**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет філології, історії та політико-юридичних наук**

**Кафедра германської філології та методики викладання іноземних мов**

ОПП «Германські мови та літератури (переклад включно)**»**

035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістр

**«Англомовна комунікація президента Зеленського в соціальній мережі Х: дискурсивно-комунікативний аспект»**

Студента

**Петренка Олександра Андрійовича**

Науковий керівник:

**Міщенко Тетяна Віталіївна**,

кандидат філологічних наук, доцент

Рецензенти:

**Талавіра Наталія Михайлівна**,

кандидат філологічних наук, доцент

**Мосієнко Олена Володимирівна**,

кандидат філологічних наук, доцент

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

доцент Олена Давиденко

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (дата)

Ніжин- 2024

**English-Language Communication of President Zelenskyy on Social Network X: a discursive-communicative perspective**

by

Oleksander Petrenko

A Master’s Thesis

Submitted to the Department of Germanic Philology and Foreign Language Teaching Methodology

Nizhyn Mykola Gogol State University

In Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Philology

December 2024

Supervised by associate professor Tetiana Mishchenko

**АНОТАЦІЯ**

У магістерській роботі досліджено англомовну комунікацію президента України Володимира Зеленського в соціальній мережі Х (*Twitter*). Робота спрямована на аналіз того, як за допомогою комунікативних стратегій Зеленський формує міжнародний імідж України та спілкується з аудиторією.

У першому розділі роботи викладено теоретичні основи дослідження. Розглянуто поняття дискурсу та його класифікації, описано політичний інтернет-дискурс, його особливості та роль у сучасному суспільстві. Особливу увагу приділено поняттям комунікативних стратегій, тактик та мовленнєвих актів, які є основними інструментами впливу в політичному дискурсі. Вказано, що ці елементи дозволяють політичним лідерам адаптувати комунікацію до різних аудиторій та контекстів.

Другий розділ присвячено аналізу дописів Володимира Зеленського в соціальній мережі Х. Визначено, що у своїй англомовній комунікації Зеленський реалізує такі стратегії: подяки, підтримки, похвали, позитивної самопрезентації, прохання, співчуття та єдності. Для кожної зі стратегій використовуються різні комунікативні тактики та мовленнєві акти. Результати дослідження свідчать про систематичне використання Зеленським цих засобів для підсилення впливу та залучення міжнародної підтримки.

***Ключові слова***: *політичний дискурс, комунікація, комунікативні стратегії, мовленнєві акти, соціальні мережі, Володимир Зеленський.*

**ABSTRACT**

The master's thesis explores the English-language communication of Ukrainian President Volodymyr Zelenskyy on the social network X (Twitter). The study focuses on analyzing how Zelenskyy uses communicative strategies to shape Ukraine's international image and engage with his audience.

The first chapter of the thesis presents the theoretical foundations of the research. It examines the concept of discourse and its classifications, describes political internet discourse, its features, and its role in modern society. Particular attention is paid to the notions of communicative strategies, tactics, and speech acts, which serve as key tools of influence in political discourse. It is highlighted that these elements enable political leaders to adapt their communication to various audiences and contexts.

The second chapter is dedicated to analyzing Volodymyr Zelenskyy’s posts on the social network X. It identifies that in his English-language communication, Zelenskyy implements such strategies as gratitude, support, praise, positive self-presentation, requests, sympathy, and unity. Each strategy is realized through various communicative tactics and speech acts. The findings indicate Zelenskyy’s systematic use of these means to enhance his influence and garner international support.

***Key words***: *political discourse, communication, communicative strategies, speech acts, social media, Volodymyr Zelenskyy*.

**ЗМІСТ**

[**ВСТУП** 6](#_Toc185834371)

[**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИСКУРСИВНО-КОМУНІКАТИВНОГО АСПЕКТУ АНГЛОМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПРЕЗИДЕНТА ЗЕЛЕНСЬКОГО В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ Х** 10](#_Toc185834372)

[1.1. Визначення поняття дискурс, класифікація 10](#_Toc185834373)

[1.1.1. Класифікації дискурсу 15](#_Toc185834374)

[1.1.2. Політичний Інтернет-дискурс 19](#_Toc185834375)

[1.2. Поняття комунікації: її складові й типи. 22](#_Toc185834376)

[1.2.1. Комунікативні стратегії і тактики. 25](#_Toc185834377)

[1.3. Соціальні мережі як інструмент комунікації 28](#_Toc185834378)

[Висновки до розділу 1 31](#_Toc185834379)

[**РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА КОМУНІКАЦІЇ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО НА ПЛАТФОРМІ X** 32](#_Toc185834380)

[2.1. Тактико-стратегічна організація дописів Володимира Зеленського на платформі Х. 32](#_Toc185834381)

[2.1.1. Стратегія подяки 34](#_Toc185834382)

[2.1.2. Стратегія підтримки 36](#_Toc185834383)

[2.1.3. Стратегія похвали 39](#_Toc185834384)

[2.1.4 Стратегія позитивної самопрезентації 41](#_Toc185834385)

[2.1.5. Стратегія прохання 44](#_Toc185834386)

[2.1.6 Стратегія співчуття 46](#_Toc185834387)

[2.1.7. Стратегія єдності 48](#_Toc185834388)

[2.2. Мовленнєві акти як засіб утілення комунікативних стратегій і тактик Володимира Зеленського на платформі Х. 54](#_Toc185834389)

[Висновки до розділу 2 59](#_Toc185834390)

[**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ** 61](#_Toc185834391)

[**СПИСОК ВИОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ** 63](#_Toc185834392)

[**СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ** 68](#_Toc185834393)

[**СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ** 68](#_Toc185834394)

[**ДОДАТКИ** 74](#_Toc185834395)

# ВСТУП

Сучасна комунікація характеризується своєю різноманітністю та швидким розвитком. Найбільш поширеним видом комунікації є інтернет комунікація, спілкування в різних соціальних мережах або онлайн платформах. Комунікація постійно змінюється та розвивається під впливом різних чинників, соціальних, політичних, культурних тощо.

Існує низка засобів, які допомагають комунікантам ефективніше взаємодіяти під час комунікації будь-якого типу. Такими засобами є комунікативні стратегії, тактики та мовленнєві акти, також використання невербальних засобів таких як жести, або ж цифрових елементів комунікації, наприклад смайликів. З огляду на постійний розвиток комунікаційних технологій та їхній вплив на характер спілкування, дослідження аспектів онлайн комунікації є **актуальним** і необхідним для побудови ефективного спілкування в умовах цифрового інтернет-суспільства, особливо в політичній сфері, адже політика формує суспільну думку і є постійним об’єктом для обговорень. **Новизна** цього дослідження полягає в аналізі дописів Володимира Зеленського на онлайн-платформі X (*Twitter*), зокрема комунікаційних стратегій, тактик та мовленнєвих актів, які він використовує під час інтернет-комунікації на цій платформі. У цьому дослідженні робиться акцент на політичному аспекті комунікації, адже це не лише онлайн-спілкування, але й стратегічна комунікація президента, що має безпосередній вплив на політичні процеси та формування суспільної думки.

Наразі існує велика кількість наукових праць мовознавців, які досліджували дискурс. Зарубіжні мовознавці вивчали контекстуальні фактори в спілкуванні та їх вплив на значення дискурсу (Г. Браун), аналізували зв’язок між мовленням і соціальною ідентичністю (Т. А. ван Дейк), розглядали дискурс як інструмент влади і соціального контролю (С. Міллз) та акцентували увагу на соціальних і культурних засадах у використанні мови (Г. Юле).

Українські мовознавці досліджували лінгвістичні особливості електронного спілкування на матеріалі французької та англійської мов (А. Аврамова), описували лінгвістичні особливості віртуального комунікативного простору (Н. Асмус), аналізували Інтернет як засіб соціальної комунікації в умовах формування інформаційного суспільства (Т. Бальжирова), розглядали Інтернет як лінгвістичний феномен (О. Буторіна), досліджували комп’ютерний дискурс як новий вид комунікації (М. Касумова) та аналізували Інтернет як засіб комунікації крізь призму теоретико-методологічного аналізу (Ю. Краснокутська).

Незважаючи на значну кількість праць, присвячених інтернет-комунікації, а також політичному дискурсу, зокрема взаємодії Володимира Зеленського з аудиторією, ця тема досі не є повністю вичерпаною, оскільки процес спілкування є динамічною та індивідуальною. Тому варто розглянути різні аспекти комунікації в інтернеті більш детально, зокрема в соціальній мережі X (*Twitter*).

**Об’єктом** дослідження є дописи Володимира Зеленського на платформі Х, а **предметом** дискурсивний і комунікативний аспекти його англомовної інтернет-комунікації.

**Метою** дослідження є аналіз комунікативних стратегій, тактик і мовленнєвих актів, що використовуються у дописах Володимира Зеленського на платформі Х.

Досягнення мети передбачає виконання наступних **завдань**:

1) Визначити теоретичні основи дослідження комунікативних стратегій, тактик та мовленнєвих актів у соціальних мережах.

2) Охарактеризувати особливості використання комунікативних стратегій і тактик у дописах Володимира Зеленського на платформі Х.

3) Дослідити реалізацію комунікативних стратегій Володимира Зеленського через мовленнєві акти.

**Методи дослідження.** Мета та завдання дослідження передбачають використання як загальнонаукових, так і спеціальних лінгвістичних методів. До загально наукових методів належить *метод аналізу наукових джерел*, необхідних для збору та обробки теоретичного матеріалу. *Метод суцільної вибірки* для аналізу всіх дописів Володимира Зеленського під час його комунікації на платформі X (*Twitter*). *Метод синтаксичного аналізу*, спрямований на дослідження структури речень. *Метод дискурс-аналізу* для встановлення стратегій і тактик англомовної інтернет-комунікації Зеленського на платформі Х. *Метод прагматичного аналізу*, спрямованого на визначення мовленнєвих актів у дописах українського президента. *Метод кількісного аналізу* для обробки даних щодо частоти використання певних стратегій, тактик і мовленнєвих актів у дописах Володимира Зеленського.

**Теоретичне значення** роботи полягає у збагаченні дискурсології, прагматики та комунікативної лінгвістики.

**Практичне значення** дослідження полягає у тому, що отримані результати можуть бути використані у навчанні таких дисциплін, як медіаграмотність, дискурсознавство, комунікативна лінгвістика.

**Апробація результатів дослідження.** На основі матеріалів дослідження було опубліковано **1 статтю**: Міщенко Т. В., Петренко О. А. Англомовна інтернет-комунікація Володимира Зеленського на платформі Twitter: дискурсивний аспект. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74), № 5. Т. 1. С. 155–160.

Також результати досліджень були висвітлені на **2 конференціях**, за результатами яких були опубліковані **тези** доповіді:

Міщенко Т. В., Петренко О. А. Дискурсивні особливості вираження похвали в Твіттері: на матеріалі звернень Володимира Зеленського. *Арватівські читання – 2024*: збірник матеріалів Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2024. С. 57–59.

Петренко О. А. Вираження прохання про допомогу у зверненнях Володимира Зеленського на платформі *Twitter*. Матеріали ХІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку сучасної науки та освіти». Львів: Львівський науковий форум, 2024. С. 51–53.

**Структура роботи.** Магістерське дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списків використаних джерел та додатків.

У **вступі** обґрунтовано актуальність роботи, визначено її мету, завдання, об’єкт і предмет, окреслено методи, теоретичне та практичне значення дослідження, подано інформацію про апробацію, а також проведено короткий аналіз наукових джерел.

**Перший розділ** аналізує теоретичні засади англомовної комунікації президента Зеленського в мережі Х, включаючи поняття дискурсу, політичного інтернет-дискурсу, комунікації, її складових, стратегій, тактик, мовленнєвих актів та ролі соціальних мереж.

**Другий розділ** містить детальний аналіз специфіки комунікації Володимира Зеленського на платформі Х. Зокрема, досліджено тактико-стратегічну організацію його дописів, із встановленням стратегій подяки, підтримки, похвали, позитивної самопрезентації, прохання, співчуття та єдності. Розглянуто мовленнєві акти, в яких реалізуються комунікативні стратегії і тактики.

У **висновках** вміщено основні результати виконаного дослідження.

**Список використаних джерел** містить 61 наукову працю українською та англійською мовами. **У списку довідкових джерел** зазначено 2 словники, які використовувалися для семантичного аналізу мовленнєвих одиниць з дописів Володимира Зеленського. **Список джерел ілюстративного матеріалу** складається з 34 дописів Володимира Зеленського на платформі Х.

**Додатки** включають 2 діаграми, котрі показують кількісне співвідношення використання стратегій та мовленнєвих актів Володимиром Зеленським під час комунікації, та 1 таблицю, яка містить повний список комунікативних стратегій і тактик.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИСКУРСИВНО-КОМУНІКАТИВНОГО АСПЕКТУ АНГЛОМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПРЕЗИДЕНТА ЗЕЛЕНСЬКОГО В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ Х

Імідж політичних лідерів значною мірою залежить від їх спілкування, особливо в соціальних мережах, адже на сьогодні це найбільш поширений спосіб комунікації. У цьому розділі розглядаються теоретичні основи дослідження дискурсивних і комунікативних елементів інтернет-комунікації, визначення, класифікація та цілі дискурсу. Також розглядаються комунікативні стратегії, тактики та мовленнєві акти, що є важливими інструментами для будь-якої комунікації, особливо політичної.

## 1.1. Визначення поняття дискурс, класифікація

Термін «дискурс» походить від латинських слів, які означають «рух уперед», що підкреслює процес розвитку думок під час обговорення [55, c. 136]. У лінгвістичних працях останніх років дискурс розглядається як багатовимірне явище. Він включає різні аспекти мовленнєвої діяльності, текстової структури та соціокультурної комунікації. Його можна розглядати як будь-яке зв’язне мовлення або послідовність висловлювань, що перевищує обсяг окремої фрази, і при цьому характеризується когерентністю, комунікативною цілісністю та зв’язністю між фразами. Дискурс є не лише текстом, а й мовленнєвим процесом, у якому враховуються адресант, адресат, їхні комунікативні цілі та прагнення впливати на співрозмовника.

Термін «дискурс» розуміється як мовленнєва діяльність, що залежить від ситуації та взаємодії між суб'єктами, і має на меті забезпечити взаєморозуміння у життєвому просторі через надання значення мовленнєвим формам [11, c.11]. Дискурс є складним соціолінгвістичним явищем, що визначається різноманітними факторами, такими як соціокультурні, політичні, прагматичні, психологічні та інші. Він має дві основні складові: лінгвістичну (це зв'язний текст або його частина, що має семантичне значення та завершену синтаксичну структуру) та екстралінгвістичну (це знання про світ, думки, наміри та мета комунікатора, що допомагають правильно зрозуміти текст). Дискурс характеризується спільним світом, який створюється під час його розгортання автором і інтерпретується слухачем [19, c.13].

Згідно зі словниками міжнародного видання «*Collins*», термін «дискурс» має кілька визначень: вербальна комунікація або розмова; формальне викладення предмета в усній чи письмовій формі, наприклад, розповідь або дисертація; одиниця тексту, що використовується лінгвістами для аналізу мовленнєвих явищ, які стосуються більш ніж одного речення; усне чи письмове спілкування між людьми, особливо серйозне обговорення конкретної теми; мова в контексті, часто при аналізі текстів у їхньому повному обсязі; серйозна бесіда або частина тексту, що має на меті навчання чи пояснення [62].

Вивчення дискурсу можна об’єднати у три підходи лінгвістичний, комунікативний та екстралінгвістичний.

Лінгвістичний підхід, заснований на структурному аналізі мови, описує дискурс як зв’язну послідовність із кількох речень пов’язаних між собою.

Комунікативний підхід розглядає дискурс у функціональному аспекті, визначаючи його як будь-яку форму мовленнєвого використання. Цей підхід акцентує увагу на значенні дискурсу в соціокультурному контексті, в якому реалізується мовленнєва діяльність.

Екстралінгвістичний підхід визначає дискурс як мовленнєву практику, фокусуючись на зв’язку між формою і функцією. Дискурс сприймається як комплекс взаємозалежних елементів мовлення, що формують цілісну систему, а не як набір окремих одиниць більших за речення. [52, c.20-43].

Всі три підходи взаємопов'язані та забезпечують ефективний процес комунікації. Лінгвістичний підхід вивчає, як побудовані речення, комунікативний звертає увагу на спілкування між людьми та умови, у яких це спілкування відбувається, а екстралінгвістичний підхід аналізує соціальні та культурні аспекти дискурсу. У руслі останнього підходу сформувався напрям *критичного дискурсивного аналізу* (КДА) який демонструє, як мова взаємодіє із суспільством, як вона функціонує та показує різні аспекти в спілкуванні, культурний, соціальний [56, с. 23]. Мова не існує сама по собі; вона відображає історичні події та підтримує або змінює існуючі суспільні відносини. КДА вивчає, як текст (чи це стаття, виступ, чи будь-яка інша форма мови) може просувати інтереси одних людей і ігнорувати інтереси інших, а також які наслідки це має для влади та впливу в суспільстві. [56 с. 25-40].

Критичний аналіз дискурсу (КДА), згідно з Ван Дейком, зосереджується на дослідженні будь-якого дискурсу – усного чи письмового – крізь призму суспільних практик, таких як гегемонія, домінування, нерівність у базових правах і расова дискримінація. Його мета полягає у вивченні цих явищ із соціально-економічної та політичної перспективи [56, с. 143-165].

У своєму підході Ферклаф пропонує три етапи аналізу дискурсу. Спочатку КДА аналізує особистий досвід та знання мовця з урахуванням його переконань. Далі досліджується вплив соціальних взаємин на дискурс, і нарешті, мовець усвідомлює реальність та власну ідентичність. Він підкреслює, що лінгвістичні вибори, такі як добір слів і синтаксичні структури, відображають соціальне походження та ідентичність мовця. Основна мета КДА – аналіз тексту через соціальну теорію функціонування мови, яка висвітлює ідеологічні та політичні процеси [36, с. 45-50].

За словами Брауна та Юля, мова використовується не лише для опису предметів, а й для виконання дій. КДА аналізує використання мови в реальному контексті та розкриває культурне, соціальне та етнічне підґрунтя мовців. Вони вважають, що вибір лексичних та синтаксичних особливостей мови представляє широкий соціокультурний контекст мовців. Критичний дискурс-аналіз зосереджується на тому, як їхня мова відображає дискурсивні практики в контексті бінарних взаємин [31, с. 87-90].

Холлідей також розглядає мову як соціальну дію, адже люди спілкуються в межах соціуму. Мова і суспільство взаємозалежні та безпосередньо пов'язані через комунікацію. Це мова (текст) формує та конструює наші ідентичності. У суспільстві люди, які вільно володіють англійською, вважаються соціально і культурно домінантними, оскільки вони говорять мовою соціально і політично впливових людей – мовленнєвий фактор стає ідентифікаційною ознакою конкретного класу [40, с. 112-115].

Ферклаф називає лінгвістичний аналіз дискурсу в соціокультурному контексті міжтекстуальним аналізом. Лінгвістичний аналіз тут включає дослідження тексту на лексичному, синтаксичному, граматичному та словниковому рівнях. У цей аналіз входять також когезія, когерентність та організація тексту, при цьому аналіз проводиться з урахуванням усіх дискурсивних практик [38, с. 38].

Ферклаф розглядав критичний аналіз тексту як «критичне дослідження мови». Його мета полягала в тому, щоб показати, як мова використовується для підтримки владних відносин і пригноблення в суспільстві. Він вважав, що мова є інструментом для здійснення влади, а текст – це спосіб вираження думок, через який проявляється домінування [37, с. 40].

Водак і Ферклаф також наголошували на тому, що мова відображає соціальні практики, як дзеркало, через яке можна побачити, як у суспільстві реалізуються гегемонія і влада. Важливу роль відіграє і історичний контекст дискурсу, який допомагає краще зрозуміти зміст тексту [60, с. 41].

Гі та Семпсон зазначають, що критичний дискурс-аналіз систематично інтерпретує дискурси, враховуючи соціальні, політичні та економічні контексти, а соціальні фактори є ключовими для розуміння змісту тексту в конкретній ситуації. КДА має на меті підвищити обізнаність людей про соціальні нерівності та надавати знання, які допоможуть розпізнати дискримінаційні елементи у дискурсі [39, с. 42- 53].

Корсон (1995) підкреслює, що КДА використовує різні техніки, такі як текстовий та стилістичний аналіз, для виявлення соціальних відносин та ідентичностей через мову. Це дозволяє побачити, як дискурси відображають домінування, гегемонію або впливають на освітні та офіційні системи [34 с. 44].

Бломмарт і Йоргенсен вважають КДА широким підходом, який досліджує зв'язок між мовою і суспільством. Вони стверджують, що мовні й соціальні фактори тісно пов’язані, адже аналіз будь-якого тексту передбачає розгляд його у відповідному соціально-політичному контексті [29, с. 45].

Чілтон (1996) звертає увагу на значення метафор у КДА, вважаючи, що метафори в дискурсі передають ідеологію і формують сприйняття реальності [33, с. 47].

Ван Дейк стверджує, що медіа й політика тісно пов’язані, оскільки медіа поширює ідеології еліт. Він описує медіа-дискурс як інструмент підтримки політики еліт, гегемонії та експлуатації, що часто представляє інтереси панівних класів [9, с. 48].

Рут Водак та Мейєр (2001) трактують термін «критичний» у КДА як здатність аналізувати й розуміти мову в соціальному, політичному та економічному контексті. КДА досліджує зв’язок між владою, що проявляється через мову, і ширшими соціальними відносинами. Метою є не лише виявлення цих відносин, але й можливість кинути виклик домінуванню й критикувати його [15 с. 41].

Критичний дискурс-аналіз (КДА) – це метод дослідження, що вивчає, статус і роль мовця [29, с. 27]. Аналіз також враховує історичний і соціально-політичний контекст. КДА допомагає побачити, як мова пов’язана з владою, і який вплив вона має на суспільство [35, с. 5].

Модель критичного дискурс-аналізу (КДА) включає три ключових компоненти:

* Текст (об’єкт лінгвістичного аналізу) – це власне мовленнєвий матеріал, який підлягає аналізу.
* Дискурсивні практики (виробництво, розповсюдження та споживання текстів) – це процеси створення, поширення та інтерпретації текстів.
* Соціальні практики (владні відносини, ідеології та гегемонічні боротьби, які дискурс відтворює, кидає виклик або змінює) – це ті соціальні аспекти, які дискурс підтримує чи трансформує, наприклад, ідеології та боротьба за домінування.

Ця модель КДА дозволяє розглядати текст у контексті як мовного, так і суспільного впливу, враховуючи взаємозв’язок між мовою та соціальними структурами [54].

Отже, Дискурс – це процес спілкування, який залежить від мети, знань співрозмовників і конкретних обставин. Він поєднує мову, думки та контекст, щоб створити чітке й зрозуміле повідомлення. Його вивчення охоплює три основні підходи: лінгвістичний, комунікативний та екстралінгвістичний. Усі ці підходи взаємопов’язані й сприяють ефективному обміну інформацією. Лінгвістичний підхід зосереджується на тому, як створюються речення та їхній зв’язок між собою. Комунікативний аналізує взаємодію між людьми, враховуючи умови, за яких це відбувається. Екстралінгвістичний підхід досліджує соціальні та культурні аспекти мовлення, які впливають на його форму і зміст. У межах останнього підходу виник напрям критичного дискурс-аналізу. Він допомагає зрозуміти, як мова формує суспільну думку, впливає на політику та взаємини між людьми, сприяючи глибшому розумінню суспільних процесів.

1.1.1. Класифікації дискурсуДискурс поділяють на типи та підтипи залежно від різних характеристик і особливостей. Наприклад, І. С. Шевченко, О. І. Морозова, І. В. Ситник, Т. Поцецька та В. Маслова виділили такі критерії для його класифікації:

* За формою: усний або письмовий.
* За видом мовлення: монологічний або діалогічний.
* Залежно від адресата: інституційний та особистий (буттєвий). [22, c. 233-236].
* Залежно від контексту: культурний (вплив культурного середовища на комунікацію) та історичний (вплив часу і подій на дискурс). [14, с. 193].
* Згідно з комунікативними принципами: аргументативний, конфліктний або гармонійний.
* Залежно від функції дискурсу: інформативна (передача знань або інформації), комунікативна (створення зв'язків між людьми), емоційна (вираження почуттів і настроїв) [10, с. 158].
* Залежно від характеристик адресанта та адресата: соціально-демографічний (дитячий, підлітковий, дискурс людей похилого віку, жіночий і чоловічий дискурс, дискурс мешканців міста та села), соціально-професійний (дискурс моряків, будівельників, шахтарів) та соціально-політичний (дискурс комуністів, демократів).
* Згідно з функціональною та інформативною складовою: охоплює різні види спілкування, такі як інформативний (емотивний, оцінний, директивний дискурси) та фактичний.
* Згідно з критерієм формальності та змістовності в функціонально-стильовому аспекті, залежно від жанрів і регістрів мовлення: може бути художнім, публіцистичним, науковим, офіційним або неофіційним.
* Згідно з соціально-ситуативним параметром: політичний, адміністративний, юридичний, військовий, релігійний, медичний, діловий, рекламний, педагогічний, спортивний, науковий, медійний (засобів масової інформації). [22, c.236].

Дискурс можна класифікувати за комунікативною функцією та каналами реалізації:

* За комунікативною функцією виділяється публіцистичний та рекламний дискурси. Публіцистичний дискурс охоплює інформаційні жанри, звіт і репортаж, аналітичні, такі як стаття й рецензія, а також художні жанри. Він реалізується через друковані засоби масової інформації та онлайн-платформи.
* Рекламний дискурс включає жанри, спрямовані на рекламу товарів і послуг. Його реалізація відбувається у вигляді комерційної, соціальної та політичної реклами, поширюваної через телебачення та інтернет.
* За каналами реалізації можна виділити телевізійний, радіо- та комп’ютерний дискурси. Телевізійний дискурс охоплює жанри новин, ток-шоу, документальних і розважальних програм, а також інтерв’ю, що транслюються телевізійними каналами.
* Радіо-дискурс представлений такими жанрами, як радіотеатр, музичні передачі, вікторини й інтерв’ю, які поширюються через радіостанції. Комп’ютерний дискурс охоплює жанри електронної пошти, віртуальних світів і веб-текстів, що реалізуються через інтернет-платформи й електронні засоби комунікації [20].

Завдяки популярності Інтернету, лінгвісти все більше цікавляться тим, як відбувається спілкування через електронні канали.

Існує декілька видів комунікації в інтернеті: віртуальний, комп’ютерний, мережевий та інтернет дискурс. Віртуальний дискурс – це найширше поняття. Воно включає будь-яке спілкування, яке відбувається у віртуальному середовищі. Комп’ютерний (електронний) дискурс – це спілкування за допомогою комп’ютера чи інших електронних пристроїв. Наприклад, коли людина пише повідомлення в месенджері, надсилає листа чи користується програмами. Він охоплює також взаємодію між людиною та комп’ютером, наприклад, коли вводиться запит у пошукову систему. Мережевий дискурс – це спілкування в мережах, і сюди входять як локальні мережі (наприклад, внутрішня мережа в офісі), так і Інтернет. Це більш вузьке поняття, яке охоплює лише ті комунікації, що відбуваються через мережеві з’єднання. Інтернет-дискурс – це найменше за обсягом поняття. Воно стосується лише спілкування в Глобальній мережі – Інтернеті. Наприклад, ваші коментарі в соцмережах, листування через електронну пошту чи пости на форумах. [3].

У зв’язку з поширенням інтернету виникає новий тип дискурсу інтернет-дискурс. Інтернет-дискурс – розуміється взаємодія та спілкування в Глобальній мережі, що відноситься до категорії мережевого дискурсу. В сучасній лінгвістиці інтернет-дискурс сприймається як особливий тип дискурсу, існує декілька підходів до його визначення. Зазвичай це розглядається як:

1) процес створення текстів, враховуючи прагмалінгвістичні, соціокультурні та психологічні аспекти; це цілеспрямована соціальна дія, що включає взаємодію між людьми та механізми їхньої свідомості, а саме когнітивні процеси [21 с. 186].

1. складна текстова система, яка виникає внаслідок екстралінгвістичних соціокультурних впливів і специфічної ситуації комунікації через електронні пристрої. Цей вид дискурсу виникає як результат взаємодії користувачів між собою в Інтернеті [28 с. 15].

Інтернет-дискурс, як форма комунікації, володіє характеристиками, які відрізняють його від інших видів дискурсу:

* використання електронного сигналу як каналу комунікації;
* віртуальність;
* віддаленість в просторі та часі;
* застосування технічних засобів для взаємодії;
* використання «смайликів» для вираження емоцій та почуттів;
* комбінація різних типів дискурсу;
* наявність специфічної етики [28 с.16].

В Інтернет-дискурсі виокремлюється феномен глобальної електронної англійської мови, *Weblish (web + English)*. Ця форма сучасної Інтернет-комунікації, яка використовує лексичні одиниці сленгу, характеризується такими лінгвістичними особливостями:

1. Не дотриманням правил правопису та граматики, використанням великих літер, порушенням правил пунктуації, застосуванням абревіацій, акронімів та емоцій.
2. Постійним поповненням новими виразами, що створюються Інтернет-користувачами, свідчачи про незалежність розвитку лексики *Weblish* від загальної лінгвістичної системи [9].

У Інтернет-дискурсі можна виділити чотири основні лексичні групи, які взаємодіють у цьому комунікативному середовищі:

* Загальновживані технічні терміни, такі як *http, Java, JPEG, XML*.
* Лексеми, що відомі широкій аудиторії інтернет-користувачів, наприклад: *home page, posting, blog, avatar.*
* Специфічні лексеми, які існують в середовищі користувачів конкретних блогів, такі як *Gopher, mouse potato, punk*.
* Лексеми, які є загальновживаними серед більшості людей, ознайомлених із розвитком інформаційних технологій, наприклад: *website, surfing, delete, download*. [28, c. 17].

Отже, існує багато різних класифікацій дискурсу, які в чомусь схожі, а в чомусь відрізняються – наприклад, за формою, змістом чи ситуацією спілкування. У наш час, через розвиток технологій, одним із найпоширеніших став інтернет-дискурс. Це спілкування в мережі, яке має свої унікальні особливості. У ньому люди часто використовують смайлики, абревіатури, сленг і створюють нові слова. Інтернет-дискурс також змінює правила спілкування, роблячи його швидшим і простішим.

1.1.2. Політичний Інтернет-дискурсПолітичний дискурс – це комунікація ціллю якої є обговорення політичних тем світового рівня, ситуацію в суспільстві, реагування на глобальні виклики та кризові ситуації.

З розвитком Інтернету в 1990-х роках і появою соціальних мереж, таких як *Facebook* і *Twitter*, спілкування в Інтернеті стало новим важливим середовищем для обміну інформацією. Дослідниця Лариса Компанцева визначає його як унікальний простір, який поєднує різні культури, реальність і віртуальність, відкриваючи нові можливості для мови [7, с.24-30]. Інтернет-комунікація сприяє міжнародному обміну ідеями та мисленням, а також дозволяє нам досліджувати, як мова функціонує в сучасному світі.

Інтернет перетворився на важливий канал комунікації на політичній арені. Крім обміну фактами, політична комунікація також включає передачу переконань, цілей і позицій політиків [17]. Завдяки поєднанню традиційних і віртуальних каналів впливу ця комунікація набула гібридного характеру в епоху цифрових технологій. Соціальні мережі використовують спеціальні значки перевірки, щоб перевірити легітимність політичних сторінок. Ці значки показують, наскільки обліковий запис офіційний.

Політичний інтернет дискурс – є гібридним, адже він поєднує в собі елементи класичного дискурсу як от дебати, політичну агітацію, але вже з використанням новітніх технологій, а саме інтернету. Інтернет-дискурс має переважно інформаційний характер, але для залучення аудиторії часто використовуються додаткові інструменти. Лідери додають до своїх повідомлень хештеги, емодзі, фотографії, прапори країн і тематичні посилання. Це спрощує сприйняття складної інформації, додає емоційності, робить її більш зрозумілою для пересічних громадян. Таким чином, політичний інтернет-дискурс став важливим інструментом міжнародної комунікації в цифровому світі. [8, с. 124-125].

Політичний інтернет-дискурс не лише змінив спосіб, у який люди спілкуються, але й перетворився на важливий канал для політичної комунікації. Зокрема, соціальні мережі, блоги та інші онлайн-платформи стали ключовими інструментами політичного інтернет-дискурсу, адаптуючи традиційні функції до цифрового середовища:

* Соціальний контроль – маніпуляція громадською думкою через алгоритми, таргетовану рекламу, інформаційні бульбашки та вірусний контент. [23, с. 94].
* Легітимізація влади – обґрунтування рішень через публічні звернення, пояснення та інтерактивну взаємодію з громадянами.
* Відтворення влади – закріплення підтримки через символічні атрибути в постах, мемах, флешмобах і кампаніях.
* Орієнтація – формування політичної реальності через акцент на ключових проблемах і цінностях.
* Соціальна солідарність – об'єднання аудиторії через кампанії солідарності та акції підтримки (наприклад, хештеги).
* Соціальна диференціація – посилення розділення суспільства через інформаційні війни та створення окремих спільнот. [6, с. 30-31].
* Агональна функція – активізація конфліктів через дебати, протестні кампанії, викриття скандалів і онлайн-протести.
* Акціональна функція – мобілізація підтримки через онлайн-акції або відволікання уваги потоком розважального контенту [33, c.216].

Політичний інтернет-дискурс став важливим інструментом для політичних діячів, які використовують соціальні мережі для комунікації з громадськістю. У цьому контексті акаунти політиків можна розділити на кілька основних груп, таких як:

* голови держав,
* уряди,
* міністерства,
* дипломатичні установи
* окремі політики.

Наприклад: Твіттер-акаунт Володимира Зеленського активно використовується для спілкування з українцями та світом. Акаунт налічує 7.3 мільйони послідовників, а також акаунт має відповідний значок, що він є перевіреним і це дійсно аккаунт президента України, Володимира Зеленського. Аккаунт виконує важливі функції у політичній діяльності президента [36]. У ньому він:

* Розповідає про позицію України з важливих питань, таких як безпека, економіка та міжнародна підтримка.
* Дякує партнерам за допомогу, зміцнюючи довіру до своєї роботи.
* Ділиться досягненнями країни, цікавими фото, мемами, щоб об’єднати людей і підтримати почуття єдності.
* Звертає увагу на важливі теми, такі як оборона і рух України до Європи.
* Закликає людей до підтримки України через хештеги на кшталт #StandWithUkraine чи #SlavaUkraini.
* Реагує на неправдиву інформацію, пояснюючи, хто стоїть з Україну, а хто проти.
* Веде публічні дискусії, використовуючи твіти, відео, щоб донести важливі меседжі.
* Організовує акції та кампанії, наприклад, для збору коштів чи підтримки протестів.
* Спростовує фейки та публікує правдиву інформацію, щоб протистояти дезінформації, зокрема з Росії.

Аккаунт Володимира Зеленського є дуже активним він виставляє пости кожен день, коментуючи важливу для України інформацію, стиль всіх його повідомлень діловий він використовує обмежену кількість смайликів, наприклад президент може використати рукостискання, або ж прапори союзних країн у певних своїх твітах, президент уникає використання скорочень, а абревіатури використовує загальновживані, такі як ЄС, НАТО тощо.

Отже, політичний інтернет-дискурс – це спілкування політиків, урядів чи міжнародних організацій через інтернет для передачі своїх ідей, позицій і цінностей. У соціальних мережах політичний інтернет-дискурс включає публікації, хештеги, фото, емодзі та інші засоби, які роблять інформацію зрозумілою, привертають увагу аудиторії та допомагають налагоджувати міжнародний діалог. Наприклад, Твіттер Володимира Зеленського є яскравим прикладом цього дискурсу: він поширює офіційну позицію України, дякує міжнародним партнерам, привертає увагу до важливих тем і спростовує фейки.

## 1.2. Поняття комунікації: її складові й типи.

Комунікація є невід'ємною частиною життя, де люди обмінюються інформацією, виражають свої думки та взаємодіють. Успішна комунікація визначає якість взаєморозуміння та сприяє вирішенню конфліктів. Розуміння різноманітних аспектів комунікації допомагає покращити якість взаємодії в різних сферах життя.

Комунікація – це складний і активний процес обміну інформацією, що включає передачу та отримання повідомлень за допомогою вербальних і невербальних методів. Вона охоплює передачу думок, поглядів і ідей між двома чи більше особами, сприяючи досягненню спільного розуміння. Основою комунікації є не лише використання мови або слів, а й різноманітні форми вираження, такі як жести, звуки, знаки, зображення, символи та друковані слова, які допомагають виразити та передати інформацію, ідеї та емоції між індивідами [28].

Комунікація також включає процес обміну думками і почуттями, що сприяє формуванню взаєморозуміння та співпраці. Це ключовий аспект взаємодії між людьми, що допомагає зміцнити відносини та сприяє досягненню спільних цілей. Важливість комунікації полягає не тільки у здатності виражати свої думки та почуття, але і в можливості ефективно сприймати та розуміти повідомлення інших, що сприяє взаєморозумінню та співпраці в суспільстві [63].

Взаємодія між людьми через комунікацію є невід'ємною частиною та охоплює різноманітні методи та стилі. Ці форми комунікації можна широко класифікувати на чотири типи, кожен з яких має визначену мету у передачі інформації та сприянні взаєморозумінню.

1. Вербальна комунікація. Виникає при взаємодії людей у процесі мовлення. Ця взаємодія може відбуватися безпосередньо віч-на-віч, за допомогою телефону, через відео-конференції, такі як Skype чи Zoom. Деякі форми вербальної комунікації є неформальними, наприклад, випадкове спілкування з друзями під час перерви. Інші форми можуть бути більш формальними, такими як запланована нарада чи зустріч. Незалежно від контексту, вербальна комунікація не обмежується лише словами, вона також стосується якості і складності висловлюваних думок, образів, інтонації (висоти, тону, ритму) та інших аспектів мовлення. Важливість вербальної комунікації підкреслюється тим, що слова, хоч і ключові, взаємодіють з невербальними елементами, сприяючи повнішому розумінню інформації в контексті віч-на-віч [58].
2. Невербальна комунікація. Створення та сприйняття сигналів, виключаючи мовлення, з метою передачі інформації іншій особі. Невербальна комунікація враховує міміку обличчя, характер та висоту голосу, жести, виявлені через мову тіла, а також фізичну відстань. Ці невербальні сигнали доповнюють та розширюють інформацію, яка передається в усній (вербальній) комунікації. Наукові оцінки наводять приблизно 70-80% обсягу комунікації як невербальної [47].
3. Письмова комунікація є процесом відправлення, отримання та обміну інформацією між сторонами, використовуючи різні форми медіа. Комунікація передбачає обмін інформацією через письмові повідомлення, будь то цифрові чи паперові. Вона виявляється корисною, оскільки не вимагає прямого спілкування і забезпечує доказ обміну інформацією. Існує різноманіття форм письмової комунікації, які можна використовувати. Письмова комунікація повинна бути ясною, лаконічною, точною, професійною і містити всю необхідну інформацію [4].

Комунікація здійснюється через різні канали, які інтерпритуються як методи взаємодії та обміну інформацією між особами. Це засіб передачі повідомлення від відправника до отримувача або отримання повідомлення від іншої сторони. Існує низка доступних комунікаційних каналів, включаючи особисті розмови, телефонні дзвінки, текстові повідомлення, електронну пошту, Інтернет (зокрема соціальні мережі, такі як *Facebook* і *Twitter*), радіо, телебачення, письмові листи, брошури та звіти. Вибір відповідного комунікаційного каналу має важливе значення для забезпечення ефективної взаємодії. Кожен канал має свої особливості та обмеження [61, с. 124].

Кодування повідомлень – це процес перетворення наших думок у повідомлення для передачі іншим людям. Кодер (той хто відправляє повідомлення), використовує різні засоби, такі як телефон, електронна пошта, текстові повідомлення чи особиста зустріч, щоб передати своє повідомлення. Важливо враховувати рівень усвідомлених думок, які викладаються у повідомленні, і також брати до уваги інші повідомлення, відволікання чи впливи, які можуть впливати на ефективність спілкування [50, с. 35].

Декодування повідомлень визначається дією отримувача, який намагається розібрати та зрозуміти отримане повідомлення. Ця навичка виявляється критичною для успішної комунікації. Різні люди декодують повідомлення по-різному, і це залежить від їхнього досвіду, контексту повідомлення, ступеня взаєморозуміння з відправником, їхнього психологічного стану та інших факторів, таких як час і місце отримання повідомлення. Крім того, деякі бар'єри комунікації можуть впливати на процес декодування. Успішні комунікатори враховують ці фактори, розуміючи, як повідомлення буде сприйнято, та прагнуть усунути можливі джерела непорозумінь [25, с. 89].

Комунікація є в усіх сферах нашого життя, від повсякденного спілкування до політичних та наукових процесів. Більш детальне визначення комунікації допомагає краще розуміти людей і вирішувати важливі питання в суспільстві.

1.2.1. Комунікативні стратегії і тактики. Планування комунікації відіграє ключову роль у досягненні ефективної взаємодії між співрозмовниками, для цього використовуються різні стратегії і тактики.

Стратегія – це процес планування та виконання комунікативного завдання, спрямованого на досягнення успішного впливу на адресата. Мовленнєва стратегія визначає вибір слів, стилю та змісту, який використовує адресант. Залежно від мети комунікації, стратегії можуть бути пов'язані з конкретною бесідою або мати більш загальний характер, орієнтований на досягнення ширших комунікативних цілей [45].

Стратегію можна розглядати як набір мовленнєвих дій, які допомагають досягти загальної мети спілкування. Тактика, у свою чергу, складається з конкретних кроків, які підтримують цю стратегію. Вона може бути способом впливу на співрозмовника через вибір слів і виразів, а також способом втілення самої стратегії. В одній стратегії може використовуватися кілька різних тактик. [2, с.7]

Сучасні дослідники виділяють різні комунікативні стратегії в політичному дискурсі, класифікуючи їх відповідно до жанрів політичного спілкування та конкретних намірів учасників. Наприклад:

* Стратегія самопрезентації орієнтована на формування позитивного іміджу та репутації комунікатора.
* Агітаційна стратегія включає різноманітні тактики, такі як обіцянки, застереження, оцінювання ситуацій, протиставлення, аргументація на користь певних позицій, запрошення до дій, прямі заклики, апеляція до авторитетів і моральних цінностей.
* Стратегія формування емоційного настрою спрямована на вплив на емоційний стан аудиторії, що допомагає створити необхідний емоційний контекст.
* Інформаційно-інтерпретаційна стратегія використовує тактики визнання існуючих проблем, акцентування на позитивних аспектах, пояснень, коментування, нових поглядів на проблему та пропозицій шляхів її вирішення.
* Аргументативна стратегія зосереджена на підкріпленні тверджень переконливими доводами, що включають логічні та фактичні аргументи.
* Маніпуляція включає тактики навішування ярликів, перебільшення, применшення, спрощення понять, замовчування, фальсифікацію фактів і посилання на авторитети.
* Стратегія дискредитації акцентує увагу на негативних характеристиках опонента або його помилках, щоб знизити його репутацію.
* Напад передбачає використання тактик звинувачення та образи для атаки на опонента.
* Самозахист включає тактики переадресації удару або превентивного нападу, що допомагає зберегти власну позицію або уникнути критики [24, с. 162-170].

Стратегії і тактики реалізуються через мовленнєві акти. Дж. Остін визначає мовленнєвий акт як процес, що складається з трьох основних елементів: локуції, іллокуції та перлокуції. Локуція – це саме вимовляння слів, іллокуція – це намір або мета, яку має мовця і вона надає висловлюванню певний зміст. За Остіном, іллокуція є головною метою мовленнєвого акту, тому багато дослідників ототожнюють весь акт саме з цим аспектом. Перлокуція – це вплив висловлювання на слухача, тобто реакція, яку викликають слова. [1, с.119].

Дж. Остін класифікує мовленнєві акти, спираючись на перформативні дієслова. Коли ці дієслова вживаються в першій особі однини теперішнього часу, вони стають основою висловлювань, які виконують певні дії. Остін виділяє п’ять типів перформативних дієслів, які відповідають різним видам іллокутивних актів. Вердиктиви – це дії, які передбачають винесення оцінки чи вироку, які можуть бути позитивними або негативними. Екзерситиви стосуються наказів, призначень, примусів, попереджень, порад чи заборон. Комісиви охоплюють обіцянки та інші зобов’язання, такі як клятви чи присяги. Бехабітиви пов’язані із соціальною поведінкою людей. Експозитиви – це дії, коли мовець описує свою участь у дискусії чи розмові. [49, с.170-171]

Ці концепції стали базою для подальшого розвитку цієї теорії. Американський філософ Джон Серль, продовжуючи дослідження Остіна, уточнив і розширив ці ідеї, систематизувавши класифікацію мовленнєвих актів. Він виділив п’ять типів мовленнєвих актів: репрезентативи або асертиви, які зобов’язують мовця відповідати за правдивість своїх слів; директиви, що спонукають адресата до виконання певних дій; комісиви, які вимагають від мовця обіцянок або дій у майбутньому; експресиви, що показують емоційний стан мовця; і декларативи, які підтверджують зв’язок між сказаним і реальністю [45].

Г. Почепцов, спираючись на ідеї Дж. Остіна та Дж. Серля, розробив власну класифікацію мовленнєвих актів в рамках лінгвістичної теорії речення. Він виділяє три тісно пов’язані аспекти речення: структурний (конструктивний), семантичний та прагматичний. Найважливішим у комунікативному аспекті є комунікативна інтенція, тобто намір вирішити певне мовне завдання під час спілкування. Згідно з Г. Почепцовим, класифікація мовленнєвих актів залежно від прагматичного компонента включає констативи (ствердження), промісиви (обіцянки) та менасиви (погрози). Також виділяються перформативи (привітання, подяки, вибачення, гарантії, призначення) та директиви, які поділяються на ін’юнктиви (накази), реквестиви (прохання) і квеситиви (питання) [15].

Отже, ефективне спілкування залежить від того, як будується розмова. Стратегія – це загальний план, як досягти мети в розмові. Тактика – це конкретні дії, що допомагають виконати цей план. Мовленнєві акти — це всі ті висловлювання, які використовуються під час спілкування, вони включають наміри, мету комунікації та її вплив на співрозмовника.

## 1.3. Соціальні мережі як інструмент комунікації

Соціальні мережі є важливою складовою сучасного цифрового простору, які дозволяють користувачам взаємодіяти та обмінюватися інформацією за допомогою різних технологічних платформ, зокрема комп'ютерів та мобільних пристроїв. Вони створюють умови для розвитку віртуальних спільнот, де користувачі можуть спілкуватися, ділитися думками, ідеями та різноманітним вмістом – від текстових повідомлень до відео і зображень [46]. Ключовою особливістю соціальних мереж є персоналізація профілів, яка дозволяє кожному користувачу створювати власну сторінку з індивідуальним контентом та налаштуваннями, що значно полегшує інтерактивність і соціальну активність [44].

Соціальні медіа не лише допомагають формувати спільноти та зміцнювати зв'язки між людьми, але й стали платформою для вільного вираження думок [32]. Блоги, соціальні мережі та мікроблоги пропонують інструменти для ефективного онлайн-спілкування, що зробило їх невід'ємною частиною сучасного життя [48]. Завдяки таким платформам, як *X* (*Twitter)*, *Facebook*, *YouTube* та *Instagram*, користувачі мають можливість відкрито висловлюватися на різні політичні теми, обговорювати політичні погляди, критикувати або підтримувати різні думки, що робить ці медіа важливими для просування демократії та розширення свободи слова. Інтернет можна вважати інструментом для підтримки демократії, адже він дає можливість обговорювати та поширювати інформацію на глобальному рівні.

Соціальні мережі сприяють створенню нової культурної реальності та активізують взаємодію в сучасному суспільстві. Вони виконують багато різних функцій, допомагаючи людям проявляти себе та отримувати важливу інформацію. Головна мета використання соціальних мереж – соціалізація та налагодження зв’язків з іншими користувачами. Кожна функція соціальної мережі пов'язана з комунікацією і врешті-решт веде до обміну інформацією [54, c.45-60].

Існує багато соціальних мереж, які можна класифікувати за різними ознаками. За доступністю їх можна поділити на три типи: закриті, відкриті та змішані. Більшість соціальних мереж сьогодні є відкритими для всіх, але деякі, через свою бізнес-модель, залишаються закритими [55, c.215-220]. Змішані мережі розвиваються повільніше, тому що користувачам не завжди подобаються бар'єри, які заважають приєднатися до цих платформ.

*Особливості спілкування в соціальних мережах*

У нашому сучасному світі Інтернет-комунікація стала дуже популярною і має різні особливості. Вона може відбуватися анонімно, без невербальної чи емоційної взаємодії, з можливістю переривання спілкування, різними способами комунікації, величезними групами, простотою пошуку співрозмовників та глобальним охопленням.

Анонімність є важливою рисою онлайн-спілкування. Користувачі можуть не знати багато інформації про тих, з ким спілкуються, і легко створювати вигаданий імідж, змінюючи такі дані, як стать чи вік [53, с. 67]. Це може позитивно впливати на взаємодію в мережі.

Відсутність невербальної та емоційної взаємодії є ще одним значним аспектом. Кореспонденти часто не можуть бачити один одного або використовувати жести, тому для вираження емоцій використовують смайлики [57, с. 152]. Це дозволяє контролювати, які емоції вони хочуть продемонструвати.

Припинення комунікації – ще одна важлива властивість. Учасники можуть не мати змоги прочитати всі повідомлення одразу через брак часу або бажання. Вони можуть спілкуватися тоді, коли їм зручно, що є великою перевагою онлайн-спілкування [27, с. 34].

Способи комунікації в Інтернеті поділяються на усні та письмові. Користувачі дуже часто використовують миттєві повідомлення для швидкого обміну інформацією, а також можуть записувати свої думки у вигляді тексту [42, с. 89].

Крім того, великі групи в Інтернеті дозволяють створювати колективи в соціальних мережах, таких як *WhatsApp* чи *Viber*, для зручності спілкування всередині команди [59, с. 12]. Це дає можливість обмінюватися інформацією без потреби надсилати повідомлення кожному окремо.

Глобальна взаємодія завдяки Інтернету дозволяє людям з різних куточків світу спілкуватися незалежно від фізичної відстані. Це створює нові можливості для контактів між людьми різного соціального статусу [43, с. 5].

Завдяки цим характеристикам, таким як анонімність, відсутність невербальної взаємодії та глобальне охоплення, соціальні мережі стали потужним інструментом для спілкування. Вони широко досліджуються в таких сферах, як освіта, бізнес та розвиток суспільства, де суттєво впливають на комунікаційні процеси та функціонування соціальних груп. Отже, соціальні мережі є важливим інструментом для спілкування. Вони дозволяють людям обмінюватися інформацією, спілкуватися та створювати онлайн-спільноти. Користувачі можуть створювати профілі, спілкуватися з людьми з різних куточків світу та ділитися своїми думками. Анонімність, відсутність невербальної взаємодії та можливість спілкуватися в будь-який час роблять соціальні мережі зручними і доступними для всіх.

# Висновки до розділу 1

У цьому розділі йдеться про теоретичні засади дослідження англомовної комунікації президента Володимира Зеленського на платформі Х. В цьому розділі розглядається поняття дискурсу та його класифікація. Крім того розглядається підтип дискурсу, а саме політичний інтернет дискурс та комунікація, її визначення та класифікація. Особлива увага приділена комунікації онлайн.

Дискурс і комунікація тісно взаємопов’язані поняття, адже дискурс є частиною комунікації. Комунікація – це обмін інформацією між людьми, а дискурс – спосіб, у який ця інформація подається. Наприклад, дискурс може охоплювати політичні промови, медійні новини, онлайн-спілкування або звичайні розмови.

Для досягнення ефективної комунікації спікери використовують різні інструменти такі як комунікативні стратегії, тактики та мовленнєві акти. Ефективне використання цих інструментів допомагає досягти цілей комунікації, та зробити повідомлення більш емоційним. Вибір інструментів залежить від цілей комунікації та цільової аудиторії.

Одним з найпопулярніших засобів комунікації сьогодні є інтернет, адже там люди можуть спілкуватися без обмежень, об’єднуватися в різні спілки за інтересами. Інтернет комунікація є дуже популярною серед публічних осіб, особливо політиків, адже вони постійно спілкуються з аудиторією.

Таким чином, інтернет-комунікація стала важливим інструментом для політиків, адже вона допомагає швидко ділитися інформацією з аудиторією. Завдяки комунікативним стратегіям, тактикам та мовленнєвим актам можна ефективно впливати на аудиторію та підтримувати зв’язок.

# РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА КОМУНІКАЦІЇ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО НА ПЛАТФОРМІ X

Ефективна комунікація є вкрай важливою для досягнення цілей у певній діяльності, політичній, науковій тощо. Для забезпечення ефективної комунікації використовуються різні інструменти, наприклад стратегії, тактики та мовленнєві акти. Вибір залежить від таких факторів, як аудиторія, стиль повідомлення, та цілі, котрі поставив перед собою адресат. На платформі Х президент України Володимир Зеленський активно використовує різні стратегії, за для досягнення цілей комунікації. У цьому розділі проаналізовано комунікативні стратегії використані Володимиром Зеленським у його дописах на платформі Х, а також їхня реалізація через комунікативні тактики та мовленнєві акти.

## 2.1. Тактико-стратегічна організація дописів Володимира Зеленського на платформі Х.

Президент України Володимир Зеленський став найвідомішою українською особистістю на платформі Х. Після початку широкомасштабної агресії Росії кількість його підписників різко зросла до 7 мільйонів, хоча до 24 лютого 2022 року на його сторінку було підписано трохи більше 390 тисяч користувачів. Більшість дописів Зеленського присвячені зустрічам із міжнародними партнерами та домовленостям про допомогу Україні. У перший місяць війни 88% його дописів стосувалися цієї тематики, а щоденні відео-звернення частіше розміщувалися в *Telegram* або *Instagram*, ніж на платформі Х, але згодом ситуація кардинально змінилась, і акаунт Х Володимира Зеленського став найпопулярнішим серед інших світових політиків. З огляду на обставини, за яких Зеленський займає важливу міжнародну позицію, особливо під час війни, важливо зрозуміти, як його комунікативні стратегії впливають на світову громадську думку та підтримку України [7].

Проведений аналіз дописів президента показав, що він користується сімома стратегіями для комунікації: похвали, підтримки, подяки, позитивної самопрезентації, прохання співчуття та єдності. Вони відображають комунікативні цілі Володимира Зеленського.

Стратегія **подяки** грає важливу роль у встановленні та покращенні зв’язків з аудиторією, позитивно впливаючи на взаємодії між учасниками комунікації. Подяка може розрізнятися залежно від структури, характеру адресата і комунікативної ситуації.

Друга стратегія – **підтримки** –, є вкрай важливою для мотивації аудиторії та спонукання громадян до певних дій. Дана стратегія може мати на меті різні цілі, такі як заклик до дії або зміцнення духу, а також може використовуватись як для зовнішньої так і для внутрішньої аудиторії. Залежно від характеру аудиторії, ця стратегія може бути реалізована тактиками індивідуальної або колективної похвали.

Третя стратегія – **похвали –** може бути реалізована по різному. Вона може бути однократною або багатократною, а за своєю спрямованістю – індивідуальною або колективною. Ця стратегія може бути використана для підвищення морального духу суспільства, зміцнення довіри до влади та покращення репутації.

Четверта стратегія – **позитивної самопрезентації** – використовується президентом, щоб показати себе в позитивному світлі перед аудиторією. Мовець робить акцент на своїх успіхах, сильних сторонах або майбутніх досягненнях, щоб створити в аудиторії позитивне враження про себе.

П’ята стратегія – **прохання** – може бути використана для отримання допомоги або підтримки від міжнародних партнерів або ж громадськості. Дана стратегія може бути реалізована тактикою експліцитного прохання – прямого, коли чітко вказується яка допомога необхідна та імпліцитного прохання – завуальованого, коли запит формується не чітко.

Шоста стратегія – **співчуття** – використовується для демонстрації підтримки людей, котрі зазнали страждань. Стратегія співчуття може бути прямою, коли висловлюються співчуття, або непрямою, коли описується сама трагедія або ж її наслідки, для того щоб викликати емоції в аудиторії.

Сьома стратегія – **єдності** – використовується для створення почуття єдності та спільної відповідальності за певні дії. Ця стратегія може бути реалізована двом тактиками: спільної відповідальності та національної ідентичності.

2.1.1. Стратегія подяки може бути реалізована у формі непоширених висловлювань, які представлені простими реченнями без другорядних членів, або поширеними, що виражаються через предикативні конструкції з додаванням означень або додатків, як це видно в наступних прикладах [12, c.156]:

1. *«**I am grateful to His Majesty King Charles III of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland for today’s audience. The United Kingdom remains one of Ukraine's closest and most important allies. We appreciate all the support provided to the Ukrainian people»* [68]. У наведеному прикладі стратегія подяки є непоширеною, вона виражена через прості речення *«I am grateful»* та *«We appreciate»*, де головними словами є «*grateful*» та «*appreciate*», що передають вдячність від українського президента Королю Чарльзу III, надаючи словам офіційного звучання. Більш емоційний прояв вдячності показує наступний приклад:

(2) «*We extend our unwavering gratitude to the warriors, to the entire Ukrainian Defense and Security Forces, to everyone serving on the front lines, at combat posts, and on combat missions. I thank each soldier and commander who is tirelessly working to destroy the occupiers – it’s needed the most»* [93].У цьому прикладі подяка виражається через поширену предикативну конструкцію «*We extend our unwavering gratitude*», де слово *gratitude* уточняється прикметником *unwavering*, що підкреслює стійкий і тривалий характер вдячності.

Залежно від адресата, стратегія подяки може реалізовуватися через тактику індивідуальної або колективної подяки, як це показано в прикладах (3) і (4):

(3) «*I had a meaningful meeting with the Secretary of State of the Holy See @TerzaLoggia, Cardinal Pietro Parolin. We discussed the consequences of Russia's aggression against Ukraine, the ongoing aerial terror, the difficult humanitarian situation, and the outcomes of our meeting with Pope Francis in June in Italy. We focused particularly on the decisions of the first Peace Summit and the Vatican’s role in establishing a just and lasting peace for Ukraine. I am grateful for Cardinal’s support of our country and people»* [69]. У цьому прикладі фраза «*I am grateful for Cardinal’s support*» виражає особисту подяку Зеленського кардиналу П'єтро Пароліну, тим самим виділяючи його серед інших італійців.

Наступний приклад ілюструє використання тактики колективної подяки, спрямованої на окрему групу українських підприємців та працівників («*I thank all our entrepreneurs and workers*»). Таким чином, президент акцентує увагу суспільства на їхній діяльності та досягненнях:

(4) «*In the Poltava region, I met with entrepreneurs and workers in the framework of the Made in Ukraine economic platform. It is important to preserve everything being made and what was made in Ukraine. I thank all our entrepreneurs and workers for their work, ideas, and for saving and creating jobs. This is the contribution to the preservation of Ukraine»* [70].

За сферою застосування виокремлюємо тактики дипломатичної та суспільної подяки. Дипломатична подяка використовується у взаємодії з міжнародними партнерами і спрямована на зміцнення співпраці з ними. Суспільна подяка, навпаки, адресована окремим соціальним групам чи їхнім представникам, таким як військові, медики або волонтери, і підкреслює їхні індивідуальні або професійні досягнення, як це видно з прикладів (5) і (6):

(5) «*For the first time, I held a meeting in a five-party format with the leaders of NATO’s Indo-Pacific partner countries. We discussed the rapidly changing situation in the Indo-Pacific region, emphasizing the need for unity and coherence in security matters. I stressed that, in the face of relentless Russian attacks, Ukraine urgently needs to bolster its air defenses with additional air defense and electronic warfare systems. I am grateful to our partners for their unwavering solidarity and support for Ukraine in its fight against Russian aggression. I also thank Australia and New Zealand for their announced defense packages. We appreciate this crucial assistance for our country and our people»* [67]. У цьому прикладі подяка є дипломатичною, адже виражена наступними фразами «*I am grateful to our partners», «I also thank Australia and New Zealand*». Ці висловлювання підкреслюють вдячність Зеленського країнам, які надають необхідну допомогу Україні, і будується за дедуктивною схемою, спочатку згадуються партнери загалом «*partners*», а потім окремо виділяються Австралія та Нова Зеландія, які щойно оголосили про майбутню допомогу.

Тактику суспільної подяки представлено в наступному прикладі:

(6) «*Odesa. Together with the UK Secretary of State for Defence, we visited the hospital where sailors wounded in battles with Russian occupiers are being treated and spoke with these brave warriors. I honored the defenders with state awards. I am grateful for their fight, service, and defense of Ukraine. I also extend my gratitude to the medical staff who treat our warriors and bring them back to life»* [78]. У наведеному уривку суспільна подяка адресується військовим (*I am grateful for their fight, service, and defense of Ukraine*), які захищають нашу державу, та лікарям, які рятують життя (*I also extend my gratitude to the medical staff*) [12, c.157].

Отже, стратегія подяки активно використовується президентом Володимиром Зеленським, вона складає найбільший відсоток з усіх стратегій, котрі використовуються президентом – 25% (Додаток А). Подяка може бути поширеною і непоширеною, також вона може бути реалізована різними тактиками: залежно від адресата індивідуальною або колективною; за сферою застосування дипломатичною або суспільною. Дана стратегія демонструє вдячність президента до усіх хто небайдужий до майбутнього України.

2.1.2. Стратегія підтримкивідіграє вирішальну роль у взаємодії з українським народом.

Залежно від цілей, стратегія підтримки реалізується через тактики заклику до дії, зміцнення морального духу, тактикою інформування, тактикою прозорості і позитивного мислення. Це досягається за допомогою модальних дієслів на кшталт *must, can, may, might*, а також лексичних засобів, спрямованих на підвищення бойового духу та патріотизму у вирішальні моменти для країни, що можна побачити у прикладах (7) та (8), [12, c.157]:

(7) *«**Our army has proven its modernity and strength, which are capable of establishing the desired peace in Ukraine. When we rightly speak about our need for weapons, we must not forget that support and protection of our warriors is also a weapon. Our independence is firmly based on our people.* *With this understanding, we must create a proper rehabilitation system, with the highest level of necessary personnel training and rehabilitation centers. This is our task, this is our goal, this is our path»* [79]. У наведеному прикладі тактика заклику до дії вербалізується через фрази «*we must not forget»* та *«we must create»*, де використовується модальне дієслово *must* для вираження необхідності виконання дій. У першому висловлюванні, *we must not forget*, модальне дієслово спонукає до когнітивної активності, тобто закликає не забувати про підтримку військових. Далі президент звертається до практичних дій, зокрема до створення системи реабілітації військових «*With this understanding, we must create a proper rehabilitation system, with the highest level of necessary personnel training and rehabilitation centers*». Речення «*This is our task, this is our goal, this is our path*» узагальнює сказане, використовуючи одиниці *our task, our goal, our path,* що вказують на завдання для всього українського суспільства.

Наступний приклад демонструє втілення тактики зміцнення духу, спрямованої на українську аудиторію:

(8) «*I had a meeting with representatives of the All-Ukrainian Council of Churches and Religious Organizations. I am grateful for the support of the legislative initiative aimed at strengthening Ukraine’s spiritual independence. We discussed the defense of Ukraine’s and our people’s independence, as well as the Ukrainian communities that suffer daily from Russian attacks. In the face of such a brutal Russian war against Ukraine, standing with Ukraine and remaining in Ukraine is a testament to* *defending all that is good and humane in human nature*» [71]. У наведеному уривку тактика зміцнення духу виражається через словосполучення «*standing with Ukraine*», «*remaining in Ukraine*» і «*defending all that is good and humane in human nature*», які виконують мотивуючу роль та спрямовані на підвищення патріотичного духу і самовідданості у захисті країни. Ці висловлювання наголошують на важливості єдності у кризових моментах та підкреслюють ті цінності, за які бореться вся Україна [12, c.158].

Стратегія підтримки може бути виражена такими одиницями: *to prepare, to present, to inform, to announce,* що продемонстровано у прикладі (9):

(9) «*We are preparing for the 25the Ramstein meeting on October 12, which will be the first to take place at the leaders’ level.* *We will present the Victory Plan –clear, concrete steps towards a just end to the war. The determination of our partners and the strengthening of Ukraine are what can stop Russian aggression. We extend our gratitude to everyone who is helping to defend our state, Europe, and the entire world»* [94].У наведеному прикладі реалізується тактика інформування, тобто президент Володимир Зеленський повідомляє про підготовку до саміту фразою «*We are preparing*». Також президент наголошує на тому, що буде представлений план перемоги у фразі «*We will present*» що показує його бажання бути відкритим зі своїми міжнародними партнерами та аудиторією.

У наступному прикладі реалізуються дві тактики: прозорості виражається словами: *details, figures etc*., і позитивного мислення, що може бути виражена словами: *safe lives, strengthen etc*.:

(10) «*Last night, Ukrainian air defense forces destroyed more than 50 «Shaheds» in the Mykolaiv, Odesa, Kyiv, Cherkasy, Kirovohrad, Dnipropetrovsk, Sumy, Chernihiv, Poltava, Vinnytsia, Khmelnytskyi, Zaporizhzhia, Zhytomyr, and Kharkiv regions. Over the course of this week, the enemy has used about 20 missiles of various types, more than 800 guided aerial bombs, and nearly 400 strike UAVs of various types. This daily aerial terror can be stopped. This requires unity among our partners and long-range capabilities, which will help save Ukrainian lives every day. At next week’s Ramstein meeting, we will continue working on this with our partners»* [80]. У наведеному уривкутактика прозорості проявляється у тому, що Зеленський деталізує дії українських повітряних сил та масштаби трагедії, «*more than 50 «Shaheds»*» в різних регіонах, «*Mykolaiv, Odesa, Kyiv, Cherkasy, Kirovohrad, Dnipropetrovsk, Sumy, Chernihiv, Poltava, Vinnytsia, Khmelnytskyi, Zaporizhzhia, Zhytomyr, and Kharkiv regions*.» Він вказує на масштаби агресії кажучи про кількість ракет та бомб, які були запущені «*about 20 missiles of various types, more than 800 guided aerial bombs, and nearly 400 strike UAVs of various types*.» Ці приклади демонструють прозорість ситуації, яка відбувається в Україні. В цьому прикладі також реалізується тактика позитивного мислення, Зеленський переконаний, що всього цього можна уникнути, якщо міжнародні партнери об'єднаються і наддадуть необхідну допомогу: «*This daily aerial terror can be stopped. This requires unity among our partners and long-range capabilities*» «*At next week’s Ramstein meeting, we will continue working on this with our partners*». У реченні «*This daily aerial terror can be stopped»,* Володимир Зеленський акцентує увагу на топу, що цього можна уникнути, використовуючи фразу «*can be stopped».*

Стратегія підтримки є надважливою в важкий для країни час, тому вона займає друге місце серед усіх стратегій Володимира Зеленського з часткою 20% (Додаток А). Дана стратегія може бути реалізована тактиками заклику до дії та зміцнення морального духу, котра досягається за допомогою модальних дієслів *must, can, may, might*, а також різних лексичних засобів для підтримки країни «*«standing with Ukraine», «remaining in Ukraine»»,* тактикою інформування, тактикою позитивного мислення, що допомагає, що допомагає Володимиру Зеленському досягти поставлених ним цілей. і тактикою прозорості, що показує відкритість та чесність влади з народом.

2.1.3. Стратегія похвалиВираження похвали, представлене різноманітними мовленнєвими одиницями, воно підкреслює значення колективних зусиль та досягнень, що зміцнює віру в спільну мету та єдність суспільства.

Вираження похвали вербалізується мовними одиницями на кшталт: *«I'm proud of you», «You did it so well...!», «You have something to learn from! », «Great job!», «Wonderful!», «Great!», «Well done!», «Awesome!», «Excellent!», «Exactly!», «Good!», «It is an honor», «to be grateful», «to appreciate»* і т.д. Важливу роль відіграє структурний аспект вираження похвали. Структурне вираження похвали включає однократну та багатократну похвалу. Однократна похвала з'являється лише один раз у тексті, тоді як багатократна використовується двічі або більше разів. Це можна побачити на наступних прикладах (11) та (12), [49, c.134]:

(11) «*Today, I welcomed Norway's Foreign Minister, @EspenBarthEide. The meeting was substantive and practical, as is always the case with Norwegian partners. Our teams have already finished preparing a bilateral security agreement. We discussed further defense cooperation. But the most urgent issue is bolstering our air defense. I appreciate Norway's support and understanding of Ukraine's needs»* [82].У наведеному прикладі президент використовує однократну похвалу, виражену фразою I *appreciate*, що підкреслює важливість підтримки та розуміння з боку Норвегії. Такий підхід робить текст менш емоційно насиченим, зосереджуючи увагу на конкретному аспекті відносин між країнами.

Наступний приклад демонструє трикратну похвалу, виражену фразами: «*It is always an honor…», «We are proud of…», We appreciate…,* які підкреслюють важливість ролі військових та медичного персоналу у захисті країни. Використання трикратної похвали робить текст емоційно насиченим і акцентує увагу на визнанні зусиль цих груп:

(12) «*Today I am in the Sumy region. I visited our wounded warriors who are recovering from their injuries. It is always an honor for me to thank the defenders and present them with state awards. We are proud of our warriors. We appreciate the work of our medics. I thank every medic for assisting our warriors and bringing them back to life»* [83].

З позиції адресанта похвала має дві перспективи: індивідуальну та колективну. Індивідуальна перспектива представлена займенником «*I*», коли ардресант здійснює похвалу від своєї особи, тоді як колективна перспектива відображається інклюзивним займенником «*We*», який вказує на єдність президента з нацією [49, с. 134], що демонструє наступний приклад:

(13) «*Ukraine's National Guard was established ten years ago. And each of these years has been a time of unwavering courage for Ukraine, unwavering strength for the results it requires, and unwavering commitment to Ukraine. We are proud of every unit in Ukraine's National Guard. I am grateful to all of the National Guard warriors who have linked their own fate to Ukraine's independence since February 24th. And we remember all the National Guard warriors who died in battle for the sake of our country. Glory to Ukraine»* [84]. Наведений приклад ілюструє використання президентом індивідуальної та колективної перспективи похвали. Спочатку президент робить похвалу з позиції колективної перспективи, втіленої у фразі «*We are proud of…*», що підкреслює груповий характер почуття гордості, вираженого в тексті. Це відображає загальну повагу та підтримку, яку відчувають всі українці щодо Національної гвардії України та її підрозділів. У свою чергу, індивідуальна перспектива представлена фразою «*I am grateful…*». Використання займенника «*I*» вказує на особисту вдячність автора, яка знаходить відображення в тексті [13, c.57].

Стратегія похвали є невід’ємною частиною ефективною комунікації, в дописах Володимира Зеленського вона складає 15% (Додаток А), що займає топ 3 з усіх стратегій котрі ним використовуються. Дана стратегія має дві перспективи індивідуальну – виражена один раз в реченні, та колективну – похвала використовується більше ніж 2 рази в одному твіті. Крім того, похвала є індивідуальною, представлена займенником «*I*» та колективною представлена інклюзивним займенником «*We*».

2.1.4 Стратегія позитивної самопрезентаціїПоряд зі стратегіями подяки, похвали та підтримки, дбаючи про свою репутацію, Володимир Зеленський використовує стратегію позитивної самопрезентації [12, c.158]. Ця стратегія реалізується через тактику акцентування досягнутих результатів, що виражається дієсловами у *Past Simple* та *Present Perfect*, а також через тактику наголошення на потенційних досягненнях, які вербалізуються дієсловами у *Future Simple* і тактикою оптимізації невдач. Це можна побачити в наступних прикладах (14), (15) та (16):

(14) «*I am grateful to @Statsmin Mette Frederiksen for participating in the Peace Summit and for Denmark's active assistance in engaging the countries of the Global South in the Peace Formula implementation. During our meeting, we discussed preparations for the transfer of Danish F-16 aircraft, which will be delivered to Ukraine shortly. We also discussed the approval of the negotiating framework and the launch of Ukraine's EU accession talks in June»* [72]. У наведеному прикладі тактика акцентування втілених досягнень реалізується через дієслово *discussed* у фразі *We also discussed*. Це демонструє результат переговорів Зеленського щодо надання Данією військових літаків для України, а також підтримки у процесі вступу до ЄС.

У наступному прикладі президент акцентує увагу на потенційних здобутках, використовуючи дієслова у *Future Simple*:

(15) «*The countries of the European area are gathering for the fourth time at the European Political Community Summit to discuss common issues and challenges. I have arrived in the UK to participate in the Summit, hold bilateral meetings with partners, and sign new security agreements. A separate program is scheduled for our relations with the United Kingdom. I will meet with His Majesty King Charles III, Prime Minister Keir Starmer, government officials, and executives from defense companies. We will sign an intergovernmental agreement on support for the Ukrainian defense and industrial complex, discuss future defense cooperation, and expand our defense capabilities. Since the first days of the full-scale invasion, the UK has been one step ahead in its determination to support Ukraine. This is the kind of resolve we need to stop Russian terror»* [85]. Фрази *I will meet* та *We will sign* демонструють потенційні здобутки, які можуть бути досягнуті в майбутньому за умов успішних переговорів із союзними країнами та їхніми лідерами. Ці висловлювання підкреслюють важливість майбутніх дій для досягнення спільних цілей та зміцнення співпраці [12, c.158].

Тактика оптимізації невдач підкреслює позитивні результати навіть у критичних або негативних ситуаціях, що продемонстровано в наступному прикладі (16):

(16) «*In the first half of September alone, Russian terrorists used over 640 “Shahed” drones against Ukrainian cities and villages. Fortunately, most of them were shot down by our warriors. We are continuously working to make Ukraine’s air shield more effective, strengthening our Air Force, mobile fire groups, and all air defense units. Last night, the Russian army launched 56 “Shahed” drones, 53 of which were shot down. Our defenders of the skies worked effectively across many regions. I thank each and every warrior for their precision»* [73]. У даному прикладі використовується тактика оптимізації невдач. Спершу показується негативна ситуація атаки України з боку Росії дронами: «*In the first half of September alone, Russian terrorists used over 640 'Shahed' drones against Ukrainian cities and villages*.» Це речення демонструє масштаб агресії, що становить загрозу для українців і країни в цілому. Однак після цієї негативної інформації відразу йде мова про позитивні досягнення, а саме систему протиповітряної оборони: «*Fortunately, most of them were shot down by our warriors*.» Ще декілька речень підкреслюють дану тактику: «*Last night, the Russian army launched 56 'Shahed' drones*» показує точну кількість дронів, яка була запущена по Україні і швидко додається оптимістичний результат, а саме скільки було збито, хоча немає інформації щодо тих дронів, які збитими не були: «*53 of which were shot down*».

Стратегія позитивної самопрезентації використовується для підвищення репутації Зеленського й демонстрації його успіхів та прикритті невдач, вона також використовується президентом доволі часто – 15% (Додаток А). Дана стратегія реалізується через тактику акцентування досягнутих результатів, котра виражається дієсловами у «*Past Simple*» та «*Present Perfect*», тактикою наголошення на потенційних досягненнях, які вербалізуються дієсловами у «*Future Simple*». і тактикою оптимізації невдач, котра виражається дієсловами у «*Past Simple*», і використовується для того, щоб пом’якшити невдачі в політиці або ж на фронті.

2.1.5. Стратегія проханняє важливим елементом комунікації президента Зеленського. Це дозволяє залучати як внутрішню, так і міжнародну аудиторію до надання допомоги Україні.

Стратегія прохання може бути виражена такими словами: *help, need, urge, give support, to mobilize support/resources etc.*

Стратегія прохання може бути реалізована тактикою експліцитного прохання – прямого, коли адресант чітко і зрозуміло формулює свої потреби: *help, vote, support*, та імпліцитного прохання – завуальовано, передбачає висловлення запиту без прямого звертання, використовуючи м'якші чи завуальовані вирази: *appreciate, encourage etc.*, що продемонстровано в прикладах (17) та (18):

(17) *«**It is entirely justified for Ukrainians to respond to Russian terror by any means necessary to stop it. Every day and night, our cities and villages endure enemy attacks. Just in the past week, Russia has launched over 160 missiles of various types, 780 guided aerial bombs, and 400 strike UAVs of different kinds against our people. To fully protect and safeguard our cities from this aggression, we need greater support for Ukraine’s rightful response. This includes decisions to carry out long-range strikes on Russia’s missile launch sites, destroy Russian military logistics, and conduct joint efforts to shoot down missiles and drones – everything that will help us resist Russian evil»* [74]*.* У наведеному прикладі пряме прохання про допомогу виражене у фразі: «*we need greater support for Ukraine’s rightful response*». Тут Володимир Зеленський чітко закликає до збільшення допомоги, використовуючи словосполучення «*we need greater support*». Він конкретизує типи необхідної підтримки, зокрема: «*long-range strikes on Russia’s missile launch sites*», «*destroy Russian military logistics*» та «*conduct joint efforts to shoot down missiles and drones*». Це підкреслює невідкладність і вагомість міжнародної допомоги для захисту України від російської агресії.

У цьому прикладі непряме прохання про допомогу виражено у фразі «*all necessary global forces must be mobilized*». Це підкреслює важливість і терміновість мобілізації міжнародної допомоги для протидії російському терору. Також вираз «*the courage to give Ukraine everything it needs to defend itself*» слугує непрямим закликом до партнерів і союзників, наголошуючи на необхідності забезпечити Україну всіма ресурсами для захисту її незалежності та життя громадян. [16, c.151-152].

(18) *«**Russia is once again terrorizing Kharkiv, striking civilian infrastructure and the city itself. As of now, there are over 30 wounded. All necessary forces have been deployed for the rescue operation. But to stop this terror, all necessary global forces must be mobilized. What’s required isn’t extraordinary effort, but the sufficient courage of leaders – the courage to give Ukraine everything it needs to defend itself»* [86].

Коли акцентується прохання про допомогу, важливо враховувати також обставини, навіщо ця допомога потрібна. Говорячи про підтримку, підкреслюється також співчуття до тих, хто постраждав або загинув. Це допомагає аудиторії краще зрозуміти, чому така допомога є важливою, і спонукає їх діяти не лише з почуття обов’язку, а й з співчуття до постраждалих.

Стратегія прохання також може бути виражена тактикою нагадування про ризики пасивності, що продемонстровано в наступному прикладі (19):

(19) *«**During my participation in the Fourth Summit of First Ladies and Gentlemen I highlighted that despite the war, with all its challenges, threats, and difficulties, Ukraine once again brings together First Ladies and Gentlemen from around the world. This is incredibly important. This year’s topic is the safety of children and youth, and Ukraine is fully committed to addressing this issue. Ukraine has the answers and is offering its solutions to the world. Our Peace Formula, our plan for victory – these are the keys to finding the right, just solutions and bringing this war to a just end. So that children in Ukraine and across the world can have a happy childhood, so that loved ones are nearby, and families are not torn apart by war. So that the world never again sees pictures of a child’s room hit by a shell, or a child being pulled from the rubble after a missile strike. This war, and all wars, must become a thing of the past. Ukraine is striving for this. Ukraine is uniting the world for this. Together, Ukraine and the world must achieve this»* [68]*.* У цьому прикладі Володимир Зеленський підкреслює, що війна – це глобальна проблема і вона загрожує всьому світу. Президент підкреслює важливість об'єднання міжнародного суспільства, щоб зупинити війну і не допустити повторних трагедій. Речення «*So that the world never again sees pictures of a child’s room hit by a shell, or a child being pulled from the rubble after a missile strike*» та фраза «*This war, and all wars, must become a thing of the past*» наголошують на тому, що пасивність вбиває людей і дає привід породженню ще більших війн, страждання мирних громадян повторюватимуться знову.

Таким чином, стратегія прохання використовується Володимиром Зеленським не так часто, вона складає – 10% (Додаток А), але все ж важливою особливо підчас війни. Дана стратегія може бути прямою, виражена словами *help, vote, support etc.* або ж непрямою виражена *appreciate, encourage etc.* Також дана стратегія має ще одну тактику, а саме нагадування про ризики пасивності, виражена словами *again, a thing of the past etc.*. Дана стратегія є вкрай важливою для мобілізації підтримки як міжнародними партнерами там і суспільством.

2.1.6 Стратегія співчуттяпроявляється двома тактиками: експліцитного вираження співчуття, коли адресат прямо висловлює підтримку та жаль, звертаючись до тих, хто постраждав або втратив близьких, і імпліцитного вираження співчуття, коли замість слів співчуття адресат описує терор, руйнування чи біль, щоб показати серйозність ситуації і викликати емоційний відгук у адресата, а також тактикою апеляції до надії. Стратегія співчуття може реалізуватись як однією з тактик, так і двома одночасно, що продемонстровано в наступних прикладах (20) та (21):

(20) «*Today, Russia struck Zaporizhzhia with aerial bombs. Ordinary residential buildings were damaged, and the entrance of one building was destroyed. The city’s infrastructure and railway were also damaged. In total, 13 people were injured, and two were rescued from under the rubble. I thank all the emergency services for their rapid response and providing the necessary assistance. The rubble clearing is still ongoing. This week alone, the Russian army has used nearly 900 aerial bombs, over 300 “Shahed” drones, and more than 40 missiles. This Russian terror knows no pause, and it can only be stopped by the unity of the world – unity in supporting Ukraine and unity in putting pressure on Russia for the war»* [87].У цьому прикладі реалізується непряме вираження співчуття. Президент не говорить прямо про співчуття, але викликає цю емоцію через опис руйнувань «*ordinary residential buildings were damaged*», і постраждалих, «*13 people were injured*», цими фразами адресант намагається викликати емоції в аудиторії. Крім того, Володимир Зеленський, акцентує на тому, що всього цього можна уникнути лише єдністю і загальними зусиллями усього світу: «*This Russian terror knows no pause, and it can only be stopped by the unity of the world*.»

У наступному прикладі представлено як пряме, так і непряме вираження співчуття. Пряме співчуття реалізується у реченні: «*My deepest condolences to all the families and friends affected*,» що чітко показує співчуття до загиблих. Непряме співчуття демонструється через опис руйнувань та їх наслідків «*six deaths have been confirmed*» і «*six people have been injured*». Автор підкреслює важку ситуацію, говорячи про постійний Російський терор «*daily Russian terror, daily attempts to destroy life*»:

(21) «*A Russian strike on Kherson, right in the city center. As of now, six deaths have been confirmed. My deepest condolences to all the families and friends affected. Six people have been injured and are receiving the necessary assistance. Daily Russian terror, daily attempts to destroy life – this can and can be stopped. We must achieve lasting peace for our state and our people. For this to happen, Ukrainian strength and the resolve of our partners must outweigh Putin’s desire to wreck terror. Pressure on the aggressor and support for Ukraine must be constant and comprehensive. I thank all our partners who help us defend lives. I thank everyone who protects Ukraine»* [65].

Стратегія співчуття також може бути реалізована через тактику апеляції до надії на майбутнє, що продемонстровано в прикладі (22):

(22) *«**I truly appreciate that Italy is doing everything with us to implement the Peace Formula – all its points that are essential for peace in Ukraine to be the same kind of peace enjoyed by all those countries that already have it. Ukraine is not asking for anything more than what your country or any other country already has. We just want no father in our country to have to bury his wife and daughters because they were killed by Russian missiles. We just want Ukrainian boys and girls to never again suffer because they cannot help their parents who are in Russian-occupied territory. We just want the heritage of generations of Ukrainians not to be destroyed under Russian bombs. Ukraine deserves to be safe. And we will definitely gain security for our independence and for all our people*» [75]. У даному тексті присутня стратегія співчуття, у реченні «*We just want no father in our country to have to bury his wife and daughters because they were killed by Russian missiles*» демонструється співчуття до сімей, які втратили своїх близьких через російські атаки. Стратегія співчуття також реалізується тактикою надіх, «*We just want Ukrainian boys and girls to never again suffer because they cannot help their parents who are in Russian-occupied territory*.» Також, у реченні «*Ukraine deserves to be safe. And we will definitely gain security for our independence and for all our people*» Зеленський показує, що, незважаючи на труднощі та невдачі, є надія на краще. Це допомагає надихнути слухачів підтримати Україну в її боротьбі за відновлення.

Стратегія співчуття використовується Володимиром Зеленським не так часто в порівнянні з іншими – 8% (Додаток А). Дана стратегія може бути прямою, коли президент висловлює співчуття «*My deepest condolences*…» та непрямою президент демонструє наслідки терору та втрат *«..buildings were damaged…»*. Також дана стратегія виражається тактикою надії, виражається дієсловами наприклад «*want or deserve*». Дана стратегія є важливою для підтримки людей котрі постраждали від російської агресії.

2.1.7. Стратегія єдностіможе бути реалізована двома тактиками: спільної відповідальності та згуртованості. Займенники «*we*», «*our*» демонструють спільну відповідальність. Займенник «*we*» показує колективні дії мовця з аудиторією, згуртованість заради спільної мети; займенник «*our*» підвищує відчуття спільної відповідальності за майбутнє. Такі поняття, як «*people*», «*Ukrainians*», підкреслюють національну ідентичність. «*People*» акцентує силу та волю народу країни, «*Ukrainians*» демонструє єдність конкретної нації – українців, що продемонстровано в наступних прикладах (23) та (24):

(23) «*This week alone, Russians have used around 900 guided aerial bombs, over 40 missiles, and 400 strike drones of various types against Ukraine. No nation should have to endure such trials alone. Our partners have the ability to provide the necessary quantity and quality of air defense systems, make decisions for our sufficient long-range capabilities, and ensure the timely delivery of defensive aid to our troops. Time must not be wasted – a clear signal of resolve must be sent. We are working tirelessly to secure the means for Ukraine to fully respond to Russian terror»* [88].У цьому прикладі демонструється стратегія єдності, котра реалізується в міжнародній підтримці України та спільної відповідальності за майбутнє. Єдність демонструється у фразі «*Our partners have the ability*», що акцентують увагу на тому, що Україна не одна, що є підтримка яку можна надати. Це також звучить як заклик до партнерів до спільних дій, посиленні української армії. В цьому прикладі займенник «*our*» демонструє єдність України та союзників перед спільним ворогом. Використання «*We are working tirelessly*», вказує на те, що Україна робить все від себе залежне для підтримки армії, але потребує підтримки союзників. Займенник «*we*» показує спільну відповідальність, України та союзників, за події які відбуваються в Україні.

(24) «*Today, I addressed the European Council meeting regarding our strategy to force Russia into real diplomacy and emphasized that European unity is also a weapon, one that ensures safety not only for Ukraine but for all European nations. This includes support for our energy sector ahead of winter, and for our people – especially the financial assistance that helps us meet the basic needs of Ukrainians. The political decision on 35 billion euros for Ukraine, as part of the G7’s resolution on 50 billion dollars*» [89]. У даному прикладі демонструється стратегія єдності, а саме тактика згуртованості. Слова «Ukrainians», «people» демонструють українську націю як єдине ціле. У реченні «*This includes support for our energy sector ahead of winter, and for our people – especially the financial assistance that helps us meet the basic needs of Ukrainians.*» У цьому прикладі демонструється стратегія єдності, а саме тактика ідентичності. Слова «*Ukrainians» і «people»* показують українську націю як єдине ціле.У реченні *«This includes support for our energy sector ahead of winter, and for our people – especially the financial assistance that helps us meet the basic needs of Ukrainians*» слово «*people*» означає всіх українців, підкреслюючи, що підтримка важлива для кожного. Це слово показує єдність людей перед спільною проблемою. Слово «*Ukrainians*» точніше вказує, що йдеться саме про громадян України як одну націю. Ці слова показують що Україна єдина, але все ж потребує допомоги від партнерів.

Політики дуже часто використовують комунікативні стратегії та тактики у своїх дописах для впливу на аудиторію та досягнення своїх комунікативних цілей. Щоб зробити комунікацію більш ефективною і посилити вплив на аудиторію, адресанти можуть застосовувати одну або одночасно декілька стратегій у своїх промовах, що продемонстровано в наступних прикладах (25) (26) (27):

(25) «*A new threat has emerged – the malign alliance between Russia and North Korea. I am grateful to the leaders and representatives of nations who refuse to turn a blind eye and speak openly about this dangerous collaboration aimed at increasing the scale of the war. About the supply of weapons from North Korea to Russia. About how Russia might repay Pyongyang for this assistance. Unfortunately, the instability and threats could increase significantly once North Korea learns the tactics of modern warfare. We have clear data showing that people are being supplied to Russia from North Korea, and these are not just workers for production, but also military personnel. We expect a proper and fair response from our partners on this matter. In fact, this is another state joining the war against Ukraine. Everyone has the opportunity to see the evidence – both through satellites and through the videos that are already emerging from Russia. This issue must be addressed. We need to respond and counteract. We cannot allow evil to grow. If the world remains silent now, and if we face North Korean soldiers on the front lines as regularly as we are defending against drones, it will benefit no one in this world and will only prolong this war. A war that must be ended justly and as soon as possible»* [64]. У даному прикладі використовується чотири стратегії: подяки, підтримки, зміцнення морального духу, прохання та співчуття. Стратегія подяки реалізується тактикою дипломатичної подяки «*I am grateful to the leaders and representatives of nations who refuse to turn a blind eye and speak openly about this dangerous collaboration aimed at increasing the scale of the war*» Фраза «*I am grateful leaders and representatives of nations*» демонструє вдячність, яка призначається міжнародним партнерам. Ця фраза показує дипломатичну подяку, адже вона спрямована на союзників України, котрі допомагають у боротьбі з ворогом. Фраза «*who refuse to turn a blind eye*» підсилює подяку за їхню активну позицію в наданні допомозі Україні.

Стратегія підтримки втілюється двома тактиками – заклику до дій та зміцнення морального духу. Тактика заклику до дій демонструється в прикладі «*We need to respond and counteract. We cannot allow evil to grow*». Фрази "*We need to respond"* та *"We cannot allow*" спонукають до дій. Модальне дієслово «*need*» показує невідкладність на нагальність до дій. Фраза «*cannot allow*» підкреслює необхідність швидких та рішучих дій. Тактика зміцнення морального духу реалізується в прикладі «*A war that must be ended justly and as soon as possible*» Модальне дієслово «*must*» показує необхідність звершення війни, слово «*justly*» показує той факт, що війна повинна закінчитися справедливо, фраза «*as soon as possible*» вказує на необхідність завершення війни якомога швидше. Ці слова спрямовані на підвищення морального духу аудиторії, в тому, що війна повинна скоро закінчитися і на справедливих умовах.

Наступна стратегія прохання демонструється в реченні «*We expect a proper and fair response from our partners on this matter*» Пряме прохання виражено фразою «*We expect*» вказує чітке прохання України про допомогу та очікування відповідних дій з боку партнерів. Фраза «*proper and fair response*» вказує на те, що допомога має відповідати потребам країни на даний момент.

Остання стратегія, яку використав Володимир Зеленський в цьому прикладі, є стратегія співчуття. Непряме співчуття реалізується в реченні «*If the world remains silent now, and if we face North Korean soldiers on the front lines as regularly as we are defending against drones*», в даному реченні «*If*» показує гіпотетичність загрози та серйозність наслідків. Фраза «*it will benefit no one*» виражає співчуття до кожного адресата, адже ця загроза може задіти кожного.

(26) «*Our goal is to win back Ukraine’s right to life, to secure true justice for Ukraine, and to end this war with a reliable and fair peace for all of us. I thank everyone who is bringing us closer to achieving this goal: every warrior and all the citizens of Ukraine»* [81].В даному прикладі використовуються дві стратегії єдності та подяки. Стратегія єдності реалізується через тактику спільної відповідальності: «*Our goal is to win back Ukraine’s right to life, to secure true justice for Ukraine, and to end this war with a reliable and fair peace for all of us*». Займенник «*Our*» вказує на спільну відповідальність під час досягнення мети, фраза «*for all of us*» показує єдність аудиторії.

Стратегія подяки реалізується через тактику суспільної подяки: «*I thank everyone who is bringing us closer to achieving this goal: every warrior and all the citizens of Ukraine*», фраза «*I thank everyone*» підкреслює подяку адресанта всій аудиторії, у даному випадку всім українцям та союзникам які допомагають у боротьбі з ворогом.

(27) «*In Croatia, I met with Prime Minister of Albania @ediramaal. We discussed the implementation of the Peace Formula, preparations for the second Peace Summit, and Ukraine’s path to the EU and NATO. Additionally, we spoke about potential mechanisms for Ukraine’s reconstruction. I am grateful to the Prime Minister for the productive dialogue»* [76].У цьому прикладі застосовується лише одна стратегія, стратегія подяки, що реалізується тактикою індивідуальної подяки. У реченні «*I am grateful to the Prime Minister for the productive dialogue*» адресатом є прем'єр-міністр Албанії, що показує індивідуальний характер вираження подяки. Президент дякує за співпрацю та підтримку України з боку Албанії.

Ці приклади показують, що адресанти використовують різні стратегії для того, щоб досягти своїх комунікативних цілей, кількість стратегій і тактик може залежати від стилю повідомлення політичне, привітання, реклама тощо, аудиторії, а також розмір повідомлення, чим довше повідомлення тим більша кількість стратегій може бути використана адресантом для досягнення ефективної комунікації.

Таким чином, з аналізу акаунту Володимира Зеленського на платформі Х видно, що основними комунікативними стратегіями є подяка (25%), підтримка (20%), похвала та позитивна самопрезентація (по 15%). Менш частотними є прохання (10%), співчуття (8%) та єдність (7%) (Додаток А). Стратегія подяки (25%) спрямована на покращення відносин із союзниками, демонстрацію вдячності за допомогу, а також визнання внесків військових, волонтерів та українців. Це допомагає формувати репутацію України як вдячної держави. Стратегія підтримки (20%) реалізується через акцент на героїзмі українців і важливості єдності в умовах війни. Вона сприяє підтриманню бойового духу українців і укріпленню міжнародної співпраці. Похвала та позитивна самопрезентація (по 15%) допомагають підкреслювати героїзм народу та створювати образ лідера, здатного керувати країною у кризовий час. Прохання (10%) реалізується через звернення до партнерів із закликом надавати фінансову чи військову допомогу, демонструючи потреби країни. Співчуття (8%) використовується для висловлення солідарності з постраждалими від агресії, зближуючи Зеленського з аудиторією. Стратегія єдності (7%) спрямована на консолідацію суспільства через заклики до спільних дій, використання займенників «ми», «наш» і формування почуття колективної відповідальності. Комунікаційні стратегії Зеленського спрямовані на міжнародну підтримку, згуртування українців, підтримку бойового духу нації та створення позитивного іміджу України на міжнародній арені.

## 2.2. Мовленнєві акти як засіб утілення комунікативних стратегій і тактик Володимира Зеленського на платформі Х.

Комунікативні стратегії постійно використовуються під час спілкування, і вони можуть бути реалізовані через тактики або мовленнєві акти. Далі наведено аналіз того, як комунікативні стратегії реалізуються у мовленнєвих актах за класифікацією Г. Почепцова: репрезентативи (асертиви), директиви, комісиви, експресиви, декларативи.

Стратегія подяки дуже часто використовується Володимиром Зеленським під час його комунікації на платформі Х. Під час вираження подяки Зеленський використовує емоційно забарвлені слова відповідної семантики, а саме дієслова, «*to thank, to be grateful, to appreciate etc.*», що продемонстровано в наступному прикладі (28):

«*We continue our work on sanctions – today, we applied two new sanctions packages. The first targets those who betrayed Ukraine, and the second focuses on Russia’s military production – those legal entities and individuals working to fuel terror. We will continue to make our sanctions, our pressure on the enemy, synchronized with everyone in the world who, like Ukrainians, wants real peace. I am grateful to everyone supporting our country and our people, to each person doing everything in their power to make Ukraine stronger» And I thank all our warriors»* [96].Цей приклад демонструє стратегію подяки «*I am grateful to everyone supporting our country and our people, to each person doing everything in their power to make Ukraine stronger*». Дана стратегія виражається через мовленнєвий акт, який належить до експресивів. Фраза «*I am grateful ….*» та «*I thank ….*»є експресивним мовленнєвим актом. Президент у момент промовляння підкреслює свою вдячність за допомогою дієслова «*grateful»* та «*thank»,* що дає тексту високу емоційність.

Стратегія підтримки також використовується Володимиром Зеленським часто, адже Україна потребує підтримки як від міжнародних партнерів так і від населення України. Дана стратегія виражена мовленнєвим актом комісивом, цей мовленнєвий акт показує те що має бути виконаним в найближчому майбутньому, тобто це можуть бути слова обіцянки або ж наприклад гарантії: *present, promise etc.*, що продемонстровано в наступному прикладі (29):

(29) «*We are preparing for the 25th Ramstein meeting on October 12, which will be the first to take place at the leaders’ level. We will present the Victory Plan – clear, concrete steps towards a just end to the war. The determination of our partners and the strengthening of Ukraine are what can stop Russian aggression. We extend our gratitude to everyone who is helping to defend our state, Europe, and the entire world»* [97].У цьому прикладі фраза «*We will present the Victory Plan»*, демонструє обіцянку президента про представлення плану перемоги може відіграти важливу роль у майбутньому країни. Крім того фраза «*clear, concrete steps*» підкреслює, що план має реальні кроки, котрі здатні покласти край війні в Україні. В цьому прикладі мовленнєвий акт комісив виражений за допомогою дієслова «present» демонструє зобов’язання президента представити цей план, а фраза «*concrete steps»* показує на реалістичність цього плану.

Стратегія похвали використовується Володимиром Зеленським, за для вираження захоплення за якісь дії, це може буте допомога від союзників, або ж за часту це героїчні вчинки українців у боротьбі з ворогом. Дана стратегія є дуже емоційною, тому вона виражена мовленнєвим актом експресивом котрий виражає емоції та почуття адресата, і може бути виражений у таких словах та фразах: *be proud of, to praise, to honor etc.,* що продемонстровано в наступному прикладі (30):

(30) «*Today is the Day of the Territorial Defense Forces, honoring the warriors and units that, together with all components of Ukraine’s Defense and Security Forces, protect our country and our people. Since the very first days of the full-scale war, thousands of warriors from the Territorial Defense Forces have demonstrated the best qualities of the Ukrainian character – courage and loyalty to Ukraine. The defense of the north: the capital, Chernihiv, Sumy. The defense of Kharkiv, battles in the Donetsk and Luhansk regions, and in the south of our country. We are proud of everyone who is truly resilient. We are grateful to all who destroy the enemy and fight for Ukraine to live. And we honor the memory of those who have fallen in the battles for Ukraine»* [90].У цьому прикладі демонструється стратегія похвали, котра в свою чергу виражена через мовленнєвий акт експресивів. Уривок «*We are proud of everyone who is truly resilient*» є похвалою реалізованою через мовленнєвий акт експресив. Фраза «*We are proud ..»* вживається для демонстрації колективної гордості за воїнів, дієслово «*proud*» демонструє захоплення від кожного хто бореться з ворогом у важкі часи. Крім того фраза «*we honor the memory of those who have fallen…»* даний приклад демонструє вдячність за жертовність за для майбутнього країни, це показано дієсловом «*honor».*

Стратегія позитивної самопрезентації використовується Володимиром Зеленським за для підвищення своєї репутації, з допомогою цієї стратегії президент ставить до відома аудиторії про дія які вживаються на даний момент, або ж будуть вжиті в найближчому майбутньому. Дана стратегія реалізується через мовленнєвий акт комісив, адже вона використовує слова та фрази обіцянки, зобов’язання, наприклад: *to engage, to bolster, to focuse etc…*, що продемонстровано в наступному прикладі (31):

(31) «*In the coming days, our teams – government officials and diplomats – will engage in political consultations, while the military personnel will focus on filling the military aspects of the Victory Plan. This can quickly bolster Ukraine’s positions, particularly at the front lines. Everything outlined in the Plan is entirely achievable for our partners. The world has the resources of strengthening, which will allow to move forward according to the Peace Formula. Our goal, our mission, is to ensure a secure and lasting peace for Ukraine. This can only be achieved on the basis of international law, without any compromises on sovereignty or territorial integrity. As outlined in the Peace Formula. Ukraine seeks true and just peace – a guaranteed protection from war. This is possible only in strong positions and only when both our people and our partners are truly united. I am grateful to everyone who is helping and to those ready, like us, to make the coming week historic in many ways»* [77]. Президент використовує комісив для того, щоб продемонструвати конкретні дії, що плануються відбутись в найближчому майбутньому, адже використання майбутнього часу «*Future Simple*» та модального дієслова «*can*»у цих виразах демонструє активну роботу, що ведеться для досягнення конкретних цілей. У фразах «*government officials and diplomats – will engage» «military personnel will focus»* та  *«This can quickly bolster Ukraine’s positions»* демонструється мовленнєвий акт комісив, котрий показує обіцянки про майбутні діє і є виражений у дієсловах *«engage», «focus» «bolster».*

Стратегія прохання є вкрай важливою під час війни, адже Україна потребує допомоги від міжнародних партнерів та суспільства в середині країни. Дана стратегія виражається мовленнєвим актом декларативом. Декларатив спонукає аудиторію до якихось конкретних дій, наприклад: *count on, expect, rely on etc.*

(32) «*Ukraine’s invitation to NATO will strengthen us diplomatically and bring us closer to a real and just peace. Ukraine deserves to become the 33rd member of NATO, and we will do everything to make that happen. During our meeting with @SecGenNATO Mark Rutte, we discussed steps that will further strengthen Ukraine and help us in our fight. I thank the NATO member states for helping to develop Ukraine’s defense production, rebuild critical infrastructure, and provide military assistance. We count on the readiness of NATO members to deliver the already announced financial aid to Ukraine, totaling €40 billion, by the next NATO Summit in The Hague»* [91].У виразі «*We count on the readiness of NATO members*» фраза «*count on»* демонструє ні те що Україна розраховує на підтримку міжнародних союзників, тим самим спонукаючи їх до більш активної допомоги.

Наступний приклад демонструє стратегію співчуття, котра реалізується мовленнєвим актом експресив, котрий виражає почуття та емоції, наприклад: *condolences, loss, grief etc.,* а також мовленнєвим актом комісив, який у прикладі(33) демонструє, що країна намагається дбати про постраждалих:

(33) «*Sumy. Russia hit one of the city's hospitals with «Shahed» drones. As of now, we know that 8 people have been killed. My condolences to their families and friends. Eleven others have been wounded, and 113 patients have been evacuated from the hospital. The rescue operation is ongoing as we continue to address the aftermath and save lives. We are doing everything possible to provide our people with the help they need. Everyone in the world who speaks about this war must pay attention to what Russia is targeting. They are waging war on hospitals, civilian objects, and people’s lives. Only strength can force Russia into peace. Peace through strength is the only right way. I thank everyone who supports us on this path»* [92]. У даному прикладі фрази «*My condolences»* та *«We are doing everything possible»* демонструють емоції адресата під час промови. Ці слова підкреслюють співчуття «*condolences»*, мовленнєвий акт експресив показує емоуійнсть,та дають розуміння того, що робиться все можливе за для врятування людей *«We are doing everything possible»*, мовленнєвий акт комісив, фраза «*аre doing»* демонструє зобов’язання.

Основним завданням стратегії єдності є згуртування аудиторії та партнерів перед спільним ворогом або катастрофою. Дана стратегія може бути виражена мовленнєвим актом комісив, котрий показує обіцянки: *promise, assure etc*. або ж асертивом (підтипом репрезентатиів), котрий наголошує на тому, що інформація, котру презентує адресат є правдивою, що продемонстровано у наступному прикладі (34):

(34) «*As planned, today we are heading home after completing all the necessary talks. Every discussion went exactly as needed. The Victory Plan has been presented to America, and we explained each point in detail. Now, our teams will work to implement every step and decision. Strong positions for Ukraine mean a quicker path to peace. Everything crucial for Ukraine is on the table with our partners and under consideration – long-range capabilities, defense packages, sanctions against Russia, and measures regarding Russian assets. We have covered all these topics. We are now preparing for the meeting in Germany within the framework of Ramstein, where we will move forward with our partners on the Victory Plan’s key points. I am grateful to President Biden for the invitation. The most important focus remains the frontlines. We have done everything within our power to strengthen ourselves as much as possible. Now, together with our partners, we need to ensure exactly what will bring a just peace closer. Russia must lose this war. Ukraine must prevail. This is the real foundation for our shared security – peace through strength. I am grateful to everyone who supports us»* [66]. Вираз «*We are now preparing for the meeting in Germany*» виражає готовність до колективної роботи, а фраза «*now preparing*», є прикладом асертиву, адже адресат доносить інформацію фактично, те що дійсно зараз відбувається на політичній арені, а саме майбутніх переговорів з Німеччиною. У реченні «*We have done everything within our power to strengthen ourselves*» асертивом виступає твердження «*We have done everything*» щодо вже виконаних дій, адже речення побудоване в «*Present Perfect»*, час котрий відповідає за результат. Фраза «*our teams will work to implement every step and decision»*, ця фраза підкреслює єдність команди в роботі та демонструє обіцянку про впровадження певних кроків за для досягнення, фраза «*will work*» демонструє обіцянку, мовленнєвий акт комісиву.

У своїх дописах на платформі Х, президент України Володимир Зеленський використовує різні комунікативні стратегії, такі як: похвали, підтримки, подяки, позитивної самопрезентації, прохання, співчуття та єдності. Дані стратегії можуть бути реалізовані через різні мовленнєві акти: стратегія подяки, похвали – через експресиви, стратегія підтримки, позитивної самопрезентації та стратегії єдності – через комісиви, стратегія прохання – через декларативи, а стратегія співчуття може бути виражена двома мовленнєвими актами експресивом і декларативом. Провівши аналіз дописів президента, можна сказати, що мовленнєві акти є дієвим інструментом за для досягнення ефективної комунікації. Володимир Зеленський використовує ефективно використовує мовленнєві акти під час комунікації на платформі Х, комісиви – 50%, експресиви – 37%, декларативи – 13% (Додаток Б). Таким чином, використання певних мовленнєвих актів допомагає Володимиру Зеленському досягти певних комунікативних цілей.

# Висновки до розділу 2

Другий розділ цього дослідження присвячений аналізу комунікативних стратегій та тактик, а також мовленнєвих актів у дописах Володимира Зеленського на платформі Х. Під час війни дописи президента стали важливим каналом подачі інформації та демонстрації подій в Україні як на міжнародній арені так і простим українцям.

Зеленський використовує різні стратегії, такі як похвали, підтримки, подяки, позитивної самопрезентації, прохання співчуття та єдності, щоб продемонструвати єдність нації перед ворогом у критичний для країни час (Додаток А). Президент використовує різні стратегії залежно від тематики повідомлення та аудиторії, від цього залежить і набір стратегій і тактик котрі президент використовує за для досягнення цілей комунікації (Додаток В).

Стратегії Володимира Зеленського також можуть бути виражені через мовленнєві акти. Він застосовує асертиви для підкріплення своїх повідомлень фактами та прикладами агресії Росії, що викликає емоції у аудиторії. Комісиви дозволяють висловлювати обіцянки, котрі президент дає громадянам України за для підвищення свого авторитету. Експресиви служать для вираження подяки, похвали, співчуття що допомагає зміцнити моральну підтримку та демонструє вдячність військовим, волонтерам та всім тим хто старається заради перемоги. Усі ці мовленнєві акти не тільки передають інформацію, але й емоційно впливають на аудиторію, посилюючи ефект повідомлення. Використання мовленнєвих актів допомагає досягти ефективної комунікації. Вибір мовленнєвого акту залежить від аудиторії та тексту повідомлення (Додаток Б).

Отже, аналіз стратегій, тактик комунікації і мовленнєвих актів Зеленського на платформі Х демонструє, що вони є важливими інструментами для досягнення цілей комунікації. Президент цілеспрямовано вибирає певні стратегії, залежно від типу повідомлення та цільової аудиторії. Цей аналіз підтверджує, що комунікація Володимира Зеленського на платформі Х є гарним прикладом ефективної комунікації.

# ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Комунікація є предметом уваги багатьох дослідників. Із розвитком інтернету та соціальних мереж комунікація зазнала значних змін, котрі впливають на її форму та те, як вона реалізується. Це є причиною розробки нових підходів до її аналізу.

Сучасна комунікація включає різноманітні стратегії, тактики й мовленнєві акти, які підвищують ефективність обміну інформацією між комунікантами. Стратегія – це план досягнення мети комунікації, тактика – це конкретні дії, котрі спрямовані на реалізацію стратегії. Стратегії і тактики основою ефективної комунікації та широко застосовуються в дискурсі. Дискурс – це процес комунікації, який охоплює текст, його зміст і соціокультурний аспект. Серед різновидів дискурсу політичний займає важливе місце, адже він охоплює суспільно значущі питання. Сьогодні особливого значення набуває політичний інтернет-дискурс, що реалізується через цифрові платформи для поширення політичних ідей, позицій і цінностей Політичний інтернет-дискурс, зокрема, є комунікацією в цифровому середовищі, спрямованою на передачу політичних ідей та позицій через онлайн-платформи.

Використання різних комунікативних стратегій, тактик та мовленнєвих актів допомагають краще та швидше досягнути цілей комунікації. Завдяки новітнім технологіям комунікація майже повністю перейшла в інтернет формат, що дає більше приводів для її більш детального аналізу.

Проведений аналіз дописів Володимира Зеленського на онлайн платформі Х, доводить що використання різних комунікативних стратегій, тактик та мовленнєвих актів є засобами впливу на адресатів.

Визначено, що Володимир Зеленський використовує комунікативні стратегії під час звернення до аудиторії на платформі Х: похвали, підтримки, подяки, позитивної самопрезентації, прохання, співчуття та єдності. Крім того президент використовує різні комунікативні тактики для реалізації стратегій. Стратегія подяки виражається тактиками індивідуальної, колективної, дипломатичної та суспільної подяки. Стратегія підтримки реалізується тактиками заклику до дій, зміцнення морального духу, інформування та позитивного мислення. Стратегія похвали може бути виражена тактиками одно- і багатократної похвали, а також тактиками індивідуальної та колективної похвали. Стратегія позитивної самопрезентації виражається тактиками акцентування досягнутих результатів, наголошення на потенційних досягненнях, оптимізації невдач. Стратегія прохання може бути реалізована тактиками одно- і багатократного прохання, і тактикою нагадування про ризики пасивності. Стратегія співчуття реалізується тактиками прямого вираження співчуття, непрямого вираження співчуття та тактикою апеляції до надії на майбутнє. Стратегія єдності виражається тактиками спільної відповідальності та тактика згуртованості.

Дослідження також показало, що мовленнєві акти використовуються для реалізації різних комунікативних стратегій. В даному досліджені був проведений аналіз мовленнєвих актів згідно класифікації Г. Почепцова, котра включає наступні мовленнєві акти: репрезентативи (асертиви), директиви, комісиви, експресиви, декларативи.

Згідно з результатами дослідження можна зробити висновок, що правильний вибір комунікативних стратегій, тактик та мовленнєвих актів суттєво впливає як на сприйняття повідомлення аудиторією, так і на ефективність комунікації в цілому. Аналіз дописів Володимира Зеленського є прикладом використання сучасних інструментів комунікації для спілкування на онлайн платформі Х.

# СПИСОК ВИОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: ВЦ «Академія», 2004. 344 с.

2. Бєлова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики. Мовні і концептуальні картини світу. 2004. № 10. С. 18.

3. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 61–87. URL: http://eprints.zu.edu.ua/16727/1/%d0%93%d1%83%d0%b4%d0%b7%d1%8c.pdf (дата звернення 25.11.2024)

4. Зленко А. М. Роль письмових комунікацій в управлінні організацією. Соціум. Документ. Комунікація. 2016. Вип. 2. С.30-39. URL: file:///C:/Users/Alex/Downloads/90-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-133-1-10-20181106.pdf (дата звернення 02.11.2024)

5. Кравченко Н. К. Міжнародно-правовий дискурс: когнітивно-комунікативний аспект: автореф. дис. … д-ра філол. наук: 10.02.15 «Загальне мовознавство». Київ, 2007. 31 с.

6. Компанцева Л. Інтернет-комунікація в умовах швидких змін. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021. С. 30–35.

7. Компанцева Л. Ф. Від класичного мовознавства до інтернет-лінгвістики: Studia Linguistica. 2010. № 24. С. 24–30.

8. Левченко (Асташенкова) Д. К. Міжнародна політична інтернет-комунікація: дискурсивний вимір конфліктогенності. URL: http://philologyjournal.lviv.ua/archives/11\_2022/18.pdf (дата звернення 02.12.2024).

9. Лобода В. А. Особливості інтернет-вокабуляру в англомовному інтернет-дискурсі. URL:http://vtei.edu.ua/doc/2020/01\_10\_2020/6/3.pdf (дата звернення 17.09.2024).

10. Маслова В. Соціолінгвістика: теорія, методологія, практика. Київ: Наукова думка, 2021. С. 150–158.

11. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 196 с.

12. Міщенко Т. В., Петренко О. А. Англомовна інтернет-комунікація Володимира Зеленського на платформі Twitter: дискурсивний аспект. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2024. Т. 35 (74), № 5. Т. 1. С. 155–160. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/5\_2024/part\_1/28.pdf

13. Міщенко Т. В., Петренко О. А. Дискурсивні особливості вираження похвали в Твіттері: на матеріалі звернень Володимира Зеленського. *Арватівські читання – 2024: збірник матеріалів Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції*. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2024. С. 57–59.

14. Поцецька Т. Сучасний дискурс: проблеми та перспективи. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2019. С. 190–193.

15. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ: «Ваклер», 2001. 400 с.

16. Петренко О. А. Вираження прохання про допомогу у зверненнях Володимира Зеленського на платформі Twitter. *Матеріали ХІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку сучасної науки та освіти»*. Львів: Львівський науковий форум, 2024. С. 51–53. URL: http://www.lviv-forum.inf.ua/save/2024/9-10.10/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf (дата звернення 15.10.2024)

17. Рижков М. М. Політична комунікація та її специфіка в міжнародних відносинах. Проблеми міжнародних відносин. 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pmv\_2014\_8\_20 (дата звернення: 03.12.2024).

18. Савін В. Комунікативна граматика: теорія і практика. Київ: Видавничий дім «Інститут післядипломної освіти», 2008. 240 с.

19. Серажим К. Д. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): монографія. Київ, 2002. 392 с.

20. Ситник І. В. Дискурс в сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2020. №46. Т. 2. С. 123–126. URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v46/part\_2/32.pdf (дата звернення 10.10.2024) (25)

21. Стрига Е. В. Комп’ютерний сленг у сучасній англійській мові: походження та функціонування. *Записки з Романо-Германської Філології*. 2014. Вип. 1 (32). С. 186–191.

22. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: монографія / під заг. ред. І. С. Шевченко. Харків: Константа, 2005. С. 233–236.

23. Шпига П. Міжнародна комунікація: обмін інформацією в умовах глобалізації. Київ, 2004. С. 94–96.

24. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації. Київ: Видавничий центр «Академія», 2010. 312 с.

25. Adler R. B., Elmhorst J. M. Fundamentals of Interpersonal Communication. 11th ed. Oxford University Press, 2016. 360 p.

26. Austin J. L. How to Do Things with Words. Harvard: University Press, 1981. 200 р.

27. Baker S., Green M. Communication in the Digital Age. London: Palgrave Macmillan, 2022. P. 34.

28. Beukelman D., Mirenda P. Augmentative and Alternative Communication: Supporting Children & Adults with Complex Communication Needs. 4th ed. Baltimore: Paul H. Brookes Publishing, 2013. 400 р.

29. Blommaert J. Discourse: A Critical Introduction. Cambridge: Cambridge University Press, 2005. 240 p.

30. Brown G., Yule G. Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 288 p.

31. Brown G., Yule G. Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 285 p.

32. Burgess J., Bruns A. Twitter Archives and the Challenges of ‘Big Social Data’ for Media and Communication Research. M/C Journal. 2012. URL: https://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/561 (дата звернення: 20.08.2024).

33. Chilton P. Security Metaphors: Cold War Discourse from Containment to Common House. New York: Peter Lang, 1996. Р. 21.

34. Corson D. Discourse and Power in Educational Organizations. Creskill, N.J.: Hampton Press, 1995. 223 p.

35. Fairclough N. Discourse and Social Change. London: Polity Press, 1992. 230 p.

36. Fairclough N. Interpretative Approaches to Discourse Analysis. Routledge Handbook of Discourse Analysis. Routledge, 2017. P. 43–60.

37. Fairclough N. Language and Power. London: Longman, 1989. Р.15.

38. Fairclough N. Media Discourse. London: Edward Arnold, 1995. 222 p.

39. Gee J. P. Social Linguistics and Literacies: Ideology in Discourses. London: The Falmer Press, 1990. 210 p.

40. Halliday M. A. An Introduction to Functional Grammar. London: Edward Arnold, 1994. 500 p.

41. Helgorsky F. Norme el Histoire. Le francais moderne. Paris, 1982. №1. P. 15–41.

42. Jones R. Messaging and Media: A Comprehensive Analysis. International Journal of Media Studies. 2019. Vol. 15, No. 1. P. 75–92. P. 89.

43. Katz J. E., Aakhus M. Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance. Cambridge University Press, 2020. P. 62.

44. Lake R. What Is Social Media for Small Businesses? Definition and Examples of Social Media. October 14, 2022. URL: https://www.thebalancemoney.com/what-is-social-media-2890301 (дата звернення 24.09.2024).

45. Leech G. Principles of Pragmatics. London and New York: Longman, 1983. 250 р.

46. Lifewire. What is social media? URL: https://www.lifewire.com/what-is-social-media-explaining-the-big-trend-3486616

47. Non-Verbal Communication. SkillsYouNeed. URL: https://www.skillsyouneed.com/ips/nonverbal-communication.html (дата звернення 21.09.2024).

48. Obar J. A., Wildman S. S. Social Media Definition and the Governance Challenge – An Introduction to the Special Issue. Telecommunications Policy. 2015. P. 745–750. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596115001172 (дата звернення: 23.08.2024).

49. Potapenko S. I., Sereda M. I. Modesty Idea in American Presidential Inaugurals: Explicit and Implicit Means of Expression. Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки. Книга 3 С. 132-136.

50. Rogers C. R., Farson R. Active Listening. McLeod S. J. (Ed.). The Counseling Psychologist Reader. 2015. P. 151–178.

51. Sampson G. School of Linguistics: Competition and Evaluation. London: Longman, 1980. 300 p.

52. Shiffrin D. Approaches to Discourse. Oxford: Cambridge University Press, 1994. 470 p.

53. Smith A. The Dynamics of Online Communication. New York: Routledge, 2020. P. 67.

54. Taylor C. How to Do a Critical Discourse Analysis. URL: https://www.wikihow.com/Do-a-Critical-Discourse-Analysis (дата звернення: 07.010.2024)

55. Thornton S. Explorations in Discourse Analysis. UK: Wiley-Blackwell, 2008. 182 p.

56. Van Dijk, Discourse as Social Interaction. London: Sage Publications, 1997. 277 p.

57. Walther J. B. The Role of Emotion in Computer-Mediated Communication. Journal of Communication. 2011. Vol. 61, No. 2. P. 151–169.

58. Willkomm A. C. Five Types of Communication. Drexel University, Goodwin College. URL: https://drexel.edu/graduatecollege/professional-development/blog/2018/July/Five-types-of-communication/ (дата звернення 06.11.2024).

59. Wilson T. Group Dynamics in Social Media: Impacts and Insights. Journal of Digital Communication. 2023. Vol. 12, No. 4. P. 10–25.

60. Wodak R. What CDA is about – a summary of its history, important concepts and its developments. Methods of Critical Discourse Analysis. London: Sage Publications, 2001. Р. 1–13.

61. Wood J. T. Communication in Our Lives. 3rd ed. Cengage Learning, 2015. 416 p.

# СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

62. Collins English Dictionary. URL: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english (дата звернення 01.12.2024).

63. The Britannica Dictionary. Communication. URL: https://www.britannica.com/dictionary/communication (дата звернення 08.10.2024).

# СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

64. Zelenskyy V., A new threat has emerged – the malign alliance between Russia and North Korea. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1848070416889434266> (дата звернення 11.10.2024)

65. Zelenskyy V., A Russian strike on Kherson, right in the city center. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1841037692500377647> (дата звернення 15.10.2024)

66. Zelenskyy V., As planned, today we are heading home after completing all the necessary talks. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1839734311177658861> (дата звернення 30.09.2024)

67. Zelenskyy V., For the first time, I held a meeting in a five-party format with the leaders of NATO’s Indo-Pacific partner countries. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1811436631204806999> (дата звернення 03.11.2024)

68. Zelenskyy V., I am grateful to His Majesty King Charles III of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland for today’s audience. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1813995396248883458> (дата звернення 18.11.2024)

69. Zelenskyy V., I had a meaningful meeting with the Secretary of State of the Holy See @TerzaLoggia, Cardinal Pietro Parolin. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1815737259171160071> (дата звернення 14.11.2024)

70. Zelenskyy V., In the Poltava region, I met with entrepreneurs and workers in the framework of the Made in Ukraine economic platform. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1817974833692688662> (дата звернення 28.09.2024)

71. Zelenskyy V., I had a meeting with representatives of the All-Ukrainian Council of Churches and Religious Organizations. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1824760490737717692> (дата звернення 08.11.2024)

72. Zelenskyy V., I am grateful to @Statsmin Mette Frederiksen for participating in the Peace Summit and for Denmark's active assistance in engaging the countries of the Global South in the Peace Formula implementation. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1802292150341660782> (дата звернення 12.09.2024)

73. Zelenskyy V., In the first half of September alone, Russian terrorists used over 640 «Shahed» drones against Ukrainian cities and villages. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1835603393789739156> (дата звернення 11.11.2024)

74. Zelenskyy V., It is entirely justified for Ukrainians to respond to Russian terror by any means necessary to stop it. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1830153715141001423> (дата звернення 13.10.2024)

75. Zelenskyy V., I truly appreciate that Italy is doing everything with us to implement the Peace Formula – all its points that are essential for peace in Ukraine to be the same kind of peace enjoyed by all those countries that already have it. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1832135314153848916> (дата звернення 24.10.2024)

76. Zelenskyy V., In Croatia, I met with Prime Minister of Albania @ediramaal. We discussed the implementation of the Peace Formula, preparations for the second Peace Summit, and Ukraine’s path to the EU and NATO. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1844097882288165120> (дата звернення 17.10.2024)

77. Zelenskyy V., In the coming days, our teams – government officials and diplomats – will engage in political consultations, while the military personnel will focus on filling the military aspects of the Victory Plan. *X.* URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1842629238827925651> (дата звернення 09.10.2024)

78. Zelenskyy V., Odesa. Together with the UK Secretary of State for Defence, we visited the hospital where sailors wounded in battles with Russian occupiers are being treated and spoke with these brave warriors. *X.* URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1810014370434560355> (дата звернення 26.11.2024)

79. Zelenskyy V., Our army has proven its modernity and strength, which are capable of establishing the desired peace in Ukraine. *X.* URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1817183500115550219> (дата звернення 02.10.2024)

80. Zelenskyy V., Last night, Ukrainian air defense forces destroyed more than 50 «Shaheds» in the Mykolaiv, Odesa, Kyiv, Cherkasy, Kirovohrad, Dnipropetrovsk, Sumy, Chernihiv, Poltava, Vinnytsia, Khmelnytskyi, Zaporizhzhia, Zhytomyr, and Kharkiv regions. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1842882534343942344> (дата звернення 13.10.2024)

81. Zelenskyy V., Our goal is to win back Ukraine’s right to life, to secure true justice for Ukraine, and to end this war with a reliable and fair peace for all of us. *X.* URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1847574760802095257> (дата звернення 28.09.2024)

82. Zelenskyy V., Today, I welcomed Norway's Foreign Minister, @EspenBarthEide. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1779920095378080061>

83. Zelenskyy V., Today I am in the Sumy region. I visited our wounded warriors who are recovering from their injuries. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1772998382279094356> (дата звернення 17.11.2024)

84. Zelenskyy V., Ukraine's National Guard was established ten years ago. And each of these years has been a time of unwavering courage for Ukraine, unwavering strength for the results it requires, and unwavering commitment to Ukraine. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1772524530600206605> (дата звернення 01.11.2024)

85. Zelenskyy V., The countries of the European area are gathering for the fourth time at the European Political Community Summit to discuss common issues and challenges. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1813862971036106758> (дата звернення 16.10.2024)

86. Zelenskyy V., Russia is once again terrorizing Kharkiv, striking civilian infrastructure and the city itself. As of now, there are over 30 wounded. All necessary forces have been deployed for the rescue operation. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1830218987952640390> (дата звернення 26.10.2024)

87. Zelenskyy V., Today, Russia struck Zaporizhzhia with aerial bombs. Ordinary residential buildings were damaged, and the entrance of one building was destroyed. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1840320904573702203> (дата звернення 09.10.2024)

88. Zelenskyy V., This week alone, Russians have used around 900 guided aerial bombs, over 40 missiles, and 400 strike drones of various types against Ukraine. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1845385148587459069> (дата звернення 15.11.2024)

89. Zelenskyy V., Today, I addressed the European Council meeting regarding our strategy to force Russia into real diplomacy and emphasized that European unity is also a weapon, one that ensures safety not only for Ukraine but for all European nations. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa> (дата звернення 07.10.2024)

90. Zelenskyy V., Today is the Day of the Territorial Defense Forces, honoring the warriors and units that, together with all components of Ukraine’s Defense and Security Forces, protect our country and our people. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1842820966495199703> (дата звернення 27.10.2024)

91. Zelenskyy V., Ukraine’s invitation to NATO will strengthen us diplomatically and bring us closer to a real and just peace. Ukraine deserves to become the 33rd member of NATO, and we will do everything to make that happen. *X.* URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1846994885087293506> (дата звернення 18.11.2024)

92. Zelenskyy V., Sumy. Russia hit one of the city's hospitals with «Shahed» drones. As of now, we know that 8 people have been killed. My condolences to their families and friends. Eleven others have been wounded, and 113 patients have been evacuated from the hospital. *X.* URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1839950168378028387> (дата звернення 20.10.2024)

93. Zelenskyy V., We extend our unwavering gratitude to the warriors, to the entire Ukrainian Defense and Security Forces, to everyone serving on the front lines, at combat posts, and on combat missions. *X.* URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1815318690776089010> (дата звернення 03.11.2024)

94. Zelenskyy V., We are preparing for the 25the Ramstein meeting on October 12, which will be the first to take place at the leaders’ level. We will present the Victory Plan – clear, concrete steps towards a just end to the war. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1842459391657677112> (дата звернення 19.11.2024)

95. Zelenskyy V., We extend our gratitude to everyone who is helping to defend our state, Europe, and the entire world. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1842459391657677112> (дата звернення 08.10.2024)

96. Zelenskyy V., We continue our work on sanctions – today, we applied two new sanctions packages. The first targets those who betrayed Ukraine, and the second focuses on Russia’s military production – those legal entities and individuals working to fuel terror. *X*. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1843706401325015378> (дата звернення 05.11.2024)

97. Zelenskyy V., We will present the Victory Plan—clear, concrete steps towards a just end to the war. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa/status/1842459391657677112> (дата звернення 10.11.2024)

# ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Рис. 1 Розподіл використання комунікативних стратегій Володимиром Зеленським у відсотках

ДОДАТОК Б

Рис. 2 Відсоток реалізації комунікативних стратегій через мовленнєві акти за Г. Почепцовим

ДОДАТОК В

Таблиця 1. Комунікативні стратегії та тактики

