УДК 811.161.2'276.6:32-051:324(477)
DOI https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2026.49.4

МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО ТА ПЕТРА ПОРОШЕНКА : КОМПАРАТИВНИЙ ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ КОНТЕКСТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ (НА МАТЕРІАЛАХ ДЕБАТІВ КАНДИДАТІВ У ПРЕЗИДЕНТИ)

THE LINGUISTIC PERSONALITY OF VOLODYMYR ZELENSKYY AND PETRO POROSHENKO: A COMPARATIVE LINGUOPRAGMATIC CONTEXTUAL ANALYSIS (BASED ON PRESIDENTIAL CANDIDATE DEBATES)

Ворчакова І.Є.,
orcid.org/0009-0004-4334-1793
кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри перекладу
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

У статті проведено компаративний аналіз двох мовних особистостей через виявлення стратегічних і тактичних комунікативних підходів до ведення політичної боротьби. На прикладі мовленнєвих практик кандидатів в президенти Володимира Зеленського та Петра Порошенка показано як може проявлятися мовна політична особистість в умовах прямої політичної дискусії. Нами було виділено різновиди стратегій дискредитації опонента, які були активно застосовані мовними особистостями Володимиром Зеленським та Петром Порошенком під час передвиборчих дебатів, які відбулися 19 квітня 2019 року. Такий варіативний підхід до аналізу мовних особистостей дав можливість зробити мовний портрет політичних діячів на лінгвопрагматичному рівні в агональному жанрі. Іллокутивною особливістю стратегій дискредитації опонента є критика позицій, діяльності та поведінки суперника за допомогою сукупності індивідуально дібраних мовленнєвих тактик. Обидва кандидати в президенти реалізували набір конфронтаційних тактик, серед яких найбільш домінантними були тактики обвинувачення, докору, викриття, образи, критики, насмішки та іронії. Усі ці тактики досягалися Петром Порошенком та Володимиром Зеленським за допомогою таких стилістичних прийомів, як риторичні запитання, порівняння, метафори, антитеза та контрастний паралелізм. Порівняльний аналіз двох вищезгаданих мовленнєвих постатей показав, що обидва кандидата добре володіють ораторським мистецтвом. В риториці Петра Порошенка прослідковувалася позиція досвідченого політичного діяча, виваженість в висловлюваннях, активне застосування ідеологічної політичної термінології та військової лексики. Володимир Зеленський показав аналітико-конструктивний спосіб мислення, вербальну динамічну гнучкість, експресивну лексичну забарвленість та імпровізаційність у висловлюваннях. Встановлено відмінності у способах використання засобів переконання й емоційного впливу на авдиторію двох державних діячів в умовах публічного політичного протистояння. Доведено, що мовні особистості Володимира Зеленського та Петра Порошенка репрезентують різні ідеостилі та типи політичної комунікації, які сформовані їхнім соціальним досвідом, публічними ролями та індивідуальними стилями мовлення.

Ключові слова: мовна особистість, політичний дискурс, мовленнєві тактики, портрет мовної особистості політика.

The article presents a comparative analysis of two linguistic personalities by identifying the strategic and tactical communicative approaches they employed in their political contest. Using the speech practices of presidential candidates Volodymyr Zelenskyy and Petro Poroshenko as examples, the study demonstrates how a political linguistic personality manifests itself during a direct political debate. We identified various strategies for discrediting an opponent that were actively employed by Zelenskyy and Poroshenko during the election debates held on April 19, 2019. This multifaceted approach to analyzing linguistic personalities made it possible to construct a linguistic profile of these political figures at the linguo-pragmatic level within the context of an adversarial genre. The illocutionary essence of strategies aimed at discrediting an opponent lies in criticizing the rival's positions, actions, and behavior through a combination of individually selected speech tactics. Both presidential candidates employed a range of confrontational tactics, the most dominant being accusation, reproach, exposure, insult, criticism, mockery, and irony. Both Poroshenko and Zelenskyy executed these tactics using stylistic devices such as rhetorical questions, comparisons, metaphors, antithesis, and contrastive parallelism. A comparative analysis of these two figures revealed that both candidates possess strong oratorical skills. Petro Poroshenko's rhetoric reflected the stance of an experienced politician, characterized by measured statements and the active use of ideological political terminology and military vocabulary. Volodymyr Zelenskyy demonstrated an analytical and constructive mindset, dynamic verbal flexibility, expressive vocabulary, and an improvisational quality in his statements. Differences were identified in how the two statesmen employed means of persuasion and emotional appeal to the audience during a public political confrontation. It was established that the linguistic personalities of Volodymyr Zelenskyy and Petro Poroshenko represent distinct ideostyles and types of political communication, shaped by their social experiences, public roles, and individual speech styles.

Key words: linguistic personality, political discourse, speech tactics, profile of a politician's linguistic personality.

Постановка проблеми. Для сучасного стану лінгвістичних досліджень актуальною є сфера політичної комунікації та роль особистості в таких процесах. Синтетичність наукових підходів дає можливість вивчати особистість в лінгвопарадигмальному політичному вимірі. Аналіз мовної особистості в політичному дискурсі дозволяє вивчити динаміку та оцінити вплив мовних стратегій на політичні процеси та суспільну свідомість. В рамках лінгвоперсонології, дослідження будь-якої мовної особистості політика та його публічних виступів, ставить перед сучасними науковцями спектр завдань: виявити стратегічні когнітивні цілі, систему комунікативних прийомів, механізми впливу на аудиторію, лексичні та стилістичні особливості виступів, що формують унікальний стиль мовлення політика.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтердисциплінарний підхід до вивчення мовної особистості політика, який застосований нами у парадигмі синтезу стратегічних інтенцій та тактичних прийомів у мовленнєвій поведінці політиків, дозволив нам вивчити наукові доробки, що торкаються певних сторін цього предметного дослідницького поля. Відтак, окремими аспектами вивчення мовної поведінки Володимира Зеленського за часів його президентства займається обмежене коло вчених, серед яких можемо виділити В. Андрійко, Л. Гастинщикову, Л. Завальську, О. Полякову, С. Потапенка, А. Щербину. Мовні особливості промов Петра Порошенка піднімаються в працях Н. Романишина, А. Гузан, О. Дзикович, Ю. Гайдаєнко. Загалом, комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі вивчають такі дослідники як С. Альбота, Т. Ананко, О. Герасименко, І. Горохова, Р. Дайоглу, А. Додар, Н. Дяченко, М. Мозер, Н. Мужеляк, В. Халін. Питаннями стратегії дискредитації займалися О. Гуз, В. Кучинська, А. Скорофатова. Ми вирішили розширити вивчення предметного поля стратегій дискредитації опонента в політичному дискурсі. На прикладі мовленнєвих практик кандидатів в президенти Володимира Зеленського та Петра Порошенка ми показали як проявляється мовна особистість в умовах прямої політичної дискусії.

Постановка завдання і методологія. Сьогодні вивчення мовної особистості в рамках політичного дискурсу є релевантним і багатогранним завданням, для вирішення якого нам необхідне здійснення лінгвістичного аналізу публічних виступів політичних діячів. В цьому контексті нашою науковою задачею є вивчення стилістичних прийомів та лінгвістичних концептів, які застосовують політики задля створення неповторного ідеостилю з унікальними мовленнєвими особливостями мовної поведінки. Для вирішення цього завдання здійснено компаративний лінгвопрагматичний аналіз виступів на передвиборчих дебатах кандидатів у президенти Володимира Зеленського та Петра Порошенка. Відповідно, **матеріалом** для такого наукового підходу було обрано дебати, які відбулися між вищезгаданими кандидатами 19 квітня 2019 року (проаналізовано 4033 слова, які склали 275 речень).

Методологічною основою цієї роботи став лінгвістичний аналіз мовних особистей політиків в дискурсному жанрі політичних дебатів. На етапі збору мовного матеріалу був використаний метод спостереження, який дав можливість визначитися з основними домінантними стилістичними особливостями, які застосували кандидати в президенти Володимир Зеленський та Петро Порошенко під час дебатів. Корпаративний аналіз риторичних аспектів мовлення цих двох особистостей дозволив виявити подібності та відмінності у їх комунікативній поведінці. За допомогою методу диференціації вдалося розробити види стратегії дискредитації, що зумовило вивчення тактик комунікативного впливу на опонента. Відповідно, **метою** цього дослідження є виявлення комунікативних індивідуальних особливостей мовних особистостей Володимира Зеленського та Петра Порошенка та змоделювання мовного портрету згаданих політичних діячів.

Виклад основного матеріалу. Здебільшого політичні дебати це один з механізмів завоювання влади за допомогою стратегій дискредитації опонента в різних його проявах та з різними комунікативними тактиками реалізації. Такий вид агональної дискусії дає можливість створити портрет мовної особистості політика, вивчивши його мовну когнітивну поведінку в стресових непередбачуваних ситуаціях в умовах риторичних політичних протистоянь. «Дебати стають простором для використання стратегій, спрямованих на підсвідомі реакції виборців, і можуть бути ефективнішими за логічні аргументи в умовах напруженої політичної боротьби» [1, с. 98].

Класичною стратегією вербальних протистоянь під час політичних дебатів є стратегія дискредитації опонента, під якою ми будемо розуміти набір мовленнєвих, стилістичних, риторичних, когнітивних прийомів та тактик, які використовують ритори задля критики діяльності опонента з метою підриву авторитету суперника та демонізації його публічної поведінки.

«Популярність згаданої стратегії у сучасній політичній комунікації насамперед викликана тим, що створення позитивного образу «своїх» через обмову «чужих» вважається традиційним прийомом, котрий дозволяє досягнути бажаних результатів у напруженому політичному протистоянні» [2, с. 81].

Домінантною в політичній риториці в агональному жанрі, здебільшого під час дебатів, є **стратегія протиставлення себе опоненту**, яка реалізується політиками за допомогою тактики семантичної поляризації (власна поведінка висвітлюється в позитивному ракурсі, поведінка опонента в негативному). Ця тактика чітко прослідковується в промові Володимира Зеленського: «*Я не політик. Я просто людина, проста людина, яка прийшла зламати цю систему. Я – результат, Петре Олексійовичу, ваших помилок і обіцянок*».

Стратегія протиставлення себе опоненту синкретизується зі **стратегією формування власного позитивного образу (гомеостазу) через дискредитацію опонента**: «*не може війну із російським агресором вести актор, талановита людина, але без будь-якого досвіду. Ціна, яку заплатять десятки мільйонів українців, може бути дуже-дуже великою. І, шановні мої виборці, я дякую сьогодні, що ви з нами*». Цими словами Петро Порошенко підкреслює свій значний політичний досвід, необхідний лідеру при владі. Стратегію формування власного позитивного образу через дискредитацію опонента також реалізує і Володимир Зеленський за допомогою симбіозу стилістичних прийомів – антитези та контрастного паралелізму: «*Ми з вами голосували за одного Порошенка, а обрали іншого. Це правда. Бо існує два Порошенка. Перший – прекрасний оратор, спеціаліст, фінансист, економіст, у всьому знається. Він зазвичай з'являється тоді, коли є камери. Але коли камери вимикаються з'являється інший Петро, другий. Перший Петро Порошенко на Михайлівській площі кричить: "Путін, я тобі покажу". А другий тихенько паном Медведчуком передає "прівєтікі" в Москву. Перший каже, що в платіжках за комуналку буде мінус, а другий тихенько робить "Роттердам+". Перший каже: "Я відкриваю школу", а другий постійно тихенько відкриває магазини Roshen. Перший відкриває аж 12 кілометрів нової дороги, а другий закриває справу Насірова. Перший Петро Порошенко каже: "Я бізнес передав у сліпий траст", а другий збільшує свої статки за рік у 82 рази*».

Свою промову Володимир Зеленський одразу почав із синтезу політичних стратегій : стратегія визнання власних помилок через дискредитацію опонента узгоджувалася зі стратегією ідентифікації себе з народом.

Стратегія визнання власних помилок через дискредитацію опонента реалізована В. Зеленським за допомогою тактики вживання повторюваних предикативних конструкцій з вживанням лексеми «помилятися»: «*я помилився. Ми помилилися*»; «*Я вам поясню, чому ми помилилися*»

Задля зниження рівня довіри до політичного опонента та послаблення його переконливості в очах аудиторії **стратегія дискредитації опонента** часто реалізовується політиками і **через звинувачення у брехні**. В. Зеленський реалізував цю стратегію через використання складного безсполучникового речення: «*Про що ви зараз говорите, ви знов брешете*». Цим висловлюванням він поєднав повідомлення про мовленнєву дію опонента («ви говорите») з категоричним оцінним твердженням щодо цієї дії («ви брешете»). Дієслово «брешете» має виразне негативне конотативне значення та безпосередньо ставить під сумнів правдивість висловлювань опонента. До того ж В. Зеленський звинуватив в дезінформації щодо себе з боку опонента і дискредитував його в одному реченні: «*Я не був у Росії з початку війни, і це брехня знову*». Це висловлювання має категоричний, конфронтаційний характер. Лексема «брехня» є виразним емоційно-оцінним стилістичним маркером. У відповідь П. Порошенко використовує гіперболізоване категоричне речення: «*Абсолютно все, що каже пане Володимире, є брехня і не відповідає дійсності*». Градаційне посилення негативної оцінки «*абсолютно все*» → «*є брехня*» → «*не відповідає дійсності*» забезпечує демонстрацію зневаги і недовіри, яка поширюється на всі висловлювання опонента.

Обидва політики в своїх промовах використали **стратегію самопрезентації через ідентифікацію себе з народом** на контрасті стилістичної опозиції «свої-чужі». Кожен прагнув показати потенційному виборцю, що саме він є частиною народу і не має відношення до негативної поведінки і діяльності «негідного опонента». Володимиром Зеленським така стратегія реалізована через низьку тактик: 1) ототожнення себе з народом.... «*Я не політик. Я просто людина, проста людина*»; 2) солідаризації з народом – Зеленський задає провокаційні питання опоненту начебто від народу: «*Як так вийшло, що Україна майже найбідніша країна за найбагатшого президента за всю історію? Чому підпалювачів*

магазину Roshen знайшли за 4 години, а підпалювачів військових складів і підривників автомобіля Шеремета не можуть знайти кілька років?» тощо; 3) єднання себе з народом, використовуючи особовий займенник першої особи множини «ми». «В. Зеленський майже не вживає займенника «я». Він постійно промовляє від імені народу, нації» [3, с. 201]. Таким способом він підкреслює не тільки єднання з народом, а й колективну відповідальність, підсилюючи ефект саморефлексії і підштовхуючи до виправлення помилок (обрання не того президента). Володимир Зеленський в одному уривку використовує тактику анафоричний риторичний повтор за допомогою синтаксичної конструкції *«Чи могли б ми тоді уявити»* (використано в чотирьох реченнях підряд). В свою чергу Петро Порошенко на початку своєї промови особовий займенник *«ми»* використовує тільки в контексті своєї команди, а здебільшого виголошував займенник *«я»*. В подальшому, відповідаючи на питання опонента говорить з анафоричною організацією тексту: «***Ми, українці,*** *зберегли державу.* ***Ми, українці,*** *зберегли і створили міжнародну солідарність на підтримку України.* ***Ми, українці****, зробили прорив в Європейський союз.* ***Ми, українці,*** *замістили втрачені ринки Росії поглибленою та всеохоплювальною зоною вільної торгівлі з ЄС»*. Петро Порошенко ідентифікує себе з народом і за допомогою чітко вираженої військової лексики з активними модальними анафоричними концептами: *«Перше, що стоїть перед нашою державою – це є потреба миру.* ***Ми маємо закінчити війну****. І* ***війну маємо закінчити****, забезпечивши відсіч російському агресору. Бо не в Києві, як каже Зеленський, лежить ключ від війни, і не на колінах треба повзти до Путіна, щоб захистити державу****, нам треба*** *будувати армію, продовжувати її будівництво,* ***нам треба*** *державу і фундамент державності,* ***нам треба*** *захищати мову,* ***нам треба*** *боронити Україну, нашу націю»*.

Активною в політичних дебатах була **стратегія концентрації уваги адресата** реалізована за допомогою вступних комунікативних метаконструкцій. У цьому аспекті Володимир Зеленський застосував наступні дискурсивні маркери: *«Ви знаєте,», «Що найцікавіше,», «Скажу вам відверто», «Я вам поясню»*. Такий модально-оцінний характер побудови речення посилює емоційність та експресивність висловлювання. В свою чергу Петро Порошенко використовує вступну формулу: *«Я наголошую,»*. Обидва мовця реалізували тактику асертивності через категоричні декларативні конструкції та впевнені модальні маркери: *«Я готовий»* (3 повторення), *«Мені відомо»*, *«Це правда»* (4 повторення) (В. Зеленський), *«Я впевнений»*, *«Я наголошую»* (4 повторення) (П. Порошенко).

Володимир Зеленський скористався раніше набутими професійними навичками і застосовував **стратегію іронічної стилізації**: 1) відповідаючи на образи опонента на свою адресу через метафоричну алюзію: «*Ви зараз кажете, що я обгортка. Я розумію, що ви дуже гарно розумієтеся в обгортках.* ***Ви назвали мене обгорткою, ви ж в цьому професіонал***»; 2) через навмисну деформацію слова, наприклад, застосовуючи демінутив: *«прівєтікі»*.

Стратегія причетності опонента до корупції та лобіюванні олігархічних інтересів була реалізована Зеленським через стилістичний засіб непрямого натяку – алюзію: *«Роттердам+»* (натяк на скандальну формулу ціноутворення на вугілля для теплоелектростанцій, що діяла в Україні з 2016 до 2019 року за часів правління Порошенка); *«справа Насірова»* (натяк на один із найгучніших антикорупційних кейсів епохи Порошенка); *«Карпатські ліса»* (натяк на несанкціоновані масштабні вирубки лісів в Українських Карпатах під час президентства Порошенка). Порошенко також застосовує тактику алюзії, натякаючи на олігархічні проєкти Коломойського та причетності Зеленського до нього: *«І в мене тоді запитання до пана Зеленського: а скажіть, будь ласка, коли* ***ваш партнер****, який обікрав Україну, маючи обґрунтовані підозри правоохоронних органів України та світу, на 30 мільярдів в* ***"Укрнафті"****, вивівши 160 мільярдів з* ***"ПриватБанку"*** *коштів вкладників, а ще 41 мільйон доларів з рахунків "ПриватБанку" заплатив вам особисто, на ваші таємні офшорні рахунки»*

Тактика алюзивного натяку застосовується Зеленським і в **стратегії звинувачень у причетності опонента до кримінальних справ**: *«Чому підпалювачів магазину Roshen знайшли за 4 години, а підпалювачів військових складів і підривників* ***автомобіля Шеремета*** *не можуть знайти кілька років?* (натяк на причасність Порошенко до вбивства журналіста Павла Шеремета, який загинув 20 липня 2016 року в Києві внаслідок вибуху автомобіля). *Як ви спите вночі? Чому ніхто не сидить за* ***Іловайськ та Дебальцеве****?»* (натяк на відповідальність Порошенка за найтрагічніші події початку російсько-української війни на Донбасі).

Однак, не дивлячись на чітко виражений конфронтаційний стиль висловлювань і Порошенко

і Зеленського, «обидва кандидати дотримуються принципу ввічливості під час спілкування, навіть у ситуації взаємних звинувачень. Діалогічність проявляється і у переповідному, непрямому мовленні та прямій мові, напр.: «*Я вам хочу нагадати момент, коли ви мене запросили на Банкову. Я приїхав на Банкову, а ви мені сказали: «Вово, навіщо тобі це треба? Це дуже складно. Ти не будеш бачити своїх дітей, не будеш бачити дружину, будеш менше заробляти. Одне запитання: навіщо ви всі туди лізете?»*. Тут вживання прямої мови Зеленським слугує доказом попереднього спілкування і вказує на інтимізацію розповіді, а також підкреслює зневажливе ставлення опонента до мовця» [4, с. 311].

Експресивного забарвлення висловлюванням обох політиків надає використання ними стилістичних та синтаксичних засобів, зокрема, риторичного запитання та метафор. «Риторичні запитання, як правило, не потребують відповіді, але вони спонукають аудиторію замислитися над проблемою та підтримують емоційне напруження в промові» [5, с. 576]. І Володимир Зеленський і Петро Порошенко використовують риторичні запитання, щоб акцентувати увагу на важливих моральних і політичних дилемах, як у випадку з питаннями: «*Де в цей час були ви? У Росії? Де в цей час були ви? Розкрадали і отримували кошти з бюджету? Знущалися або вибачались перед Кадировим*?» (П. Порошенко), «*Що стосується реформи, скажіть мені, будь ласка, якщо ліків якісних немає, якщо доступних цін на ліки немає, якщо нормальних умов в лікарнях немає, якщо нормальних зарплат у лікарів немає, яка це... реформа*?» (В. Зеленський).

Головною метою використання метафори політиками в політичних промовах є зміна уявлень реципієнта про політичну дійсність, «підкреслюючи певні якості предмету чи особливості стану речей таким чином, щоб інші якості чи особливості зробити менш помітними» [6, с. 40]. Петро Порошенко показав високий рівень ораторської майстерності, застосувавши метафору, яку модифікував з метафори, яку виголосив раніше Володимир Зеленський*: «Але пане Володимире, ви самі сказали, що ви – кіт в мішку,* ***так ви не кіт в мішку, ви – мішок, а у вашому мішку сьогодні чорти і коти****, включно з олігархами, колишніми регіоналами і всім тим, що загрожує моїй державі, і ми вас не допустимо до влади».* В свою чергу Зеленський відповів на цей експресив ще однією метафорою: *«З приводу кота в мішку – краще бути котом в мішку, ніж вовком у шкурі вівці».* Така компарація метафоризаціїї мовлення двох риторів, показала, що обох опонентів можна охарактеризувати як мовних особистостей з індивідуально-авторським, асоціативним та лінгвокреативним стилем мислення.

Висновки. Аналіз варіативних дискредитаційних комунікативних стратегій (різновиди яких були запропоновані нами), застосованих опонентами під час передвиборчих президентських дебатів, дав змогу сформулювати такі наукові узагальнення.

Аналіз варіативних дискредитаційних комунікативних стратегій (різновиди яких були запропоновані нами), які затосовані опонентами під час передвиборчих президентських дебатів дав можливість зробити наступні наукові узагальнення. Мовну особистість Петра Порошенка схарактеризуємо як особистість з високим рівнем політичної комунікативної компетентності, стратегічністю мовлення та здатністю використовувати усталені політичні фрейми і наративи. Здебільшого він оперував фактами, часто використовував національно-ідеологічну та військово-політичну лексику, тим самим продемонстрував значний досвід його роботи як політичного та державного лідера. Не поступався Петро Порошенко і Володимиру Зеленському у віртуозності висловлювань на адресу опонента, активно використовуючи такі синтаксичні прийоми як анафора, антитеза, градація, риторичне звернення та такі лексичні тропи як метафора, порівняння, гіпербола, алюзія. Своєю чергою, Володимир Зеленський продемонстрував оперативність когнітивних процесів і вербальну мобільність. Гнучкість мислення та швидкість мовленнєвої реакції останнього особливо була виявлена під час застосування метафор та риторичних запитань. Тактика поєднання стилістичних прийомів антитези та контрастного паралелізму реалізована В. Зеленським показала вміння мовця робити висловлювання максимально виразними через зіставлення протилежних образів у паралельних синтаксичних конструкціях.

Відтак доходимо висновку, що мовні особистості Володимира Зеленського та Петра Порошенка репрезентують різні ідеостилі та типи політичної комунікації, сформовані під впливом їхнього соціального досвіду, публічних ролей та індивідуальних особливостей мовлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Калашлінська М. В. Аналіз політичних дебатів в контексті поведінкової теорії політики. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Сер.: Політичні науки. 2024. № 9. С. 95–100. DOI: https://doi.org/10.31558/2617-0248.2024.9.15

2. Гуз О. Стратегія дискредитації і засоби її реалізації у політичному медіадискурсі (на матеріалі передвиборчих виступів кандидатів у президенти Ніколя Саркозі і Франсуа Олланда). *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія «Філологічна»* 2015. Вип.53. С. 79–89. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/4298.

3. Соловйова Т., Колоїз Ж. Комунікативні стратегії та тактики впливу в сучасному міжнародному політичному дискурсі: стратегія самопрезентації. Folium. 2026. N 8. С. 197–203. DOI: https://doi.org/10.32782/folium/2026.8.24.

4. Кондратенко Н. Дебати так дебати, або комунікативна поведінка українських політиків у передвиборчих перегонах. *Записки з українського мовознавства*. 2025. Вип. 32. с. 306–317. DOI: https://doi.org/10.18524/2414-0627.2025.32.337367

5. Шумська І. Лінгвостилістичні особливості політичних промов В. Зеленського. *Вісник науки і освіти*. 2024. № 9(27). С. 569-581. DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-9(27)-569-581.

6. Васільєва А. А. Метафора у сфері сучасної англійської політичної комунікації: перекладацький аспект (на матеріалі передвиборчих промов політиків США) : кваліфікаційна робота магістра спец. 035 «Філологія», освіт.-проф. програма 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська». Полтава, 2020. 106 с.

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 24.09.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 06.11.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 24.11.2026