

УДК 81'42'44'808:811.111/161.2
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/47-2-18>

Анна ЛЯШУК,
orcid.org/0000-0003-3186-5755
кандидат філологічних наук, доцент,
докторант
Навчально-наукового інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(Київ, Україна) annaliashuk84@gmail.com

КОГНІТИВНО-РИТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АВСТРАЛІЙСЬКОГО ПОЛІТИКА

У статті проаналізовано когнітивно-риторичні особливості комунікативної поведінки чинного прем'єр-міністра Австралії Скотта Моррісона. Високий рівень сформованості комунікативної компетентності як однієї із складових частин такої поведінки дає змогу політичному лідеру переконувати, вступати в контакт з опонентом та аудиторією, аргументувати та відстоювати свою позицію. Ефективне використання мовних засобів є зброєю та інструментом для руху по політичних сходах та утримання влади. Індивідуальні риси характеру Скотта Моррісона, його комунікабельність, гнучкість, вміння легко пристосовуватися до інших та до нових обставин роблять його успішним політичним лідером-популістом, який виробив упізнану комунікативну поведінку і під тиском складних політичних умов розробив свій фірмовий риторичний стиль, який умовно називаємо «плаваючий». У кризовій риториці політик бере на себе комунікативну роль досить нетерпимої до незручних запитань «людини з вулиці» (*the cap-wearing suburban everyman*), що створює певну войовничість комунікації. Політичний лідер успішно використовує риторичну стратегію ухилення від відповідальності, яка реалізується через тактики стримування питань, відкидання запитань, затягування відповіді, уникання прямої відповіді та переривання комунікації. Проте аналіз емпіричного матеріалу показав, що комунікативна поведінка політика кінця 2021 року змінена у повній відповідності до очікувань своєї аудиторії, втомленої від постійних викликів, нестабільності та змін, які несе із собою пандемія. Для мовленнєвого арсеналу Скотта Моррісона характерне використання різноманітних риторичних стратегій та тактик для здійснення політичного впливу, підсилена наборою риторичних запитань, антитеза та правила трьох, повторів різних видів, лексичних і синтаксичних засобів. Такі засоби варіюються залежно від застосування логос-, етос- та пафос-орієнтованих аргументів для підвищення інтересу аудиторії, збереження її уваги та формування зміненого світогляду.

Ключові слова: комунікативна поведінка, політик, комунікативна стратегія та тактики, Австралія.

Anna LYASHUK,
orcid.org/0000-0003-3186-5755
PhD in Philology, Associate Professor,
Doctoral student of Educational and Scientific Institute of Philology
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Kyiv, Ukraine) annaliashuk84@gmail.com

COGNITIVE-RHETORICAL FEATURES OF THE AUSTRALIAN POLITICIAN'S COMMUNICATIVE BEHAVIOR

This paper tackles specific aspects of the cognitive and rhetorical characteristics of the current Australian Prime Minister Scott Morrison's communicative behavior. The effectiveness of political communication depends on a number of factors such as his social status, the level of the orator's cognizance, communicative situation, the use of rhetorical strategies and tactics, and rhetorical linguistic means, in particular. The effective use of language means is a tool and a weapon for moving on the political ladder and holding the power. The high level of communicative competence, as one of the components of such behavior, allows a political leader to come into contact with the opponent and audience, persuade, argue and defend his political position. The fulfilled study has proved that Scott Morrison's individual character traits (his sociability, flexibility, ability to easily adapt to others and new circumstances) make him a successful political populist leader who has developed the recognizable communicative behavior type. Under the pressure of complex political conditions Scott Morrison has developed his signature rhetorical style, which we conventionally call "gliding". In his crisis rhetoric, the politician assumes a communicative role of a sufficiently intolerant of the awkward questions "man from the street" (*the cap-wearing suburban everyman*), which creates aggressiveness of the communication. The political leader successfully uses a rhetorical strategy of dodging responsibility, which is implemented through tactics of deterring

and rejecting questions, delaying the answer, avoiding a direct answer and interrupting communication. However, the analysis of empirical material has shown that the communicative behavior of Scott Morrison at the end of 2021 was changed in full accordance with the expectations of his audience, tired of the constant challenges, instability and changes that the pandemic brings with it. Scott Morrison's speech arsenal, enforced by the adoption of specific communication strategies and tactics, is characterized by the use of a variety of lexical, syntactic and rhetorical means (rhetorical questions, antithesis, the rule of three, repetitions of different kinds) to exercise political influence. These tools vary depending on the use of logos-, ethos- and pathos-oriented arguments to increase the interest of the audience, preserve its attention, form and maintain its new changed mindset.

Key words: *communicative behavior, politics, communicative strategies and tactics, Australia.*

Постановка проблеми. У сучасній антропоцентричній науковій парадигмі, що спрямована на дослідження особливих вимірів буття особистості, комунікативна поведінка займає невід'ємну частину, оскільки спілкування для людини є «основою її існування» (Тер-Мінасова, 2000: 10). Комунікація є «одним із найважливіших виявів соціальної інтеракції, безперервної взаємодії людей у суспільстві, в межах якої формуються, вдосконалюються, втілюються всі типи і форми поведінки людей...» (Бацевич, 2007). Ф. Бацевич під комунікативною поведінкою розуміє «сукупність реалізованих у спілкуванні правил, законів, постулатів, максим, традицій тощо певної національної лінгвокультурної спільноти з використанням мовних і позамовних засобів» (Бацевич, 2010: 108). У розумінні Й.О. Стерніна поняття комунікативної поведінки включає вербальну та невербальну комунікацію, використовується як родове поняття щодо понять «мовленнєва поведінка», «мовленнєве/вербальне спілкування», досліджує не тільки ввічливе, еталонне спілкування (мовленнєвий етикет), а реальну комунікативну практику (Стернин, 2000: 7).

Аналіз досліджень. Зміни сталих норм політичної культури та переосмислення етичних принципів політичного спілкування в умовах швидкого розвитку сучасного суспільства викликало активізацію досліджень у галузі політичної лінгвістики. В українській науці та за кордоном у центрі уваги дослідників (Р. Водак, Т. ван Дейк, Дж. Лакофф, О.С. Ісерс, В.І. Карасик, Ю.М. Караулов, С. Куранова, Г.Г. Почепцов, С.І. Потапенко, Л.Л. Славова, С. Сухих, І. Ухванова-Шмигова та ін.) перебувають різні аспекти дослідження людської особистості, зокрема мовна особистість та комунікативна поведінка політика. Політичну риторику австралійських прем'єр-міністрів вивчали австралійські лінгвісти та політологи (Johnson 2007; 2011), Curran's (2006) Lukin (2015), Miller (2017), які акцентували увагу на партійній ідеології, стосувалися аналізу комунікації політиків у соціальних мережах, але ці дослідження не зосереджувалися на особливостях прем'єрської риторики. **Метою** пропо-

нованої статті є встановлення когнітивно-риторичних особливостей комунікативної поведінки австралійського політика. Основним завданням є з'ясувати когнітивно-риторичні аспекти політичної комунікації австралійського прем'єра. **Об'єкт дослідження** – комунікативна поведінка австралійського прем'єр-міністра Скотта Моррісона. **Предмет дослідження** – когнітивно-риторичні особливості його комунікативної поведінки.

Виклад основного матеріалу. Успішні політики – це ті, які вміють розповідати достовірні історії, аби залучити аудиторію до драми сьогодення, простими словами пояснюючи, що правильно, а що ні, а також ті, хто може переконати слухачів, що вони кращі за своїх опонентів (Charteris-Black 2011: 12). В умовах сучасного розвитку суспільства важливим для сприйняття політиків є не стільки те, що вони говорять, наскільки є правдивою інформація, яку вони подають, а їх здатність переконливо говорити, їх володіння риторичними навичками. Комунікативну особистість політика детермінує його комунікативна поведінка, зумовлена комунікативною свідомістю, крізь призму якої експлікуються інтенції, цінності, когнітивна картина світу політика. Відповідно, комунікативна поведінка політика є сукупністю норм, правил і традицій вести спілкування із представником певної лінгвокультурної спільноти, що реалізуються у політичній комунікації. Особливості комунікативної поведінки політичних діячів залежать від широкого когнітивного контексту, зокрема і від політичної ситуації та розстановки сил на світовій політичній арені. Розглянемо аксіологічний характер мовних засобів, що використовуються політиком для створення свого образу, впливу на сприйняття інших політиків та формування способу відтворення дійсності аудиторією. У центрі уваги нашої розвідки перебуває комунікативна поведінка прем'єр-міністра Австралії, який є найвищим політичним постом у політичній ієрархії Австралії.

Скотт Моррісон, який був приведений до присяги у серпні 2018 року, наступного року вступає до нової передвиборчої боротьби за крісло прем'єр-міністра Австралії (далі – ПМ).

До соціально зумовлених характеристик чинного прем'єр-міністра належать такі субстанційні ознаки його соціального статусу: стать – чоловіча, вік – 53 роки, національність – австралієць, соціальний статус – політик, освіта – вища, фах – географія та економіка. Сімейний статус – одружений, має двох доньок. 30-й ПМ австралійського союзу раніше обіймав посаду міністра фінансів, міністра соціальних служб, міністра оборони і був вперше обраний до парламенту в 2007 році. За більш ніж десять років роботи в парламенті прем'єр-міністр зарекомендував себе як пристрасний захисник своєї громади, а також надійний політик, здатний фіксувати складні політичні проблеми. Цей імідж політика підтримується у медіа та проектується у мові лексичними одиницями: *daggy dad, the Sharks-loving, the cap-wearing suburban everyman, the catalyst, a man under pressure, an all-but-typical sight for a Prime Minister*, що вжиті на позначення різних стилів комунікації, до якої вдається політик за різних обставин.

Часовий проміжок політичної риторичної практики Моррісона можна поділити на такі умовні періоди: 1) виступи стосовно бюджету як скарбника; 2) риторика кризи, викликані пандемією; 3) риторика весни 2021 року стосовно заяв про сексуальні скандали; 4) комунікація кінця 2021 року як підготовка до передвиборчого періоду 2022 року. Досліджуваний матеріал показує, що риторична поведінка політика різниться і пристосовується до обставин комунікації.

Робочі виступи стосовно бюджету базуються на використанні аргументів логосу і характеризуються помірною конфліктністю. Риторика кризи, викликані пандемією, що склалася в 2019–2020 рр., мала переважно захисний характер і була спрямована на збереження позитивного обличчя себе та свого уряду. Комунікативній поведінці політика навесні 2021 року стосовно заяв про сексуальні скандали в уряді притаманна войовничість та ігнорування. Підсумковий характер комунікації кінця 2021 року зумовлений часовим проміжком і отримує риси підготовки до передвиборчого періоду 2022 року. Таким чином, за період політичної кар'єри Моррісон виробив і вдало застосовує різні комунікативні ролі залежно від політичної позиції. Наприклад, у кризовій риторичній політиці реалізується у комунікативній ролі достатньо нетерпимої до незручних запитань «людини з вулиці» (*the cap-wearing suburban everyman*), що успішно використовує риторичну стратегію ухилення від відповідальності за рахунок тактик:

1) стримування питань: *I think I've answered your question, thank you;*

2) відкидання запитань, які йому не подобаються:

JOURNALIST: *Prime Minister, on another issue.*

PRIME MINISTER: *I think we're still on aged care [https://www.pm.gov.au/media];*

3) переривання:

JOURNALIST: *Prime Minister, after reading the document sent to you about the allegations made against one of your Cabinet...*

PRIME MINISTER: *I'm still on aged care. Unless there's other aged care questions I'm happy to go-... [https://www.pm.gov.au];*

4) «войовничість» комунікації: *I'm the Prime Minister. This is my Minister. Our Cabinet will decide our response to this Royal Commission, OK? So we've released it [https://www.pm.gov.au/media];*

5) затягування відповіді та уникання прямої відповіді:

JOURNALIST: *Prime Minister, after reading the documents sent to you regarding the allegations against one of your cabinet ministers, what was your reaction?*

PRIME MINISTER: *Have we finished with the aged care questions?*

JOURNALIST: *No we haven't finished with the aged care questions.*

PRIME MINISTER: *OK let's keep going if there are aged care questions [https://www.pm.gov.au/media].*

Звертаємо увагу, що соціальний статус політика є одним із позамовних чинників, який у разі необхідності зумовлює вибір лексико-семантичного наповнення та риторичного оформлення комунікації прем'єра, наприклад: *I'm the Prime Minister. This is my Minister*, та структури певної номінації адресата мовлення, наприклад: *Can I particularly though acknowledge Sarah*. Агресивність до журналістів, авторитарний стиль мовлення політика як риторична стратегія можуть працювати в одному контексті, в іншому бути цілковито неприйнятними. Так, наприклад, коли стало неможливо уникнути ствердження про згвалтування стажерки в уряді, войовнича риторична сила керманіча уряду раптово змінилася на захисну та заперечну: *See, I'm not the commissioner of police; I'm not the police force.*

Помічаємо, що якщо політик не може з низки певних причин застосувати комунікативну стратегію уникання спілкування на «незручні» теми, то ПМ обирає або стратегію мінімалізації спілкування, або стратегію вуалювання своєї позиції. Риторичні стратегії уникання прямої комунікації та вуалювання своєї позиції реалізуються за рахунок використання синонімічних засобів,

лексики розмитої загальної семантики (*When we provide our response, that's our response. When we provide our response to all these recommendations we will address those issues*) та мови «не по суті» (*Government is complex, the world is complex, it is a complex set of issues which have given rise to those outcome. I think Australians are big enough to deal with this complexity. I know my Government is*), розтягуючи час та відволікаючи несуттєвими відповідями на різні запитання. Найдовші репліки політика сягають 80 слів, і в середньому мають більше 50 слів на відповідь, наприклад одне речення нараховує 73 слова: *We've come up to a scale of some 450,000 or thereabouts people now on the NDIS and there's been a lot of lessons learnt in how we've got that point, and one of the key things has been about the individualised care plans, that have been put in place to support had to develop those plans and then to consistently build the workforce and the accountability about the delivery of those plans* [<https://www.pm.gov.au/media>].

Детальніше проаналізуємо оновлений когнітивно-риторичний базис дискурсу Скотта Моррісона грудня 2021 року, у якому простежуємо баланс аргументів логосу, етосу та пафосу. Аргументи логосу, відображені у цифрах та фактах, вжиті для наголошення позитивних зрушень та досягнень, які країна отримала на кінець 2021 року: *90 per cent of Australians; 350,000 jobs created in a five week period; one of only nine countries in the world; Second out of 195 countries; an additional 30,000 university places; saving an estimated 700,000 jobs* [<https://www.pm.gov.au/media>]. З метою підкреслити складність ситуації в країні та світі політик підкреслює цифри та фактуальну інформацію емфатично забарвленими мовними засобами: *challenging, disruption, uncertain, disorientating*, наприклад: *We live in an age of disruption, technological, economic, political, biological. Australia's future in an uncertain world... the future remains challenging* [<https://www.pm.gov.au/media>].

Риторика Моррісона характеризується використанням когнітивної метафори як інструменту мислення, прийому пізнання та концептуалізації дійсності, що дозволяє структурувати судження та мовлення як «специфічний мисленнєвий процес, в якому одна сфера досвіду розуміється в поняттях іншої сфери» (Телія, 1988: 317). Її основна функція простежується у забезпеченні розуміння абстрактних значень з опорою на більш конкретні (Потапенко, 2021: 60). Так, із метою досягнення впливу на зміну сприйняття важких часів та переосмислення пріоритетів австралійського народу політик використовує когнітивні метафори: опи-

сові (*age of disruption; the myriad networks of family faith groups, testing time in our nation's history*) та цілеспрямовані: *we're on the road back. We're on the road to recovery. We're on the right track. ... to keep track of where we've been. To step back. And let Australians step forward. To put Australians back in charge of their own lives. It was not our first rodeo. make our own Australian way*. На думку Лакоффа, метафори полегшують процес мислення, надають емпіричні рамки, всередині яких ми можемо опановувати отримані абстрактні концепти. Метафора пронизує все наше повсякденне життя і проявляється не лише в мові, а в мисленні та дії. Наша побутова понятійна система, в межах якої ми мислимо і діємо, метафорична за своєю сутністю» (Лакофф, 2004: 12). Зазначені вище метафори подорожі як образної мовної репрезентації шляху та руху сучасної Австралії під час пандемії, реалізованої у мовних одиницях *road, way, rodeo, step, pathway, trail, track*, відносимо до типу цілеспрямованої метафори (*purposeful metaphor*), яка є прототипною метафорою політичного дискурсу, оскільки політичні цілі у ній концептуалізовані як місце призначення, а шлях до неї як політичні дії. Цілеспрямовані метафори подорожі характерні для політичної риторики Скотта Моррісона і систематично використовуються політиком для надання переконливих уявлень про свої політичні дії та дії уряду, наприклад: *to keep Australians safe in an uncertain world. And to keep Australians moving forward together, stronger, safer, together*. «Цілеспрямована метафора» розкриває зв'язок між наміром (у минулому) та словесною дією – вимовлянням метафори (в сьогоденні), яка мотивована судженням про її соціальний і політичний ефект (у майбутньому) (Charteris-Black, 2011: 496). У риторичі Моррісона поняття успіху асоціюється з діючим під його керівництвом урядом, політик метафорично вербалізує образ вдалої роботи уряду, який відкриває двері кожному австралійцю у краще майбутнє, наприклад: *Government that delivers tangible benefits to people's everyday lives, that empowers people to make and pursue their choices. That opens the door for each generation and each individual to the promise of Australia* [<https://www.pm.gov.au/media>].

Використання політиком метафор проектує зміни у ставленні людей до того, про що вони думають і говорять, і робить можливим побачити ситуацію дещо у новому світлі. Так, для створення ефекту досягнення позитивного зрушення та перемоги простежуємо реалізацію комунікативної стратегії позитивної самопрезентації Моррісона з використанням метафоричного образу

ПМ як водія авто, що рухається вперед по дорозі у непогоду. Наприклад: *into the rear vision mirror, our government's sights are firmly through that wind-screen on the road ahead.*

Протилежна когнітивна модель помилкових політичних рішень маніфестується мовно-риторичними засобами, які використані для реалізації комунікативної стратегії знецінення досягнень опонента та приниження його етосу. У виступі прем'єра опозиція уособлює зміни та неправильні судження: *that some on the left of politics will draw precisely the wrong lessons from this pandemic; as a pretext for more expansive government.* Комунікативна стратегія дискредитації передбачає асиметричну мовленнєву поведінку учасників комунікації та скерована на критику дій або висловів опонента, у результаті «адресат звинувачений, причому несправедливо, принижений, почуватися об'єктом висміювання» (Іссерс, 2003: 161).

Проте зі стратегічного погляду імпліцитно ПМ дає зрозуміти, що опозиція більше не є єдиним головним ворогом. Метафорично передано, що ворогом є зміни, і кожен, хто хоче нав'язати додаткові переміни втомленим пандемією та обмеженнями австралійцям: *who wants to impose any more of it on weary Australians; it is not normal to tell Australians where we can go and can't go, who we can and can't invite into our homes, to stay home, to close our businesses. It is not normal to keep track of where we've been* [<https://www.pm.gov.au/media>].

Комунікативний стиль політика характеризується поєднанням декількох риторичних фігур. Зокрема, типовим для Скота Моррісона є використання анафоричних паралельних конструкцій з повторюваною початковою частиною та ланцюговими повторами (наприклад: *Our health, our families, our friends, our jobs, our livelihoods, our communities. Our national sense of fairness. Our country, our liberty. Our economy; The pandemic has touched every aspect of our lives, how we live, how we work, how we connect with one another*), епітетами (*has made us even more experienced, even more prepared, even more resilient; attractive, prosperous and vibrant place to live*), та «правилом трьох» (*to see Australia through the next set of challenges, to secure Australia's success, to secure our economic recovery*), що дозволяє політику перетворити інформацію, наголошену в аргументах логосу, на більш цінну. Моррісон впливає на аудиторію, використовуючи етос-орієнтовані аргументи для вираження почуття рішучості і сили, вербалізуючи готовність взяти на себе керівництво країною, наприклад: *to apply those lessons; to secure Australia's future as a government; to be in control of our future.*

Риторичний прийом «правило трьох», яким широко послуговується Скотт Моррісон, спрацьовує на створення відчуття прогресії, в якій нарощується і потім нарешті звільняється напруга. Повтори ключових фраз сприяють тому, що ідеї, які вербалізуються в них, наголошують на найважливіших аргументах логосу, стають знайомими і здаються аудиторії достовірними і більш вірогідними. Структурно, повтори слугують каркасом виступу. Знову ж таки, переконлива сила повторення була широко визнана (Beard 2000: 39), завдяки повторенню певних слів політика будують новий когнітивний сценарій ситуації у свідомості своїх слухачів, і ця ситуація відповідає новому образу, який вони хочуть закласти в свідомість своєї аудиторії.

Ключовими словами прем'єра є мовні одиниці, що вказують на вагомості поняття австралійців у 2021 році з погляду політика і метафорично вибудовують шлях країни із кризи: *the road to recovery, викликаної пандемією: confidence; recovery; pandemic; skills, manufacturing, emissions-reducing technology, infrastructure, services.* Використання ключових мовних засобів із риторичними фігурами створює емоційний ефект образності та посилює вагомості цих понять у розумінні аудиторії, наприклад: *Australians possess a quiet confidence. It's a confidence, it's this quiet confidence that has built this country* [<https://www.pm.gov.au/media>]. Ефект дискусійності та внутрішньої діалогічності мовлення, що сприяє наближенню політика до своєї аудиторії, надають використані заклички та окличні речення: *Securing Australia in an uncertain world! The Australian way to do a pandemic!; риторичні запитання: It has been quite a few years, hasn't it? You know there's a million Australians working in manufacturing today? How good is it to see so many of us here tonight in this one room?*, яскраві протиставлення образів в антитезах: *grow together = grow apart, expansive government = limited government; an enabling partner = meddling busybody overseer.*

Виважена комунікативна поведінка політика посилює особистісний авторитет політика та надає привабливості та вагомості задекларованим ним ідеям і проголошуваним гаслам, які отримують мотивуючий характер: *we can push through; We can deal with it and preserve our unique and enviable way of life.* У дослідженому матеріалі простежуємо, що Скотт Моррісон проявляє свої особистісні якості агітатора та мотиватора, завдяки яким він привертає на свій бік аудиторію за рахунок ефективного популізму, вміння декларувати прості положення та створювати

зрозумілі образи. Аудиторія сьогодення (*weary Australians*), втомлена ситуацією, яку неможливо змінити (*pandemic*), проте до якої треба пристосуватися, хоче чути про повернення до нормального та звичного ритму життя. Відповідаючи на запит аудиторії, у комунікативній поведінці політика простежується розгортання цієї ідеї, репрезентованої мовно-риторичними засобами: *To step back. And let Australians step forward. To put Australians back in charge of their own lives*. Гра слів в антитезі *to step back = to step forward* підсилена виразом *to put back in charge of their own lives* апелює до найбажанішого запиту австралійців 2021 року – повернути життя до звичного руслу. Успішним продуманим завершенням виступу прем'єра є алюзія до власного першого виступу у січні 2021 року з повтором заявлених ключових закликів: *Stronger, Safer and Together*.

Політик вдається до активного апелювання до загальнонагомих цінностей, виражених мовними одиницями *freedom, democracy, strength, nation, The values, the rights, the needs*, реалізованих в анафоричних паралельних конструкціях із ланцюговими повторами, наприклад: *Established our freedoms, our system of democracy, our economic strength and our ability to thrive as a nation*. Використання форми *our* займенника *We* створює відчуття колективності та єднання нації разом у процесі відновлення: *Our health, our families, our friends, our jobs, our livelihoods, our communities. Our national sense of fairness. Our country, our liberty*. Коли ПМ переходить до зазначення досягнень, то використання займенника *We* спрацьовує у підсиленні комунікативної стратегії позиціонування політиком себе частиною успіху: *we made decisions, We have saved lives. we've prevented the deaths; We protected our health system; We have saved livelihoods*. Комунікативна стратегія самопрезентації, що вводиться займенником *I*, змі-

нює аргументи логосу з акцентом на особистість політика: *I believe; And I particularly want to pay tribute*. Комунікативна стратегія включення реалізує уособлення політика з нацією: *Australians don't like it. I don't like it*.

Висновки. Високий рівень сформованості комунікативної компетентності як однієї із складових частин комунікативної поведінки дозволяє політичному лідеру вступати в контакт із опонентом та аудиторією, аргументувати, переконувати та відстоювати свою позицію. Ефективне використання мовних засобів є зброєю та інструментом для руху по політичній драбині та утримання влади. Індивідуальні риси характеру Скотта Моррісона, комунікабельність, гнучкість, вміння легко пристосовуватися до інших та до нових обставин роблять його успішним політичним лідером-популістом. Прем'єр-міністр Скотт Моррісон виробив упізнавану комунікативну поведінку і під тиском складних політичних умов розробив свій фірмовий риторичний стиль, який умовно називаємо «плаваючий». Проте аналіз емпіричного матеріалу показав, що комунікативна поведінка політика кінця 2021 року змінена у повній відповідності до очікувань своєї аудиторії, втомленої від постійних викликів, нестабільності та змін, які несе із собою пандемія. Маркером переконливої та мотивуючої сили комунікативної поведінки Скотта Моррісона є ефект використання когнітивної метафори подорожі та комбінування різноманітних риторичних стратегій та тактик. Простежується кореляція використання класичного набору риторичних засобів політичного впливу (риторичних запитань, антитези та правила трьох, повторів різних видів, лексичних і синтаксичних засобів) залежно від застосування логос-, етос- та пафос-орієнтованих аргументів для підвищення інтересу аудиторії, збереження її уваги та формування зміненого світогляду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ : Довіра, 2007. 205 с.
2. Бацевич Ф.С. Лінгвокультурні аспекти комунікативної толерантності. *Соціогуманітарні проблеми людини*. 2010. № 5. С. 108–119.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : УРСС, 2003. 286 с.
4. Лакофф Дж., Джонсон М. *Metaphors We Live By*. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.
5. Потапенко С.И. Когнитивная медиа-риторика : бытование конфликта-кризиса в англоязычных интернет-новостях. Киев : Издательский центр КНЛУ, 2021. 299 с.
6. Стернин И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования. *Русское и финское коммуникативное поведение*. Воронеж : Издательство ВГТУ, 2000. С. 4–20.
7. Телия В.Н. Метафоризация как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция. *Метафора в языке и тексте*. 1988. С. 26–52.
8. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. Москва : Слово, 2000. 259 с.
9. Beard, Adrian (2000). *The language of politics*. Routledge. London.
10. Charteris-Black, Jonathan (2011). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. 2nd edition. Basingstoke & New York: Palgrave-MacMillan.

REFERENCES

1. Batseyvych F.S. Slovnyk terminiv mizhkulturnoi komunikatsii. [Dictionary of intercultural communication terms]. Kyiv : Dovira, 2007. 205 s. [in Ukrainian].
2. Batseyvych F.S. Linhvokulturni aspekty komunikatyvnoi tolerantnosti. [Linguacultural aspects of communicative tolerance]. Sotsiohumanitarni problemy liudyny. 2010. № 5. S. 108–119. [in Ukrainian].
3. Issers O.S. Kommunikativnyie strategii i taktiki russkoy rechi. [Communicative strategies and tactics of the Russian speech]. Moskva : URSS, 2003. 286 s. [in Russian].
4. Lakoff Dzh., Dzhonson M. Metaphors We Live By. [Metaphors We Live By]. Moskva : Editorial URSS, 2004. 256 s. [in Russian].
5. Potapenko S.I. Kognitivnaya media-ritorika : byitovanie konflikta-krizisa v angloyazyichnyih internet-novostyah. [Cognitive media-rhetoric: existence of conflict-crisis in the English Internet news]. Kiev : Izdatelskiy tsentr KNLU, 2021. 299 s. [in Russian].
6. Sternin I.A. Ponyatie kommunikativnogo povedeniya i problemy ego issledovaniya. Russkoe i finskoe kommunikativnoe povedenie. [The idea of communicative behaviour and problems of its research. Russian and Finnish communicative behaviour]. Voronezh : Izdatelstvo VGTU, 2000. S. 4-20. [in Russian].
7. Teliya V.N. Metaforizatsiya kak model smysloproduktivnosti i ee ekspressivno-otsenchnaya funktsiya. [Metaphorization as a model of meaning production and its expressive-evaluative function]. Metafora v yazyike i tekste. 1988. S. 26–52. [in Russian].
8. Ter-Minasova S.G. Yazyik i mezhkulturnaya kommunikatsiya. [Language and intercultural communication]. Moskva : Slovo, 2000. 259 s. [in Russian].
9. Beard, Adrian (2000). The language of politics. Routledge. London.
10. Charteris-Black, Jonathan (2011). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. 2nd edition. Basingstoke & New York: Palgrave-MacMillan.