

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Філологічний факультет

Кафедра загального та прикладного мовознавства

До захисту

Завідувач кафедри

_____ Володимир ГУТОРОВ

(підпис)

(ініціали, прізвище)

“ 23 ” листопада 2023 р.

**Стратегії та тактики учасників президентських дебатів
(на матеріалі виборчої кампанії 2020 року в США)**

Кваліфікаційна робота
здобувачки 2 курсу
другого (магістерського) рівня
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.10 прикладна лінгвістика
освітньо-професійна програма –
Прикладна лінгвістика та англійська мова
СУХЕНКО Анни Володимирівни

Керівник

Юлія КРАПИВА, канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри загального
та прикладного мовознавства

Оцінка

за національною шкалою _____

Кількість балів: _____

Голова комісії

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

Харків – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТІВ	5
1.1. Поняття «дебати» як об’єкт вивчення риторики.....	5
1.2. Політична комунікація: визначення й основні параметри	11
1.3. Особливості політичних дебатів.....	15
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ФУНКЦІ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ДЕБАТІВ	20
2.1. Політичні дебати між кандидатами на посаду президента	20
2.2. Аналіз перших президентських дебатів між Дж. Байденом і Д. Трампом	25
2.3. Аналіз других президентських дебатів між Дж. Байденом і Д. Трампом	33
Висновки до розділу 2.....	39
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	43

ВСТУП

Дебати – важлива частина будь-якого демократичного суспільства, яка дозволяє підіймати та вирішувати нагальні соціальні проблеми.

Упродовж історії людства роль та формат дебатів видозмінювались, на сучасному етапі виокремилися політичні дебати, які проводяться в межах передвиборчої кампанії та формують той чи той образ політичного кандидата. Вивчення останнього типу дебатів є **актуальним**, оскільки допомагає встановити їхню роль у політичному житті суспільства.

Кваліфікаційну роботу виконано у науковому семінарі “Language and Society” відповідно до тематичного плану наукових досліджень кафедри загального та прикладного мовознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Мета моєї кваліфікаційної роботи полягає в розкритті поняття «президентські дебати» та встановленні основних стратегій та тактик учасників дебатів зазначеного типу.

Для досягнення загальної мети поставлено такі **завдання**:

- 1) уточнити поняття «дебати», спираючись на теоретичні положення риторики;
- 2) схарактеризувати політичну комунікацію;
- 3) встановити особливості політичних дебатів як різновиду політичної комунікації;
- 4) виділити комунікативні стратегії та тактики учасників президентських дебатів;
- 5) проаналізувати перші та другі президентські дебати між Дж. Байденом і Д. Трампом.

Об’єкт дослідження – дебати як складник політичної комунікації.

Предметом дослідження є президентські дебати.

Були використані такі **методи** дослідження: аналітичний (для аналізу комунікативних стратегій та тактик), описовий (для опису термінів «дебати», «політична комунікація», «тактика» тощо), кількісний (для підрахунку використаних комунікативних тактик кожним учасником) та зіставний (для

порівняння використаних прийомів під час перших та других президентських дебатів 2020 року).

Теоретико-методологічною **основою** роботи є праці таких дослідників, як Ю. Бокоч [Бокоч, 2017], М. Остапенко [Остапенко, 2012], Н. Дяченко, В. Халін [Дяченко, Халін, 2019] та ін.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у систематизуванні знань про поняття політичної комунікації та політичних дебатів, аналізі президентських дебатів у США.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості їх використання для виділення комунікативних стратегій та тактик учасників політичних дебатів, для аналізу політичної комунікації.

Апробація результатів роботи відбувалась під час семінару “Language and Society” та під час участі у Всеукраїнській науковій конференції «Слово – текст – мова у дослідницьких парадигмах сучасної лінгвістики» (Харків, 21 жовтня 2021 р.), у XXXVI Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Гуманітарний простір науки: досвід та перспективи» (Переяслав, 31 жовтня 2022 р.).

Публікації:

1. Presidential Debate (on the material of the 2020 Election Campaign in the USA)//Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія». 2022. Вип. 90. С. 6–10. DOI: 10.26565/2227-1864-2022-90-01 (у співавторстві з Ю. Крапивою) [Крарува, Sukhenko, 2022].

2. Стратегії та тактики учасників президентських дебатів у США (на матеріалі дебатів 22 жовтня 2020 року)//Гуманітарний простір науки: досвід та перспективи: зб. матеріалів XXXVI Міжнарод. наук.-практ. інтернет-конф., 31 жовтня 2022 р. Переяслав, 2022. Вип. 36. С. 141–144 (у співавторстві з Ю. Крапивою) [Крапива, Сухенко, 2022].

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаної літератури (41 позиція). Загальний обсяг дослідження – 47 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТІВ

1.1. Поняття «дебати» як об'єкт вивчення риторики

Дебати – структурований публічний обмін думками між двома сторонами. Це могутній інструмент циркуляції досвіду, ідей та знаходження спільної точки зору, який в сучасному світі хоч і є більше розважальним дійством, у світовій історії не раз ставав причиною важливих геополітичних та історичних змін.

Чим же самим дебати, які з першого погляду здаються звичайною суперечкою (не важливо, це дебати в офіційній або ж в неформальній обстановці), допомагають вирішити важливі актуальні проблеми і знайти спільний знаменник в діаметрально протилежних точках зору? Саме в протиставленні відмінних точок зору і криється успіх цього явища. Не важливо, це різна релігія, національна ідея або погляди на світ – коли різні сторони зустрічаються в одному конструктивному діалозі, народжуються нові і цінні ідеї.

Дебати – це справді унікальне по своїй формі і структурі явище, яке дозволяє визначити правильну точку зору.

Перш за все, важливо розглянути сам термін «дебати». Це слово фігурує в різних мовах світу, але його сутність передається однаково. Так, наприклад, з французької слово “debat” можна перекласти як суперечка [Мультитран, ел. ресурс], з англійської “debate” – дискусія [Мультитран, ел. ресурс], з латинської “batuere” – бити [Мультитран, ел. ресурс].

Сам термін «дебати» з'явився ще у Давній Греції, де вони були невід'ємною частиною демократії. На законодавчих зборах дебати вимагали серйозних та високоякісних виступів, оскільки на кін були поставлені питання, зокрема, війни та миру. В Афінах громадяни сперечались про переваги та недоліки різних пропонованих законів, така суперечка давала можливість всебічно проаналізувати проблему.

Саме грецькі асамблеї щорічно обговорювали старі і нові закони на регулярних дебатах. Зали судових засідань, які реформував Солон, афінський

політик та поет, тепер повинні були зіткнутися із судовими засіданнями [Principles of Public Speaking, ел. ресурс].

Демократія Перикла встановила необхідність навчання публічних виступів. Грецькі асамблеї щорічно обговорювали старі та нові закони. Зали судових засідань, які Солон реформував, тепер кипіли судовими процесами.

Присяжні Перикла, грецького стратега та оратора, налічували від 500 до 2000 чоловік, тому виступ на публічному процесі дуже нагадував загальноприйняті дебати. Для виступу на законодавчих зборах потрібні були серйозні та аргументовані дебати. Адже на них обговорювалися найважливіші міжнародні питання [Principles of Public Speaking, ел. ресурс].

Річард Катула та Джеймс Мерфі у своїй книзі «Синоптична історія класичної риторики» [Principles of Public Speaking, ел. ресурс] заявили, що афіняни розуміли, що їхнє майбутнє часто залежало від їх здатності переконливо та аргументовано говорити.

Публічний виступ у ті часи був схожим на олімпійське дійство, де переможець отримував оливковий вінок і здійснював тріумф як справжній герой. Таким чином, Афіни стали містом слів, родоначальником перших в світі організованих на національному рівні дебатів. Афіни стали свідками народження риторики, що є основним інструментом будь-яких дебатів [Principles of Public Speaking, ел. ресурс].

Риторика відіграла виключно важливу роль в грецькому суспільному та політичному житті. Приблизно в чотирнадцять років хлопчиків відправляли в школу риторики для теоретичного навчання ораторському мистецтву, що було важливою частиною викладання софістів [Democraticaudit, ел. ресурс].

Публічний виступ був основою освітньої системи Ізократа (найвідомішого із софістів); красномовство викладав навіть Арістотель. Тому запровадження вивчення риторики в Стародавній Греції поклало світову тенденцію на вирішування найважливіших світових проблем насамперед словом.

Арістотель писав, що риторика – це здатність відкрити в конкретному випадку всі наявні засоби переконання. Він процитував чотири способи використання риторики:

1. завдяки їй істина і справедливість зберігають свою природну перевагу;
2. вона підходить для популярної аудиторії, оскільки не може слідувати науковій демонстрації;
3. вона вчить нас бачити обидві сторони питання та спростовувати несправедливі аргументи;
4. це засіб самозахисту [Principles of Public Speaking, ел. ресурс].

Т. К. Ісаєнко та А. В. Лисенко зазначають, що «володіння основами ораторського мистецтва – важлива ознака загальної культури людини, необхідний складник ефективної підготовки сучасних спеціалістів» [Риторика, 2019, с. 3]. Адже наскільки важливий зміст, настільки важливий і спосіб подачі інформації. Професіонал своєї справи має вміти правильно подавати інформацію. Адже це дає можливість слухачеві краще зрозуміти, усвідомити та засвоїти.

Я згодна і з наступним твердженням авторок, що «риторика як наука і мистецтво переконуючої комунікації є фундаментом професіоналізму» [Риторика, 2019, с. 3], зокрема політика, хоча «знання її основ необхідне кожній людині в будь-якій галузі життєдіяльності» [Риторика, 2019, с. 3]. Складно подумати про діяльність, в якій не буде доцільно володіти красномовством та ораторським мистецтвом. Спілкування з людьми завжди відкріє нові можливості та розширює горизонт. Риторика сприяє становленню та розвитку культури мислення, мовлення, культури поведінки та спілкування.

За словами дослідниць: «Риторика – це наука про способи переконання, ефективні форми впливу (переважно мовного) на аудиторію з урахуванням її особливостей» [Риторика, 2019, с. 8].

Сьогодні риторика – це наука та мистецтво успішної усної комунікації, яке має важливе значення для лідерів у різних сферах суспільного життя. Курс риторики ґрунтується на основних досягненнях комплексу гуманітарних наук, таких як теорія комунікації, лінгвістика, педагогіка, релігієзнавство, соціологія, філософія, логіка, літературознавство, естетика та етика. Ці науки взаємодіють та доповнюють одна одну з метою формування та розвитку ефективного

мислення, якісного мовлення, дієвої публічної комунікативної культури, а також поліпшення та оптимізації ефективного мовленнєвого спілкування.

Також авторки стверджують, що основоположними категоріями класичної риторики є:

- 1) логос (критерій істинності);
- 2) етос (критерій щирості);
- 3) пафос (критерій відповідності мовної культури);
- 4) топос («загальні місця» у промові) [Риторика, 2019, с. 8].

За словами М. Бондар, логос представляє думку і слово: «У риториці логічно-послідовний і зв'язний виклад думок є однією з основних ознак вдалої промови чи тексту» [Бондар, 2012, с. 12]. Авторка підкреслює, що логічність «реалізується через можливість вибору у мовному викладі послідовності міркувань, несуперечності тез і положень промови, у доцільності співвідношень, якщо реальність диктує суперечливі положення» [Бондар, 2012, с. 12].

Потрібно пам'ятати, що як би речник не довершував свою промову ораторським мистецтвом, якщо у тексті є логічні помилки, навряд чи виступ буде вдалим.

Оратор, за словами дослідниці, – це «людина, достойна і гідна промовляти до сердець і розуму слухачів» [Бондар, 2012, с. 12]. Аудиторія, аналізуючи висловлення промовця, в змозі скласти уявлення про того чи того публічного мовця, «і відповідно вирішити: довіряти чи не довіряти цій людині» [Бондар, 2012, с. 12].

Наступний критерій – етос є надважливим. А особливо для публічних мовців, зокрема для політиків у їхніх виступах. Довіра громадськості є ключовим елементом успішної кар'єри, який допомагає зберігати довготривалі відносини з аудиторією. Як відомо, добре ім'я дуже важливо, і його важко відновити, якщо воно підірване. Навіть ті, хто раніше вірили політичному діячеві, не будуть йому вірити, якщо вони дізнаються про його свідомий обман.

За словами М. Бондар, «пафос – це інтелектуальне, вольове, емоційне устремління мовця, яке виявляється і в процесі мовної комунікації, і в його продукті – тексті» [Бондар, 2012, с. 13]. Пафос може характеризувати мовлення

політика, бути присутнім в його виступах. Цей компонент може бути задіяно природним або зумисним шляхом.

Вмілий оратор володіє прийомами організації мовних засобів та показує відповідну поведінку, що сприяє створенню довіри в аудиторії. На відміну від цього, невдало та невчасно використані прийоми можуть призвести до того, що оратор здасться надто пишномовним, смішним або надто трагічним, та тим самим, несприйняття аудиторією може стати не уникненим. Також важливо враховувати контекст та тип аудиторії, до якої звертається оратор, оскільки це може вплинути на ефективність використання прийомів. Наприклад, для молодіжної аудиторії можна використовувати інший стиль та прийоми, ніж для більш консервативної або фахової аудиторії.

Як вказує авторка, топос (topos) з давньогрецької мови – це місце. «Топіки – це загальні місця у промові, найтипівіші часо-просторові мовні ситуації та описи їх, які легко запам'ятати» [Бондар, 2012, с. 14]. «Античні риторичні, користуючись такими топіками, створювали зразки промов з певних тем і для певних ситуацій» [Бондар, 2012, с. 14].

У сучасному світі, дебати хоч змінили свою форму, але їх первозданна ціль залишилася незмінною — шляхом ґрунтовної дискусії вирішувати ті чи ті проблеми, знаходити компроміс та спільний знаменник між, на перший погляд, несумісними ідеями та точками зору.

Дебати відбуваються і у набагато менших колах. Існує безліч різноманітних організацій і клубів, де люди об'єднуються і кожний бажаючий може взяти участь. Такі дебати – це «рольова інтелектуальна гра, суть якої полягає в публічному, організованому обміні думками між командами на задану тематику» [Інститут Республіка, ел. ресурс]. Участь у таких дебатах дозволяє досягти певної мети.

По-перше, дебати розвивають ораторське мистецтво. Вміння відстоювати свою точку зору потрібно завжди і всюди.

По-друге, дебати розвивають логічне мислення. Вміння знаходити аргументи, міркувати точно і послідовно, вміти викривати логічні помилки – ці якості мислення можуть допомогти в будь-якій справі.

Більше того, дебати розширюють кругозір, допомагають, побачивши проблему зі сторони, знайти необхідне рішення.

Окрім цього, дебати допомагають розвинути критичне мислення, покращують здатність мислити в критичних ситуаціях і розвинуть впевненість в собі і в своїх думках.

Тобто, сенс таких дебатів у тому, щоб переконати не протилежну сторону, а слухачів.

Інший різновид дебатів, які також існують у сучасності – судові дебати.

У судових дебатах виступають прокурор, потерпілий, його представник цивільний позивач, його представник та законний представник, цивільний відповідач, його представник, обвинувачений та його законний представник, захисник, представник юридичної особи, щодо якої здійснюється провадження [Кримінальний кодекс України, ел. ресурс].

Такі дебати відбуваються вже після закінчення судового слідства. Кожна сторона має можливість виступити і висловити свою думку. Такі дебати не мають обмежень у часі. Тобто, судові дебати є важливою частиною усієї справи, адже на них підбивається підсумок, з'ясовуються обставити та ухвалюється рішення.

Тобто, важливо розуміти, що результат дебатів залежить не тільки від правильності тієї чи іншої точки зору, а й від навичок та вмінь самих ораторів. Існує багато прикладів, де через свою харизму, критичне мислення та підкованість в темі, учасник, змінював хід дебатів у завідомо неправильну сторону. Саме через це учасники дебатів повинні бути в рівній мірі освіченими та мати гарні навички публічного виступу.

Якими ж саме навичками мають володіти учасники дебатів? Окрім володіння предметом і темою обговорення, що є обов'язковою і базовою вимогою усіх обговорень, в учасників повинне бути розвинуте критичне мислення, щоб грамотно аналізувати та протистояти аргументам суперника. Також, логічне мислення є важливою здібністю учасників, так як недостатньо просто видати правильні аргументи, і орудувати достовірною інформацією. Дуже важливо також побудувати правильний логічний зв'язок між аргументами, який буде підкріплювати точку зору оратора.

Але найважливішим аспектом є риторика. «Виступаючи перед іншими, людина виражає й утверджує себе, водночас впливаючи і на слухачів» [Маруніч, Проценко, 2015, с. 7]. Красномовство вказує на гарне і приємне мовлення, яким милуються. «По суті це мистецтво, за допомогою якого вдається впливати на оточення, змінювати навколишній світ, реалізуючи своє власне бачення життя і світу» [Маруніч, Проценко, 2015, с. 7]. Саме від ораторського мистецтва, правильно поставленого мовлення часто і залежить успіх дебатів.

Адже часто важливим буває не сам аргумент, а те, в якій структурі і формі він був поданий. Тобто, часто в дебатах змістова складова є менш важливою, ніж форма подачі. Простіше кажучи, те, «як подано» настільки ж важливо, як і «що подано».

Тобто, дебати – дуже багатогранне явище, яке може приносити як користь, так і шкоду. Але неможливо заперечувати, що дебати впродовж всієї людської історії є невід’ємною складовою суспільства. Широка слава цього феномена у сучасному світі пов’язана із політичними дебатами.

1.2. Політична комунікація: визначення й основні параметри

Людина є соціальною істотою, для нас є неможливим обходитися без взаємодії з іншими. Комунікація (з латинської слово “communicatio” можна перекласти як повідомлення, передача [Мультитран, ел. ресурс]) – це спілкування, процес обміну та засвоєння інформації. Вона може бути різною за формою: міжособистісною, індивідуальною чи масовою.

«Значення комунікації виявляється у тому, що вона зв’язує елементи всередині системи і забезпечує взаємозв’язок між різними системами всього суспільства» [Остапенко, 2012, с. 2].

Комунікація, яка звертає на себе все більшу кількість уваги, – політична. Відносини у міжнародній сфері формуються використовуючи комунікації. Завдяки політичній комунікації відбувається взаємодія представників політики, і загалом політичної сфери з іншими суспільними сферами [Остапенко, 2012, с. 2].

Політична комунікація – це інтерактивний процес, який стосується передачі інформації між політиками, ЗМІ та громадськістю.

Вперше термін «політична комунікація» був використаний наприкінці 40-х років ХХ ст. Що стало своєрідним підтвердженням того, що відбулось зростання ролі інформації у суспільно-політичному житті [Слісаренко, 2005, с. 3]. «Саме тоді політична комунікація як науково-прикладна дисципліна відгалузилася від соціальних і політичних наук» [Слісаренко, 2005, с. 3].

Значення такої комунікації важко переоцінити, оскільки вона підтримує цілісність суспільства, дає змогу тримати зв'язок між політичними партіями, громадськими організаціями, політиками, засобами масової інформації і громадянами [Остапенко, 2012, с. 2].

Крім того, політична комунікація також є областю досліджень в академічних колах. Професіонали в цій області вивчають взаємозв'язок між трьома процесами політичної комунікації: виробництво (то, як розробляються і передаються повідомлення), зміст (те, що міститься в кожному повідомленні) і ефект (те, як повідомлення приймаються і інтерпретуються) [Master's in Communication, ел. ресурс].

Наприклад, фахівці, які займаються політичною комунікацією вивчають, як уряд виправдовує доступ і запис особистої інформації громадян в режимі онлайн (наприклад, адрес провайдерів Інтернет-послуг) в якості однієї з форм моніторингу засобів масової комунікації, або як соціальні мережі розмивають кордони приватної та суспільної комунікації щодо політичних переконань і поглядів [Master's in Communication, ел. ресурс].

О. Шиманова у своїй статті «Теоретичні основи дослідження політичної комунікації» виділяє шість головних змінних процесу комунікації:

1. Відправник – це особа або ж група осіб, які ініціюють передачу інформації. Тому вони відповідають за правильне і точне формулювання повідомлення, призначеного для отримувача.
2. Повідомлення – це інформація, яка містить в собі вербальні і невербальні символи, яку хоче передати комунікатор.
3. Отримувач – це особи, для яких і призначене повідомлення.

4. Канал – це спосіб, за допомогою якого повідомлення потрапляє від комунікатора до отримувачів.

5. Сприйняття – це розуміння особою повідомлення.

6. Зворотний зв'язок – реакція отримувача на повідомлення. Він являється орієнтиром для подальшого повідомлення і дає певну оцінку ефективності комунікації. Зворотний зв'язок є необхідною складовою процесу комунікації, тому що без нього може відбуватися просто інформування стосовно явищ або подій, яке не вимагає виявлення ставлення отримувача до цього повідомлення [Шиманова, 2007, с. 3].

«Політичні комунікації відрізняються і змістом комунікацій, тими повідомленнями, що поширюються під час здійснення зв'язків з громадянами в політичній сфері [Шиманова, 2007, с. 3]».

Цей феномен завжди займав центральне місце у виборчому і політичному процесі, але з початку 1990-х років деякі важливі події корінним чином змінили ситуацію, особливо повоєнні тенденції в засобах масової інформації – перехід від традиційного світу газет, радіо і телемовлення до Інтернету [Science Direct, ел. ресурс].

В інформаційному суспільстві політична комунікація як загальне явище і засоби масової інформації, зокрема ЗМІ, стали потужним політичним інститутом, без якого не можна уявити функціонування публічної демократичної влади [Бокоч, 2017, с. 4].

Медійна природа сучасної політичної комунікації – це те, що робить її такою характерною; розвиваються медіа-середовища, активно використовуються різноманітні засоби масової інформації тощо.

Політична комунікація здійснюється через засоби масової інформації та різні політичні утворення [Шиманова, 2007, с. 3].

Також, розвиток засобів масової інформації впливає на методи політики, все частіше ЗМІ починають нав'язувати політикам свої правила.

ЗМІ є не тільки основним способом та каналом поширення політичної інформації, а ще і рівноправним й активним учасником цього процесу, складовою політичної та суспільної систем. Обмеження діяльності засобів

масової інформації призводить до викривлень, спотворень і збоїв у комунікативному політичному та суспільному процесі [Слісаренко, 2005, с. 3].

А такі проблеми, в свою чергу, позначаються на роботі усєї політичної та суспільної системи, можуть призвести до порушень демократичних основ суспільства, а також обмежують і лімітують права людей [Слісаренко, 2005, с. 3].

Політична комунікація буде ефективною, за умови якщо вона є не тільки технічно сучасною та двосторонньою, а також відповідає іншим вимогам – правовий і моральний контроль засобів масової інформації, забезпечення різноманітності думок, чесності подачі інформації, свобода слова, повага до недоторканості приватного життя [Остапенко, 2012, с. 2].

Найчастіше і найактивніше політики використовують засоби масової інформації як засіб комунікації. Як правило, у політичній комунікації переважає рекламування політичних партій, або ж їх лідерів. Передусім – це здебільшого різновид односторонньої публічної комунікації, що передбачає діалог з виборцями. А результати цього зазвичай мають проявлятися у результатах голосування [Тищенко, 2010].

За оцінками рекламистів у медіа, президентські виборчі перегони 2009–2010 рр. мали принести не менше 100 млн. дол. за рекламування політичних лідерів. У 2007 році на політичну рекламу, за підрахунками Всеукраїнської рекламної коаліції, було витрачено 88 млн. дол. [Закусило, 2008].

І взагалі, телебачення в Україні є одним із найпопулярніших джерел (якщо не найпопулярнішим) отримання різноманітної інформації, включаючи і політичну комунікацію. Саме тому, зі сторони політичних партій воно використовується не тільки для інформування про власну діяльність, а й з метою формування громадської думки, заохочення прихильників та нейтралізації опонентів [Тищенко, 2010].

Процес політичної комунікації є безперервним, але його особливе посилення відбувається під час виборчого періоду, коли застосовуються і використовуються найрізноманітніші шляхи впливу на людей з метою завоювання їх прихильності [Шиманова, 2007, с. 3].

Роль політики у світі є зростаючою, перебування політиків у центрі уваги засобів масової інформації, активізація виборчого процесу, вплив на суспільну свідомість через загострення конкурентної боротьби між політиками – усі ці фактори зумовили інтерес до політичної комунікації у значній мірі [Малімон , 2008, с. 70].

Мова стає ще більш значущою в політичному житті, оскільки вона є одним з найбільш фундаментальних і важливих компонентів процесу маніпулювання. У наш час механізми політичного маніпулювання виходять на перший план. Через це розуміння не лише нових процесів у нашому суспільстві, але й елементів, що впливають на ефективність державної політики, вимагає розуміння маніпулятивної сили політичної мови та особливостей її використання в різних формах політичної комунікації. [Малімон , 2008, с. 70].

Також, дуже важливо розуміти на кого саме спрямовується політична комунікація, хто являється «отримувачем» у процесі. Оскільки для політика головною ціллю є заохочення людей, то, зазвичай, і їх повідомлення спрямовуються саме на електорат. Кандидати виступають, дають інтерв'ю, виголошують промови, звертаються до людей, вдаючись до різних тактик.

Таким чином, роль політичної комунікації змінювалась впродовж історії, але важко недооцінювати важливість цього суспільного явища. Хоча зараз політична комунікація і набуває більш популістичного характеру, але залишається головним інструментом урегулювання та установлення зв'язків на політичній арені. Як було підкреслено вище, політична комунікація сьогодні є джерелом інформації та інструментом політичної ідентифікації громадян. Вона характеризується медійним характером, а в свою чергу ЗМІ стали потужним засобом передачі політичної комунікації.

1.3. Особливості політичних дебатів

Політичні дебати створені для того, щоб кандидати у ході дебатів виражали свої думки, плани та цілі, а громада могла обрати найбільш привабливу сторону для себе.

Не будь-яка розмова між кандидатами є дебатами. Для цього заходу необхідна підготовка, організація. Дві сторони готуються і оповіщають населення. Також, на таких дебатах зазвичай присутній ведучий. Саме він задає питання кандидатам, а вони, відповідаючи, схиляють на свій бік глядачів.

Політична комунікація – це процес взаємодії політичних суб'єктів і засоби та способи цієї взаємодії [Акайомова, 2011, с. 3].

Комунікація між політиками завжди привертала і буде привертати увагу, так само, як і бути об'єктом дослідження дослідників.

Використовуючи шість головних змінних процесу політичної комунікації (за О. Шимановою [[Шиманова, 2007, с. 3]), можна виділити такі параметри політичних дебатів:

1. Відправник – політик, або частіше політична партія;
2. Повідомлення зазвичай передаються політиками в усній формі (звернення, агітація);
3. Отримувачем, тобто аудиторією, для якої призначене повідомлення, являються глядачі, потенційні виборці. Саме їм відправник приурочує свої повідомлення;
4. Зворотний зв'язок, як правило, є відсутнім у такій комунікації, оскільки, зазвичай, повідомлення отримуються через медіа, і доступ до негайного зворотного зв'язку є відсутнім. Але зараз все більше набирають популярності онлайн-опитування, через які і можна отримати приблизну оцінку.
5. Каналом для передачі цього самого повідомлення являються ЗМІ, які доносять інформацію до аудиторії. При цьому спостерігаємо таке явище, як «медіатизація» (цей термін вперше був застосований в 1989 році Г. Оберройтером). Медіатизація – підкорення політики законам ЗМІ.

Політична медіатизація має такі характеристики:

1. Політика стає грою для громадськості для задоволення. Головну роль тут виконують ритуал та видовища для публіки.
2. Зростання ролі популізму в політичній діяльності. Політики повинні діяти швидко, головне – це справити приємне враження на глядачів.

3. Існує прірва між діяльністю політиків та їх виступами на телевізійному екрані. Спільного між їх думкою та словами на публіку стає дедалі менше [Бокоч, 2017 с. 4].

Найбільш відомий вид політичних дебатів – президентські дебати. Вони також є найбільш популярними, відстежуваними, перегляданими та найбільш досліджуваними телевізійними програмами [Pekka Isotalus, с. 31].

Тому теоретичний розвиток досліджень телевізійних дебатів також починався з них і концентрувався на них. Їх інтенсивно досліджували, починаючи з дебатів Ніксона і Кеннеді 1960 р. і донині. За їх 50-річну історію їх вивчали з кількох ракурсів із різними результатами [Analyzing Presidential Debates].

Засоби масової інформації часто передбачають телевізійні дебати на телебаченні як національну подію великого значення. Але політологи зазначають, що, на відміну від партійних конвенцій, загальні виборчі дебати, як правило, не мають драматичних наслідків для виборців [The Journalist's Resource, ел. ресурс].

Президентські дебати набули популярності саме у США. Перші нетелевізійні дебати відбулися ще у 1858 році, коли Авраам Лінкольн та Стівен Дуглас зустрічались сім разів, щоб визначити, хто з них стане кращим сенатором. У 1948 році відбулись перші політичні радіодебати у форматі, дещо більш наближеному до сучасного [10 фактів про президентські дебати у США, ел. ресурс].

Перші телевізійні дебати відбулися в 1960 році. Тодішні кандидати на роль президента Джон Кеннеді, який представляв демократичну партію, та Річард Ніксон з боку республіканської партії зішлись в дебатах. До речі, прийнято вважати, що саме через те, що Кеннеді був більш успішний в дебатах (Ніксон дуже хвилювався і пітнів), йому і вдалося обійти в голосуванні свого опонента. В той час в більшості американських родин вже були телевізори. Дебати подивилися близько 66 млн. американців [BBC NEWS, ел. ресурс]

Інші відомі дебати США, які змогли змінити хід подій, відбулися в 2000 році між демократом Альбертом Гором і республіканцем Джорджем Бушем молодшим. До дебатів перевага була на стороні Альберта Гора, але Джордж

Буш зміг дуже вправно виступити, і після цього отримав більшу кількість голосів [BBC NEWS, ел. ресурс].

Саме так дебати і набули своєї популярності. Після цього, дебати, як ніколи до цього, вже стали невід'ємною частиною політики і мали змогу змінити результат в останній момент.

Однією з найбільш використовуваних теорій в дослідженні політичних дебатів є теорія Вільяма Л. Бенуа, і вона використовувалася, зокрема, в дослідженнях американських президентських кампаній. Вона застосовувалася при аналізі дискурсу всієї кампанії і, найчастіше, телевізійних дебатів. Теорія розглядає передвиборні виступи як інструментальні за своєю суттю, тобто як засіб досягнення мети – забезпечити достатню кількість голосів для перемоги на виборах. У своїх книгах Бенуа визначає п'ять аксіом, на яких заснована його функціональна теорія. Вони є наступними:

1. Голосування – це порівняльний акт.
2. Кандидати повинні відрізнитися від суперників.
3. Повідомлення політичної кампанії дозволяють кандидатам відрізнити себе.
4. Кандидати створюють перевагу шляхом вихваляння, нападу і захисту.
5. Передвиборний дискурс ведеться за двома темами: політика і їх особистість [Pekka Isotalus, с. 32–33].

Це означає, що виборець обирає між конкуруючими кандидатами, і це однозначно передбачає саме порівняльне судження. Виборці не віддаватимуть перевагу одному кандидатові іншому, якщо кандидати є однаковими. Тому кандидати повинні здаватися різними між собою. Кандидатам в оскаржуваних кампаніях важливо розрізнити себе та своїх опонентів. Після того, як кандидат вирішить, які відмінності слід наголосити перед виборцями, він або вона повинні донести цю інформацію до виборців. Для цього використовуються різні повідомлення кампанії [Pekka Isotalus, с. 33].

Висновки до розділу 1

Дебати є потужним інструментом для структурованої публічної дискусії між двома сторонами. Це не лише розважальна подія, а й механізм для обміну досвідом, ідеями та пошуку спільної мови. Дебати мають важливі наслідки для геополітичних та історичних змін і можуть стосуватися нагальних питань. Успіх дебатів полягає в тому, що вони створюють конструктивний діалог між різними сторонами з протилежними точками зору, дозволяючи генерувати нові та цінні ідеї та шукати правильну позицію. Таким чином, дебати є вагомим знаряддям спілкування та розвитку ідей у суспільстві.

Цей інструмент активно використовують в межах політичної комунікації, яка забезпечує взаємодію представників політики з усіма іншими. Зазначений вид комунікації здійснюється, зокрема, через засоби масової інформації, а отже, має медійний характер.

Політичні дебати – це не будь-яка розмова між кандидатами на ту чи ту посаду. Мета учасників дебатів згаданого типу – продемонструвати потенційним виборцям власні погляди та ідеї. Медіатизація політичних дебатів має своїм наслідком перетворення цієї події на видовище для публіки.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ФУНКЦІЇ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ДЕБАТІВ

2.1. Політичні дебати між кандидатами на посаду президента

Політичні дебати – це офіційна дискусія між двома або більше групами чи окремими особами, які мають протилежні погляди на певну політику чи питання. Ці дебати можуть проводитися в різних місцях, наприклад, в академічних установах, на медіа-платформах та в законодавчих органах.

Особливістю таких дебатів є те, що вони, як правило, використовують емпіричні докази та логічну аргументацію на підтримку своєї позиції. Це пов'язано з тим, що ця галузь зосереджена на розумінні та перевірці політичних теорій шляхом ретельного обговорення.

Політичні дебати, як правило, проводяться у дуже формальний спосіб. Існують правила, які диктують, як учасники представлятимуть свої аргументи і як вони реагуватимуть один на одного, подібно до того, як це, наприклад, відбувається під час парламентських дебатів. Так, встановлюється час, відведений для виступу кожного учасника, і очікується, що він обговорюватиме позиції своїх опонентів.

Результати політичних дебатів можуть мати значний вплив на громадську думку та напрямок політичних подій. За словами Н. Хоми, «закінчуються вони, як правило, прийняттям політ. документа (угоди, договору, декларації, протоколу) голосуванням чи на основі консенсусу» [Політологія, 2008, с. 114]. Вони також відіграють життєво важливу роль у демократичних суспільствах, сприяючи обміну ідеями та гарантуючи, що прийняті рішення ґрунтуються на глибокому аналізі.

У світі існують різні види політичних дебатів, які широко використовуються.

Одним з найпоширеніших видів політичних дебатів є традиційний формат, коли кандидати стоять на сцені і відповідають на запитання групи експертів. Цей тип дебатів зазвичай транслюється по телебаченню.

Вони, в свою чергу, поділяються на:

- 1) парламентські;

- 2) міжпартійні;
- 3) президентські.

Парламентські дебати передбачають обговорення певного питання і відбуваються в рамках парламенту. Хоча парламентські дебати можуть бути структуровані по-різному, вони, як правило, полягають у тому, що політичні діячі представляють свої аргументи на підтримку або проти певної пропозиції чи законопроекту. Депутати можуть ставити запитання та виступати з промовами в певний час.

У більшості парламентських систем дебати проводяться спікером або іншими посадовими особами, які стежать за дотриманням правил і гарантують, що всі члени парламенту мають змогу брати участь у дебатах. Ці дебати стенографуються і записуються, щоб громадськість могла пізніше прочитати або переглянути їх.

Парламентські дебати не лише є формальними, але й мають певні правила, які диктують, зокрема, як депутати повинні звертатися один до одного. Це гарантує, що вони залишатимуться ввічливими та поважними, навіть якщо між депутатами існують розбіжності.

Парламентські дебати можуть відігравати важливу роль у законодавчому процесі. Дебати дозволяють членам парламенту представити свою думку щодо законодавства та запропонувати поправки, які змінюють текст законопроекту.

Ці дискусії також можуть допомогти сформувати громадську думку з певних питань, оскільки члени парламенту мають можливість пояснити свою позицію безпосередньо людям.

У багатьох країнах парламентські дебати відіграють важливу роль у законодавчому процесі. Вони дозволяють членам парламенту обговорювати важливі закони і голосувати за них. Ці дискусії також можуть впливати на громадську думку і формувати політичний простір.

Міжпартійні дебати – це тип дискусії, що відбувається під час виборчої кампанії [Pfau, 2009]. Зазвичай у них беруть участь члени різних політичних партій, і вони покликані дати кандидатам можливість представити свої ідеї.

Ці дебати переважно проводяться групами політичних партій і можуть мати різні форми. Як правило, вони транслюються по телебаченню або в режимі «онлайн». Формат дебатів здебільшого визначається самими учасниками.

Однією з найважливіших особливостей дебатів є те, що вони дозволяють кандидатам представити свої позиції з різних питань. Це дає змогу електорату прийняти поінформоване рішення.

У країнах з багатопартійною системою дебати між кандидатами можуть допомогти виборцям зорієнтуватися і зробити свідомий крок під час обрання свого фаворита.

Окрім питань, пов'язаних з виборами, міжпартійні дебати можуть також обговорювати найважливіші проблеми країни. Кандидати можуть розглядати такі питання, як зовнішня політика, освіта, охорона здоров'я та соціальні проблеми. Взаємодіючи зі своїми опонентами, партійні діячі можуть представити свої ідеї та продемонструвати свій досвід.

Міжпартійні дебати є важливими в демократичній політиці. Вони дозволяють кандидатам окреслити свою політику та ідеї і допомагають виборцям приймати поінформовані рішення [Pfau, 2009]. Хоча дебати можуть бути дещо суперечливими, вони також є важливими компонентами виборчого процесу і допомагають людям зрозуміти вибір, який у них є.

Президентські дебати можуть мати різні форми. Зазвичай кандидати відповідають на запитання аудиторії або модератора. Є випадки, коли дебати відбуваються без модерації.

Можна згадати дебати Лінкольна–Дугласа, проведені ще в 1858 році під час кампанії Стівена Дугласа та Авраама Лінкольна до Сенату штату Іллінойс [Lincoln-Douglas debates, ел. ресурс]. Зазначений формат дозволяє обом кандидатам виголошувати власні промови та відстоювати свої позиції без модерації.

Президентські дебати транслюються по телебаченню або в режимі «онлайн». Великі групи людей можуть дивитися такі дебати. Онлайн-дебати стали популярними завдяки розвитку соціальних мереж. Вони можуть проводитися в різних формах, наприклад, у твіттері та в прямому ефірі. Вони можуть бути ефективним способом взаємодії з великою аудиторією.

Президентські дебати дуже помітні і можуть суттєво вплинути на результат президентських виборів. Кожен кандидат повинен ретельно підготуватися до цього заходу, що може включати вивчення питань та участь в дебатах. Крім того, дебати можуть бути дуже конкурентними, оскільки мета учасників – отримати перевагу над своїми суперниками.

Президентські дебати можуть стосуватися різних тем, таких як зовнішня та внутрішня політика, охорона здоров'я, освіта та соціальні питання. Очікується, що кандидати нададуть власні ідеї щодо конкретної політики або дадуть відповідь на критику своїх опонентів.

Президентські дебати є корисними для громадськості, оскільки вони дозволяють людям спостерігати та оцінювати виступи кандидатів в умовах тиску.

Під час дебатів може бути непередбачуване, оскільки учасникам можуть кинути виклик або навіть поставити неочікувані запитання. Те, як кандидати справляються з цими ситуаціями, може вплинути на те, як їх сприймають прихильники.

Президентські дебати можна порівняти з дебатами “Crossfire”, за яких групи кандидатів або окремі особи протистоять одна одній і ставлять складні запитання [Crossfires, ел. ресурс]. Цей формат може бути агресивним і бойовим, але він дозволяє учасникам глибше зрозуміти проблему.

Різні форми політичних дебатів можуть бути використані для того, щоб надати виборцям можливість почути кандидатів безпосередньо. Незалежно від того, сучасні вони чи традиційні, ці заходи відіграють важливу роль у демократії, оскільки дозволяють людям приймати поінформовані рішення.

«Протягом багатьох століть феномен дебатів був об'єктом дослідження класичної риторики, яка розглядала його як різновид публічної суперечки, характеризуючи його як еристичний» [Krapuva, Sukhenko, 2022, с. 6].

Спираючись на словник, термін «еристичний» характеризуємо як такий, що визначає дію, що передбачає суперечку і супроводжується витонченими та спекулятивними міркуваннями [Merriam-Webster Dictionary, ел. ресурс].

Часто, замість того, щоб знайти спільну мову або прийти до кращого розуміння питань, еристична аргументація зосереджена на перемозі в дебатах. Саме тому цей тип аргументації і використовується в політичних дебатах.

«В той час як евристична аргументація дійсно має на меті вирішити проблему за допомогою правдивих практичних міркувань, еристична аргументація має на меті перемогти опонента і виграти дебати» [Rasim Serdar Kurdoglu, 2020, с. 2].

Використання еристичних аргументів є етично проблематичним, оскільки вони приховують зловживання владою, які можуть мати місце в тій чи іншій ситуації [Rasim Serdar Kurdoglu, 2020, с. 2]. Це також може призвести до упередженої аргументації та підриву етичних методів ведення переговорів.

У 21 столітті все, що розпалює конфлікт, вважається еристичним. Наприклад, існують певні стратегії, що використовуються в дебатах або промовах, які не призначені для досягнення справедливого результату або доведення своєї точки зору. Натомість вони спрямовані на продовження ворожнечі, роздратування опонента або мають на меті збити опонента з пантелику.

Повага та відкритість є важливими для уникнення еристичних аргументів. Перед початком дебатів дуже важливо врахувати точку зору іншої сторони. Це дозволяє проводити більш збалансовані та конструктивні дискусії, які можуть допомогти покращити процес прийняття рішень.

Можна зробити висновок, що еристичність є широко поширеною властивістю політичних дебатів. Проте, це не є цілком добродесним, оскільки, використовуючи цю тактику, опонент не має на меті доказати свою точку зору, або висловити власну думку. Суперник має на меті скомпрометувати опонента, дезорієнтувати його, а таким чином, перемогти.

Також, зараз пропонуються ідеї, що на зміну антагонізму сьогоденної конкурентної арени має прийти агоністична модель, яка прагне сублімувати вічний конфлікт всередині дебатної спільноти у щось позитивне [The Argument for Inclusion, ел. ресурс].

Термін «агонізм» означає інтенсивну конкуренцію, яка виникає під час дебатів на певну тему. Учасники дебатів використовують різні стратегії та стилі мовлення, щоб прокласти собі шлях до перемоги.

Учасники дебатів не повинні ухилятися від того, щоб кидати виклик один одному. Але учасники дебатів повинні створити простір, в якому конфлікт може відбуватися, не вдаючись до особистих нападів [The Argument for Inclusion, ел. ресурс].

2.2. Аналіз перших президентських дебатів між Дж. Байденом і Д. Трампом

Політичні дебати є дійством, що змушує мільйони людей у всьому світі примкнути до телевізора і затамувавши подих спостерігати за комунікацією політиків, паралельно обираючи свого фаворита.

Метою мого дослідження є встановити стратегії та тактики, якими послуговувалися учасники президентських дебатів.

Дебати відбувалися між представником Республіканської партії, діючим на той час президентом, Дональдом Трампом та представником Демократичної партії, колишнім віце-президентом США за часів Б. Обами (2009–2017 рр.), Джозефом Байденом.

Матеріалом мого дослідження слугували транскрипти перших президентських дебатів 2020 року – Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020 (далі – 1st Presidential Debate Transcript 2020) [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Теми для дискусії до 29 вересня 2020 року відбирав модератор дебатів, журналіст Fox News Кріс Уоллес [USA TODAY, ел. ресурс].

Теми були переважно наступними:

1. Минуле Трампа і Байдена;
2. Пандемія Covid-19;
3. Верховний Суд;
4. Расові протести та насилля в містах;
5. Чесність майбутніх виборів;
6. Економіка [BBC NEWS Україна, ел. ресурс].

На обговорення кожної теми відводилося по 15 хвилин, а на репліки кожного з кандидатів – по дві хвилини [BBC NEWS Україна, ел. ресурс].

Президентські дебати в США між президентом Дональдом Трампом та колишнім віце-президентом Джоозефом Байденом нагадували бійку. Виборці, які приходили на президентські дебати заради цивілізованого обміну політичними ідеями, могли бути розчарованими, оскільки дійство більше нагадувало саме суперечку.

Аналіз здійснено за допомогою встановлення комунікативних тактик, до яких вдаються учасники дебатів. «З одного боку, тактика – шлях реалізації стратегії, а з іншого боку, спосіб мовленнєвого впливу, сукупність мовленнєвих засобів [Дяченко, Халін, 2019, с. 3]».

У межах однієї стратегії зазвичай виокремлюють кілька мовленнєвих тактик, які відрізняються відповідно до типу дискурсу, мовленнєвого жанру, мети адресанта тощо [Дяченко, Халін, 2019, с. 3].

Під час дебатів опоненти послуговувалися різними стратегіями та тактиками.

Поняття стратегії стосується планування та реалізації змісту кампанії, в той час як тактика – це комунікаційні компоненти [Городок, Кардашов, Романенко, Стасюк, 2016, с. 16].

Тобто, «стратегія відповідає на запитання: що потрібно сказати виборцям, щоб вони проголосували за відповідного кандидата, а тактика – як сказати» [Городок, Кардашов, Романенко, Стасюк, 2016, с. 16].

Цілі стратегії зазвичай зосереджені на трьох основних сферах: продукт або послуга, цільові групи та способи роботи з ними.

Під час аналізу було встановлено комунікативні тактики, до яких вдаються учасники дебатів.

Під час політичних дебатів, зокрема президентських, комунікативна діяльність їх учасників підпорядкована загальній цілі – вибороти прихильність електорату. У комунікативній лінгвістиці поняття стратегії розглядається як глобальний метод досягнення комунікативної мети [Kondratenko, Kiselova, Zaval'ska, 2020, с. 17–29].

Протягом усіх дебатів можна простежити тактики, які використовували опоненти:

- 1) тактика звинувачення – обвинувачення опонента є одним з найтривіальніших способів пересилити свого опонента. Суть цього

- способу полягає в тому, щоб взяти факт про супротивника і висвітлити його в негативному світлі перед публікою з метою приниження;
- 2) тактики погроз та залякування, образи та звинувачення є дуже ризикованими для використання. Адже дуже часто образи підкреслюють нечесність та невихованість, що може відштовхнути виборця;
 - 3) тактика представлення ситуації в позитивному світлі може бути дуже корисною, оскільки за мету поставлено донесення свого позитивного бачення ситуації, яка була використана задля приниження опонента;
 - 4) тактика самовихваляння може бути дуже влучною для використання під час дебатів, оскільки впевненість завжди може зіграти на руку, як і підкреслювання власних перемог та досягнень;
 - 5) тактика обіцянки є добровільним зобов'язанням щось зробити. Це є однією з найефективніших стратегій, оскільки виборці сподіваються, що політик змінить ситуацію.

Наприклад, тактику звинувачення можна побачити у промовах Д. Трампа:

“Joe, you’ve had 308,000 military people dying because you couldn’t provide them proper healthcare in the military. So don’t tell me about this [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

“47 years, you’ve done nothing” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“He doesn’t have any law support. He has no law enforcement” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

А також і в промовах Дж. Байдена:

“Because here’s the deal, here’s the deal. The fact is that everything he’s saying so far is simply a lie. I’m not here to call out his lies. Everybody knows he’s a liar” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“Show us your tax returns” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“He sends out wishful thinking. He hasn’t lowered drug costs for anybody. He’s been promising a healthcare plan since he got elected. He has none, like almost everything else he talks about” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

“He told us what a great job Xi was doing. He said we owe him debt of gratitude for being so transparent with us. And what did he do then? He then did nothing. He waited and waited and waited. He still doesn’t have a plan” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Тактика негативного представлення політичного опонента була використана зі сторони республіканта Д. Трампа. Це залякування було спробою знецінити інтелектуальний потенціал Дж. Байдена:

“You didn’t go to Delaware State. You graduated either the lowest or almost the lowest in your class. Don’t ever use the word smart with me. Don’t ever use that word” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

У подальшому Дональд Трамп прямо називає суперника брехуном:

“But you agree. Joe, you’re the liar. You graduated last in your class not first in your class” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

Дж. Байден не відставав від свого супротивника, і використовував достатньо різкі висловлювання:

“You’re the worst president America has ever had. Come on” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

“Well, it’s hard to get any word in with this clown. Excuse me, this person” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“He’s Putin’s puppy. He still refuses to even say anything to Putin about the bounty on the heads of American soldiers” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“Will you shut up, man? This is so un-Presidential” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Але не дивлячись на такі суворі і різкі висловлювання, на мою думку, Дж. Байден виглядав більш відкритим та поважним. Його тон був тихішим, ніж у Трампа. Представник Демократичної партії здавався більш співчутливим та спокійним.

Без тактики створення та підтримування власного іміджу неможливо уявити будь-які дебати та передвиборчу агітацію. Президентські дебати 29 вересня 2020 року в США не стали винятком.

Джо Байден вміло підкреслював свої вже здобуті досягнення, тримався впевнено та відкрито:

“I am the Democratic Party right now” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“I know how to do the job. I know how to get the job done” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

“I’m the guy that brought back the automobile industry” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Д. Трамп також наголошував на своїх здобутках:

“We had 10.4 million people in a four month period that we’ve put back into the workforce. That’s a record the likes of which nobody’s ever seen before” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“In 47 months, I’ve done more than you’ve done in 47 years, Joe. We’ve done things that you never even thought of doing” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“I brought back 700,000 jobs. They brought back nothing. They gave up on manufacturing” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“We made it better and I had a choice to make very early on. We took away the individual mandate. We guaranteed pre-existing conditions, but took away the individual mandate” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Звісно, в дебатах не обійшлося без тактики обіцянки, оскільки кандидати намагалися таким чином привернути аудиторію на свій бік.

Тодішній президент, наприклад, обіцяв:

“I’ll give you an example. Insulin, it was destroying families, destroying people, the cost. I’m getting it for so cheap it’s like water, you want to know the truth” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

“No, I want to give them better healthcare at a much lower price, because Obamacare is no good” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“I’m not going to allow that to happen. We have to go back to the core values of this country” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

Байден, у свою чергу, теж тримався впевнено і зобов’язувався поліпшити стан економіки та інфраструктури:

“We’re going to make sure that we can do that, we’re going to put 500,000 charging stations in all of the highways that we’re going to be building in the future” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“We’re going to build an economy that in fact is going to provide for the ability of us to take 4 million buildings. There’s so many things that we can do” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“By the way, I’m going to eliminate a significant number of the taxes” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“We’re going to be in a position where we can create hard, hard, good jobs by making sure the environment is clean, and we all are in better shape” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

Президентські дебати 29 вересня 2020 року не були схожими на звичні нам президентські дебати. Опоненти використовували образи, перекрикували один одного, ведучому часто доводилося втручатися у розмову та зупиняти супротивників:

“Let him finish” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

“Mr. President, let him answer” [1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].”

«Модерування цього престижного заходу в прайм-тайм можливо було найгіршою роботою у США у вівторок увечері», – вважає кореспондент «Бі-Бі-Сі» у Північній Америці Ентоні Зурхер [BBC NEWS Україна, ел. ресурс].

Опрацювання кожної теми окремо дає можливість встановити те, яка тактика стала домінантною під час обговорення певної проблематики.

У таблицях 2.1 і 2.2 наведено дані про частотність тієї чи тієї тактики у виступах кожного учасника перших президентських дебатів під час обговорення теми 1 і теми 2.

Можна зробити висновок, що в даних дебатах неможливо повноцінно оцінити опонентів та, звісно, визначити переможця. Аналізуючи виступи обох учасників, можна з упевненістю сказати, що ні один із них не відповідав правилам проведення класичних політичних дебатів.

Таблиця 2.1.

Тактики, якими послуговувались учасники перших дебатів під час обговорення теми 1

Тактики	Дж. Байден	Д. Трамп
Тактика представлення ситуації в позитивному світлі	+	+
Тактика самовихваляння	++	++
Тактика заперечення звинувачень на свою адресу	+	++
Тактика обіцянки	++	++
Тактика образи	++	+++
Тактика представлення опонента в не вигідному світлі	+	++
Тактика звинувачення	++	+++
Тактика погроз і залякування		

Таблиця 2.2.

Тактики, якими послуговувались учасники перших дебатів під час обговорення теми 2

Тактики	Дж. Байден	Д. Трамп
Тактика представлення ситуації в позитивному світлі	+	++
Тактика самовихваляння	++	+
Тактика заперечення звинувачень на свою адресу	++	+
Тактика обіцянки	+	+
Тактика образи	+	++
Тактика представлення опонента в невігідному світлі	++	+++
Тактика звинувачення	+	+
Тактика погроз і залякування		

2.3. Аналіз других президентських дебатів між Дж. Байденом і Д. Трампом

Сьогодні політичні події, а зокрема президентські вибори, мають велике значення не лише для народу тієї чи іншої країни, але й для людства в цілому. Голосуванню зазвичай передують дебати. Президентські дебати є дуже важливими під час передвиборчої кампанії, оскільки вони можуть вплинути на громадську думку та підвищити шанси кандидата на перемогу. Перед дебатами кожен кандидат проходить ретельну програму підготовки, щоб покращити свій виступ.

Другі президентські дебати між двома кандидатами також є однією з таких подій.

Матеріалом мого дослідження у цьому підрозділі стали транскрипти президентських дебатів від 22 жовтня 2020 року – Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020 (далі – Final Presidential Debate Transcript 2020) [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Завдяки залученню засобів масової інформації в 1960-х роках президентські дебати перетворилися на явище, яке стало доступним і широко обговорюваним. Спочатку їх показували лише по телебаченню, пізніше технологічний прогрес дозволив переглядати і поширювати їх на різних платформах.

Президентські дебати 1960 року між Річардом Ніксоном і Джоном Кеннеді були першими телевізійними президентськими дебатами. Вони продемонстрували, як телебачення може впливати на громадську думку. Під час дебатів врівноважена і спокійна поведінка Кеннеді вигідно відрізнялася від спітнілого Ніксона [Каневський, 2019].

Технологічний прогрес, що стався за останні роки, значно розширив можливості президентських дебатів. Соціальні мережі та інтернет-платформи для потокового мовлення дозволили глядачам з усього світу брати участь у дебатах [Городок, Кардашов, Романенко, Стасюк, 2016, с. 163].

Модератори дебатів, окрім того, що можуть спрямовувати дискусію, також несуть відповідальність за те, щоб кандидати отримували справедливі запитання.

Модератором других президентських дебатів виступила Крістен Велкер, яка в свою чергу проголошувала теми, контролювала час виступів та ставила свої уточнюючі запитання.

Основні теми, що обговорювали, такі:

1. Пандемія Covid-19
2. Національна безпека
3. Економіка
4. Імміграція
5. Расова приналежність
6. Зміна клімату.

На відміну від перших дебатів, які характеризувалися бурхливими обмінами думок, фінальне протистояння між двома кандидатами було більш спокійним. Оponentам виділяли час на відповідь, та головною відмінністю було те, що учасники не мали можливості переривати та перекикувати один одного.

За моїми даними, під час других президентських дебатів набір тактик не змінився, оскільки опоненти вдавалися переважно до таких тактик:

- тактика представлення ситуації в позитивному світлі;
- тактика самовихваляння;
- тактика заперечення звинувачень на свою адресу;
- тактика обіцянки;
- тактика образи;
- тактика представлення опонента в невігідному світлі;
- тактика звинувачення;
- тактика погроз та залякування.

Моєю метою є опрацювання кожної теми окремо задля того, щоб побачити, яка з тактик домінувала у виступах кожного з учасників.

Так, проаналізувавши першу тему Covid-19, я створила таблицю 2.3, яка демонструє використання тактик.

Можемо побачити, що оскільки Д. Трамп на час дебатів був діючим президентом, Дж. Байден не соромився використовувати тактики представлення опонента в невігідному світлі та звинувачення, щоб вказати на всі недоліки під час його президенства.

Наприклад, всього лиш на 12 хвилині дебатів представник Демократичної партії вже промовляє досить суворо: «*Anyone is responsible for that many deaths should not remain as president of the United States of America*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Або, наприклад: «*And we're in a circumstance where the president thus far and still has no plan, no comprehensive plan*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Як можемо побачити, Дж. Байден звинувачував діючого президента раз за разом: «... *And you say, "I take no responsibility"*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

На що Трамп, в свою чергу, звісно ж використовував тактику представлення ситуації в позитивному світлі та заперечення звинувачень на свою адресу.

Наприклад: «*I take full responsibility*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Також представник Республіканської партії намагався виставити проблему Covid-19 в позитивному світлі: «*We have a vaccine that's coming. It's ready. It's going to be announced within weeks. And it's going to be delivered*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Дж. Байден, в свою чергу, також послуговувався тактикою заперечення звинувачень на свою адресу: «*I didn't say either of those things*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Обидва опоненти звісно ж використовували тактики самовихваляння та обіцянки задля збереження та зміцнення власного іміджу. Ці тактики можуть бути дуже ефективними у формуванні того, як виборці сприймають кандидата.

Ми це можемо побачити на прикладі висловлювання Д. Трампа: «*We have to protect our seniors with heart problems and diabetes problems. And we will protect. We have the best testing in the world by far*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Таблиця 2.3.

Тактики, якими послуговувались учасники других дебатів під час обговорення теми 1

Тактики	Байден	Трамп
Тактика представлення ситуації в позитивному світлі		+++++
Тактика самовихваляння	+	+
Тактика заперечення звинувачень на свою адресу	+	+++
Тактика обіцянки	+++	+++
Тактика образи		++
Тактика представлення опонента в невігідному світлі	++++	+++
Тактика звинувачення	+++++	+
Тактика погроз і залякування		+

Дж. Байден, звісно ж, також послуговувався даними тактиками, даючи обіцянки та запевняючи, що зможе швидко та дієво перемогти масивний на той час вірус Covid 19: «*I'm going to shut down the virus, not the country*» та «*And so folks, I will take care of this. I will end this*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

На мою думку, однією з найсуворіший та найжорсткіших тактик є тактика образи. Хоча фінальні дебати і були більш контрольованими та спокійними, можемо побачити, що представник Республіканської партії послуговувався і даною тактикою також: «*We can't lock ourselves up in a basement like Joe does. He has the ability to lock himself up*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Другою темою для обговорення було обрано національну безпеку. Тут обидва опонента також вдавалися до різноманітних тактик. Можемо побачити із таблиці 2.4, якими саме тактиками послуговувалися найбільше.

Таблиця 2.4.

Тактики, якими послуговувались учасники других дебатів під час обговорення теми 2

Тактики	Дж. Байден	Д. Трамп
Тактика представлення ситуації в позитивному світлі	+	+
Тактика самовихваляння		+++
Тактика заперечення звинувачень на свою адресу	++	++++
Тактика обіцянки	+	
Тактика образи		+
Тактика представлення опонента в невігідному світлі	+++	++
Тактика звинувачення	+++	+++

Тактика погроз і залякування		
------------------------------	--	--

Можемо сказати, що під час обговорення другої теми висловлювань було менше, але вони були довгими, гучнішими та сміливішими.

Наприклад, тактика погрози дуже стрімко використовувалася зі сторони Дж. Байдена: « ... *I made it clear that any country, no matter who it is, that interferes in American elections will pay a price. They will pay the price*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Трамп, у свою чергу, дуже сміливо та резонансно використав тактику самовихваляння: «*I'm not a typical politician, that's why I got elected*» [Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс] або «*There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Стабільно, саме тактиками звинувачення та представлення одне одного в невігідному світлі опоненти послуговувалися найбільше. Інколи, легше – саме звинуватити, не шукати потрібних аргументів задля зміцнення власного іміджу, а спробувати послабити імідж свого конкурента. Це ми і можемо побачити на прикладах висловлювань Д. Трампа: «*Joe got three and a half million dollars from Russia*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

На що Дж. Байден, звісно, відповідає тактикою заперечення звинувачень: «*No basis for that*» або «*I have not taken a penny from any foreign source ever in my life*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Представник Демократичної партії, у свою чергу, звинувачував опонента у несплаті податків: «*Nobody knows, Mr. President, they do know is you're not paying your taxes or you're paying taxes that are so low*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс]; або «*What are you hiding? Why are you unwilling? The foreign countries are paying you a lot*» [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Також, тактика звинувачення була дуже жорстко, на мою думку, поєднана з тактикою образи зі сторони Д. Трампа: «*He is the Vice President of the United*

States, and his son, his brother and his other brother are getting rich, they're like a vacuum cleaner» [[Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Навіть використання тактики загрози, що досить рідко буває саме у політичних поєдинках, можемо побачити зі сторони Д. Трампа: *«I guarantee you, if I spent 1 million on you Joe, I could find plenty wrong, because the kind of things that you've done and the kind of monies that your family has taken»* [Final Presidential Debate Transcript 2020, ел. ресурс].

Проведений аналіз свідчить про те, що вибір тактики учасником дебатів залежить в першу чергу від таких параметрів:

- 1) тема, що обговорюється;
- 2) його (учасника дебатів) статус (чи є він на момент дебатів діючою посадовою особою, чи – ні);
- 3) його політичне минуле (чи багато «гріхів» можливо знайти і винести на загал під час дискусії) [Крарува, Sukhenko, 2022].

Можемо побачити, що найбільш використовуваними тактиками були: заперечення звинувачень на свою адресу, представлення опонента в невігідному світлі та звинувачення.

Це свідчить про те, що учасники намагалися відхилити або спростувувати звинувачення, які були пред'явлені їм та намагалися зобразити свого опонента як негативну особу, шляхом використання аргументів або фактів, які робили його позицію менш сильною або неприйнятною.

Висновки до розділу 2

Президентські дебати є важливими подіями, оскільки вони можуть суттєво вплинути на результат президентських виборів. Дебати можуть бути дуже конкурентними, оскільки мета учасників – отримати перевагу над своїми суперниками.

Під час дебатів суттєвим є статус учасників (чи є особа діючим посадовцем, чи – ні).

Також, важливим учасником дебатів є модератор, який, окрім того, що може спрямовувати дискусію, несе відповідальність за те, щоб кандидати отримували справедливі запитання.

Під час жовтневих дебатів 2020 року Джо Байден та Дональд Трамп послуговуються різними стратегіями та тактиками. Діючий на момент дебатів президент США використовував тактику представлення ситуації в позитивному світлі. Не меншу кількість разів йому доводилося виправдовуватися, оскільки Дж. Байден активно вдавався до тактики звинувачення.

ВИСНОВКИ

У роботі було розглянуто поняття «дебати» з урахуванням основних положень риторики, схарактеризовано політичну комунікацію, виділено особливості та складники політичних дебатів, встановлено характеристики та функції саме президентських дебатів, а також заналізовано перші дебати та фінальні дебати 2020 року між Дональдом Трампом та Джоозефом Байденом.

Можна зробити висновок, що значення дебатів складно перебільшити. Дане явище як вирішувало найважливіші питання минулого, так і продовжує привертати увагу мільйонів людей зараз.

Політичні дебати – це не будь-яка розмова між кандидатами на ту чи ту посаду. Мета учасників дебатів – продемонструвати потенційним виборцям власні погляди та ідеї. Медіатизація політичних дебатів має своїм наслідком перетворення цієї події на видовище для публіки.

Найважливішими, найпопулярнішими та найбільш досліджуваними дебатами – є саме президентські. Опоненти задля заручення прихильності виборців використовують різні комунікативні стратегії та тактики. Під час політичних дебатів комунікативна діяльність їх учасників підпорядкована загальній цілі – вибороти прихильність електорату. Основними комунікативними стратегіями при цьому є стратегія дискредитації опонента та стратегія створення позитивного власного іміджу. Для реалізації загальної стратегії використовують ті чи ті тактики.

У моїй роботі розглянуто такі тактики – тактика представлення ситуації в позитивному світлі, самовихваляння, заперечення звинувачень на свою адресу, обіцянки, образи, представлення опонента в невігідному світлі, звинувачення, тактика погроз та залякування.

Після аналізу дебатів між Дж. Байденом і Д. Трампом можемо побачити, що опоненти найбільше послуговуються тактиками звинувачення та, відповідно, заперечення звинувачень на свою адресу. Це свідчить про те, що учасники президентських дебатів 2020 року відзначають цінність звинувачень опонентів під час дебатів. Звинувачення можуть бути використані для зміни громадської думки, формування наративу на свою користь і зменшення довіри до

кандидата-суперника. Політики використовують дану тактику, щоб продемонструвати свій імідж як кращий вибір.

Дуже сильно відчувається різниця між першими та другими президентськими дебатами. Під час дебатів 29 вересня 2020 року опоненти поводили себе набагато агресивніше, активно використовуючи більш нападницькі тактики. Кандидати завзято намагалися дискредитувати один одного, дуже часто перебиваючи і не даючи можливості своєму опоненту закінчити.

Під час фінальних дебатів Джо Байден та Дональд Трамп вже були більш поважними один до одного. Вони частіше використовували тактики обіцянки, самовихваляння та тактику представлення ситуації в позитивному світлі.

Але можливо, на це вплинуло нове правило, яке було запроваджено саме під час фінальних дебатів, – модератор отримав можливість вимикати мікрофон кожного з учасників, коли ті не мали говорити в рамках визначеного для кожного з кандидатів часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Акаймова А. Політична комунікація як процес взаємодії політичних суб'єктів. 2011. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/akaiomova_politychna.pdf (дата звернення:10.03.2023).
2. Бокоч Ю. Дослідження політичної комунікації у контексті трансформації суспільства. 2017. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/30468/1/%D0%94%D0%9E%D0%A1%D0%9B%D0%86%D0%94%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%86%D0%A2%D0%98%D0%A7%D0%9D%D0%9E%D0%87%20%D0%9A%D0%9E%D0%9C%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%9A%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%87.pdf> (дата звернення:9.04.2023).
3. Бондар М. Основні категорії класичної риторики та журналістика. 2012. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/4141/4180> (дата звернення: 20.03.2023).
4. Городок М., Кардашов А., Романенко Є., Стасюк В. Перемога на виборах: технології, кампанії, принципи. 2016. URL: <https://iri.org.ua/sites/default/files/resources/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%B3%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%B2%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%85.%20%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97,%20%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97,%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%B8.pdf> (дата звернення:01.04.2023).
5. Дяченко Н., Халін В. Комунікативні стратегії в сучасному українському політичному дискурсі. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2019. (дата звернення:01.05.2023).
6. Електронний латинсько-український словник. URL: <https://www.m-translate.com.ua/slovník/latin/la-uk#text=communicatio&direction=la-uk>(дата звернення: 20.01.2023).

7. Електронний словник «Мультитран». URL: <https://www.multitran.com/> (дата звернення: 20.03.2023).
8. Закусило М. Політична реклама врятує ринок. 10 жовтня 2008. URL: http://telekritika.ua/politichna/2008-10-10/41169?theme_page=80& (дата звернення: 10.04.2023).
9. Інститут республіка. URL: <https://inrepublica.org.ua/> (дата звернення: 25.03.2023).
10. Ісаєнко Т., Лисенко А. Риторика. 2019. URL: https://dut.edu.ua/uploads/1_1964_55588451.pdf (дата звернення: 20.03.2023).
11. Каневський Д. "Увага, камера!": як теледебати (не) змінювали хід історії//DW. 2019. URL: <https://www.dw.com/uk/%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%B3%D0%B0-%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B0-%D1%8F%D0%BA-%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%82%D0%B8-%D0%BD%D0%B5-%D0%B7%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8-%D1%85%D1%96%D0%B4-%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%97/a-48202606> (дата звернення: 07.05.2023).
12. Крапива Ю., Сухенко А. Стратегії та тактики учасників президентських дебатів у США (на матеріалі дебатів 22 жовтня 2020 року)//Гуманітарний простір науки: досвід та перспективи: зб. матеріалів XXXVI Міжнарод. наук.-практ. інтернет-конф., 31 жовтня 2022 р. Переяслав, 2022. Вип. 36. С. 141–144.
13. Кримінальний кодекс України: Кримінально-процесуальний кодекс України : офіційне видання із змінами та доповненнями станом на 15 липня 2007 р. Частина перша статті 364 із змінами, внесеними згідно із Законом № 314-VII від 23.05.2013.
14. Малімон В. Проблеми державної культурної політики в Україні на сучасному етапі розвитку суспільства. 2008//Університетські наукові записки. 2008. №4. С. 355–360.

15. Маруніч І. І., Проценко Г. П. Фондова лекція з навчальної дисципліни «Риторика». 2015. 12 с. URL: [www.naiu.kiev.ua › files › lectures › lekc-1-rutor](http://www.naiu.kiev.ua/files/lectures/lekc-1-rutor) (дата звернення: 20.03.2023).

16. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження. 2012. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/ostapenko_politychna.pdf (дата звернення: 10.04.2023).

17. Прус М. 10 фактів про президентські дебати у США. URL: <https://ukrainian.voanews.com/a/fakty-pro-prezidentski-debaty-u-ssha/4862284.html> (дата звернення: 11.04.2023).

18. Слісаренко І. Ю. Навчальна програма дисципліни «Політичні комунікації» (для бакалаврів, спеціалістів). К.: МАУП, 2005. 12 с.

19. Тищенко Ю. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство. 2010. URL: https://shron2.chtyvo.org.ua/Zbirka/Modeli_politychnoi_komunikatsii_politychni_partii_ta_hromadianske_suspilstvo.pdf?PHPSESSID=nrnm7c1v2lqu3if1704ev5p746 (дата звернення: 10.04.2023).

20. Хома Н. Політологія. 2008. (дата звернення: 10.05.2023).

21. Шиманова О. Теоретичні основи дослідження політичної комунікації. 2007. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/25344/30-Shimanova.pdf?sequence=1> (дата звернення: 10.04.2023).

22. BBC NEWS. Ukraine. Ерман Георгій. Дебати, які змінили історію. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47820637> (дата звернення: 17.04.2023).

23. BBC NEWS. Ukraine. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-54351532> (дата звернення: 10.04.2023).

24. Britannica. Lincoln-Douglas debates. 2023. URL: <https://www.britannica.com/event/Lincoln-Douglas-debates> (дата звернення: 10.04.2023).

25. Debate Drills. Crossfires. URL: <https://www.debatedrills.com/public-forum/crossfires> (дата звернення: 10.04.2023).

26. Democraticaudit. URL: <https://www.democraticaudit.com/2016/11/01/concentrating-minds-how-the-greeks-designed-spaces-for-public-debate> (дата звернення: 20.03.2023)

27. Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020> (дата звернення: 10.04.2022)
28. Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020> (дата звернення: 20.03.2023).
29. Kondratenko N., Kiselova A., Zaval'ska L. Strategies and Tactics of Parliamentary Discourse. Studies about Languages. 2020. (дата звернення: 01.05.2023).
30. Крапува У., Sukhenko A. Presidential Debate (on the material of the 2020 Election Campaign in the USA) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія». 2022. Вип. 90. С. 6–10. DOI: 10.26565/2227-1864-2022-90-01 2022.
31. LawBook.online. URL: <https://lawbook.online/page/ritorika/ist/ist-23--idz-ax296--nf-15.html> (дата звернення: 29.03.2023)
32. Master's in Communication URL: <https://www.mastersincommunications.com/faqs/what-is-political-communication> (дата звернення: 10.04.2023).
33. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/eristic> (дата звернення: 10.05.2023).
34. Pekka Isotalus. Analyzing Presidential Debates. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/43557433.pdf> (дата звернення: 10.05.2023).
35. Pfau M. Intra-party political debates and issue learning. 2009. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00909888809365276?journalCode=rjasc20>. (дата звернення: 10.05.2023).
36. Principles of Public Speaking. URL: <https://courses.lumenlearning.com/publicspeakingprinciples/chapter/ancient-greece> (дата звернення: 18.03.2023).
37. Rasim Serdar Kurdoglu. Arguing to Defeat: Eristic Argumentation and Irrationality in Resolving Moral Concerns. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/344895938_Arguing_to_Defeat_Eristic_Ar

gumentation_and_Irrationality_in_Resolving_Moral_Concerns (дата звернення:01.05.2023).

38.Rodrigo Paramo, Varad Agarwala. The Argument for Inclusion: Fostering Agonism in Debate. 2014. URL: <https://www.vbriefly.com/2014/10/26/the-argument-for-inclusion-fostering-agonism-in-debate-by-rodriigo-paramo-and-varad-agarwala/> (дата звернення:01.05.2023).

39.Science Direct. URL: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/political-communication> (дата звернення: 10.04.2022).

40.The Journalist's Resource. URL: <https://journalistsresource.org/>. (дата звернення:10.03.2023).

41.USA TODAY Full transcript from the first presidential debate between Joe Biden and Donald Trump. URL: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/09/30/presidential-debate-read-full-transcript-first-debate/3587462001/> (дата звернення:10.05.2022).



Анотація

Сухенко А. В. Стратегії та тактики учасників президентських дебатів (на матеріалі виборчої кампанії 2020 року в США)

У роботі розглянуто політичну комунікацію, охарактеризовано явище «дебати», проаналізовано особливість політичних дебатів та виділено комунікативні тактики, використані Джо Байденом та Дональдом Трампом під час перших та фінальних дебатів. Зазначено, що політичні дебати – це офіційна дискусія між двома або більше групами чи окремими особами, які мають протилежні погляди на певну політику чи питання. Ці дебати можуть проводитися в різних місцях, наприклад, у академічних установах, на медіа-платформах та в законодавчих органах.

Під час дослідження було встановлено основні тактики, використані опонентами, – тактика представлення ситуації в позитивному світлі, самовихваляння, заперечення звинувачень на свою адресу, обіцянки, образи, представлення опонента в невігідному світлі, звинувачення, тактика погроз та залякування. Були використані такі методи дослідження, як аналітичний, описовий, кількісний та зіставний.

Визначено, що найбільш використовуваними тактиками були заперечення звинувачень на свою адресу, представлення опонента в невігідному світлі та звинувачення. Це свідчить про те, що учасники намагалися відхилити або спростувати звинувачення, які були пред'явлені їм та намагалися зобразити свого опонента як негативну особу, шляхом використання аргументів або фактів, які робили його позицію менш сильною або неприйнятною.

Ключові слова: дебати, політичні дебати, опоненти, комунікація, політична комунікація, стратегія, телевізійні дебати, президентські дебати, медіа.

Summary

Sukhenko A. V. Strategies and tactics of the participants in the presidential debate (based on the 2020 election campaign in the USA)

This research examines political communication, characterizes the phenomenon of debate, analyzes the peculiarities of political debates, and highlights the communication tactics used by Joe Biden and Donald Trump during the first and final debates. The research notes that a political debate is a formal discussion between two or more groups or individuals who have opposing views on a particular policy or issue. These debates can take place in a variety of venues, such as academic institutions, media platforms, and legislative bodies.

The research identified the main tactics used by the opponents: tactics of presenting the situation in a positive light, self-praise, denial of accusations against oneself, promises, insults, presenting the opponent in an unfavorable light, accusations, threats and intimidation. The following research methods were used: analytical (to analyze communication strategies and tactics), descriptive (to describe the terms "debate", "political communication", "tactics", etc.), quantitative (to count the communication tactics used) and comparative (to compare the techniques used during the debate).

It was determined that the most commonly used tactics were denying accusations against oneself and presenting the opponent in an unfavorable light as well as accusations.

This indicates that participants tried to reject or refute the accusations made against them and tried to portray their opponent as a negative person by using arguments or facts that made their position less strong or unacceptable.

Key words: debate, political debate, opponents, communication, political communication, strategy, television debate, presidential debate, media.