidential Campaign [Text] / J. A. McCann // American Journal of political Science. - 1997. -Vol. 41. No2. - P. 564-583.

- 86 Mey, J. Whose Language: A Study in Linguistic Pragmatics [Text] / J. Mey. -Amsterdam: Benjamins, 1985.-421 p.
- 87 Nelson, T. E. Values-Based Political Messages and Persuasion: Relationships Among Speaker, Recipient, And Evoked Values [Electronic Search] / T.E. Nelson, and J. Garst // Political Psychology. - 26.4. -2005. P. 489-515. Academic Search Premier. Web. 7 Feb. 2012.
- 88 Nickerson, R.S. Reflections on Reasoning [Text] / R.S. Nickerson. - Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 1986. - 136 p.
- 89 Nobis N.M. Truth in Ethics and Epistemology [Text]/ N.M. Nobis. - NY: University of Rochester, 2004 - 508 p.
- 90 Olson, R.G. Meaning and Argument: Elements of Logic [Text] / R.G. Olson. -New York: Harcourt, Brace & World, Inc, 1969. - 419 p.
- 91 Page, B.I The Theory of Political Ambiguity [Text] / B.I. Page // The American Political Science Review. - Vol. 70, No. 3. - Sep., 1976. - P. 742-752 p.
- 92 Partington, A. the Linguistics of Political Argument: the Spin-Doctor and the wolf-Pack at the White House [Text] / A. Partington. - London: Routledge, 2003. - 276 P.
- 93 Perelman, Ch. The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation [Text] [Text] / Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca. - Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1969.-566 p.
- 94 Perelman, Ch. The Realm of Rhetoric [Text] / Ch. Perelman. - Notre Dame: University of Notre Dame, 1982. - 185 p.
- 95 Perspectives on Argumentation [Text] / Miller G.R., Nilsen T.R. - Chicago: Scott, Foresman and Company, 1966. - 206 p.
- 96 Ramage, J. D. Twentieth-century American Success Rhetoric: How to Construct a Suitable Self [Text] / John D. Ramage. - Carbondale: Southern Illinois University, 2005.-249 p.
- 97 Reyes, A. Strategies of Legitimization in Political Discourse: From Words to Actions/ A. Reyes// Discourse & Society. - 22.6. -2011. - P. 781-807. Academic Search Premier. Web. 6 Feb. 2012.

- 98 Rieke, R.D., Sillars, M.O. Argumentation and the Decision Making Process [Text] / R.D. Rieke, M.O. Sillars. - New York: John Wiley & Sons, Inc, 1975. -312 p.
- 99 Rosenthal Uriel Michael, T. Charles and Paul 't Hart (ed) Coping with Crisis: The Management of Disasters, Riots, and Terrorism. Springfield, 2014. 485 p.
- 100 Rosenthal, Uriel, Michael, T. Charles and Paul 't Hart (ed) 1989. Coping with Crisis: The Management of Disasters, Riots, and Terrorism. Springfield, IL:Charles C. Thomas.
- 101 Schiffrin, D. Approaches to Discourse [Text] / D. Schiffrin. - Cambridge: Blackwell Publishers, 1994.-470 p.
- 102 Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom Effective Public Relations. Prentice Hall. 2000. 588 p.
- 103 Searle, J.R. Expression and Meaning [Text] / J.R. Searle. -New York: Cambridge University Press, 1979. - 187 p.
- 104 Stern, Eric, K. 2009. Crisis navigation: Lessons from history for the crisis manager in chief. Governance 22(2): 189-2002.
- 105 Stevenson, Ch.L. Ethics and Language [Text]/ Ch.L. Stevenson. - Ams Pr Inc, 1944.-338 p.
- 106 Stubbs M. Discourse Analysis / M. Stubbs. - Chicago: University of Chicago Press, 1983.- 272 p.
- 107 't Hart Paul Symbols, Rituals and Power: The Lost Dimensions of Crisis Management. Journal of Contingencies and Crisis Management, 1(1). 1989. Pp. 29-43.
- 108 't Hart, Paul. 2014. Understanding Public Leadership. Houndmills: Palgrave.
- 109 Adubato Steve What Were They Thinking?: Crisis Communication: The Good, the Bad, and the Totally Clueless. Rutgers University Press. 2008. 192 p.
- 110 The History and Philosophy of Rhetoric and Political Discourse // K.W Thompson. - New York: University Press of America, 1987. - 130 p.

- 111 The Modern presidency and Crisis Rhetoric // A. Kiewe. - Westport: Praeger Publishers, 1994.-246 p.
- 112 Thompson, G. Introducing Functional Grammar [Text] / G. Thompson . - London: Arnold, 1997.-240 p.
- 113 Toulmin, S. The Uses of Argument [Text]/ S. Toulmin. - Cambridge: Cambridge University Press, 1969. - 262 p.
- 114 Tseronis A. From Connectives to Argumentative Markers: A Quest for Markers of Argumentative Moves and of Related Aspects of Argumentative Discourse [Text]/ A. Tseronis // Argumentation, 2011. - No. 25. - P. 427-44.
- 115 Walton, D.N. Informal Logic: A Handbook for Critical Argumentation [Text] / D.N. Walton. - New York: Press Syndicate of the University of Cambridge, 1989. -292 p.
- 116 Wenzel, J.W. Three Perspectives on Argument [Text] / J.W. Wenzel // Perspectives on Argumentation. - Illinois: Waveland Press, 1990. - P. 9-26.
- 117 Willard, A.C. A Theory of Argumentation [Text] / A.C. Willard. - Alabama: The University of Alabama Press, 1989. - 324 p.
- 118 Windt, T. O. Presidential Rhetoric: Perspectives [Text]/ T.O. Windt // Presidents and Protesters: Political Rhetoric in the 1960's. - Tuscaloosa: The University of Alabama Press, 1990.- P. 3-16.
- 119 Winkler C.K. Encroachments on State Sovereignty: The Argumentation Strategies of the George W. Bush Administration [Text]/ C.K. Winkler // Argumentation, 2008. - No. 22. - P. 473-488.
- 120 Winter, D.G. Leader Appeal, Leader Performance, and the Motive Profiles of Leaders and Followers: A Study of American Presidents and Elections [Text] / D.G. Winter // Journal of Personality and Social Psychology. - 1987, Vol.52. No. 1. - P. 196-202.
- 121 Wodak, R. Methods of Critical Discourse Analysis. Vol. 11 [Text] / R. Wodak. -London: Sage publications Inc, 2002. - 208 p.
- 122 <https://teachingamericanhistory.org/document/speech-on-the-challenger-disaster/>

- 123 <https://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2001/09/20010920-8.html>
- 124 <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2012/06/29/remarks-president-after-viewing-wildfire-damage>
- 125 <https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-address-nation/>
- 126 <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2022/02/24/remarks-by-president-biden-on-russias-unprovoked-and-unjustified-attack-on-ukraine/>