

УДК 811.161.1

О. О. Євланова,

аспірантка НАН України Інституту мовознавства

імені О. О. Потебні,

вул. Грушевського, 4, м. Київ, 01001, Україна,

тел.: +38 0442790292,

a.ievlanova@gmail.com

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПРЕЗИДЕНТІВ ВАЦЛАВА ГАВЕЛА ТА ВАЦЛАВА КЛАУСА У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті досліджуються засоби та тактики маніпулятивного впливу на цільову аудиторію в політичному дискурсі президентів Чеської Республіки – Вацлава Гавела та Вацлава Клауса. Розглянуто терміни *інтерв'ю*, *політичне інтерв'ю*, *телевізійні (політичні) дебати та дискусії*, що використовуються для опису маніпулятивного процесу. Розглядаються такі стратегії здійснення мовленнєвої маніпуляції: спроба уникнути відповіді, применшення важливості проблеми, пропаганда власної партії, використання беззмістовних фраз, суцільний повтор вже зазначеної інформації, критика модератора та особистостей, за допомогою яких президенти Чеської Республіки досить майстерно впливають на аудиторію.

Ключові слова: політичний дискурс, маніпулятивні стратегії, політична поведінка, Вацлав Гавел, Вацлав Клаус.

Постановка проблеми. Оскільки питання дослідження комунікативних стратегій ґрунтовно опрацьоване в численних лінгвістичних студіях вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, зосередимо нашу увагу на відображенні цих стратегій на політичному дискурсі президентів Чеської Республіки – Вацлава Гавела та Вацлава Клауса.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Якщо досліджувати область медійної комунікації, медійного дискурсу та приділяти увагу різним жанрам медійних діалогів та їх інших стилів, безперечно, виходить на перший план термін *interview*; цим жанром в Україні займалися О. Голік [2], О. Чекмишев [5], Н. Василенко [1], О. Рутковський [4], І. Михайлин [3], в Чеській Республіці – М. Чмейркова [3], М. Гавлік [7], Я. Гоффманова [3], Й. Бартошек [6], О. Мюлерова [14], Ї. Земан [17], у Польщі – М. Кіта [12], у Англії – Д. Сілверман [15], який охарактеризував нинішнє суспільство як *interview society* [15, с. 17]. Наприклад, терміни *interview*, *political (news) interview* далекі

від класичного уявлення про інтерв'ю за участі одного гостя та одного ведучого, який ставить питання. До вищезазначених термінів належить і тип діалогу, який чеські та словацькі дослідники (Я. Бартошек, М. Слезаква, В. Патраш) називають *televizní (politické) debaty*, *televizní (politické) diskuse*, *televizní diskusní pořady* [6, с. 11]. У працях англійських та американських дослідників (у першу чергу, тих, які займаються мовним аналізом) знаходимо, наприклад, поняття *public debate* (І. Гутчбі) [10, с. 3].

Мета нашого дослідження – проаналізувати основні комунікативні стратегії у політичному дискурсі президентів Чеської Республіки – Вацлава Гавела та Вацлава Клауса – та обґрунтувати їх використання.

Дебати та дискусії, які перш за все належать до сфери телевізійної публіцистики, представлені переважно діалогами з більшою кількістю учасників – тут, крім модератора, зазвичай беруть участь двоє чи більше гостей. У кожному випадку мова йде про публічні діалоги, в яких, перш за все, надається перевага інформативній та переконувальній функціям. Учасники намагаються переконати модератора, а головним чином публіку та політичного суперника у своїх твердженнях, тому тут часто конфронтаційний та агресивний стиль розмови переважає над ввічливим та кооперативним [9, с. 14]. У цьому випадку модератор повинен наполягати на своєму, протидіяти ухильницьким стратегіям своїх гостей. Тривалість цих діалогів є зазвичай усталеною (наприклад „таймінг”) [16, с. 42].

На питання модератора політики можуть давати відповіді за допомогою їх прямого чи непрямого уникання. Типи та причини уникання можуть бути різноманітними. Причиною може бути проста необізнаність, коли політик не володіє інформацією, про яку запитує модератор. Своїм неточним тлумаченням він інколи маскує те, що відповіді не знає; інколи навпаки: знає, але свідомо її замовчує, використовуючи досить хиткі формулювання. Часто дуже важко відрізнити справжню необізнаність від „заперечення”, за допомогою якого мовець оминає відповіді. Подібно до того у випадках, коли модератор ставить додаткові питання, щоб політик свою відповідь аргументував конкретними

даними чи доказами, політик інколи визнає, що потрібними даними та доказами не володіє, час від часу цей недолік оминає чи його відповідь свідчить, що жодних даних він не бажає чи не може навести. Протягом усього часу повторюється ситуація, коли модератор партнера „притискає до стіни” та прохає, щоби той навів імена конкретних осіб. Причиною уникання відповідей є інколи необізнаність, найчастіше ми є свідками того, що політик (хоча б приблизно) знає імена, але не може їх оголосити чи йому їх називати заборонено [8, с. 247]. Таку стратегію ми можемо побачити з відповіді Вацлава Клауса на питання, чому його книги спонсорує компанія „Лукойл”. На це питання другий президент Чеської Республіки не надає чіткої відповіді: „Chtěl bych ocenit pomoc firmy Lukoil a zejména jejího prezidenta Vagita Alekperova, který byl hlavním iniciátorem projektu <...>” [11].

Вацлав Гавел нерідко ухилявся від питань висловами типу: *říká se, mluvílo se o tom, zaslechl jsem, doneslo se ke mně, běžně se povídá, všichni přece víme, každé malé dítě ví* та ін. Якщо політик використовує аргументацію, що виражається такими словами, як „v mediálních kuloárech se říká“, модератор буде „тиснути” на доповідача словами: „řekněte konkrétně od koho jste to slyšel”, то доповідач буде уникати відповіді словами: „mediální kuloáry nemají jméno, no comment” [13]. Існують також політики, які не використовують цю техніку. Наприклад, під час виборчих дебатів В. Клаус на запитання модератора відповів: „<...> není pravda že všichni vědí. To je obrat který bychom neměli používat v debátách. Protože já například nevím, a možná že je nás víc kteří nevíme, nežijeme všichni vědí” [13]. Невизначені, непрямі, стратегії уникнення відповіді можуть мати різну мотивацію (необізнаність, бажання замаскуватися та ін.). Мова політиків не повинна затягувати діалог. Нечіткість може бути і звичкою. Доповідачі, наприклад, В. Гавел, котрий замість конкретного формулювання у деяких ситуаціях ухиляється від відповіді, зазвичай використовують слова типу *věc, záležitost, otázka, problém, řešení (máme problémy; hledáme řešení; podnikli jsme určité kroky)*. До цього стилю вираження належить врешті і перелічення: політик, який хоче свої твердження ілюструвати прикладами, згадає лише один чи два, а потім забути ком-

пенсус виразами *a tak dále, a podobně, a další*. Існують і протагоністи політичної сцени (В. Клаус), які мають у своїй мові досить високий рівень неточності, у доповідях підвищується повторювальність неозначених прислівників, наприклад *jaksi*: „<...> **jaksi** toto je takové *jaksi* období kdy to lidé více prožívají; já pokud vím tak ta účast **jaksi** je, sou tam zástupci státu ale ti sou složeni i z různých poslanců a podobně” [13]. Цей прийом використовують політики задля точного підтвердження своїх слів, але інколи вони намагаються використовувати його протягом тривалого часу, що є надмірним.

Невизначеність може бути також проявом ширості та серйозності мовця. Політик часто обговорює дуже складні питання, його мова відображає певне небажання, вагання (яку позицію зайняти у цьому складному питанні); або ж мовець намагається зрозуміти справжній стан речей, але констатує цей факт як спірний, проблематичний чи не цілком зрозумілий. Наприклад, реакція В. Гавела з приводу участі Чеської Республіки у війні в Іраку: „*přiznám se že na to nemám úplně hotový názor; že pochopitelně ta situace je vážná na druhou stranu asi je důležité aby se na tom dohodlo mezinárodní společenství, že to nemůže být rozhodnutí jenom jednoho státu, ale říkám hotový názor na to ještě nemám, a je to příliš vážná věc než abych řekla ano ne*” [13].

З іншого боку, є політики, які в бесіді з журналістами використовують виразні показники ступеня невизначеності (в основному – неозначені займенники і прислівники) як засіб, щоб виразити власну пиху, зарозумілість, презирство (наприклад, проти політичних опонентів): „*jakýchsi možných nových konkurentů jsme již viděli několik <...>*” [13]; до цієї категорії можна віднести і „плюралізацію” прізвища, до якої у багатьох випадках звертається В. Клаус: – *páni Cyrilové Svobodové koketují se sociální demokracií*; – *i když, říkám teď v uvozovkách, Teličkové něco vyjednávají*; – *podvod páchaný na národu pány Doležaly a lidmi tohoto nešťastného typu*; – *sféry pánů Grégrů, Fenclů, Špidlů, Kužvartů a podobně* [13].

Це свого роду вираження неозначеності, розмитості, компрометація особи політичного суперника, що також є вираженням зневаги. Невизначеність може, таким чином, бути виражена іронією, глузу-

ванням, що свідчить не про тактику уникнення, а про „ураження” опонента своїми аргументами.

Наступною тактикою „заплутування” політиків є спроба уникнути відповіді. Сюди відносимо, наприклад, стратегію, що її можна визначити як „і так, і так”. В. Клаус на питання, як він оцінює чеську політику за певний період, відповідає: „politika je podle mne jako každé jiné řemeslo, dá se dělat dobře, dá se dělat špatně” [13]. Приклади подібних формулювань В. Клауса: – *to z toho automaticky nevyplývá, ale současně to ani není vyloučeno; – to tvrzení lze buď potvrdit nebo vyvrátit; – ta situace je zvláštní a má v sobě jak prvky stability, tak prvky nestability* [13].

Інша стратегія спрямована на применшення проблеми: замість того, щоб чітко констатувати суть проблеми, В. Гавел намагається переконати, що „toto není jediný problém...jsou tu i jiné, větší <...>” [13]. На питання, чи потрібен певний закон, він відповів: „já sem připraven ten zákon projednávat, ale všechny důvody proč by tento zákon měl být přijat se dají ošetřit v jiných zákonech těch případů kdy je potřeba nějakým způsobem ošetřit tuto věc najdeme v životě naší společnosti celou řadu” [13].

Існує ще велика кількість інших широко застосовуваних способів, як „втєкти” від питання (модератор часто говорить *vy ste mi z té otázky utekl*). Наприклад, прийом ухилення від відповідей, самопропаганди: замість того, щоб відповідати на питання, В. Клаус звертається до пропаганди себе та своєї політичної сили: „My se jmenujeme Občanská demokratická strana a hájíme rovnost všech občanů před zákonem. Hájíme standardní demokratická pravidla a jsme strašlivě citliví na to když sou porušována” [13]. Реакція модератора на цю відповідь була така: „pane předsedo teď jste si tady svým způsobem udělal i velké politické pír” [13]. Політики часто вдаються до посилення, яке також слугує тактикою уникнення. В. Клаус використовує цитування при кожному зручному випадку, декламуючи передвиборчу кампанію своєї політичної партії. Іноді цитування перевищує допустиму межу і модератори не в змозі зупинити політика: „já vás přeruším, nechejme ten citovat článek, to přeháníte už budete tady citovat článek, tak už stop pane, doopravdy stop” [13].

Доказовим методом маніпуляції є використання загальних, беззмістовних фраз. Найбільшу їх кількість вжив В. Гавел під час відповіді на питання, що сприйняв як виклик модератора словами „Děkujeme, odejděte”: „pro mne to byla zkušenost, a zkušenost může být dobrá i špatná paradoxně i špatná zkušenost může být dobrá když si z ní vezmeme poučení a pro mě to poučení zní že vedle slov sou důležité činy a pro mě činy znamená konkrétní práce kterou dělám dnes a denně a že život stejně tak jako politika je maratón běh na dlouhou trat’, a je potřeba si ten cíl odpracovat, to je moje poučení, že vedle slov je potřeba vidět a dělat konkrétní činy, konkrétně si to odpracovat” [13]. Уникати питань можна і суцільним повторенням одного й того самого, коли політик не звертає увагу на „тиск” модератора. Перш за все деякі учасники дебатів і дискусій задовольняються тим, що навіть незначна затримка комунікації порушує ритм питань та відповідей метамовними і метамовленневими міркуваннями, зосереджуючи увагу (зазвичай надмірну) на конкретному слові (реченні), яке прозвучало в репліці модератора чи наступного учасника діалогу. В. Клаус, наприклад, уникає належної реакції на запитання модератора, яке стосувалося його особистого ставлення до В. Гавела і „першої леді”. У цьому випадку питання „перенаправляє” у тлумачення поняття „першої леді”: “Jaká má být úloha první dámy v České republice já sem říkal to slovo neznám, to je uměle vnesené slovo, druhá dáma, třetí dáma, patnáctá dáma? Já myslím, že se to má jmenovat manželka prezidenta” [13].

У В. Клауса особливо ефективною є заміна відповіді тиском на наступного учасника дебатів шляхом експресивного метамовного коментаря, у поєднанні з емоційним ставленням політика: „Jestli někdo se chce bavit jako pan poslanec se slovy rozvrat rozkradená a vytunelovaná, tak to já se s ním odmítám prost) to je dětinské směšné pane poslanče ODS zůstane svá proti lidem jako ste vy a proti podvodným větám které vy tady prostě používáte ocenění úspěchu jestli tohleto je věta která vám vadí buh s námi a buh s naší zemí” [13]. Подібним ефективним способом „знищення” дебатів є прийоми, які багато політиків відмінно використовують: орієнтуватися на модератора, ставити питання чи критикувати його питання, атакувати та нападати на нього; чи напряму вказати, що „цей злий модератор не надасть мені ані слова” та „все залежить

від журналістів та ЗМІ”. Деякі телевізійні модератори можуть критикувати промовця: „Pane redaktore, pane redaktore, vy načnete téma člověk se vám pokouší odpovědět, vy vůbec neposloucháte, protože si tady přede mnou čtete tu další otázku předem připravenou takže kdybych řek cokoliv tak vy budete zase říkat další otázku” [13].

В деяких випадках В. Клаус, намагаючись скорегувати дебати, переходить до критики особистостей: „Pane redaktore neurážíte mě už to přesahuje všechny meze spolupráce ODS – ČSSD nebyla my sme s nimi nevládli ví to každé malé dítě neví to pár zaprodaných novinářů České televize nevím mám to říkat po tisící po miliónté nebo kolik trvám na tom, že fakt každé male dítě a je smutné když to někdo vopravdu pořád nechce vědět ptá se čtyři roky v tomto pořadu dělá takového, že mu to nedošlo ještě a mně se to zdá spíš, nevím jestli úsměvné nebo možná spíš smutné” [13].

Висновки. Слід зазначити, що список тактик, за рахунок яких реалізуються ті чи інші стратегії, може бути продовжений. Таким чином, аналіз представленого матеріалу демонструє, що маніпулятивна стратегія – провідна комунікативна ланка політичного дискурсу, а маніпулятивні тактики і прийоми, використані Вацлавом Гавелом і Вацлавом Клаусом, численні та вельми різноманітні (спроба уникнути відповіді, применшення важливості проблеми, пропаганда власної партії, використання безмістовних фраз, неозначених займенників і прислівників, суцільний повтор вже зазначеної інформації, критика модератора та особистостей) та ін. Незважаючи на значну кількість публікацій, які досліджують питання маніпулятивного впливу в політичному дискурсі, комунікативні стратегії президентів Вацлава Гавела та Вацлава Клауса залишаються не до кінця з’ясованими. Це повинно стати предметом подальших розвідок.

Список використаних джерел та літератури

1. Василенко Н. В. Манипулятивний потенціал речевої тактики комплімента / Н. В. Василенко // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – Київ, 2009. – Вип. 26. – Ч. 1. – С. 148–152.

2. Голік О. В. Особливості використання маніпулятивних технік у рекламному повідомленні / О. В. Голік // Наукові записки Інституту журналістики. – Київ, 2013. – Т. 50. – С. 124–128.

3. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт : вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. – Харків: Прапор, 2008. – 512 с.

4. Рутковський О. Український словник-довідник екранних медіа : лексикон кіно, телебачення, відео та Інтернету. – Київ : ІМФЕ імені М. Т. Рильського НАН України, 2007. – 302 с.

5. Чекмишев О. В., Ярошенко Л. А. Діяльність ЗМІ під час парламентських виборів на прикладі матеріалів моніторингу загальнонаціональних телеканалів (листопад 2005 – березень 2006) / О. В. Чекмишев, Л. А. Ярошенко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2006. – Т. 24. – С. 129–142.

6. Bartošek J. K televizním politickým debatám / J. Bartošek // Tvar. – 1997. – č. 11. – S. 11–17.

7. Havlík M. The role of prosody in a Czech talk-show. – Amsterdam, 2012. – 280 s.

8. Čmejrková S. Televizní interview a jiné dualy. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu / S. Čmejrková // Slovo a slovesnost. – 1999. – Č. 60. – S. 247–268.

9. Čmejrková S. Hoffmannová J. Jazyk, média, politika / S. Čmejrková. – Praha, 2003. – 260 s.

10. Hutchby I. Building alignments in public debate: A case study from British TV / I. Hutchby // Text. – 1997. – No. 2. – 180 s.

11. Jaa J. Klausovu knihu sponzorovala ruská ropná společnost. 19.08.2008 / J. Jaa // Aktuálně cz. URL: <http://zpravy.aktualne.cz/domaci/politika/klausovu-knihu-sponzorovala-ruska-ropna-spolecnost/r~i:article:614125/>

12. Kita M. Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja / M. Kita. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 1998. – 215 s.

13. Korpus DIALOG Ústavu pro jazyk český AV ČR. URL: www.fusie.ujc.dialogy.cz/

14. Müllerová O. Mluvený text a jeho syntaktická výstavba / O. Müllerová. – Praha, 1994. – 145 s.

15. Silverman D. Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction / D. Silverman. – London, 1993. – 448 p.

16. Slezáková M. Jazyková analýza televizního diskusního pořadu Respektování / M. Slezáková. – Praha, 1998. – 145 s.

17. Zeman J. Základy české ortoepie / J. Zeman. – Hradec Králové, 2008. – 149 s.

References

1. Vasilenko N. V. Manipulyativnyy potentsial rechevoy taktiki komplimenta / N. V. Vasilenko // *Movni i kontseptual'ni kartyny svitu* : zb. nauk. pr. – Kyiv, 2009. – Vyp. 26. – Ch. 1. – P. 148–152.
2. Holik O. V. Osoblyvosti vykorystannya manipulyatyvnykh tekhnik u reklamnomu povidomlenni / O. V. Holik // *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*. – Kyiv, 2013. – T. 50. – P. 124–128.
3. Mykhaylyn I. L. Zhurnalistyka yak vsesvit : vybrani mediadoslidzheniya / I. L. Mykhaylyn. – Kharkiv: Prapor, 2008. – 512 p.
4. Rutkovs'kyy O. Ukrayins'kyy slovnyk-dovidnyk ekrannykh media : leksykon kino, telebachennya, video ta Internetu. – Kyiv : IMFE imeni M. T. Ryl'skoho NAN Ukrayiny, 2007. – 302 p.
5. Chekmyshev O. V., Yaroshenko L. A. Diyal'nist' ZMI pid chas parlaments'kykh vyboriv na prykladi materialiv monitorynhu zahal'no-natsional'nykh telekanaliv (lystopad 2005 – berezen' 2006) / O. V. Chekmyshev, L. A. Yaroshenko // *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*. – K., 2006. – T. 24. – P. 129–142.
6. Bartošek J. K televizním politickým debatám / J. Bartošek // *Tvar*. – 1997. – č. 11. – P. 11–17.
7. Havlík M. The role of prosody in a Czech talk-show. – Amsterdam, 2012. – 280 p.
8. Čmejrková S. Televizní interview a jiné dualy. Mediální dialog jako žánr veřejného projevu / S. Čmejrková // *Slovo a slovesnost*. – 1999. – č. 60. – P. 247–268.
9. Čmejrková S. Hoffmannová J. Jazyk, média, politika / S. Čmejrková. – Praha, 2003. – 260 p.
10. Hutchby I. Building alignments in public debate: A case study from British TV / I. Hutchby // *Text*. – 1997. – No. 2. – 180 p.
11. Jaa J. Klausovu knihu sponzorovala ruská ropná společnost. 19.08.2008 / J. Jaa // *Aktuálně cz*. URL: <http://zpravy.aktualne.cz/domaci/politika/klausovu-knihu-sponzorovala-ruska-ropna-spolecnost/r~i:article:614125/>
12. Kita M. Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja / M. Kita. – Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 1998. – 215 p.
13. Korpus DIALOG Ústavu pro jazyk český AV ČR. URL: www.fusie.ujc.dialogy.cz/
14. Müllerová O. Mluvený text a jeho syntaktická výstavba / O. Müllerová. – Praha, 1994. – 145 p.

15. Silverman D. Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction / D. Silverman. – London, 1993. – 448 p.

16. Slezáková M. Jazyková analýza televizního diskusního pořadu Respektování / M. Slezáková. – Praha, 1998. – 145 p.

17. Zeman J. Základy české ortoepie / J. Zeman. – Hradec Králové, 2008. – 149 p.

O. O. Ievlanova,

Postgraduální studentka Národní akademie věd Ukrajiny Ústavu jazyk
vědy O. O. Potebni,

ul. Hruševského 4, m. Kyjev, 01001, Ukrajina,

telefonní číslo: +38 044 2790292,

a.ievlanova@gmail.com

KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE PREZIDENTŮ VÁCLAVA HAVLA A VÁCLAVA KLAUSE VE MEDIA

V tomto článku jsem se soustředila na velmi výrazně zastoupenou rovinu politické manipulace prezidentů České republiky – Václava Havla a Václava Klause. Pokusila jsem se představit vyhýbavé a neurčité odpovědi prezidentů na otázky moderátorů i různé motivace těchto odpovědí, jako je neznalost fakt, potřeba manifestovat svou diskretnost, určitá zdrženlivost a opatrnost – ale i záměry kamuflážní, ironické či dehonestační; a především únik od otázky do sebepropagace, zbytečného citování, frázi a banalit nebo subjektivních metajazykových komentářů. Samozřejmě můžeme najít i ostře konturované dialogy nebo dialogické pasáže, kde se politici vyjadřují velmi přesně, dokážou předvést systematickou a konkrétně podloženou analýzu problému, ukázkově spolupracují s moderátorem. Techniky manipulativní a strategie úhybné jsou však pro styl politické komunikace v každém případě symptomatické a nikdy z něj nezmizí.

Klíčová slova: politický diskurz, manipulační strategie, politické chování, Václav Havel, Václav Klaus.

O. O. Ievlanova,

Postgraduate,

National Academy of Sciences of Ukraine

O. O. Potebnia Institute of Linguistics,

4, Hrushevsky St., Kyiv, 01001, Ukraine,

tel.: +38 0442790292,

a.ievlanova@gmail.com

COMMUNICATION STRATEGIES OF PRESIDENTS VACLAV HAVEL AND VACLAV KLAUS IN THE MASS MEDIA

Summary

The purpose of the paper is to show the problem of strategies in the political discourse of Presidents of the Czech Republic – Vaclav Havel and Vaclav Klaus and justify their use. This article is devoted to the study of means of manipulative influence in political discourse. *The material* of the study are articles by V. Havel and V. Klaus and Korpus DIALOG (National academy of sciences of the Czech Republic), published at different times (from 1990 to 2013). *Methodology*: the descriptive method. *Finding*. Linguistic manipulation in Czech political discourse is revealed through the study of strategies of linguistic manipulation (strategy of “avoiding” the author of the answer by using a strong indicator of uncertainty, general use of meaningless phrases; strategy of interrupting the guest and delaying the dialogue). The defined terms are used to describe the manipulative process and examples of strategies by Vaclav Havel and Vaclav Klaus. *Practical value*. I think the article may be recommended to researchers, postgraduates and students in the field of linguistics. *Results*. The Czech presidents V. Havel and V. Klaus repeatedly used manipulative strategies to achieve their political goals.

Key words: political discourse, manipulative strategies, political behaviour, Vaclav Havel, Vaclav Klaus.

Надійшла до редакції 15.04.2017 р.