

**ЛІНГВОКОМУНІКАТИВНИЙ АНАЛІЗ МОВЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА  
БОРИСА ДЖОНСОНА У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Завдяки вільному доступу до інтернету, відбулася трансформація комунікативного простору, яка змінила мову, що є головним засобом спілкування між людьми. Все частіше соціальні мережі використовуються політичними інститутами, а це обумовлює зміну політичного спілкування у зв'язку з роботою на відносно новій арені. Такий вид комунікації має низку переваг починаючи від доступності та можливості зворотного зв'язку закінчуючи тим фактом, що на відміну від ЗМІ інтернет простір у більшості держав світу залишається вільним від цензури. Відтак, політичні лідери надають перевагу саме інтернет-комунікації, оскільки вірно підібрані лінгвістичні засоби мають безпосередній вплив на поведінку виборців. М. Кастельс стверджує, що сучасні комунікаційні технології є найбільш значущим чинником у створенні нового суспільного укладу. Посилення нових засобів інформації приводить до того, що лідерство стає персоналізованим, а шлях до влади лежить через створення віртуального іміджу через низку комунікативних ролей, які виконує конкретний представник політичної партії [2, с. 166].

Значна кількість наукових робіт, як вітчизняних так і зарубіжних науковців, а саме: Ф.С. Бацевича, Чорної О.О., Т. Дейка, Й. А. Стерніна, Е.Б. Гідденс та інших, у сферах комунікативної лінгвістики, культурології, філології присвячена дослідженню суті поняття «комунікації у соціальних мережах», у яких намагаються пояснити особливості формування комунікативного іміджу політика відносно функціональності його комунікативних ролей. Актуальність цієї статті полягає у необхідності дослідження особливостей політичного дискурсу на основі постів та промов у соціальних мережах для виявлення різноманітних комунікативних ролей та їх прямиї вплив на думку виборців.

Мета статті полягає у виявленні комунікативних ролей, яких набуває політичний лідер Борис Джонсон у процесі політичної комунікації у соціальних мережах. Відповідно до мети поставлено такі завдання дослідження: розкрити зв'язок між політичним впливом урядовців на думку виборців за допомогою соціальних мереж; проаналізувати промови та пости Бориса Джонсона, щоб виявити комунікативні ролі політичного лідера у комунікації; описати особливості функціонування лексичних та граматичних засобів у висловленнях політика на прикладі його промов.

Проаналізувавши праці Дж. Несбіт і П. Ебурдін, можна стверджувати, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології істотним чином підтримують і розвивають демократичні процеси навіть в умовах авторитарних систем. Так як, інтернет простір розширив могутність особистості, громадяни можуть більш ефективно стежити за діями своїх урядів, ніж уряди можуть стежити за діями громадян. Вони прогнозують те, що в міру розвитку інформаційно-комунікаційних технологій сучасне суспільство перейде від представницької демократії до демократії співучасті, у рамках якої найважливіші рішення, що стосуються життя громадян, співпереживатимуться в інтерактивному режимі шляхом залучення до обговорення і прийняття рішень широким верством населення [2, с. 166-167].

Втілення політичної влади напряму пов'язане з умінням «грати» певну роль, яку потребує суспільство. О.О. Чорна висуває своє тлумачення комунікативної ролі політичного лідера і пояснює її як «ментальний образ, який адресант прагне створити у свідомості адресатів у процесі комунікації, дотримуючись прийнятих в суспільстві стереотипів вербальної / невербальної поведінки чи довільно обираючи / конструюючи моделі здійснення останньої за допомогою мовних та комунікативних ресурсів» [3, с. 34]. У сучасному мовознавстві не виокремлюють єдиної типології комунікативних ролей, оскільки це залежить від індивідуальних особливостей кожного політичного лідера.

Матеріалом лінгвокомунікативного дослідження мовлення політичного лідера держави стали промови чинного прем'єр-міністра Великої Британії Бориса Джонсона. Як свідчать

результати проведеного аналізу, існує певне ядро комунікативних ролей, які відзначаються високою частотністю використання в мовленні усіх чи переважної більшості політичних лідерів. Нами було виокремлено такі комунікативні ролі, які набуває Борис Джонсон у процесі комунікації зі своїми громадянами: є Компетентний керівник, Захисник, Відповідальний, Патріот, Лідер-що-єднає.

Для виокремлення тої чи іншої комунікативної ролі, зосереджували свою увагу на лексико-семантичних та граматичні засобах, які політичний лідер використовував у своїх політичних промовах. Лексичний рівень аналізу політичних промов характеризується широким спектром лексичних одиниць, які мають на меті підкреслити його маніпулятивну, аргументовану та кооперативну манеру мовлення. Це стосується в першу чергу ролі Лідера, так як політичні промови прем'єр міністра часто складаються з фраз «We are going to.../We will do a new deal...». Стилiстично доцiльними в аспекті маніпуляції виборцем виступають гіпербола, порівняння, метафора, протиставлення та іронія, якою відрізняється Борис Джонсон від інших політичних лідерів.

*e.g. (1) «...London, a wonderful city, where by the way it is **not raining 94 per cent of the time**»*

*(2) «My chances of being PM are about as good as the chances of finding Elvis on Mars, or my being reincarnated as an olive.»*

*(3) «It's absolutely wonderful to be here in Manchester – one of the few great British cities I have yet to insult.»*

Джонсон використовує іронію як запобіжний захід. У цьому вислові оратор одягає іронічну маску грубої людини та поведінки, якою не соромиться образити інших. Він дотримується принципу «краще визнати, ніж заперечити», який допомагає зупинити можливі гiркi зауваження опонентiв. Він використовує самоіронію, що є типово для британської культури.

Що стосується аргументації комунікативної ролі Компетентного керівника, політик завжди опирається на точні факти та події. Конфронтацію та маніпуляцію можна помітити при аналізі промов, що стосуються Брекзиту.

*e.g. (4) «The trade talks are over: the EU have effectively ended them by saying that they do not want to change their negotiating position. Only if the EU fundamentally changes its position, will it be worth talking».*

Техніку кооперації та заклику до дій можемо спостерігати у зв'язку з подіями, які стосуються пандемії. У наступних прикладах спостерігаємо також комунікативну роль Захисника, адже політик акцентує увагу на те, що його робота – це впершу чергу захистити народ та служити йому апелюючи до базових потреб людини.

*e.g. (5) «...my job is to serve you, the people. Because if there is one point we politicians need to remember, it is that the people are our bosses».*

*(6) «My job is to protect you or your parents or grandparents from the fear of having to sell your home to pay for the costs of care».*

*(7) «So let us begin work now to create free ports that will drive growth and thousands of high-skilled jobs in left-behind areas».*

*(8) «And as we prepare for a post-Brexit future, it is time we looked not at the risks but at the opportunities that are upon us».*

*(9) «Now is the time to take action because there is no alternative. From Thursday, until the start of December, you must stay at home».*

Борис Джонсон, як політичний лідер на власному прикладі у період пандемії показував народові як важливо дотримуватись правил ізоляції, та поважати медичний персонал, що викликало підтримку народу. Усе це вказує на актуалізації комунікативної ролі Відповідальний:

*e.g. (10) «I'm working from home and self-isolating, and that's entirely the right thing to do».*

*(11) «I was at a hospital the other night where I think there were actually a few coronavirus patients and I shook hands with everybody, you'll be pleased to know, and I continue to shake hands».*

Акцентуючи увагу на величності країни та на світлому майбутньому він також виступає у ролі Патріота.

*e.g. (12) «This is going to be a fantastic year for Britain».*

*(13) «We believe in Global Britain as a proud independent and outward-looking country, and next year we will lead the world in the G7, and at the cop 26 summit in Glasgow, with three great campaigns to bring the world together – to heal the world, tackling the virus, tackling climate change, and global free trade».*

Отже, явище яке стосується комунікативних ролей і засобів їх реалізації на просторах соціальних мереж, є важливим аспектом аналізу політичного мовлення і перебуває у процесі вивчення. Політик повинен брати на себе одразу ж кілька ролей, для того щоб мати вплив як на різного типу виборців, такі і на своїх опонентів. Дослідивши промови Бориса Джонсона можна стверджувати, що прем'єр-міністр найчастіше набуває комунікативних ролей Лідера, Патріота і Захисника. У його мовленні часто повторюються фрази пов'язанні із турботою про свій народ та готовністю діяти. Більш радикально політик налаштований на рахунок питань пов'язаних з Брекзитом, що показує його чітку позицію відносно опонентів.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич. Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
2. Володенков С.В. Теория коммуникации Х. А. Инниса и современные информационно-коммуникационные технологии: политологический анализ. Социально-политические науки. 2011. №1. С.166-167.
3. Чорна О.О. Комунікативний імідж президента: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. 300 с.
4. Van Dijk T. A. Ideology. A Multidisciplinary London. SAGE Publications. Thousand Oaks, 1998. 390 p.

**Крокмальна Маріяна**  
**Науковий керівник – викл. Шууж Ірина**

## ТРУДНОЩІ У НАВЧАННІ АУДІЮВАННЯ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ ТА ЗАСОБИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Вивчення іноземної мови вимагає залученню великого спектру мовленнєвих діяльностей та навичок. Тому аудіювання, як один із видів мовленнєвих навичок вимагає уваги. Під час його навчання виникають труднощі, які вчитель та учень має подолати. Багато науковців кожного року досліджують дане явище в сукупності з іншими видами мовленнєвої діяльності (говоріння, читання та письмо). На відмінно від інших видів, аудіювання довгий час вважалося пасивним видом мовленнєвої діяльності, тому що це процес який зовнішньо не виражається. Усе це зумовлює актуальність дослідження навчання аудіювання для підвищення його ефективності та спрогнозувати можливі труднощі та знайти доцільні засоби їх подолання.

Мета статті полягає в дослідженні основних видів труднощів при формуванні фонетичної компетенції на уроках іноземної мови та розкриття шляхів їх подолання. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: описати основні труднощі з якими стикається вчитель та учні у навчанні аудіювання та визначити шляхи подолання цих труднощів.

Коли вчитель проводить аудіювання аудіозапису, учні стикаються з великими труднощами, тому що вони не мають зорового контакту з «speaker» та в автентичних записках переважно говорить незвичним голосом, вимовою для учнів. Однак для полегшення сприймання аудіотексту, відсутність незнайомих слів чи граматичних форм допоможуть в цьому. Використання, навпаки, забагато незнайомої лексики чи граматичних явищ однозначно спантеличить учня та завадить йому добре зрозуміти текст. Не зрозумівши тексту, в учня втрачається мотивація до навчання [6, с. 146].

Тому в початковій школі для ефективного формування аудитивної компетентності слід використовувати малюнки чи якісь умовні позначення. Вони будуть слугувати для школярів