

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ДЕРЕНЧУК НАТАЛІЯ ВІКТОРІВНА

УДК 81'272'42:32-057.3(477)

ДИСЕРТАЦІЯ

МОВНИЙ ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКА

10.02.01 – українська мова

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело

Н. В. Деренчук

Науковий керівник: **Завальнюк Інна Яківна,**
доктор філологічних наук, професор

Луцьк – 2018

АНОТАЦІЯ

Деренчук Н.В. Мовний портрет сучасного українського політика. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.01 „Українська мова”. – Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вінниця; Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, 2018.

У дисертації уточнено сутнісні характеристики сучасного українського політичного дискурсу в плані структурно-функціонального осмислення мовлення політичних діячів; уперше в українському мовознавстві здійснено різноаспектний аналіз мовного портрета українського політика, представлено комплексний опис мовних засобів, що беруть участь у формуванні основних комунікативних рис мовлення сучасних політичних діячів; виявлено складові елементи та способи формування мовного портрета політика, а також репрезентовано узагальнений мовний портрет сучасного українського політичного діяча; визначено типологію комунікативних стратегій в українському політичному дискурсі; з'ясовано вплив мовного портрета на формування іміджу як окремого політика, так і політичної культури країни загалом.

Поняття „політичний дискурс” витлумачено як складне багатоаспектне мовно-комунікативне явище з чіткою соціокультурною спрямованістю та прагматичною семантикою, вираженою комплексом вербальних і невербальних засобів. Відповідно до цього визначено важливість прагматичного підходу до аналізу мовної особистості в комунікативній лінгвістиці, оскільки він істотно впливає на реалізацію мовного портрета індивіда.

На підставі оптимізації досвіду дослідників у галузі політичної лінгвістики розкрито теоретичні основи проблеми формування політичного дискурсу та мовного портрета в ньому. З'ясовано, що мовний портрет – це один із видів опису мовної особистості, що полягає у відображенні певних

лінгвістичних та екстралінгвістичних рис, зумовлених жанровою й ситуативною специфікою, у конкретний відтинок часу. Аналіз мовного портрета українських політиків засвідчує, що він вибудований на використанні широкого реєстру стилістичних прийомів, які роблять мовлення політиків переконливішим й аргументованішим. Зроблено висновок про те, що цілісний мовний портрет містить компоненти таких рівнів: психолінгвістичного (соціальні, психологічні особливості, особисті інтереси), мовно-культурного (особливості комунікативної поведінки, ураховуючи чинник адресата та своєрідність його лексики) та рівня лексикону (опис та аналіз усіх системно-мовних рівнів).

Комунікативний інструментарій українських політичних діячів дав змогу створити типологію комунікативних стратегій, якими вони послуговуються. Це стратегії самопрезентації, самозахисту, дискредитації, інформаційно-інтерпретаційна, стратегія компромісу, маніпулятивна та агітаційна.

Комунікативний імідж визначено як певну сукупність, стабільний набір мовних засобів, які закріплюються за публічною особою та властиві лише їй. Формування іміджу українського політика відбувається завдяки апеляції до позитивно маркованих європейських цінностей, свободи, об'єднання українського народу, реформаторських змін для кращого майбутнього. Комунікативні стратегії актуалізують мовний портрет, який формує політичний імідж типового представника політичного простору України.

Ключові слова: мовний портрет, мовна особистість, комунікативна стратегія, мовлення сучасного українського політика, український політичний дискурс.

SUMMARY

Derenchuk N. Language portrait of modern Ukrainian politician. – Qualifying scientific paper. Manuscript.

Thesis for the Candidate Degree in Philology. Speciality 10.02.01 “Ukrainian Language”. – Vinnytsia State Pedagogical University named after Mikhaïlo

Kotsiubynsky, Vinnytsia; Lesia Ukrainka Eastern European National University, Lutsk, 2018.

The thesis explains the sense of the concept of political discourse. It is defined as a complex multifaceted linguistic and communicative phenomenon with a clear socio-cultural orientation and pragmatic semantics, which are expressed by set of verbal and non-verbal means. Accordingly the importance of a pragmatic approach to the analysis of the linguistic personality in communicative linguistics is determined, since it significantly influences the implementation of the linguistic portrait of the individual.

The theoretical foundations of the problem of the formation of political discourse and the language portrait in it are determined on the basis of optimization of the experience of researchers in the field of political linguistics. It was found out that the linguistic portrait is one of the types of description of the linguistic personality, which consists in displaying certain linguistic and extra-linguistic features determined by genre and situational specificity in a specific time span. Analysis of the linguistic portrait of Ukrainian parliamentarians shows that it is built on a wide range of stylistic techniques that make politicians' speech more persuasive and argumentative. It is concluded that linguistic portrait contains components of the following levels: psycholinguistic (social, psychological peculiarities, personal interests); level of lexicon (description and analysis of all system-language levels); linguistic-cultural level (features of communicative behavior, taking into account the factor of the addressee and the originality of vocabulary).

The communicative characteristics of Ukrainian politicians have made it possible to create a typology of communicative strategies that they use. Among these are strategies of self-representation, self-defense, discredit, informational-interpretative, argumentative or compromise strategy, manipulative and agitation strategies.

The communicative image is defined as a certain, stable set of linguistic means, that are fixed by a public person. The formation of the image of Ukrainian politician is realized due to appeal to positively marked European values, freedom, change for

the better through reformation, united Ukrainian people. The connection of a communicative strategy with political image forms a linguistic portrait of politicians as a unique image in the political space.

The scientific novelty of the research is that the main sense and characteristics of contemporary Ukrainian political discourse are specified in terms of structural and functional comprehension of the speech of political figures.

It is made multivariate analysis of the linguistic portrait of Ukrainian politicians. The comprehensive description of linguistic means involved in forming the main communicative features of speech of contemporary parliamentarians was presented for the first time in Ukrainian linguistics.

The components and ways of forming a linguistic portrait of a politician are revealed, as well as a generalized linguistic portrait of a modern Ukrainian politician is presented. It is defined the typology of communicative strategies in the Ukrainian political discourse. The influence of the linguistic portrait on the formation of the image as a separate politician, as well as the political culture of the country as a whole, is clarified.

The practical significance of the research is that it can be used in standard courses of stylistics, rhetoric, communicative linguistics, as well as in special courses of linguopragmatics and discourse.

Key words: linguistic portrait, linguistic identity, communicative strategy, speech of modern Ukrainian politician, Ukrainian political discourse.

Список публікацій здобувача

1. Деренчук Н. В. Деякі аспекти реалізації мовної особистості сучасного українського політика (на матеріалі мовлення Олега Тягнибока) // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство) : зб. наук. праць / [гол. ред. Н. Л. Іваницька]. Вінниця : ТОВ „Фірма „Планер”, 2014. Вип. 19. С. 227–231.

2. Деренчук Н. В. Теоретичне осмислення проблеми формування сучасного українського політичного дискурсу // Мовознавчий вісник

Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького / [відп. ред. Г. І. Мартинова]. Черкаси, 2014. Вип. 19. С. 243–249.

3. Деренчук Н. В. Поняття ідіолекту в українському політичному дискурсі // Лінгвостилістичні студії : наук. журн. / [голов. ред. С. К. Богдан]. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2015. Вип. 2. С. 30–38.

4. Деренчук Н. В. Прагмалінгвістичні особливості мовної тактики „обіцянка” в українському політичному дискурсі // Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна” : зб. наук. праць / [уклад. : І. В. Ковальчук, Л. М. Коцюк.]. Острог : Видавництво Національного університету „Острозька академія”, 2016. Вип. 61. С. 50–52.

5. Деренчук Н. В. Особливості формування маніпулятивної стратегії в українському політичному дискурсі // Проблеми гуманітарних наук : зб. наук. праць Дрогобицького ДПУ ім. Івана Франка. Серія „Філологія” / [ред. кол. : Надія Скотна (шеф-редактор), Марія Федурко (гол. ред.) та ін.]. Дрогобич : Редакційно-вид. відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2016. Вип. 38. С. 357–364.

6. Деренчук Н. В. Особливості функціонування комічного в українській політичній комунікації // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство) : зб. наук. праць / [гол. ред. І. Я. Завальнюк]. Вінниця : ТОВ „Фірма „Планер”, 2017. Вип. 24. С. 102–107.

7. Деренчук Н. В. Влияние языковых репрезентантов на формирование имиджа современного украинского политического деятеля // European Journal of Literature and Linguistics. Vienna : „East West” Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2017. № 1. С. 15–18.

8. Деренчук Н. В. З історії вивчення питання формування політичного дискурсу // Філологічні студії : зб. наук. праць студентів інституту філології й журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського : у 3 ч. / [відп. за випуск І. В. Гороф'янюк]. Вінниця : ТОВ фірма „Планер”, 2014. Вип. 12. Ч. І. Лінгвістичні студії. С. 229–235.

9. Деренчук Н. В. Мовна особистість сучасного українського політика (на матеріалі інавгураційної промови П. Порошенка) // Мова в професійному вимірі: комунікативно-культурний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Харків: ФОП Бровін О. В., 2014. Ч. I. С. 49–51.

10. Деренчук Н. В. Роль метафори в україномовному політичному дискурсі // Актуальні проблеми сучасної науки і наукових досліджень: зб. наук. праць / [Редкол.: Р. С. Гуревич (голова) та ін.]. Вінниця: ТОВ фірма „Планер”, 2014. С. 211–214.

11. Деренчук Н. В. Теоретико-методологічні основи формування мовної особистості в політичному дискурсі // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції „Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації”: зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, 2015. Вип. 7. С. 208–210.

12. Деренчук Н. В. Комунікативна ситуація „мітинг” в українському політичному дискурсі // Лінгвістичне портретування сучасного соціуму: Матеріали II Всеукр. науково-практ. конференції / [відп. ред. Т. С. Слободинська]. Вінниця: ТОВ фірма „Планер”, 2016. С. 273–280.

13. Деренчук Н. В. Специфіка взаємодії стилістичних мовних засобів в українському політичному дискурсі // Студії з філології та журналістики: зб. наук. праць / [відп. ред. Н. Ф. Венжинович]. Ужгород: Гражда, 2016. Вип. 4. С. 75–77.

14. Деренчук Н. В. Стилiстичнi фiгури як засоби аргументацiї в сучасному українському політичному дискурсі // Філологічні студії: зб. наук. праць студентів та молодих учених інституту філології й журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського” / [відп. за випуск Ю. Вознюк]. Вінниця: ТОВ „Нілан-ЛТД”, 2016. Вип. 14. С. 32–38.

15. Деренчук Н. В. Специфіка вживання займенників в українському політичному дискурсі // Актуальные научные исследования в современном мире: XXII Междунар. науч. конф., 26-27 февраля 2017 г., Переяслав-

Хмельницький : сб. научных трудов. Переяслав-Хмельницький, 2017. Вып. 2 (22). Ч. 7. С. 36–40.

16. Деренчук Н. В. Специфіка вживання алюзії в українському політичному дискурсі // Філологічні студії: зб. наук. праць студентів та молодих науковців факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького держ. пед. ун-ту імені Михайла Коцюбинського. Вінниця : ТОВ „Нілан-ЛТД”, 2017. Вип. 15. С. 36–42.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МОВНОГО ПОРТРЕТУВАННЯ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	18
1.1. Політичний дискурс як об'єкт лінгвокультурологічних досліджень.....	18
1.2. Наукові основи лінгвістичного вивчення „мовної особистості” та „мовного портрета” політика.....	29
1.3. Теоретичне підґрунтя комунікативно-прагматичного аспекту дослідження політичного дискурсу.....	41
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	51
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОВНОГО ПОРТРЕТА УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА.....	53
2.1. Стилiстичний потенціал засобів мовного впливу.....	53
2.1.1. Тропи і стилістичні фігури як засоби творення політичного наративу.....	55
2.1.1.1. Метафоричні перенесення у стилізації мовлення українських політиків.....	56
2.1.1.2. Метонімія як стилістичний засіб осмислення політичної дійсності.....	63
2.1.1.3. Роль порівняння в процесі трансформації політичного мовлення.....	66
2.1.1.4. Алюзія як стилістична фігура і художньо-стилістичний прийом політичної комунікації.....	70
2.1.1.5. Прагмастилістичний потенціал анафори в українському політичному мовленні.....	75
2.1.2. Фразеологізми в сучасному українському політичному дискурсі.....	78
2.1.3. Художні засоби творення комічного в українському політичному просторі.....	84
2.1.4. Граматична специфіка реалізації індивідуального стилю політика.	92
2.1.4.1. Стилiстичний потенціал займенників в українському політичному дискурсі.....	92
2.1.4.2. Ускладнені речення у мовленні українських політичних діячів.....	98
2.1.4.3. Експресивні властивості паралельних конструкцій та повторів у виступах українських політиків.....	101
2.2. Розробка-аналіз узагальненого мовного портрета сучасного українського політичного діяча.....	103
2.2.1. Вербально-семантичний рівень мовного портрета українського політика.....	105
2.2.2. Лінгво-когнітивний рівень українського політичного	

	10
мовлення.....	109
2.2.3. Мотиваційно-прагматичний рівень мовного портрета українського політичного діяча.....	121
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	124
РОЗДІЛ 3. ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА МОВНОГО ПОРТРЕТА УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКА.....	127
3.1. Вербалізація комунікативних стратегій українського політичного дискурсу.....	127
3.1.1. Стратегія самопрезентації.....	131
3.1.2. Стратегія самозахисту.....	142
3.1.3. Стратегія дискредитації.....	146
3.1.4. Агітаційна стратегія.....	150
3.1.5. Стратегія компромісу.....	157
3.1.6. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія.....	165
3.1.7. Маніпулятивна стратегія.....	169
3.2. Мовні засоби формування іміджу сучасного політичного діяча України.....	178
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	183
ВИСНОВКИ.....	185
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	192
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	216
ДОДАТОК А.....	224
ДОДАТОК Б.....	227

ВСТУП

На всіх етапах розвитку суспільства для реалізації та утримання влади, ідеології правлячі кола будь-якої держави чи структури намагалися швидше й ефективніше донести максимум потрібної інформації до якомога більшої частини населення. Політична мова – це впорядкована послідовність слів, яка представлена аудиторії та має конкретну соціальну, психологічну та практичну мету. Досліджуючи проблеми її функціонування, науковці зазвичай оперують терміном „політичний дискурс” для означення цього феномена.

В останні десятиріччя політичний дискурс став одним із поширених об’єктів досліджень у лінгвістиці. Сучасні тенденції до трансформації соціально-культурних і політичних стереотипів, які змінюються з приходом до влади нових політичних лідерів та політичних діячів, формуванням нових політичних сил та організацій, усіляко модифікують сталі норми політичної культури й етичні принципи політичного спілкування.

Активізація досліджень політичної лінгвістики спричинило появу праць Р. Водак [236], Т. ван Дейка [55], Дж. Лакоффа [232], О. С. Ісерс [74], В. І. Карасика [78], Г. Г. Почепцова [154] та ін.

Проблема формування мовної особистості в різних її виявах слугувала предметом вивчення таких іноземних лінгвістів, як Г. І. Богін [20], В. В. Виноградов [34], В. І. Карасик [78], Ю. М. Караулов [80], С. В. Леорда [106], Т. В. Матвєєва [118], О. В. Осетрова [133], М. М. Панова [139], Т. Б. Соколовська [179], О. М. Шевченко [218] та ін.

У сучасному українському мовознавстві також є певні напрацювання з цієї проблематики, зокрема досліджено аспекти формування мовної особистості на різних вікових етапах (А. М. Богуш [21]), здійснено її лінгвокогнітивний аналіз (С. І. Потапенко [153], Є. М. Санченко [164], Л. Л. Славова [175]), описано це явище на матеріалі сатирико-гумористичного

тексту (О. А. Семенюк [170]). Схарактеризовано мовну особистість конкретних постатей: А. Кримського (Н. О. Данилюк [49; 50; 51]), М. Хвильового (Н. С. Дужик [62]), О. Пчілки (Л. В. Струганець [188]) тощо. Проблематикою мовного портретування в україністиці займаються Н. С. Голікова [75], А. А. Ільяшевич [75], Л. М. Марчук [116], Т. В. Насалевич [125], А. Ю. Пономаренко [150], Г. М. Сюта [190], З. С. Шевчук [219] та ін.

Питанням формування іміджу політика та місця в ньому мовних складників присвячені роботи М. П. Бабак [10], І. Ф. Бублика [24], В. В. Петренко [145], Г. Г. Почепцова [154], О. М. Холод [207], О. О. Чорної [212]. У зарубіжному мовознавстві цю проблематику, зокрема її комунікативний аспект, студіюють О. В. Осетрова [132], Т. В. Романова [159], Є. В. Фролова [205], Д. О. Щитова [221] та ін.

Наявні також наукові праці, що порушують питання комунікативної організації мовної особистості, зокрема стосуються типологізації стратегій і тактик у галузі суспільної комунікації, політики (Т. М. Астафурова [8], О. І. Асташова [9], А. М. Баранов [12], І. І. Гулакова [47], Т. ван Дейк [55], О. С. Ісерс [74], В. І. Карасик [78], Ю. М. Караулов [80], О. М. Паршина [141], Л. І. Стрій [186], Г. С. Філаткіна [200], Т. Є. Янко [224], О. В. Яшенкова [225] та ін.).

Дослідження мовного портрета українського політичного діяча та окреслення комплексу комунікативних стратегій політичного мовлення має фрагментарний характер.

Обґрунтування вибору теми дослідження. Процеси становлення й розвитку України сприяють тому, що у виступах політиків дедалі зримішими стають взаємозв'язки мовної організації суспільства з державним устроєм. Детальний аналіз загальних тенденцій розвитку українського політичного дискурсу дає змогу описати й узагальнити особливості різнорівневої мови політичних діячів, виокремити критерії аналізу й оцінювання їхніх виступів з погляду дотримання мовних норм, що сприятиме кваліфікованому оцінюванню риторичної компетентності сучасних державних лідерів. Для цього здійснено

структурно-дискурсивний аналіз політичного тексту, зіставлено виступи політиків різного ідеологічного спрямування, щоб установити лінгвокультурологічну специфіку їхньої мови.

Актуальність обраної теми зумовлена потребою здійснення комплексного дослідження комунікативних та лінгвопрагматичних особливостей українського політичного дискурсу, а також окреслення відносно нового поняття українського політикуму – мовного портрета політичного діяча. Проблема дослідження пов'язана зі встановленням специфіки функціонування мовного портрета і визначення його значення для розвитку мовної особистості.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тему дисертації затверджено на засіданні вченої ради Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (протокол № 6 від 22 січня 2014 року). Скореговане, уточнене формулювання затверджено на засіданні Наукової ради „Українська мова” Інституту української мови НАН України (протокол № 72 від 11 червня 2015 року). Дисертація пов'язана з комплексними науковими темами кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського „Комунікативно-прагматичний потенціал мовних одиниць у різностильових текстах”, „Актуальні проблеми дослідження мовних одиниць сучасної української мови в її загальнонаціональному та регіональному виявах”.

Мета дослідження – створити узагальнений мовний портрет сучасного українського політика та виявити специфіку його впливу на формування іміджу як окремого індивіда, так і політичної культури країни загалом.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- 1) обґрунтувати концептуальні засади дослідження політичного дискурсу;
- 2) розмежувати поняття „мовна особистість” і „мовний портрет”, вивчити сучасний стан теоретичних напрацювань із проблеми формування цих явищ;
- 3) окреслити теоретичне підґрунтя комунікативно-прагматичного аспекту дослідження політичного дискурсу;

- 4) з'ясувати функціонально-стилістичну специфіку мовних одиниць, що беруть участь у формуванні мовного портрета українського політичного діяча;
- 5) представити узагальнений мовний портрет сучасного українського політика, схарактеризувати його структурні елементи та способи формування;
- 6) створити й описати типологію комунікативних стратегій в українському політичному дискурсі, виявити вербальні засоби їхньої реалізації;
- 7) визначити вплив мовного портрета на формування іміджу сучасного політичного діяча.

Об'єктом дисертаційної праці слугує мовний портрет сучасного українського політика.

Предмет дисертації – особливості актуалізації характеристик мовного портрета сучасного українського політика на різних рівнях мовної системи.

Матеріалом для дослідження слугувала картотека діалогічних та монологічних фрагментів усного мовлення сучасних українських політиків (аудіозаписи публічних виступів, промов, заяв, інтерв'ю, відеозаписи телепередач – близько 180 годин). Загалом обстежено 61 персоналію.

Основними **методами дослідження** були описовий і метод спостереження за особливостями висловлення політиків у певних конситуаціях. Окрім них, на різних етапах використано також зіставний метод (для визначення спільних та відмінних ознак у мовленні різних політичних діячів), метод семантико-стилістичного аналізу (виявити відхилення від мовних норм, визначити авторські мовленнєві прийоми) прагматичний метод із залученням методики актомовленнєвого аналізу (для окреслення специфіки функціонування різнорівневих мовних одиниць в усному мовленні українських політиків) і аналітичний метод з прийомами риторичного аналізу (для інтерпретації й узагальнення висловлень у живомовних конситуаціях). Для формування корпусу контекстів українського політичного дискурсу використано методику суцільного відбору матеріалу.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в тому, що вперше в українській лінгвістиці на широкому фактичному матеріалі

досліджено сучасний український політичний дискурс у плані структурно-функціонального осмислення мовлення політичних діячів, здійснено різноаспектний аналіз мовного портрета українського політика, окреслено стилістичний потенціал найтиповіших мовних засобів, що беруть участь у формуванні основних комунікативних рис мовлення сучасних українських політичних діячів.

Виявлено структурні елементи та способи формування мовного портрета політика, а також репрезентовано узагальнений мовний портрет сучасного українського політичного діяча. Визначено типологію комунікативних стратегій в українському політичному дискурсі, з'ясовано вплив мовного портрета на формування іміджу як окремого політика, так і політичної культури країни загалом.

Теоретичне значення дисертаційної праці зумовлене передусім внеском до розвитку дискурсології, комунікативної лінгвістики та прагмалінгвістики. Проведений комплексний аналіз дає змогу глибше пізнати своєрідність політичної мови. Зокрема уточнено поняття „політичний дискурс”; схарактеризовано лінгвопрагматичні й комунікативні особливості українського політичного дискурсу; запропоновано алгоритм опису мовного портрета політика; встановлено типологію комунікативних стратегій українського політичного мовлення, яка дотепер не була безпосередньо об'єктом дослідження.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні теоретичні положення дисертації та проаналізований у ній значний фактичний матеріал можуть бути використані для написання нових праць зі стилістики української мови та риторики.

Матеріал роботи може слугувати для розроблення та викладання спецкурсів і семінарів лінгвопрагматики та дискурсології, написання підручників і навчальних посібників із теорії комунікації та політичної лінгвістики, а також може бути корисним в науково-дослідній роботі студентів та аспірантів. Результати дослідження доцільно використовувати в практиці

роботи журналістів, політологів, фахівців із громадських зв'язків, політтехнологів, які займаються роботою з текстом.

Особистий внесок здобувача полягає в тому, що всі теоретичні положення та практичні результати розроблено й отримано в дисертації одноосібно.

Апробація результатів дослідження. Концепцію та результати дослідження обговорено на розширеному засіданні кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (протокол № 4 від 28 листопада 2017 року).

Основні положення дисертації представлено в доповідях на 19 наукових конференціях, зокрема на *9 міжнародних*: „Лінгвалізація світу” (Черкаси, 2014); „Мова в професійному вимірі: комунікативно-культурний аспект” (Харків, 2014); „Лінгвостилістика ХХІ ст.: стан і перспективи розвитку” (Луцьк, 2015); „Діалог культур: Україна-Греція (1000-річчя афонської спадщини в Україні)” (Київ, 2015); „Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації” (Переяслав-Хмельницький, 2015); „Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість” (Острог, 2016); „Актуальні проблеми філології та журналістики” (Ужгород, 2016); „Лінгвістичне франкознавство в контексті сучасних філологічних студій” (Дрогобич, 2016); „Актуальні наукові дослідження в сучасному світі” (Переяслав-Хмельницький, 2017); *6 всеукраїнських*: „Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку” (Вінниця, 2014); „Актуальні проблеми сучасної науки та наукових досліджень” (Вінниця, 2014); „Феномен Тараса Шевченка: лінгвістичний, історичний і соціофілософський аспекти” (Київ, 2015); „Лінгвістичне портретування сучасного соціуму” (Вінниця, 2015); „Михайло Стельмах у новітніх парадигмах наукового знання” (Вінниця, 2017); „Актуальні проблеми сучасної мовної та літературної освіти в середніх навчальних закладах” (Вінниця, 2017); *4 звітних* наукових конференціях факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного

педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського (2014, 2015, 2016, 2017).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційної роботи опубліковано в 16 статтях, 6 з яких – у наукових фахових виданнях України, 1 стаття в закордонному науковому виданні, 9 публікацій у збірниках наукових праць, матеріалах конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Структура дослідження зумовлена специфікою дослідницької концепції: дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури (237 позицій). Загальний обсяг дисертаційної праці – 228 сторінок, основного тексту – 191 сторінка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МОВНОГО ПОРТРЕТУВАННЯ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Політичний дискурс як об'єкт лінгвокультурологічних досліджень

Акт комунікації – невід'ємна частина нашого повсякденного життя. У сучасних умовах полінаціональної, багатомовної та культурної ситуації в Україні особливої актуальності набуває питання ролі політичного дискурсу, зокрема мовної особистості українського політика та його впливу на формування внутрішнього і зовнішнього політичного іміджу країни.

В сучасній науці переважає антропоцентрична парадигма, яка викликає інтерес до вивчення мовлення політиків. Перші кроки в дослідженні цього питання зроблені ще в часи Давніх Греції та Риму, коли нагальним стало питання систематизації основних риторичних прийомів, що використовували промовці того часу.

Стиль і манера мовлення, рівень грамотності, ерудованості, комунікативної компетентності, а також філігранності та чистоти мовлення політика, безперечно, є складниками образу сучасного політичного діяча.

Із підвищенням ролі усних форм політичної комунікації виникає потреба вивчення тенденцій розвитку й опису основних лінгвістичних характеристик мовного стилю політичного діяча України. Політика – це та галузь, де постійно реалізують спланований та спрямований комунікативний вплив, а вивчення політичного дискурсу дає змогу простежити механізми його здійснення. Загалом прагматичний напрям аналізу дискурсу спрямований на дослідження функцій мовлення в контексті, тому увагу науковців спрямовано на текст у конкретній реальній ситуації.

Аналізуючи „дискурс”, зауважуємо, що цей термін упевнено увійшов у сучасну лінгвістику, проте його визначення пов'язують із різноплановими поняттями, такими, як мовлення, діалог, текст, стиль тощо. Вивчення цього

питання здійснюють із погляду соціолінгвістики, психолінгвістики, прагмалінгвістики, лінгвостилістики та інших дотичних наук.

Хоча це поняття не нове в українському мовознавстві, за останні десятиліття критерії його трактування і сам зміст істотно змінилися. З огляду на те, що дискурс визначають як безперервний протяжний мовний сегмент, розміром більший за речення, виникає потреба аналізу мови не як структури, а як цілого тексту.

Якщо раніше (до 60-х рр. XX ст.) дискурсом називали усну чи письмову зв'язну й узгоджену послідовність речень, то в сучасних дослідженнях його визначають як „мовну діяльність у соціальному контексті, що характеризує знання і погляди як суб'єкта дискурсу, так і соціуму, якому належить суб'єкт” [115, с. 37], тобто як „мовлення, занурене в життя” [6, с. 136].

К. С. Серажим окреслює дискурс як „складний соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими (констатувальними чи фоновими) чинниками, по-друге, має „видиму” – лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий і синтаксично завершений фрагмент) та „невидиму” – екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, потрібні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який упродовж розгортання дискурсу „будується” його репродуцентом (автором) та інтерпретується реципієнтом (слухачем, читачем тощо)” [172, с. 13].

Ф. С. Бацевич вважає дискурсом „тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних мовних і позамовних чинників, які визначаються конкретним колом „форм життя”, залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів” [15, с. 138].

Як бачимо, до розуміння цього явища долучаються ще й екстралінгвістичні чинники, які впливають на породження та сприйняття текстів. З одного боку, дискурс звертається до прагматичного бачення ситуації та її інтерпретації. З іншого, він апелює до ментальних процесів творців комунікації, певних правил створення та розуміння мовлення в конкретних умовах.

Сучасна лінгвістика розв'язує різноманітні проблеми, пов'язані з розрізненням типів дискурсу, а також аналізом функціональної структури та категоріальних ознак його видів. Різні аспекти окреслених проблем висвітлено в працях іноземних лінгвістів: логічний (Н. Д. Арутюнова [7]), критичний (Т. ван Дейк [55]), прагмалінгвістичний (В. І. Карасик [77]) та ін. аналіз дискурсів.

О. Г. Алтунян у праці поставив за мету виявити, як побудований політичний текст, яким чином удається авторові цього тексту переконати слухачів чи читачів у своїй правоті, які прийоми використовують у політичних текстах для переконання та маніпулювання [1, с. 6].

Варто також розглядати дискурс відповідно до характеру суб'єкта, його лінгвокультурологічного аспекта. У сучасному мовознавстві представлено універсальну для всіх змістовно-тематичних типів класифікацію дискурсів: 1) за тематикою; 2) за жанровим критерієм (за ілюктивною характеристикою, за формою передачі інформації, за зовнішньою формою, за місцем у польовій структурі, за способом вираження); 3) за характером суб'єкта; 4) за тимчасовим планом; 5) за національно-культурним параметром [76, с. 1].

Як бачимо, особливості дискурсу виявляються в своєрідному наповненні його специфічних регульованих видів. Дискурсивні структури не зумовлені соціально-економічними і культурними чинниками, але завдяки їхньому впливу можуть набувати певної форми.

Дискурс як живе лінгвістичне явище має своєрідні властивості та характеристики, що стали об'єктом дослідження багатьох науковців. Вагомим внеском у дослідження політичного дискурсу слугує праця О. Й. Шейгал

„Семіотика політичного дискурсу”, у якій виокремлено основні характеристики дискурсу, зокрема:

1. Граничність і водночас відсутність чітких структурних обмежень. Дискурс може вміщувати будь-яку кількість та перелік одиниць мовної діяльності: від послідовності двох і більше мовних актів до безлічі мовних подій.

2. Системність, що полягає в дотриманні закономірностей продукування будь-якого дискурсу та його складників регулярними способами мовленнєвої діяльності.

3. Функціональна завершеність і комунікативна визначеність конкретного дискурсу. Цей параметр власне діяльнісний (функціональний) і слугує основним змісторозподільним критерієм у реальній комунікації, а також видільним у науково-дослідній практиці переходу одиниць мовної діяльності в конкретний дискурс мовної особистості [220, с. 16].

Отже, дискурс як соціолінгвістичне явище має на меті аналіз учасників спілкування та певних обставин його реалізації в широкому соціокультурному контексті.

Аналіз праць іноземних дослідників дає змогу виокремити такі аспекти лінгвістичного аналізу дискурсу: лексичні й лексикометричні дослідження; особлива увага до парафрази та синонімічності; акцент на аргументації й синтаксисі; зосередження на висловленнях; дослідження нарративних функцій; риторичні дослідження; семіотика; відмінкова граматики; антропологічні та соціолінгвістичні дослідження [151, с. 5].

Наші науковці теж не оминули проблеми окреслення дискурсу та його характеристик. Серед них Ф. С. Бацевич [15], Г. Г. Почепцов [155], Т. В. Радзієвська [157], О. О. Селіванова [167] та ін., праці яких присвячені вивченню дискурсу в практичному аспекті, розглядові окремих його різновидів – педагогічного (А. В. Нікітіна [126]), публіцистичного (В. Д. Бялик [27], Н. А. Чумак [217]), газетного (І. Я. Завальнюк [67], І. В. Нікіточкіна [127]), рекламного (Н. Л. Волкогон [37], О. Є. Ткачук-Мірошніченко [193]),

літературно-критичного (Р. А. Бубняк [25]), художнього (Н. В. Кондратенко [89]), політичного (К. С. Серажим [172], Л. Л. Славова [175]), дискурсу національної ідентичності (О. П. Онуфрієнко [130]), комунікативного (Ф. С. Бацевич [15]) і навіть сімейного (А. А. Семенюк [169]) та електронного (О. В. Дудолодова [61], О. І. П'єцух [136]).

У наукових розвідках із проблем українського політичного дискурсу поняття „дискурс” і „текст” нерідко ототожнюють. Зокрема О. Г. Волков, досліджуючи це поняття в аспекті реалізації комунікативної функції мови, стверджує, що „як лінгвістичний об'єкт політичний текст є символом, тобто показником відношення суб'єкта до соціальної реальності та вказує на певні соціальні наміри. ... Відповідно політичний текст розглядають не лише як засіб розуміння, але і як інструмент зміни соціальної реальності”, тобто він має чітку прагматичну спрямованість [36, с. 11]. Текст у конкретній ситуації внаслідок інтерпретації діяльності читача наповнюється певним змістом, тобто стає дискурсом.

На нашу думку, ототожнювати ці поняття не варто. Погоджуємось із К. А. Карасьовою, яка визначає текст як матеріальне вираження інформації, що прагне передати мовець, мовлення – як безпосередній процес передавання та сприйняття інформації, мову – як систему одиниць, із яких мовець добирає потрібні компоненти та вибудовує текст. Це передусім особливості мисленнєвих процесів мовця та реципієнта, зумовлені різними чинниками, зокрема, соціально-культурними традиціями, досвідом, освітою, економічним становищем тощо [79, с. 1].

За І. А. Бехтою, розуміння тексту пов'язане передусім із лінгвістичними категоріями, а „дискурс – поняття більш різнопланове, воно ширше й глобальніше корелює з категоріями логіки, психології, філософії та спрямоване на людину, її досвід, знання, інтелектуальний рівень, спосіб вираження знань про навколишній світ” [18, с. 193]. Дискурс, отже, реалізується сукупністю лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників, завдяки яким відбувається осмислення певної комунікативної ситуації. „Дискурс – закономірності й

спільні ознаки знання та структур, а текст – це специфічна та унікальна їх реалізація” [236, с. 17].

Досліджуючи проблеми функціонування політичної мови, сучасні науковці зазвичай оперують терміном „політичний дискурс” для означення цього феномена, який, як слушно зауважують українські дослідники, в останні десятиріччя набуває глибшого змісту. Політичний дискурс – це складне багатоаспектне явище, тому дотепер немає його чіткого визначення. Звертаємо увагу на те, що це текстова одиниця, „мовленнєві утворення (усні або писемні), що стосуються сфери політики, реалізуються вербально й екстравербально, актуалізуються в певному ситуативному контексті та спрямовані на здійснення конкретної прагматичної семантики” [29, с. 183].

На прагматичну природу політичного дискурсу звертає увагу й І. В. Клименко, зауважуючи, що це „складне комунікативне явище, метою якого є боротьба за владу способом формування суспільної думки, яке вміщує текст як вербалізований результат мовлення, контекст – ситуативний і соціокультурний, а також спеціальні мовні засоби, які відповідають меті та завданням дискурсу” [82, с. 185].

У монографії „Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики” Л. П. Нагорна звертає увагу на те, що в лінгвістичній літературі поняття „політичний дискурс” уживають у широкому й вузькому значеннях. „У широкому розумінні дискурс можна розглядати як механізм узгодження персонального, соціального і культурного знання. У вузькому, прикладному аспекті він зосереджується на аналізі мовного спілкування й окремих текстів, промов, інтерв’ю тощо” [124, с. 34].

Першооснови вивчення політичного дискурсу заклали науковці оксфордської та кембриджської філософських шкіл у 50-х рр. ХХ ст., які звернули увагу на мовознавчий аспект згаданого явища. Значно вплинули на розвиток вивчення цього питання праці іноземних дослідників О. М. Баранова [12], Т. А. ван Дейка [55], В. З. Дем’янкова [56], В. І. Карасика [78], О. Л. Михальнової [120], О. М. Паршиної [142], О. Й. Шейгал [220] та ін.

Оскільки мислення, дія та мовне вираження політика, як і будь-якої людини, перебувають у тісному зв'язку, зростає увага до поєднання лінгвістичної теорії з соціальною (Н. Є. Коваль [84], А. Д. Литовченко [110]). Більшість попередніх досліджень у галузях соціальної семіотики та критичної лінгвістики формують загальний мовознавчий погляд на політичний дискурс. Встановлення балансу між лінгвістичним аналізом і політичною характеристикою – досить складне завдання. У сучасних українських дослідженнях, що торкаються цієї проблеми, звернено увагу на політичний потенціал мови (Л. Т. Масенко [117], С. В. Савойська [161]), проблему формування іміджу політика та місця в ньому мовних складників (Є. М. Санченко [164], В. В. Петренко [145], О. М. Холод [207]), когнітивно-дискурсивний (К. А. Карасьова [79], Л. Л. Славова [175]), лінгвопрагматичний (О. С. Билінська [19], Л. І. Стрій [186]) аналіз мовлення політичних діячів, іноземний політичний дискурс (особливо в галузі лінгвопрагматики): іспаномовний – Н. М. Попова [152], англomовний – І. С. Бутова [26], Г. Л. Жуковець [64], О. С. Фоменко [203], німецькомовний – І. Д. Довганюк [60], Н. В. Петлюченко [143]. Заслужують на увагу праці К. С. Головинського [43; 44], у яких із лінгвопсихологічного погляду проаналізовано тексти виступів, промов, заяв, інтерв'ю політиків, побудовано картину політичного бачення ними зовнішнього світу.

Більшість праць із політичного дискурсу взаємодіє з різними аспектами історичної реконструкції, філософії, психології, соціальної теорії, балансує на межі лінгвістичного та політичного аналізу, тому для сучасних мовознавців важливо виокремити основні лінгвістичні характеристики цього поняття, які відрізнять його від політичних досліджень.

У межах мовознавчих студій українські науковці виокремлюють два види аналізу дискурсів – дескриптивний і критичний. „Дескриптивний зосереджений на вивченні мовної поведінки політиків, риторичних прийомів, маніпулятивних стратегій, а також змістової сторони політичних текстів. Критичний аналіз

спрямований на дослідження мови як засобу владарювання та соціального контролю з акцентом на соціальній нерівності, втіленій у дискурсі” [175, с. 36].

Один із аспектів дескриптивного підходу пов’язаний із дослідженням комунікативної поведінки політиків, тобто з аналізом мовних засобів, риторичних прийомів і маніпулятивних стратегій. Інша його галузь пов’язана з вивченням змістового боку політичних текстів [220, с. 25]. Критичний підхід суміжний із дослідженням проблеми мови як засобу влади та соціального контролю. У такому аналізі обов’язково фігурують чотири основні концепти: критика, влада, історія, ідеологія [237, с. 209].

Важливим аспектом дослідження політичного дискурсу є його виокремлення з-поміж усіх видів дискурсів. Складний, багатоаспектний характер концепції політичного дискурсу потребує глибокого, всебічного дослідження, адже й досі в лінгвістиці немає загальноприйнятого визначення цього терміна.

У працях українських та іноземних авторів знаходимо різні підходи до його потрактування. Перший полягає в тому, що політичний дискурс окреслюють як будь-які мовленнєві утворення:

1) будь-які мовленнєві утворення, суб’єкт, адресат, зміст яких корелює зі сферою політики. Таке інституціональне спілкування, яке, на відміну від особистісно-орієнтованого, використовує визначену систему професійно-орієнтованих знаків, тобто володіє власною підмовою (лексикою, фразеологією, пареміологією) [220, с. 15–23];

2) „мовленнєві утворення (усні або письмові), що стосуються сфери політики, реалізуються вербально та екстравербально, актуалізуються в певному ситуативному контексті та спрямовані на здійснення конкретної прагматичної семантики” [29, с. 183];

3) будь-які мовні утворення політичної сфери, вивчення яких можливе лише за умови комбінованого використання елементів дескриптивного, дискурсивного та когнітивного підходів [206, с. 54].

4) комплекс мовленнєвих структур у певному лінгвістичному контексті – контексті політичної діяльності, політичних поглядів і переконань разом із її негативними виявами (наприклад ухилянням від політичної діяльності, відсутністю політичних переконань та ін.) [131, с. 20];

Другий підхід визначає політичний дискурс як особливий тип реалізації комунікації:

1) „реалізація політичної комунікації, інституціональний тип спілкування, метою якого є отримання переваги в боротьбі за владу за допомогою вербальних та невербальних засобів” [19, с. 6];

2) „складне комунікативне явище, метою якого є боротьба за владу способом формування суспільної думки, яке вміщує текст як вербалізований результат мовлення, контекст – ситуативний і соціокультурний, а також спеціальні мовні засоби, що відповідають меті та завданням дискурсу” [82, с. 185];

3) мовна діяльність політичних суб’єктів, комунікативною особливістю якої є інституціональність, конвенційність і публічність [142, с. 6];

4) зв’язний (усний чи письмовий) текст, виражений за допомогою вербальних та невербальних засобів, зумовлених ситуацією політичного спілкування в сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками [99, с. 158].

З огляду на подані дефініції стверджуємо, що політичний дискурс – це складне багатоаспектне мовно-комунікативне явище з чіткою соціокультурною спрямованістю та прагматичною семантикою, вираженою комплексом вербальних і невербальних засобів.

На нашу думку, різноманітні підходи до вивчення терміна „політичний дискурс” не конфліктують, а доповнюють один одного, глибше розкриваючи зміст цього феномена.

Слід зазначити, що це поняття розглядають в двох аспектах: перший – дискурс, який сам по собі є політичним; другий – аналіз політичного дискурсу як зразка певного дискурсивного типу, без виражених покликань на його

політичний вміст або політичний контекст. Аналіз політичного дискурсу передбачає насамперед розуміння сучасних суспільних процесів, які відбуваються в державі, осмислення нагальних соціальних проблем, виявлення тих мовних засобів, за допомогою яких впливають на свідомість реципієнта відповідно до його очікувань.

О. В. Бакумова зауважує, що політичний дискурс має певну структуру, яка складається з професіоналів/агентів (певні політичні інститути) та непрофесіоналів/клієнтів (населення) і яку можна схарактеризувати з погляду багатьох різнопланових підходів (інституціонального, семіотичного, психологічного, наративного, риторичного тощо). Вона вважає, що навіть емпірично, шляхом інтроспективного аналізу мовної поведінки сучасних політиків можна виокремити деяку рольову парадигму політичної комунікації: у свідомості відкладаються типові риси поведінки й мовлення політика, яким дають назви [11, с. 36]. Авторка наголошує, що основна мета політика – виправдати рольові очікування населення, а також, порушуючи механізми ідентифікації, намагатися не „відірватися” від аудиторії.

Характеризуючи політичний дискурс як дію, спрямовану на боротьбу за владу, О. А. Філінський виокремлює основні ознаки, що відрізняють його від інших типів дискурсу:

1. Конвенційність, що виявляється в конвенційних семантичних формах (кліше, ідіомах, системі політичних термінів). Конвенційність політичного дискурсу також сприяє спрощенню схем інтерпретації політичних реалій. Іншим аспектом конвенційності є ритуальність, що виражається в стереотипізації поведінки та комунікації.

2. Інституціональність як неодмінний атрибут політичної комунікації, оскільки політичні суб'єкти є представниками різних інститутів.

3. Ідеологічність, яка ґрунтується на традиційному зв'язку політики та ідеології. Під ідеологією розуміють систему соціальних уявлень, знань, вірувань і думок, заснованих на групових цінностях, нормах та інтересах.

4. Інтертекстуальність як властивість (від)творення політичних текстів у межах вираження певної ідеології, соціокультурних настанов, цінностей, норм [201, с. 53].

Справді, активне використання цитат, алюзій у мові політиків має прагматичне спрямування й виконує естетичну, інтерпретаційну та стимулятивну функції. Завдяки впливу на суспільство політичне мовлення є носієм ідеології, підтримкою пропаганди, що уможливорює використання їх політичними суб'єктами в межах маніпулятивної програми.

Маніпуляції – неминучий, іманентний модус поведінки, потрібний атрибут та інструмент будь-якої влади, як і засоби масової інформації, без яких здійснення маніпулятивних операцій є неможливим (або малоефективним) [28, с. 180].

Зрозуміло, що мають на увазі свідому модифікацію чи конструювання нової політичної дискурсивної реальності з використанням різних мовних засобів (персоніфікації, гри слів, гіперболізації, евфемізації тощо).

Сучасні політичні тексти відрізняються від публікацій попередньої епохи меншою декларативністю та водночас тенденцією до застосування максимального арсеналу комунікативних стратегій і тактик, стрімкою експансією варваризмів, жаргонізмів, неологізмів, а також активним використанням найрізноманітніших виразових засобів, передусім метафоричних [33, с. 3].

Широко застосовують і гендерні маркери, які „сприяють оптимізації втілення комунікативно-прагматичних інтенцій (наприклад інтенцій елімінації, об'єднання, спростування фактів)” [180, с. 271].

Варто зазначити, що серед функцій, що їх зреалізовує політичний дискурс, виділяють такі: функцію соціального контролю, функції легітимізації та відтворення влади, орієнтаційну функцію, функції соціальної солідаризації та диференціації, агональну функцію [201, с. 53].

Визначаючи характерні особливості політичного дискурсу як переважно контекстуальні, Т. ван Дейк визнає важливість вивчення дискурсивних

структур. На думку дослідника, розгляд глобальної семантичної структури, мовних засобів зв'язності дискурсу, прийомів аргументації, особливостей слововживання, риторичних прийомів та інших дискурсних категорій дасть змогу виявити унікальні особливості політичного дискурсу, а також зробити висновки щодо когнітивних, соціальних та особливо політичних функцій дискурсу [228, с. 193].

Різноманітність підходів до окреслення основних характеристик політичного дискурсу свідчить про складність цього суспільно-політичного феномена. У нашій роботі послуговуватимемося термінами *політична мова*, *політична комунікація*, *політичний дискурс* як синонімічними, з огляду на їхнє інтенційне спрямування та умови функціонування.

Для встановлення основних тенденцій розвитку українського політичного дискурсу видається доречним дослідити й описати техніки мовлення сучасних політичних діячів, розробити основні критерії характеристики їхньої риторичної компетентності. Безперечно, комплексний аналіз комунікативної поведінки політика здійснюють, ураховуючи сукупність психологічних, соціальних, статусних та лінгвістичних характеристик його особистості.

1.2. Наукові основи лінгвістичного вивчення „мовної особистості” та „мовного портрета” політика

Дослідження політичної мови розпочалося в 20–30-х роках ХХ ст. Науковці звернули увагу на істотні зміни в лексичній та стилістичній системах, у семантиці та емоційному забарвленні багатьох слів. Класичні праці з цієї проблематики в основному зосереджені на семіотичних (О. Й. Шейгал [220]) та когнітивно-дискурсивних (Р. Водак [236], Т. ван Дейк [228]) питаннях. Відомо, що основним предметом дослідження політичної лінгвістики є політична комунікація, мовна діяльність, зорієнтована на висвітлення й оцінку певних політичних подій, інтелектуальний вплив на соціальну свідомість і формування суспільної думки. Мовлення політика – складний процес, який має на меті

представити актуальну інформацію, утримати увагу аудиторії та заручитися підтримкою громадськості.

Постійні зміни в політичному житті нашої країни спричиняють зміни в комунікативній сфері політичних лідерів, впливають на підвищення рівня їхнього спілкування, який має корелювати з вимогами й запитамі сучасного суспільства.

Новітні дослідження в галузі лінгвістики окреслили перспективи вивчення проблеми мовної особистості. У сучасних умовах інтеграції України в європейське та світове співтовариство великого значення набуває імідж політичного діяча, який визначають передусім його мовною особистістю. Принагідно постає питання про потребу вивчати цей феномен, створити сукупний мовний портрет українського політика, відстежити те, як специфіка мовної поведінки політичного діяча впливає на його суспільну значущість, популярність у засобах масової інформації, серед виборців, допомагає встановити довіру до дій влади, здобути політичну та соціальну підтримку.

Суб'єктом політичного дискурсу як різнобічного феномена є мовна особистість політика – центральне системоутворювальне поняття процесу комунікації. „Мовна поведінка мовної особистості політика як суб'єкта політичного дискурсу є, з одного боку, унікальним досвідом усього його життя, індивідуальним набором мовних властивостей, з іншого боку, мовна особистість політика як синкретичний феномен є ускладненим інституціональним компонентом як інституціональна мовна особистість, яка здійснює свою дискурсивну діяльність у політичному (інституціональному) дискурсі” [208, с. 76].

До мовної особистості як об'єкта вивчення україністика йшла різними шляхами: лінгводидактичним, літературознавчим, психолінгвістичним. Відомо, що термін „мовна особистість” до наукового обігу ввів В. В. Виноградов, аналізуючи його в співвідношенні з художнім та авторським образами [34].

На сьогодні існує чимало різнорідних визначень цього поняття. Починаючи з 90-х рр. XX ст., воно стає стрижневим системоутворювальним у

мовознавстві. Здійснювати лінгвістичний аналіз мовної особистості означає досліджувати вербальний об'єкт із позиції носія мови, його здатності до комунікативно-мовленнєвої діяльності. Іншими словами, вивчають комплекс психофізичних властивостей індивіда, який дає йому змогу здійснювати і сприймати мовлення.

Сучасний стан лінгвістичних досліджень із цієї проблеми детермінований комунікативно-когнітивним спрямуванням, теоретичне підґрунтя якого представлене в працях Ю. М. Караулова. Саме він витлумачує термін „мовна особистість” як сукупність здібностей і характеристик людини, що зумовлюють створення нею мовних творів (текстів), які розрізняються ступенем структурно-мовної складності, глибиною і точністю відображення дійсності, визначеною мовною спрямованістю [80, с. 3].

У монографії „Русский язык и языковая личность” згаданий дослідник запропонував трирівневу структуру мовної особистості:

1) вербально-семантичний – рівень, який відображає володіння людиною лексико-граматичним фондом мови, тобто для створення мовного портрета потрібно проаналізувати запас слів і словосполучень, яким користується конкретна мовна особистість;

2) тезаурус мовної особистості – мовна картина світу, відбита у використанні улюблених розмовних формул, мовних зворотів, особливої лексики, які роблять особистість пізнаваною;

3) прагматика мовної особистості – система комунікативних ролей, мотивів, цілей, інтенцій, які керують особистістю в процесі комунікації [80, с. 53].

Ця праця сприяла активізації наукових студій у царині досліджуваного питання, створенню різноманітних типологій і класифікацій цього явища. „Учені аргументують існування мовної, комунікативної, словникової, філологічної, етносемантичної та комбінованої „мовної особистості”. Оскільки мовна особистість володіє знанням мовної семантики, системи концептів її

картини світу й законів мовної поведінки, то цілком можливе виокремлення індивідуальної та колективної мовної особистості” [98, с. 5].

Л. В. Струганець характеризує „мовну особистість” так: „Носій мови, який добре володіє системою лінгвістичних знань (знає поняття та відповідні правила), репродукує мовленнєву діяльність, має навички активної роботи зі словом, дбає про мову та сприяє її розвитку” [187, с. 38]. Натомість О. О. Селіванова визначає досліджуваний феномен як „іманентну ознаку особистості як носія мови й комуніканта, що характеризує її мовну й комунікативну компетенцію та реалізацію їх у породженні, сприйнятті, розумінні й інтерпретації вербальних повідомлень, текстів, а також в інтерактивній взаємодії дискурсу” [168, с. 370].

Досліджуючи проблеми функціонування мовної особистості, науковці часто апелюють до лінгвоперсонології, яка звертає увагу не лише на загальні закономірності розвитку мовної системи, але й на національно-культурну мовну специфіку, психофізичні та індивідуальні особливості мовця. Її завданням є побудова типології мовних особистостей із огляду на різні диференційні ознаки.

Лінгвоперсонологія дає змогу досліджувати мовну особистість не тільки в синхронному, але й у діяхронному аспекті, що допомагає виявити тенденції розвитку та прогнозувати моделі поведінки окремих індивідів залежно від їхнього соціального статусу [162, с. 161].

Опрацьовуючи наукову літературу про формування мовної особистості, зрідка натрапляємо на термін „мовний паспорт”, що характеризується наявністю чотирьох компонентів: біологічного (стать та вік), психічного (емоційний стан у момент мовлення), соціального (національність, соціальний статус, місце народження, професія) та індивідуального [39, с. 18]. Д. С. Мухортов звертає увагу на те, що аналіз останнього (індивідуально-лінгвістичного) передбачає вивчення вокабуляру, стрижневих слів, ідіологем, ставлення до співрозмовників за принципом „свій-чужий”, набору риторичних інструментів, фонологічних особливостей [123, с. 172].

І. О. Голубовська погоджується з тим, що визначення мовної особистості без урахування особистісних характеристик індивіда було б неповним, і констатує, що „внутрішній світ кожної людської особистості характеризується різним співвідношенням розуму (ratio), з одного боку, і властивостей серця та душі (emotio) – з другого. ... Особистість – це хтось, хто бажає, відчуває, думає, знає, говорить і діє” [45, с. 93].

С. В. Голик наголошує на думці, що „мовна особистість існує в культурному просторі, відображеному в мові, формах суспільної свідомості, стереотипах поведінки, предметах матеріальної культури. ... Вихідним принципом лінгвокультурологічного дослідження мовної особистості є розуміння цього поняття як складного міждисциплінарного терміна, у значенні якого поєднано філософські, соціологічні та психологічні погляди” [42, с. 262].

Підходи до цього питання досить різнопланові, що передбачає аналіз вказаного феномена в різних аспектах: дискурсивному, лінгвокультурному, лінгвоперсонологічному, соціолінгвістичному, психолінгвістичному тощо. Проте сучасний стан цієї проблеми в мовознавстві здебільшого детермінований комунікативним та прагмалінгвістичним спрямуванням.

Останнім часом для окреслення мовленнєвої реалізації мовної особистості активно використовують термін „мовний портрет”. На думку О. В. Слободян, за цим терміном загалом сьогодні закріплюють „особливу стратегію лінгвістичних досліджень – стратегію портретування. ... Об’єкт портретування також набуває певного розширення: відбувається первинний перехід від персони до типажу, а згодом – і до ширших спільнот людей – до регіону й країни (текстових реальностей як продуктів мовленнєвої діяльності людей)” [176, с. 1].

Поняття „мовного портрета” носія або групи носіїв мови в лінгвістиці склалося порівняно недавно. Дослідження цього терміна історично виникає з фонетичного опису мовлення людини, істотні прийоми відображення якого розробляв М. В. Панов [138] в середині 60-х рр. XX ст. Аналізуючи вимову окремих осіб, дослідник формує характеристику літературної норми в

діахронічному аспекті й утворює низку фонетичних портретів наукових діячів, письменників, а також політиків.

Згідно з твердженням Т. П. Тарасенко, мовний портрет – це „сукупність мовних і мовленнєвих характеристик комунікативної особистості або певного соціуму протягом окремого періоду існування” [191, с. 8]. Ю. С. Алишева в дисертації „Мовний портрет сучасного політичного лідера” ґрунтовно осмислює це явище й окреслює його як сукупність мовних характеристик, які формуються внаслідок взаємодії різнорівневих мовних засобів і відображають комунікативні ознаки мови індивіда [2, с. 21]. Отже, віддзеркалюючи сукупність певних рис мовної особистості, мовний портрет стає одним із видів її опису.

Г. Г. Матвєєва визначає мовний портрет як „виражений у процентних показниках набір мовних уподобань конкретного відправника тексту в конкретних обставинах для актуалізації прихованих впливів на певного одержувача” [118, с. 14]. Автор наголошує на фіксованості характеристик вербальної поведінки як в індивідуальному, так і в колективному мовному портреті.

Отже, основною відмінністю цих понять є часовий вектор, який виявляє реалізацію мовного портрета в конкретний проміжок, що зумовлений жанровою чи ситуативною специфікою, а мовної особистості – в динамічному розвитку її екстралінгвістичних параметрів.

На відміну від „мовної особистості” „мовний портрет” передбачає певний зріз у розвитку комунікативного потенціалу людини, а, з іншого боку, його визначають як сукупність характеристик, складників мовного іміджу особистості. Це те, як традиційно сприймає й оцінює певну людину громадськість, тобто якийсь стереотипний образ [123, с. 174]. Деякі лінгвісти окреслюють мовний портрет як жанр, який виконує певні функції, пов’язані з головною інтенцією політичного дискурсу – боротьба за владу [11, с. 106].

З огляду на подані дефініції, ми окреслюємо це поняття як один із видів опису мовної особистості, що полягає у відображенні певних лінгвістичних та

екстралінгвістичних рис, зумовлених жанровою та ситуативною специфікою, у конкретний відтинок часу.

Осмислюючи питання мовленнєвих характеристик індивіда, науковці почали звертати увагу на термін „ідіолект” (В. І. Волошук [38], О. В. Зарецький [69], Л. О. Ставицька [181], В. М. Труб [196] та ін.), який досить часто ототожнюють із терміном „індивідуальний стиль”, проте спостереження за змістом та специфікою формування цих понять зумовлюють потребу їхнього розрізнення.

Уперше поняття „ідіолект” з’явилося в американському мовознавстві в 40-х рр. минулого століття й визначалось як „мовні індивідуальні навички особи в мовному колективі” або як „система індивідуальних стилістичних характеристик” [235, с. 211]. Л. О. Ставицька вказує на два підходи до витлумачення цього терміна: „У широкому розумінні ідіолект – це взагалі реалізація певної мови в устах індивіда, тобто сукупність текстів, породжуваних мовцем і досліджуваних лінгвістом із метою вивчення системи мови. Ідіолект у вузькому значенні – тільки специфічні мовленнєві особливості певного носія мови” [181, с. 3]. Вона наголошує на тому, що для опису ідіолекту потрібно враховувати певне дискурсивне поле, яке регулює сприйняття мовної особистості автора в часовій динаміці його текстів.

Лінгвістичний енциклопедичний словник подає таке визначення: „Ідіолект – сукупність формальних і стилістичних особливостей, властивих мовленню окремого носія певної мови. Термін „ідіолект” створений за моделлю терміна „діалект” для означення індивідуального варіювання, за якого ті чи інші особливості властиві цілим групам чи колективам мовців” [109, с. 171].

В. І. Волошук зауважує, що „ідіолект є унікальною індивідуальною системою, до складу якої входять й органічні, та набуті, й індивідуальні та групові характеристики” [38, с. 8]. Ідеться не лише про відмінні риси окремої мовної особистості, а й про всю сукупність мовленнєвих засобів індивіда.

У лінгвістичних наукових розвідках це поняття часто окреслюють як основу, підґрунтя для визначення індивідуального стилю [181, с. 10; 96, с. 28;

135, с. 56], з чим важко не погодитися. „Важливо виявляти засоби ідіолекту, що беруть участь у формуванні особливостей ідіостилю.., способи експлікації авторських інтенцій, визначати стильові константи і домінанти” [96, с. 28].

Зазначені дефініції дають змогу говорити про те, що ідіолект позначає мову (або деяку її частину чи аспект) з певними (фонологічними, семантичними, лексичними, синтаксичними тощо) параметрами, яка може бути схарактеризована вичерпно з огляду на властивості, притаманні окремому індивіду чи колективу.

На думку Д. С. Мухортова, „ідіолект можна розглядати як перший рівень вивчення мовної особистості (в термінах Ю. М. Караулова, структурно-мовному), а ідіостиль – як більш складну категорію, що розкриває мовну особистість на другому й третьому рівнях (лінгво-когнітивному й мотиваційному)” [123, с. 172]. Відповідно поняття „ідіолект” – це сукупність індивідуальних, особливих ознак мовлення певного носія, залежних від певних екстралінгвістичних чинників, тоді як „індивідуальний стиль” – це системне поєднання, комбінація цих мовновиражальних засобів.

Мовний портрет політичного лідера охоплює його комунікативні навички та стратегії, механізми повторення певних фраз і клішованих форм, використання метафор, методів заплутування тощо. Проте комунікативні стратегії та мовлення політиків загалом можуть мати помітні відмінності залежно від мети їхньої політичної комунікації.

Дослідники звертають увагу й на те, що аналіз індивідуальної мовної особистості поступово перейшов у комунікативне русло, на основі якого почали виокремлювати такі поняття, як „мовленнєва особистість”, „комунікативна особистість”.

До прикладу, цікавою є диференціація особистості В. В. Красних, зокрема: 1) „людина, що говорить” – особистість, одним із видів діяльності якої є мовленнєва діяльність, що вміщує як процес породження, так і процес сприйняття мовленнєвих творів; 2) мовна особистість – особистість, що виявляє себе у мовленнєвій діяльності, володіючи певною сукупністю знань і уявлень;

3) мовленнєва особистість – особистість, що реалізує себе у комунікації, здійснюючи ту чи ту стратегію і тактику спілкування, а також обираючи та використовуючи той або той репертуар засобів (як суто лінгвістичних, так і екстралінгвістичних); 4) комунікативна особистість – конкретний учасник комунікативного акту, що діє у реальній комунікації [98, с. 50–51]. Як бачимо, автор вибудовує ієрархію від найширшого поняття „людина, що говорить” до більш конкретизованого „комунікативна особистість”, аналіз якого передбачає характеристику й невербальних засобів, специфіку яких можливо простежити лише впродовж певного часового відтинку.

„У соціолінгвістичних та етнолінгвістичних дослідженнях учені ставлять питання про потребу вивчати сукупну або колективну мовну особистість, що засвідчує вихід цього поняття за межі реального носія мови й розширення його до деякої модельованої сутності – типового представника національної або соціальної групи” [113, с. 283–284].

У нашій дисертаційній праці схиляємося до використання терміна „мовна особистість” як узагальнювального поняття для характеристики особливостей індивіда в динамічному розвитку та терміна „мовний портрет” для детальнішої характеристики лінгвістичних та екстралінгвістичних ознак певної особистості в конкретний період. Варто зауважити, що мовний портрет реалізується вибором конкретних екстралінгвістичних параметрів, які залежать від багатьох чинників (жанру, форми комунікації, контексту тощо) і формують мовний імідж тієї чи тієї особистості.

З огляду на це, у межах теорії політичного дискурсу виникає потреба створення моделі мовного портрета політичного діяча. Погоджуємося з думкою Н. В. Коробової про те, що аналіз моделі опису мовного портрета політика реалізується в проекції минулого, теперішнього та майбутнього. „Основні концепти (влада, народ, реформи, добробут, економіка, криза і под.) і позитивне оцінювання майбутнього (у перспективі якого – розв’язання більшості проблем) виявляються відносно постійними величинами в текстах. Модель минулого будується під знаком об’єктивності, оскільки задається потребою

обговорювати лише факти, які відбулися. Що стосується реалізації моделі сьогодення, то тут помітні дві тенденції. Одна полягає в тому, що сучасні політики представляють її загалом позитивно. Їхні виступи вирізняються оптимізмом і рясніють інформацією про досягнуті результати та звершення. Інша тенденція простежується в текстах опозиціонерів, які, описуючи дійсність, обирають здебільшого критичну, негативну модальність” [93, с. 110–111].

Деякі науковці використовують термін „функціональна модель мовної особистості” на позначення досліджуваного явища. Цікавою є структурно-функціональна модель мовної особистості, представлена О. Л. Лавриненком. Її побудовано шляхом виділення взаємозв’язку між окремими компонентами та їхніми функціями, ураховуючи цілісність особистості. Автор зосереджує увагу на потребі дослідження трьох компонентів мовної особистості: когнітивного, мотиваційного й емоційного, кожен із яких представлений власними елементами на психологічному, мовному та біологічному рівнях [103, с. 15].

Щодо мовного рівня, то левову частку в його дослідженні посідає аналіз лексичних і стилістичних засобів, які мають високий аргументативний та образотворчий потенціал. Адже політичне мовлення має на меті не лише інформування аудиторії, а й сприяння формуванню позитивного чи негативного ставлення до висловленого, прагнення вплинути на світосприйняття реципієнта. Увагу науковців спрямовано також на лінгвістичні аспекти дискурсивних стратегій та їхню реалізацію на мовному рівні.

Л. І. Мацько окреслює мовну особистість як лінгвістичну категорію, що складається з трьох компонентів: мовна спроможність (формує когнітивний зміст мовлення), мовна свідомість (формує денотатний та глибинний зміст) і мовнокомунікативна компетентність (реалізація досягнень попередніх двох компонентів через мовленнєву діяльність) [119, с. 8].

Концентруючись на питанні опису моделі мовної особистості політика, зауважимо, що, на думку О. В. Осетрової, вона складається з комунікативної (вміння говорити, готовність до діалогу) та змістової (публіковані матеріали) складників і передбачає аналіз мовного портрета за такими критеріями:

монологічність/діалогічність висловлень, семантико-синтаксичні, морфологічні та лексичні особливості, комунікативні вдачі та невдачі крізь призму коментарів ЗМІ, суспільства й опозиції [133, с. 63]. Варто звернути увагу на те, що найбільш важливим складником мовного портрета політика є комбінація його власних мовних характеристик, які залежать від адресата. Автор говорить про те, що існує два головних адресата політичної комунікації – опозиція та суспільство, які обов’язково потрібно враховувати, створюючи й аналізуючи мовну особистість політичного діяча.

О. І. Асташова виокремлює три основних аспекти досліджень мовного портрета політика: лінгвокогнітивний (концептуальний), орієнтований на актуалізацію мовними засобами концептуальної картини світу; комунікативний, спрямований на дослідження стратегій і тактик мовного матеріалу; індивідуально-мовний, що спирається на аналіз складу мовних засобів (лексичних, фразеологічних, словотвірних, граматичних та ін.) відповідно до мотиваційного вибору [9, с. 12].

Погоджуємось із позицією С. О. Свистельникової, яка до зазначених аспектів додає: 1) поведінковий, який ураховує особливості мовної поведінки (мовну традицію, мовні формули, прагматичну спрямованість текстів); 2) соціально-культурний, пов’язаний із перспективами сприйняття текстів певним соціальним середовищем; 3) дискурсивний, що передбачає аналіз матеріалу відповідно до умов його створення та виконання ним комунікативних завдань [166, с. 9–10].

Аналіз мовної особистості в практичному аспекті – пріоритетне завдання сучасної лінгвістики, яке залежить не лише від внутрішніх, а й від загальнолінгвістичних чинників.

„Сьогодні найактуальнішим є не створення абстрактних моделей носія мови, а комплексні практичні дослідження мовної практики реального носія мови” [41, с. 196]. Незважаючи на певну невизначеність досліджуваного поняття, вважаємо за доцільне конкретизувати основні характеристики цього явища.

Запропоновані дефініції дають змогу стверджувати, що всебічний аналіз мовної особистості сучасного політика полягає в трирівневій реконструкції його мовного вираження, урахувуючи вікові особливості, та вміщує такі компоненти: психолінгвістичну специфіку (соціальні, психологічні, особистісні характеристики), особливості мовного портрета на рівні опису й аналізу всіх системно-мовних рівнів, а також специфіку мовної культури (комунікативна поведінка, урахування чинника адресата, своєрідність лексики). Багато дослідників прагнуть звузити зміст цього визначення, вводячи його в парадигматичний ряд близьких понять, або замінити початковий термін іншими.

Антропологічною спрямованістю сучасного мовознавства зумовлена багатоаспектність тлумачення названих понять, пов'язана з різними уявленнями про об'єкт, що стоїть за цим позначенням, рівнем абстрагування в процесі дослідження й іншими аспектами вивчення означеного феномена. З одного боку, наявність кількох термінопозначень презентує розвиток багатозначності, з іншого – прагнення усунути небажану для терміносистеми полісемію.

Описуючи функціонування мовних одиниць у політичному дискурсі, дослідники розв'язують дві проблеми: мова влади і влада мови. Відмінність цих понять полягає в тому, що мова влади – це те, як говорять, якими мовними засобами і прийомами користуються нинішні політичні діячі, що є предметом дослідження „чистої” лінгвістики; влада мови – те, як впливають на масову свідомість ці мовні засоби і прийоми, що є предметом дослідження політичної лінгвістики.

Усебічне дослідження мови та мовної поведінки політичного діяча впродовж значного часового відрізка дає змогу скласти цілісний мовний портрет. Практично реалізувати це дуже важко, тому, аналізуючи проблему мовної особистості, звертаємо увагу саме на типові характеристики мовної поведінки політика.

1.3. Теоретичне підґрунтя комунікативно-прагматичного аспекту дослідження політичного дискурсу

Процес комунікації – складне, багатогранне явище, яке в лінгвістиці витлумачують як „активну взаємодію людей, що впливають один на одного за допомогою мови та інших знаків, здійснюють обмін інформацією й організовують спільну діяльність” [222, с. 43]. Сучасна лінгвістика досліджує мовлення різних груп за професійним спрямуванням: лікарів, бізнесменів, держслужбовців, військовослужбовців тощо.

Соціальна та політична реальності, їхнє сприйняття учасниками політичного процесу визначаються певними комунікативними засобами – висловами, передбаченими мовою суспільного дискурсу. Практичний аспект дослідження мовної особистості політика сьогодні є важливим завданням мовознавчої галузі. Крім внутрішніх закономірностей розвитку, значну роль тут відіграють чинники загальнолінгвістичного масштабу.

Останнім часом сприйняття мовної особистості політика як динамічного явища призвело до зосередження уваги на дискурсивно-прагматичному напрямі його дослідження. „Для аналізу мовного матеріалу вже недостатньо ґрунтуватися на „доступному зору просторі” (тому, що фіксується на папері, в кіно чи аудіоплівці), потрібний вихід у сферу когніції, проникнення у сутність того, як він конструюється у свідомості, а потім „матеріалізується” в комунікативній ситуації” [122, с. 1].

„Соціальну роль визначають як прийнятий суспільством образ/лінію поведінки, яку очікують від учасників акту комунікації. Розуміння мовними особистостями соціальних ролей своїх співрозмовників дає їм змогу спрогнозувати тип поведінки, обрати відповідні комунікативно-прагматичні стратегії, а також вносити потрібні корективи під час розгортання акту комунікації” [180, с. 270]. Вважаємо за доцільне припустити, що певна поведінкова ситуація впливатиме на добір тих чи тих мовних засобів і варіюватиметься залежно від комунікативних ролей, визначених цією ситуацією.

На думку І. Р. Корольова, комунікація – складний національно маркований феномен, який реалізується переважно на мовленнєвому рівні. Дослідник вважає, що основною одиницею комунікації (вербальної та невербальної) є комунікативна ситуація, що вміщує такі компоненти: 1) комуніканти; 2) висловлення (повідомлення, текст); 3) процеси вербалізації та розуміння; 4) обставини комунікативного акту; 5) комунікативні й практичні цілі учасників спілкування [94, с. 13].

Натомість В. І. Беліков і Л. П. Крисін подають ширшу структуру зазначеного явища, яка містить такі складники: 1) говоріння (адресант); 2) слухання (адресат); 3) відносини між мовцем і слухачем; 4) тональність спілкування (офіційна – нейтральна – дружня); 5) мета; 6) засіб спілкування (мова або її підсистема – діалект, стиль, а також парамовні засоби – жести, міміка); 7) спосіб спілкування (усний/письмовий, контактний/дистантний); 8) місце спілкування [16, с. 40].

Зміна хоча б однієї з цих характеристик призводить до зміни мовних засобів, а отже, і всієї комунікативної ситуації. Природно, що на різноманітні мовні ситуації натрапляємо в громадському політичному дискурсі на телебаченні, в пресі тощо. Інтерпретація реальності засобами мовлення відбувається завдяки вибору домінантних висловів на позначення тих чи тих політичних подій.

Питання характеристики ситуативних контекстів принципово важливе, адже всебічний аналіз мовного матеріалу спирається не лише на формально-граматичні чи семантичні характеристики, а й на комунікативно-прагматичні, когнітивні, що відтворюються в певних комунікативних ситуаціях.

На думку О. О. Селіванової, комунікативна ситуація є „онтологічною формою організації комунікативного процесу, яка характеризується замкненістю, цілісністю, динамічністю” [168, с. 567].

А. П. Рогоза вважає, що мовленнєва (комунікативна) ситуація – це „найширший контекст, у якому зреалізовується мовленнєва діяльність. Мовленнєві ситуації можна загалом визнати відповідними фреймами – тими

когнітивними схемами чи сценаріями, що зберігаються в мовленнєвій свідомості й пам'яті мовленнєвого колективу” [158, с. 1]. Звичайно, для певної комунікативної ситуації характерні конкретні комунікативні стратегії, кожна з яких реалізується інтегрованим набором мовленнєвих тактик.

Комунікативна ситуація є конкретизацією категорій дискурсу: учасників, мети їхньої діяльності, жанрового набору як передумов для змістового наповнення політичного дискурсу. Особливості дискурсу виявляються у своєрідному наповненні його специфічних регульованих видів. Дискурсивні структури не детермінуються соціально-економічними й культурними чинниками, але можуть завдяки їхньому впливу набувати певної форми.

Отже, комунікативний аспект аналізу мовної особистості політика передбачає всеохопний підхід і систематизацію застосованих стратегій та використаних тактик у процесі політичної комунікації. Кожна зі стратегій векторно спрямована на реалізацію поставлених цілей і завдань.

Для політика, основний вид діяльності якого пов'язаний із мовою, дуже важливий аналіз його мовного образу: „справжній політик – це зовсім не *Homofaciens* – людина діє і (на жаль) навіть не стільки *Homosapiens* – людина розумна, скільки *Homoloquens* – людина говорить, при чому говорить публічно. Відомий вислів – „слово є справа” – справедливий саме для політиків” [121].

Ґрунтовною базою для комунікативних стратегій мовної поведінки слугують мета, мотиви, потреби й настанови комунікантів [74, с. 61], які можуть варіюватися залежно від особливостей мовної особистості та від типу мовної ситуації [71, с. 252–253]. Вербалізацію стратегій для досягнення мети планують свідомо й заздалегідь [83, с. 10–11]. У рамках дискурсивного підходу до вивчення стратегій і тактик існує система мовних прийомів, складників дискурсу як процесу організації тексту [202, с. 17].

Т. А. ван Дейк називає комунікативні стратегії „контекстуальними макростратегіями” [55, с. 15], у яких мовленнєва взаємодія може відбуватися в умовах різних ситуативних моделей, що містять соціальні параметри й індивідуальний досвід носія мови. Психолінгвістичне розуміння одиниць

мовної поведінки полягає в спрямованості на отримання результату, в акценті, який зумовлює вплив, і власне практичному аспекті комунікації.

Вектор динамічних змін мовлення політика змінюється першочергово в площині мовних стратегій і тактик, які спрямовані на досягнення поставленої комунікативної мети за умови демонстрації цілісності та специфічності в форматі політичної комунікації.

Комунікативна стратегія – когнітивний процес, тобто глобальний рівень усвідомлення ситуації, у якому мовець співвідносить свою комунікативну мету з конкретним мовним вираженням. А комунікативна тактика – конкретні мовленнєві дії, що мають на меті досягнення впливу на певному етапі стратегічної взаємодії [171, с. 176]. Загальновідомо, що обидва терміни запозичені з військової сфери й у ролі реального процесу, дії є найбільш успішними тоді, коли не лише спираються на події та факти, а й створюють ефект бажаної політичної реальності.

Поняття комунікативної стратегії широко представлене в лінгвістичних дослідженнях, спрямованих на вивчення способів впливу співрозмовників один на одного в мовному спілкуванні [32, с. 82–93; 146, с. 549; 192, с. 147–149].

Ю. К. Пирогова комунікативну стратегію розуміє як „прийоми вибору, структурування й подання у висловленні потрібної інформації, яка підпорядкована цілям комунікативного впливу” [146, с. 549].

На думку С. А. Терихова, комунікативна стратегія – це „сукупність попередньо запланованих теоретичних ходів, які реалізуються в процесі спілкування та спрямовані на досягнення комунікативних цілей. ... Комунікативну стратегію трактують також як організацію послідовності мовних дій, яка залежить від мети мовної взаємодії та зумовлює вибір адресантом лінгвістичних одиниць для досягнення цієї мети відповідно до бажань чи уподобань мовця” [192, с. 147].

Варто зазначити, що у визначеннях комунікативної стратегії, згаданих вище, важливої ролі набуває момент визначення мети: у використанні тієї чи тієї стратегії адресант дотримується певної мети – „загального мотиву дії”,

„вищої інтенції”, „надзавдання” [32, с. 82], що зумовлює вибір мовних дій. Зауважимо, що репліки, у яких реалізуються мовні дії в рамках обраної стратегії, можуть бути різними з позиції їхнього лексико-синтаксичного наповнення, але єдиними з погляду закладеного в них сенсу. Репліки, подібні за своїм смисловим наповненням, об’єднуються в тактики, підпорядковані меті мовного спілкування [32, с. 86].

О. В. Денисюк визначає стратегію, ураховуючи такий чинник, як „структурованість”: стратегія – це „структурована послідовність мовних дій, точніше – спосіб структурування мовної поведінки відповідно до комунікативної мети учасника” [57, с. 16].

У сучасній комунікативній лінгвістиці й досі немає одностайної класифікації стратегій і тактик, але більшість дослідників сходяться на думці, що три типи комунікативних стратегій є основними, і концептуально описують головні соціальні процеси, які породжують комунікативні дії. До них належать презентація (або самопрезентація), маніпуляція та конвенція, основними засобами для яких є послання, повідомлення, діалог [53, с. 1].

М. В. Лесняк, аналізуючи бінарну опозицію „минуле-майбутнє”, зазначає, що таку проекцію політики використовують зазвичай для впливу на електорат. Авторка виокремлює ще одну комунікативну стратегію – „створення перспективи і ретроспективи”, моделювання якої відбувається завдяки тактичній реалізації „створення темного минулого” [108, с. 128]. Л. М. Синельникова вивчає опозицію „свій-чужий” у політичному дискурсі й наголошує на думці, що вона має універсальний характер і завжди організовується на жорсткій аксіологічній основі: „свій” розташовується на шкалі „добре”, „правильно”, „чужий” – на шкалі „погано”, „неправильно”, що цілком відповідає сутності влади [174, с. 34]. Іншими словами, на певному етапі, коли боротьба за владу стає основним чинником у політичній комунікації, з’являються нові комунікативні ситуації розподілу „свого” й „чужого”.

Аналізуючи ритуальні жанри українського президентського дискурсу, Л. І. Стрій розрізняє стратегії консолідації, самопрезентації та агітаційну. Визначає також місце ритуалізації політичного дискурсу як одного з параметрів ігрової сутності політичної комунікації разом із міфологізацією, театралізацією та агональністю [186, с. 17].

О. В. Яшенкова докладно розглядає питання мовної комунікації та виокремлює такі основні стратегії політичного дискурсу: самопрезентація, агітаційна, формування емоційного контролю, інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, маніпулювання, дискредитація, напад, самозахист тощо [225, с. 168–170].

Дослідивши урядові заяви й політичні виступи канцлерів ФРН, І. А. Юшковець установила, що інтегральними є шість основних стратегій: 1) державності; 2) позиціонування країни; 3) єдності; 4) визнання провини; 5) спадкоємності влади; 6) позитивної самопрезентації [223, с. 23].

У політичній лінгвістиці найбільш відомі типології комунікативних стратегій і тактик О. С. Ісерс [74, с. 108.] та О. М. Паршиної [141, с. 10]. Остання вважає комунікативну стратегію „надзавданням мови, що диктується практичними цілями мовця”, „певною спрямованістю мовної поведінки в цій ситуації в інтересах досягнення мети комунікації” [141, с. 10–11]; Погоджуємося з трактуванням О. С. Ісерс, яка визначає мовну стратегію як „комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети” [74, с. 54], а комунікативну тактику як „конкретні мовні дії, що сприяють реалізації стратегії” [74, с. 60].

Успішна комунікація залежить від вибору певної мовної моделі, механізмом реалізації якої є комунікативні тактики, які в певній ситуації будуть найоптимальнішими для досягнення мети. Найповніше, на нашу думку, розкрила це питання О. М. Паршина. В основі її класифікації – комунікативна мета, потрактована як прогнозоване уявлення про результат, визначений адресатом, і водночас як низка тактик для його реалізації. Характеризуючи усний політичний дискурс, автор виділяє такі комунікативні стратегії:

самопрезентації, дискредитації, нападу, самозахисту, формування емоційного настрою адресата, а також інформаційно-інтерпретаційну, аргументативну, агітаційну та маніпулятивну [142, с. 8].

Комунікативна тактика – це сукупність практичних способів реалізації комунікативної інтенції в реальному процесі спілкування. Саме набір комунікативних намірів, зумовлених різними чинниками, відрізняє тактику від стратегії, головна мета якої – глобальний задум мовного спілкування [83, с. 19].

Політичний дискурс найбільш репрезентативний у плані вияву набору можливих комунікативних стратегій і тактик, тому основний обсяг аналітичних досліджень виконано на матеріалі політичної мови українських політичних діячів. Із опорою на зазначену класифікацію ми розглянемо комунікативні стратегії, які застосовані для реалізації глобальних цілей, і комунікативні тактики, спрямовані на розв’язання політичних завдань. Їх вибір диктують такі дискурсивні характеристики, як суб’єкт, адресат, жанр [213, с. 53–59], предмет мовлення та подієвий контекст [58, с. 15].

Політик, уведений до системи апарату управління на тому чи тому рівні, та його функція в ній зумовлюють мовну поведінку. Соціальні ролі відображаються на категорії персоніфікації в промовах політика, наприклад в опозиції „я-ми”, яка „дає змогу діагностувати імідж оратора як „колективіста”, „людини з командою” або „індивідуаліста” [74, с. 205]. Таке співвідношення в мовленні політиків виявлено у виборі тактик для реалізації комунікативних стратегій, у яких домінує „ми” в значенні „партія”, „команда” і „має на увазі рівноправну участь „я” і „не-я”: дію, яка належить їм однаковою мірою” [128, с. 225].

Інший чинник, що детермінує вибір стратегій і тактик, це адресат комунікації. Наприклад, у дискурсі політика-опозиціонера виокремлюють три групи адресата: 1) одnodумці та соратники – однопартійці, ліберали, підприємці; 2) електорат – гетерогенна масова аудиторія; 3) опоненти – влада та конкуренти в політичній боротьбі.

Звернімося до ще однієї дискурсивної ознаки – жанрова своєрідність виступів, оскільки ця характеристика „в політичному дискурсі стратегії виявляється основою” [129, с. 269].

Варто конкретизувати розуміння терміна „жанр”. Основоположник теорії мовних жанрів М. М. Бахтін наголошував на потребі розмежування „щодо стійких типів висловлювань”, що вирізняються за „тематичним змістом, стилем і композиційною побудовою” [13, с. 250]. Вторинні (складні) мовні жанри відрізняються тим, що „виникають в умовах більш складного, високорозвиненого й організованого культурного спілкування – художнього, наукового, суспільно-політичного тощо”, а також „вбирають у себе різні первинні (прості) жанри, що склалися в умовах безпосереднього мовного спілкування” [13, с. 252]. Жанр як історично сформований тип тексту представляє собою платформу для втілення авторської „індивідуальності в стилі, у світогляді, в усіх моментах задуму свого твору” [13, с. 268].

У сучасній лінгвістиці дедалі активніше досліджують питання жанрової специфіки політичного дискурсу [85; 86; 186]. Зокрема деякі аспекти окресленої проблеми висвітлено в дисертації О. С. Билінської. Автор створила типологію мовленнєвих жанрів агітаційного політичного дискурсу, визначила впливовий потенціал мовних одиниць у сугестивному аспекті. Погоджуємося з міркуванням, що „мовленнєві жанри агітаційного політичного дискурсу мають на меті вплив на адресата й переконання, скероване на забезпечення політичної підтримки, тому актуалізуються насамперед під час виборчих перегонів” [19, с. 19].

Залучення дискурсу політика до політичного наративу передвиборчих кампаній багато в чому визначає жанровий репертуар мови політиків: теледебати, відеоролики (політична реклама), власне мовлення, звернення до виборців, традиційні журналістські матеріали. Остання група текстів зазвичай представляє мову політиків у діалогічних жанрах.

У звичайних виступах багатьох політиків змінюється склад адресата, який у публічному доступі сформований у вигляді окремих груп, наприклад:

1) масовий адресат – аудиторія ЗМІ, інтернет-аудиторія, приватний сегмент масового адресата; 2) депутати Верховної Ради; 3) глави облдержадміністрацій. Оновлюється й жанровий репертуар виступів політичних діячів, зокрема на сайті Верховної Ради регулярно публікуються тексти виступів політиків на засіданнях Верховної Ради в жанрах послання, доповіді, звіту. Основним жанром стає інтерв'ю, розширюється коло засобів масової інформації, які взаємодіють із політиками.

Важливе значення має наявність сторінки в соцмережах, блогах, де розміщують пости, у яких перемежують коментар зі звітом про робочі зустрічі, ділові поїздки і жанр обіцянки. Посилено роль мультимедійних можливостей електронного щоденника, наближених до екранного зразка. Нерідко розміщують інтерактивні онлайн-опитування з можливими варіантами думки про ту чи ту проблему, кращими пропозиціями її розв'язання. Більшу частину інтернет-простору заповнюють відео- та фотоматеріали до вказаних жанрів, скановані документи, слайди презентацій, підготовлені помічниками. Вони відображають результати діяльності окремого політика чи політичної сили загалом.

Наявність сторінки в мережі сприяє популяризації цитат, міркувань політика, а це дедалі більше відповідає вимогам „живої” інтерактивності та документальності, орієнтує користувача на достовірність.

Методологія нашої розвідки зумовлена основною метою та завданнями дисертаційної праці. Вони передбачають використання в роботі дискурсивного підходу, згідно з яким комунікативний аналіз мовної особистості політика полягає в реконструкції лінгвоорієнтованих стратегій і тактик, аналізі їхніх основних рис – світоглядних, комунікативно-прагматичних, індивідуально-стилістичних.

Приміром, стратегія самопрезентації передбачає „емоційну самовіддачу” оратора, непрямую демонстрацію психічних характеристик його особистості для формування певного враження про нього самого та його цілі” [141, с. 43]. Її реалізація відбувається завдяки застосуванню таких тактик, як солідаризація

та ототожнення, утворення власного середовища, дистанціювання від окремих політичних партій, кіл та особистостей, нівеляція негативного уявлення про себе, трансформування „я-теми”, насмішка та ін.

Варто зауважити, що в основі політичної комунікації традиційно запрограмовані конкретні політичні ідеї, які пояснюють особливості способу їх передання. Вивчення прагматичного аспекту мовної комунікації передбачає врахування цілей, інтересів, мотивів, прагнень, інтенціональності, які визначають мовну поведінку як соціально та синтагматично детерміновану послідовність мовних вчинків. Завдання, яке ставлять іміджмейкери перед політиками – застосувати провідні стратегії комунікативної поведінки: самопрезентації, компромісу, самозахисту, інформаційно-інтерпретаційну стратегію тощо.

Суб’єкт як дискурсивна характеристика політичного дискурсу виявлений у мові через категорію персоніфікації – чергування „я” і „ми”. У граматиці за займенником *ми* „стоїть деякий сукупний суб’єкт, який складається з *я* та певної іншої особи (осіб), що бере участь або не бере участі в комунікативному акті” [128, с. 218]. Це інваріантне значення варіюється залежно від співвідношення висловлення з комунікативною ситуацією. Е. Бенвеніст указував на розходження між двома „ми”: „ми” інклюзивне (наявність співрозмовника) і „ми” ексклюзивне (співрозмовника вилучають із сукупного суб’єкта) [17, с. 267].

На етапі дослідження мовного портрета окремих політиків важливим є корпус текстів, які репрезентують комунікативні стратегії, застосовані в процесі спілкування. У цьому разі головну увагу зосереджено на мовній презентації ідеологічних уподобань, стратегій і тактик мовної поведінки, а також на маркерах мовної манери. Завдання дослідження – систематизація домінантних ознак, які складають основу мовного портрета певного політика чи політичної групи, визначення константних та змінних параметрів мовної особистості політика.

Отже, опрацювання комунікативних стратегій мовної особистості політика потребує деталізації лінгвістичного матеріалу, застосованого в певній моделі спілкування. Систематизація матеріалу дасть змогу створити мовний портрет окремого політика на рівні комунікативного аналізу.

Висновки до розділу 1

Політичний дискурс – складне багатоаспектне мовно-комунікативне явище з чіткою соціокультурною спрямованістю та прагматичною семантикою, вираженою комплексом вербальних і невербальних засобів.

Мовна особистість є стрижневим поняттям комунікативної лінгвістики, що має свої типологічні особливості в кожному з типів дискурсу. До специфічних ознак мовної особистості політика належать мовнокомунікативні суспільні запити, мотиваційні потреби, мовна свідомість тощо. Розглянувши всі аспекти, доходимо висновку, що прагматичний підхід до аналізу мовної особистості сучасного політика – одне з основних завдань мовознавчої галузі.

Мовний портрет актуалізується як один із видів опису мовної особистості, що полягає у відображенні певних лінгвістичних та екстралінгвістичних рис, зумовлених жанровою та ситуативною специфікою, у конкретний відтинок часу. З огляду на це, основну відмінність поданих понять вбачаємо у часовому вираженні: мовна особистість реалізується в динаміці, мовний портрет – в конкретний відтинок часу, зумовлений жанром та КС.

Цілісний мовний портрет витлумачуємо як ієрархічно-організовану структуру, яка містить компоненти таких рівнів: психолінгвістичного (соціальні, психологічні особливості, особисті інтереси), мовно-культурного (особливості комунікативної поведінки, ураховуючи чинник адресата та своєрідність його лексики) та рівня лексикону (опис та аналіз усіх системно-мовних рівнів).

Проаналізувавши наявні підходи, робимо висновок про те, що використання всіх можливих засобів характеристики підвищує якість

методології дослідження цієї проблеми. Одне із основних завдань аналізу політичного дискурсу – пошук шляхів, за допомогою яких мовлення впливає на свого реципієнта, уміщуючи всі рівні мовної системи – від лексики до прагматики. Важливі такі характеристики мовного портрета, які містять компоненти, що розкривають тактику мовної поведінки політика, його свідомий чи підсвідомий вибір мовних одиниць.

Результати дослідження багаторівневих мовних характеристик усного політичного мовлення сприяють уточненню загальних комунікативних властивостей політичної мови, виявляючи домінанти мовних портретів політичних лідерів сучасної України.

Українська лінгвістика звертає увагу на різні форми політичного дискурсу. Науковці пояснюють важливість цього феномена тим, що за умови доречного використання мовних засобів політики можуть досягти своїх політичних цілей, сформулювати думку людей і переконати їх діяти в інтересах певної політичної сили. Питання природи словесного дискурсу учасників різних комунікативних ситуацій у межах різних комунікативних стратегій в українському політичному дискурсі особливо актуальне.

Визначено, що аналіз комунікативних стратегій вибудовують із орієнтацією на дискурсивні характеристики: суб'єкт, адресат, жанр, предмет мовлення та контекст. Їхня роль принципово важлива, тому що всеохопний аналіз політичної комунікації спирається не лише на формально-граматичні чи семантичні особливості, а й на комунікативно-прагматичні та когнітивні елементи.

РОЗДІЛ 2

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОВНОГО ПОРТРЕТА УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА

2.1. Стилiстичний потенцiал засобiв мовного впливу

У сучасній лінгвістиці активізувалися дослідження з питань вивчення специфіки політичного мовлення. Політичний виступ – це завершений інформативно-персуазивний текст із особливими типологічними ознаками, основною інваріантною характеристикою якого є експліцитно реалізована директивна функція, що виявляється в категоріях модальності та прагматичної спрямованості, підтримується інформативно-аргументативними мовними діями [59, с. 18]. Ефективний політичний виступ допомагає встановити контакт із електоратом, засвідчити, що народний обранець розуміє потреби його аудиторії, зробити так, щоб люди запам'ятали його та підтримали на наступних виборах.

Сучасне динамічне політичне життя вимагає дедалі більших зусиль для завоювання й утримання влади. Публічне мовлення – особливий вид маніпуляції суспільною думкою, створений практичними цілями адресанта. З огляду на це дослідники обґрунтовують специфіку використання різноманітних засобів аргументації в політичному дискурсі, зокрема стилістичних фігур. Відомо, що за класичною риторикою до стилістичних фігур належать власне стилістичні фігури та тропи.

Стилiстична фігура – „мовно-стилiстичний зворот, що полягає в особливій синтаксичній організації висловлення для досягнення відповідного виразально-зображального ефекту” [198, с. 756]. Запропонована дефініція дає змогу говорити про те, що зазначені мовні одиниці містять деякі модифікації нормальної або очікуваної послідовності слів. Саме це викликає стилістичний ефект.

Іншими словами, такі фігури вміщують граматичний вибір, який полягає в окресленні таких синтаксичних моделей, як мовний зворот, повторення чи

непрямий порядок слів, тоді як тропи передбачають вибір лексики і можуть бути проаналізовані за допомогою визначення лексичної семантики полісемічних одиниць. Обидві ці категорії впливають на персуазивність одиниць політичного мовлення.

„Механізми персуазивності мають інтегративний характер і здійснюються в єдності раціонального та емоційно-чуттєвого витоків. ... Персуазивність – одна з функціонально-прагматичних характеристик тексту, особлива стратегія, у якій тісно переплетені переконання, навіювання, маніпуляція з метою реалізувати його функції впливу” [210, с. 65]. Досліджувані категорії мовлення своєрідні, різні за типом естетичної привабливості, зокрема стилістичні фігури роблять внесок у ритм та допомагають підтримати баланс мовних одиниць.

Науковці звернули увагу на те, що стилістичні тропи та фігури впливають не лише на персуазивність, а й на когерентність одиниць політичного мовлення. Саме когерентність визначальна для успішного розуміння політичних промов та того звернення, яке в них закладене, адже завдяки їй промова стає цілісною, набуває логічного розвитку подій, що допомагає реалізувати функцію переконання [184, с. 227].

Аналізуючи сугестивний аспект мовлення політиків, К. А. Карасьова зауважує, що основна специфіка політичного дискурсу полягає у використанні засобів мовленнєвого впливу [79, с. 3], а вміння поєднати широкий спектр стилістичних фігур і тропів для переконливого звучання й демонстрації високого рівня риторики – важливий складник мовлення українських політиків. Концепція індивідуального стилю політика виникає з семіотичних форм вираження, здебільшого словесних, які створюють ефект унікальності, водночас пристосовуючись до соціальної ідентичності.

Із використанням стилістичних фігур відбувається модифікація звичайної чи очікуваної послідовності слів, видозміна граматичної структури тексту. Риторичний ефект, отриманий завдяки перегрупуванню порядку слів, впливає на його естетичну привабливість. Тропи викликають реакцію аудиторії, бо трансформація очікуваних значень слів привертає увагу слухачів. З огляду на

багаті асоціативні можливості мови такі способи її використання допомагають позитивно чи негативно оцінювати явища або активізувати звернення. Варто зазначити, що образне асоціювання сприяє піднесеному стилю мовлення, основною характеристикою якого є переконливість. Водночас важко ідентифікувати стилістичну фігуру під час нагромадження риторичних особливостей, що ускладнює аналіз.

У сучасній лінгвістиці зростає інтерес до технологій уживання та ролі мовних засобів у мовленні політика, виникає потреба окреслити його мовний портрет. Політична комунікація слугує одним із найважливіших способів передавання інформації, що є наслідком розширення сфер впливу політики. Основна комунікативна мета виступів політичного діяча – раціональний та емоційний вплив на аудиторію, що викликає свідому чи несвідому реакцію реципієнта. З огляду на комунікативний аспект пропонованого дослідження досить важливо проаналізувати функціонально-стилістичні можливості різнорівневих мовних одиниць у конситуаціях української політичної комунікації.

2.1.1. Тропи і стилістичні фігури як засоби творення політичного наративу

Лідер, на якого покладено величезну відповідальність за унікальний статус його партії в межах української політичної системи, повинен активно працювати над своїм мовленням, яке зазвичай виражається у двох формах: „перша – внутрішня функціональна мова, зрозуміла для державного і партійного апарату, типовим для якої є використання експертного словника, завдяки чому ця форма більш раціональна. Другу форму можна назвати зовнішньою мовою, яка бере активну участь у побудові певного ставлення. Типовим для неї є оцінно-інформативний словник, який сприймається емоційним складником. Термінологія цієї мови менш індивідуально зорієнтована, а її зміст має більше спільного з соціальними сенсами. Цей тип мовлення можна також назвати „мовою політичного переконання” [234, с. 41].

2.1.1.1. Метафоричні перенесення у стилізації мовлення українських політиків

Дієвим інструментом впливу на аудиторію, засобом номінації й оцінювання діяльності певного політичного суб'єкта, а також способом формування політичної термінології слугує метафора.

Як відомо, мовний механізм може значно впливати на популярність того чи того політичного діяча, на результат виборів, поведінку населення тощо. „Політична метафора тісно пов'язана з типом політичного мислення, а отже, і з політичними преференціями соціуму” [209, с. 7]. Описи видів метафор з'явилися ще в античні часи, але й до сьогодні нема їхнього чіткого розподілу.

В українській лінгвістиці це питання комплексно розглядає Х. П. Дацишин, яка уклала класифікацію метафоричних перенесень, спираючись на основні галузі знань, із яких здійснюються такі перенесення. Авторка проаналізувала метафорику українського політичного дискурсу за матеріалами періодики, виокремивши 16 семантичних типів метафори, найпродуктивнішими з яких, на її думку, є: антропоморфна, військова, спортивна та мистецька. Дослідниця наголошує на тому, що „політична метафора в періодиці, на матеріалі якої здійснювався аналіз, маркована здебільшого негативізмом оцінок подій, явищ, особистостей зі сфери політики, а також негативним емоційним забарвлення більшості мікротекстів із метафоричним компонентом” [52, с. 78].

Аналізуючи особливості використання метафор в усному мовленні сучасних українських політиків, спостерігаємо дещо іншу тенденцію. На нашу думку, найбільш актуалізовані в українському політичному дискурсі такі метафоричні моделі: 1) антропоморфна; 2) зооморфна; 3) метафора на позначення фінансових реалій; 4) військова.

Активним є використання метафоричної моделі організму, коли суспільство чи його частину ототожнюють із фізичним існуванням певної живої істоти. У чинного Президента України знаходимо досить показову

традиційну метафору, пов'язану з центральним, основним за місцем розташування та значенням органом людини – серцем: *Європейський вибір – це серце нашого національного ідеалу* (П. Порошенко, 07.06.2014, 11:59, <http://tsn.ua/politika/promova-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-inavnuraciyi-rovniy-tekst-353552.html>). Метафоричне словосполучення *серце національного ідеалу* наголошує на вкрай важливому, головному бажанні українського народу.

Допомогу одних суб'єктів економічної діяльності іншим нерідко метафорично представляють як годування: *Хто шкодує коштів годувати свої Збройні сили, той годує чужу армію* (П. Порошенко, 07.06.2014, 11:59, <http://tsn.ua/politika/promova-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-inavnuraciyi-rovniy-tekst-353552.html>). У цьому реченнєвому контексті синтаксична конструкція *хто.., той*, притаманна традиційним метафорам, употужнює основну інтенцію висловлення.

У відповідь на критичне „*Припиніть годувати олігархів*” В. Гройсман використав трансформацію метафоричного значення цього дієслова на пряме, відповідаючи на закиди опонентів та знижуючи градус напруження: *Я хотів би підкреслити одну річ, що треба не „припинити годувати” когось, а розпочати якісно годувати український народ! Якісним національним продуктом із нормальною якісною ціною* (В. Гройсман, 08.09.2017, 11:20, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6585.html>).

Тих суб'єктів економічної та політичної діяльності, які отримують будь-які ресурси у вигляді їжі, називають паразитами, дармоїдами: *Де ваше, паразити, покращення? Тільки собі покращили, а мільйони людей через вас із простягнутою рукою ходять* (О. Ляшко, 09.10.2013, 11:08, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/5072.html>); *Гнати вас всіх у шийю треба й пенсії позабирати, дармоїди!* (О. Ляшко, 04.06.2014, 13:31, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/5561.html>). У поданих уривках метафора виконує функцію звертання, увиразнюючи ставлення до адресата.

Як бачимо, метафорична модель організму стає в сучасній українській мові універсальним засобом осмислення економічних реалій. Людина

концептуалізує складну для осмислення економічну галузь діяльності з використанням добре знайомих понять [215, с. 104].

Останнім часом в українському політичному мовленні активізувалося використання метафор на позначення фінансових реалій (*економічний ріст, клімат ведення бізнесу, прозорі кредити*), що, очевидно, пов'язане з посиленням ролі товарно-грошових відносин у нових соціальних умовах і підвищенням рівня економічної ерудиції наших громадян. Пор.: *Економіка України не зможе рости з трьох причин. По-перше, тому що заморозили рівень споживання, і люди не зможуть нічого купити у вітчизняних підприємців* (26.12.2016, 21:21, <https://www.tymoshenko.ua/news/derzhbyudzhethet-2017-tse-strategiya-likvidatsiyi-ekonomiky-krayiny/>). Як слушно зауважує Дж. Лакофф, активне використання фінансової метафори для оцінювання політичної реальності – це один із способів маніпулювання суспільною свідомістю [232, с. 61].

Помітно й те, що в сучасному цивілізованому суспільстві традиційно виділяють і моральні цінності, максимально віддалені від фінансової сфери: честь, гідність, чесність, справедливість. Індивідуальні риси людини нерідко метафорично позначають як капітал, використовуючи який можна очікувати отримання доходу, тоді як нерозумне витрачання цих засобів загрожує банкрутством. Пор.: *Бо найцінніше – не гроші, не заводи, не підприємства, а „людський капітал”, який має Україна* (П. Порошенко, 07.06.2014, <http://tsn.ua/politika/promova-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-inavnuraciyi-povniy-tekst-353552.html>).

Багато метафор часто повторюються в мовленні українських політиків, у ЗМІ, що дає змогу розглядати їх у складі фразеологічного пласту української мови, пор.: *Шановні колеги, давайте рухатись так як, кажуть, „книжка пише”, а не так, як комусь в голові складається абсолютно якась ілюзорна картина* (Р. Князевич, 19.10.2017, 13:24, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6625.html>); *Тому я звертаюсь до Голови Верховної Ради, пане Голово, негайно внести в порядок денний і винести на голосування, і показати, як парламент готовий*

„натиснути на горло” своїй пісні, законопроект 5487 (О. Березюк, 13:40, 19.10.2017, там само).

Типовою для політичного наративу є також зооморфна метафорична модель, за допомогою якої опоненти наділяють колег вербально вираженими характеристиками, властивими зазвичай тваринам. Найчастіше такі метафори використовують для створення комічного ефекту або демонстрації власної переваги над іншими. Напр.: *Ми така щука, яка вам, жирним карасям, не дасть дрімати, не дасть красти, не дасть зловживати* (О. Ляшко, 08.06.2014, 0:03, <https://www.youtube.com/watch?v=CSnekF4LiF8>); *Ми не дамо жирним котам дрімати* (О. Ляшко, 20.05.2016, 3:07, <https://www.youtube.com/watch?v=72xDFtaRcWs>). У поданих реченнєвих ілюстраціях вставні метафоричні конструкції передусім указують на недоліки конкурентів, надаючи емоційного відтінку висловленню.

У сучасному українському політичному дискурсі почастишали випадки використання метафоричної моделі війни, за допомогою якої чітко окреслюють суперечність кількох політичних суб'єктів: *Другий фронт – це має бути дипломатичний фронт* (І. Геращенко, 31.08.2014, 0:33, <https://www.youtube.com/watch?v=ScKkA6LrDig>); *Але я точно знаю, що винні ті, в тому числі й ті народні депутати, які не дозволили легалізувати видобуток бурштину, які залишили видобуток бурштину в „сірій зоні”, у „сірих схемах”, якою користуються різні ділки й уникають оподаткування* (І. Мосійчук, 23.06.2017, 13:47, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6553.html>); *Нам потрібно провести справжню, а не декларативну зачистку корупції* (Ю. Тимошенко, 29.10.2014, 1:57, http://www.youtube.com/watch?v=Bjx_FHTJwFw).

Регулярне повторення, цитування метафор призводить до їхньої модифікації й актуалізації. Зокрема головним лозунгом передвиборчої кампанії П. Порошенка в 2014 році був вислів *„жити по-новому”*, який натякав на перспективи нового, щасливого життя української спільноти: *А жити по-новому – це й означає жити вільно в умовах такої політичної системи, яка гарантує права та свободи людини і нації; А жити по-новому означає, що не можна нехтувати волею народу* (П. Порошенко, 07.06.2014,

<http://tsn.ua/politika/promova-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-inavnuraciyi-povniy-tekst-353552.html>). Цей політичний афоризм не лише поширився в українській пресі, а й став часто вживаним у суспільстві, набувши певних трансформацій і різних емоційних відтінків: *Порошенко в Луцьку розповів як жити по-новому* (Бізнес Портал Луцька, 14.04.2014, http://toplutsk.com/biznews-news_9557.html); *Президент України Петро Порошенко обіцяв, що українці будуть жити по-новому, але поводить себе по-старому* (Волинські новини, 07.08.2014, <http://www.volynnews.com/news/ukraine/zhyttia-po-novomu-obitsianky-poroshenka-/>); *Здається, що нас знову планують „пужити”. І не по-новому, а по-старому* (Четверта влада, 13.04.2014, <http://4vlada.com/rivne/34786>); *Чи зможе Петро Порошенко жити по-новому з громадянським суспільством?* (Могилів-Подільська правда, 26.05.2014, <http://mogpod.blox.ua/2014/05/ChI-ZMOZHE-PETRO-POROSHENKO-ZhITI-PO-NOVOMU-Z.html>) та ін.

Як бачимо, чимало метафор слугують засобами відтворення негативних характеристик політиків-конкурентів, соціального, економічного життя країни. З іншого боку, апелюючи до загальнолюдських цінностей, українські політичні діячі намагаються надати героїчного, патетичного обрамлення своєму мовленню, викликати позитивну реакцію реципієнта.

Проаналізований матеріал засвідчує, що в кожному контексті актуалізується здебільшого один аспект певної метафоричної моделі, за допомогою якого відображено етап розвитку ситуації. Очевидно, це пов'язано з основним завданням політичної комунікації – лаконічно і максимально чітко окреслити основні межі обраної теми. Дещо рідше в політичних виступах використовують різні метафоричні моделі в межах одного контексту. Проте в обох випадках зміст метафоричних моделей цілком зрозумілий реципієнтові.

З погляду психолінгвістичного знання, науковці виокремлюють різні типи метафоричних перенесень, зокрема:

1) загальнономовні („стерті”) метафори, у яких уже втрачено свіжість, несподіваність асоціативного зв'язку між віддаленими предметами [63, с. 54];

2) традиційні метафори (conventional), які залежать від контексту, а їхнє значення змінюється на межі порівняння та категоризації [226, с. 178];

3) оригінальні (нові) метафори (original, novel metaphors), що вражають новизною, виразністю, несподіваністю та непередбачуваністю асоціативного зв'язку [63, с. 54; 140, с. 161; 226, с. 178].

Варто зазначити, що існує два емпіричних підходи до вияву метафоричних моделей: дослідник може зібрати дані безпосередньо в інформаторів, для того щоб з'ясувати психолінгвістичну основу потенційно метафоричних слів, або може досліджувати представницьке, ділове мовлення, щоб визначити використання слова в незвичному для автора середовищі.

Проаналізувавши офіційне мовлення одного з представників української політичної еліти П. Порошенка, зокрема його інавгураційну промову (07.06.2014, <http://tsn.ua/politika/promova-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-inavnuraciyi-povniy-tekst-353552.html>), ми зробили висновок про домінування в ньому різнотипних метафор:

1) оригінальні (*Жити по-новому; Революція гідності; Небесна сотня; перезавантаження влади; veto на європейський вибір; прислужники колоніальної влади; людський капітал*);

2) традиційні (*серце національного ідеалу; на руках немає крові українських військових*);

3) загальномовні (*Україна сильна духом; змінити країну; Україна прийшла до кризи; будувати країну; тримати в пам'яті; падіння тиранії; годувати армію; боронити суверенітет*).

Оригінальні метафори, зосереджені здебільшого на початку промови, найефективніші, розраховані на реакцію аудиторії. Вони досить помітні серед усіх уживаних у цьому тексті метафор. Варто зауважити, що поняття оригінальної метафори мінливе. Часто під впливом часу такий вид перенесень переходить в традиційний.

Традиційні метафори менш уживані у виступі П. Порошенка, хоча і не менш цікаві та вагомі в контексті впливу на реципієнта. Загальномовні

метафори на перший погляд невидимі, тому що пройшли етап категоризації, проте їх найбільше в промові політика.

Непомітність „стертих” метафор у промові певним чином допомагає розкрити ідею, яка перебуває поза загальним текстом. Натомість оригінальні метафори викликають співчуття чи надають тексту героїчного, патетичного обрамлення. Варто зазначити, що цьому феномену як джерелу мовних змін притаманна нестабільність, яка призводить до ситуації, коли більшість із них не містить порівняння через свою традиційність чи загальномовність. Ж. Стін називає таку ознаку „парадоксом метафори” [233, с. 221].

Аналіз мовного портрета обраного політика дає змогу констатувати, що ефективність його риторики й будь-якого іншого політичного діяча залежить від уміння поєднувати емоційне та раціональне у своєму мовленні. Зокрема у досліджуваній промові Президента спостерігаємо ефективну комбінацію засобів впливу на емоційну та когнітивну сфери особистості. Його мовлення образне, емоційно виразне. Таку естетику мовлення політичного діяча певною мірою забезпечують оригінальні метафори й інші засоби, які викликають схвальну реакцію слухачів. Загальномовні та традиційні метафори, які є когнітивно активними в короткостроковій пам’яті, вимагають додаткового витлумачення й деталізації, що потребує поглибленого аналізу.

Наратив деяких політиків, скажімо А. Яценюка, конкретніший, менш насичений метафорами, більшість із яких – загальномовні (*мотатися по світу, боротися з корупцією, війна іде, прийти до влади*). Подекуди трапляються традиційні (*опускати руки, як у себе вдома, озброєна до зубів*) і нові метафори (*геополітичний дальтонізм*), використані передусім для відтворення негативних емоцій, почуттів щодо подій, які відбуваються.

2.1.1.2. Метонімія як стилістичний засіб осмислення політичної дійсності

Мовні засоби метафоризації політичного життя нерідко конкурують із вживанням метонімії – специфічним способом відтворення, трансформації людської свідомості та прагматичного впливу на слухача.

Відомо, що підґрунтям метонімії виступає дотичність, співіснування денотатів у просторово-часовому континуумі. Таких прикладів в українській політичній мові знаходимо чимало: *Ми будемо продовжувати те, що розпочали в минулому році: капітальний ремонт країни* (В. Гройсман, 14.04.2017, 5:07, <https://www.youtube.com/watch?v=8CG07FOk9x0>). У цьому реченнєвому контексті використано метонімію *капітальний ремонт країни* замість „будинку, дороги”. Розширення семантичного ареалу сприяє створенню позитивного образу мовця, допомагаючи досягненню риторичної мети.

Художню метонімію в українській лінгвістиці визначають як „троп, що базується на операції заміщення, у результаті якої концептуальна сутність (джерело) забезпечує ментальний доступ до іншої концептуальної сутності (цілі) у рамках однієї концептосфери, який є невід’ємною частиною художньої системи твору, мотивується контекстом і реалізує свій потенціал, виконуючи текстові та дискурсивні функції” [197, с. 14].

Метонімічні перенесення використовують у політичному дискурсі для уникнення тавтології, відтворення непрямих мовних актів і кращого усвідомлення контекстуального покликання. З огляду на функціонування цього явища в мові українських політиків, виокремлюємо такі метонімічні моделі:

1. „Колектив осіб” → „особа”

Серед метонімічних виявів спостережено звернення до Президента як до особи, яка персоніфікує: *У нас є, у „Свободи” дуже багато питань до Президента, до його дій, зокрема в питаннях введення воєнного стану і переможної війни з Росією, в питаннях кадрової політики. І ми ці питання публічно висловлюємо* (О. Тягнибок, 25.11.2014, 0:37, <https://www.youtube.com/watch?v=djgr77Cvfmnc>). Відомо, що зазвичай Президент не приймає рішень самотійно, бо має колектив

спеціалістів, які аналізують кожен аспект проблеми та пропонують варіанти рішення. Метонімічне перенесення концентрує увагу на особі П. Порошенка, дає змогу слухачам усвідомити, що відповідальність покладено особисто на нього.

2. „Подія” → „місце або дата”

Використання такої метонімічної моделі спрощує усвідомлення поданого матеріалу, сприяє швидкому розумінню сутності розповіді: *І другу цифру я вам назву. Стокгольм. Через контракт, який був підписаний у 2009 році прем'єр-міністром, забув як її прізвище* (В. Гройсман, 14.04.2017, 6:47, <https://www.youtube.com/watch?v=qdiQvDDvdVs>). Відповідаючи на запитання колег у Верховній Раді під час „Години запитань до уряду”, В. Гройсман вживає цей засіб, очевидно, для скорочення часу висловлення – і водночас реалізуючи можливість швидко і лаконічно відповісти на закиди опонентів. Застосування сарказму (*забув як її прізвище*) у цьому разі надає висловленню пейоративно маркованого емоційного забарвлення, увиразнюючи його риторичний ефект. Оплески в залі підтверджують цю тезу.

3. „Особи, що належать до уряду” → „місце”

Частотним є лексикалізований корелят метонімії „місце” замість „осіб, які є представниками уряду”: *Ми розуміємо, що відбуваються надзвичайно важкі сьогодні дні та ночі на лінії зіткнення, на лінії фронту московсько-української війни* (А. Ілленко, 23.12.2016, 0:49, <https://www.youtube.com/watch?v=g3ieXq07SnM>); *Слава героям Холодного Яру! Слава героям Небесної сотні! Слава новітнім героям московсько-української війни!* (О. Тягнибок, 01.05.2017, 6:23, https://www.youtube.com/watch?v=9zImrFszc_E). Ця метонімія характерна саме для „свободівців”. По-перше, досить часто вони називають Росію Московією, применшуючи її значення, вказуючи на те, що вона – метаморфоза часів Великого князівства Московського. По-друге, відбувається метонімічне перенесення відповідальності за військові дії з усієї країни на столицю, звідки, на думку цієї політичної сили, безпосередньо йде вказівка до тих чи тих дій.

4. „Виконавець” → „об'єкт”

Політичні події незалежної України сприяли виникненню та вкоріненню метонімічного утворення „Майдан стояв”: *Майдан стояв за те, щоб ми радикально поміняли владу, Майдан стояв за те, щоб до влади прийшла молодь* (О. Ляшко, 15.07.2014, 2:27, <https://www.youtube.com/watch?v=GxvttQ7g4H8>). Здебільшого це словосполучення використовують із маніпулятивною метою, а фраза *не за це стояв Майдан* у публіцистиці та політичному дискурсі з плином часу трансформувалася в афористичне утворення.

5. „Відповідальна особа” → „орган влади”

Варто зауважити, що такий тип метонімії нерідко є загальномовним, „стертим”, настільки укоріненним у свідомості, що втрачається асоціативний зв’язок між цими явищами: *Ми маємо підтримку українського парламенту, ми маємо активну взаємодію з Президентом країни. Ми маємо бути з вами об’єднані* (В. Гройсман, 14.04.2017, <https://ua.112.ua/polityka/hroisman-zaklykav-rizni-politsyly-obiednatysia-navkolo-ukrainskoho-prapora-384344.html>).

Невидимість таких метонімії сприяє розкриттю загальної ідеї, у цьому висловленні вираженої наприкінці речення.

Нерідко метонімії слугують засобом перенесення відповідальності з конкретних осіб на колектив: *Перед святами, перед Пасхою треба спочатку каятись, а потім дякувати, і, повірте, уряду є в чому покаятися* (О. Кужель, 14.04.2017, 3:10, <https://www.youtube.com/watch?v=qdiQvDDvdVs>). У поданих висловленнях експресивізації досягають звертанням до емоційного стану адресата, провокуванням тієї чи тієї реакції.

6. „Народ, населення” → „система”

Такий метонімічний тип характерний для політичного дискурсу, оскільки слугує засобом створення завуальованої експресивної номінації конкретних політичних сил: *Стара система вгризлась, і вона нікуди не хоче відступати, але так чи інакше вона зникне* (В. Гройсман, 14.04.2017, 11:06, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6498.html>).

Як бачимо, метонімічні трансформації в політичному дискурсі виконують експресивну та маніпулятивну функції, зреалізовані шляхом підсилення та

ідентифікації. Підсилення полягає в акцентуванні на характеристиках об'єкта перенесення, важливих для певного ситуативного контексту. Ідентифікація стає помітною завдяки привертанню додаткової уваги до персони. Застосування метонімії допомагає розкрити зміст та тематику виступу, звернути увагу на його основні інтенції, зумовлені контекстуальною специфікою.

2.1.1.3. Роль порівняння в процесі трансформації політичного мовлення

„Порівняння – стилістична фігура, представлена різними синтаксичними конструкціями, що відображають мисленнєву операцію поєднання обох предметів, явищ, ситуацій, ознак на підставі їхнього уподібнення, установлення аналогій між ними” [168, с. 475].

Завдяки порівнянню політикам удається підтримати імідж на належному рівні, завуальовуючи справжнє ставлення до того чи того явища, особи через виявлення в об'єкті порівняння нових, важливих для мовця (часто негативних) характеристик. Зазвичай структура порівняння містить компаративну зв'язку, тобто єднальний сполучник: як, мов, немов, наче, пор.: *Наше завдання це зробити якісно, швидко і чітко. І саме головне – не просто приймати рішення, запустити їх у реалізацію, тому хочу ще раз закликати всіх працювати як єдина команда, як збірна України на „чемпіонаті економічного розвитку” і перемагати* (В. Гройсман, 07.10.2016, 11:08, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6327.html>); *Створення Міністерства інформації – це запитання, яке викликає багато страхів, в тому числі у нас. Ми просимо так само обговорити це рішення. Міністерства інформації в Україні немає. Давайте спочатку обговоримо, чи воно потрібно, а далі будемо призначати міністра. Дуже прості пропозиції. Давайте працювати як люди* (Є. Соболев, 02.12.2014, 19:52, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/5722.html>). Проте в українській політичній комунікації частіше зустрічаємо порівняння з нетрадиційною структурою.

Об'єктами порівняння можуть слугувати одиничні речі та явища, їхня сукупність, загальні поняття, а також той самий об'єкт у різних просторових

виявах і часових станах, тобто порівнюватися можуть найрізноманітніші за своєю природою об'єкти [137, с. 147]. Напр.: *Вибачте, але, коли крались мільярди через ці всі підставні структури, через які закуповували ліки, крали від людей, які хворіли, і для них ці ліки були життєво важливими. ... Я думаю, що **це мародерство, це варварство*** (В. Гройсман, 14.04.2017, 5:06, <https://www.youtube.com/watch?v=qdiQvDDvdVs>). У продемонстрованому уривку спостерігаємо використання досить різкого порівняння для підсилення негативної реакції на аморальні та протизаконні дії, що привертає увагу, викликаючи осуд.

За допомогою порівняння політики нерідко створюють оригінальні характеристики, спираючись на асоціативні уявлення, які виникають у реципієнта. Пор.: *18 мільярдів дає Польща валютної виручки. З них 2,5 мільйони сімей, майже 10 тисяч. 10 мільйонів людей, зайнятих в сільському господарстві. Бразилія – 1 мільйон 200 сімейних ферм не тільки створених, а яким держава надає постійно підтримку, **як отій рослині**, кредити – 12 мільйонів зайнятих. А у нас? 14,2 мільярди валютної виручки, 200 найбільших компаній. З них дві третіх – це транснаціональні групи. Тільки одна третина – це наші латифундисти. Саме 50 людей постійно, кожного місяця збагачуються. 19,9 мільярдів щорічно їм йде на відшкодування ПДВ. І це вам відповідь. Це відповідь кожній людині, у кого є кошти купити цю землю.* (В. Івченко, 06.10.2016, 17:32, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6324.html>). За допомогою іронічного порівняння з „рослиною” мовець увиразнює життєву необхідність фінансової підтримки сільського господарства.

Нерідко порівняльні конструкції виконують функцію переконання, передусім тоді, коли логічна аргументація не дає результат. Пор.: *Якщо ми будемо в злочинний спосіб надавати можливість змінювати редакцію проголосованих депутатами законопроектів і будемо це толерувати, то ми перетворимося, вибачте, в якусь **„бананову республіку”**, а фактично цей парламент буде нелегітимним* (О. Сотник, 06.10.2017, 11:11, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6615.html>). У цьому фрагменті легко

простежити хід думок політика, що прагне звернути увагу на проблему фальсифікації рішення Комітету з правових питань. За допомогою асоціювання реципієнт автоматично відтворює ті оцінні конотації, що закладені в порівнянні *бананова республіка* – „недорозвинена, економічно слабка країна з корумпованою політичною верхівкою”.

Уже стало класичним порівняння політики з театром, адже їхня характерна спільна риса – наявність певної аудиторії, а також використання деякими популістськими політиками прийомів акторської майстерності. У процесі аналізу ми виявили частотне вживання таких лексем, як *фарс*, *абсурд*, *театр*, *гра*, *аплодисменти*, *бенефіс* тощо. Пор.: *Ніяких комісій в сільській раді. Це просто абсурд і маразм для плідіння бюрократії* (Ю. Левченко, 09.02.2017, 18:05, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6424.html>); *Вони хочуть все залишити, але залишити руками дискредитації і приниження парламенту. І ця цинічна гра, вона йде не лише по суддях* (Ю. Тимошенко, 29.09.2016, 11:27, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6312.html>); *А так же, хто ж вас буде контролювати? Коаліція, БПП, Президент, влада, уряд, БПП, фінансовий комітет у Верховній Раді, бюджетний, БПП, Антимонопольний. Брехня, немає жодного конкурсу. ... Це фарс. Ніякого конкурсу немає* (О. Кужель, 04.04.2017, 16:21, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6474.html>). Такий тип компаративних конструкцій є засобом емоційно-оцінного впливу на адресата, що виявляється як система координаційної інтеракції його учасників.

На прикладі виступу С. Власенка ми бачимо, як політик, використовуючи негативне, навіть іронічне порівняння, описує український парламент: *Шановна Ірина Володимирівна, у мене до вас величезне прохання, ми і так уже український парламент перетворили в „самий поганий український колгосп”*. *То я би вас просив хоча би оголошувати результати голосування мінімально, принаймні, чи підтримана поправка, чи не підтримана, я вже не кажу оголошувати результати: скільки „за”, скільки „проти”, скільки „утрималось”* (С. Власенко, 21.09.2017, 11:12, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6595.html>).

Таким прийомом політичний діяч висміює недотримання регламенту заступником Голови Верховної Ради. Він перелічує ті недоліки, які увиразнюють контраст, формуючи образ порядної людини, яка точно знає, як працювати.

Зафіксовано також порівняльні структури зі значенням вибухового пристрою: *Коли люди говорять: „У нас незаконна приватизація”, вона абсолютно законна, але від того вона не є справедливою. І тепер сьогодні нам треба не плутати ці поняття. Розумієте, це в англійській мові юстиція і справедливість – одне і те саме, а в нас трошки інакше це працює, тому, коли ми зараз пишемо „незаконна приватизація допоміжних приміщень”, в кожному слові **бомба**. По-перше, законна чи незаконна? По-друге, приватизація чи відчуження згідно процедур, які існували на той момент? І далі, і далі, і далі.* (А. Бабак, 15.07.2015, <http://kombud.rada.gov.ua/kombud/doccatalog/document?id=48540>). Використавши цей прийом, політик намагається звернути увагу на проблему визначення приватизації, яка потребує негайного розв’язання. У цьому разі ефект посилює лексичний повтор *і далі, і далі, і далі*, який акумулює в собі нагромадження проблем в цьому питанні.

Іноді натрапляємо на цікаві, незвичні порівняння, як-от: *І саме тому зараз, невідкладно, ми мусимо змінити докорінно наше відношення до всього, що відбувається на сході. Треба припинити **як мантри** зараз вимовляти „АТО”. Це не АТО, це війна. Треба наразі припинити все це шахрайство і виконати 106 статтю Конституції, і ввести наразі воєнний стан в Донецькій, Луганській області* (Ю. Тимошенко, 07.02.2017, 10:30, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6414.html>). У цьому індивідуально-авторському порівнянні *як мантри* ознака хоча і словесно оформлена не до кінця (адже далеко не всі знаються на індуїзмі чи будизмі), проте реципієнту неважко розпізнати сатиру, спрямовану проти опонентів.

Констатуємо, що порівняння як мовний засіб досить ефективно вживається в політичному дискурсі України. Особливістю українського політичного мовлення є актуалізація нетрадиційних порівнянь, які

трансформують політичну аргументацію і формують, разом із іншими тропами, емоційно-естетичний тип переконання.

2.1.1.4. Алюзія як стилістична фігура і художньо-стилістичний прийом політичної комунікації

Відомо, що політичний дискурс здебільшого пов'язаний із орієнтацією на адресата, його історичний досвід і загальнокультурну компетенцію. Ці чинники істотно впливають на вибір мовних засобів політиками. Досить важливою характеристикою мовлення політичних діячів, особливо претендентів на ту чи ту посаду, є використання алюзії – специфічного прийому текстотворення, що полягає в співвіднесенні змісту висловлення з певним історичним чи літературним фактом. Її актуалізують тоді, коли прагнуть переконати у правильності своєї кандидатури, вплинути на почуття електорату, завоювати особливу прихильність.

Грунтовний аналіз праць із цієї проблеми засвідчує, що в сучасному мовознавстві термін *алюзія* не має однозначного витлумачення, у зв'язку з чим чітко не розмежованими з алюзією залишаються такі суміжні явища, як цитата і ремінісценція. Одні дослідники визначають алюзію як ключове поняття інтертекстуальних зв'язків (Л. К. Граудіна, О. С. Євсєєв), інші приписують цю роль цитаті (Л. В. Грек, І. В. Гюббенет, С. І. Походня) або ремінісценції (І. М. Міхалева, Г. Г. Слишкін) [104, с. 3].

„Алюзія – вияв текстової категорії інтертекстуальності, прийом художньої виразності, що змістовно збагачує текстову інформацію, створюючи численні асоціації шляхом натяку на події, факти, персонажів інших текстів. Це вияв безперервної діалогічності текстопородження, зокрема художньої творчості” [168, с. 523].

Погоджуємося з Г. В. Кузнєцовою, яка окреслює це явище як найбільш ефективний прийом втілення комунікативно-прагматичних настанов. Вона наголошує на тому, що алюзія має значний виразний та текстовий потенціал: це засіб творення комічного та іронічного ефекту, авторської модальності,

імпліцитної характеристики персонажа, а також має властивість актуалізувати натяк у межах широкого контексту [101, с. 91].

Аналізуючи політичний дискурс, ми з'ясували, що мовлення адресата повинне мати як політичне тло, яке дає змогу зрозуміти ситуативний контекст висловлення, так і високий рівень володіння мовою. Використання алюзій передбачає знання певного факту, обізнаність у контекстуальній ситуації, бо зазвичай ніяких характеристик чи натяків на джерело висловлення не пропонують.

На сьогодні в українському політичному дискурсі виокремлюють різні види семантичних імплікацій алюзії. На матеріалі мовлення політичних діячів України ми визначили такі групи алюзій за джерелом походження: релігійні, історичні, соціальні та літературні.

Релігійні алюзії активно використовують для відображення певних релігійних поглядів і зобов'язань учасників дискурсу. Очевидно, що деякі політики, послугуючись таким засобом, апелюють до почуттів вірян, які хотіли б, щоб їх кандидат був таким побожним, як вони.

Політичні діячі часто звертаються до релігійності українців, використовуючи тексти з Біблії, у спробі збудити громадськість яскравими, емоційними образами, або ж, навпаки, заспокоїти аудиторію, зробити неприємну дійсність прийнятною для сприйняття. У деяких ситуаціях для атаки на супротивників політичний дискурс використовує прислів'я, ідіоми або біблійні вислови: *Але народ в жодній країні ніколи не пробачить, коли влада б'є його дітей. Це ще в Біблії написано: „Завжди впаде той тиран, який підняв руку на дітей”* (А. Міщенко, 09.02.2014, 5:30, <https://www.youtube.com/watch?v=8EtVPDe39Y4>); *Споконвіку ми не виступали в ролі агресора і ніколи не „зарилися” на чуже. Але і свого не віддамо, і нам вже є чим зустріти непроханих гостей. Хто до нас із мечем прийде, той від меча і загине. І від щита, яким стали для нас наші Збройні сили* (Gazeta.ua, 14.10.2016, http://gazeta.ua/articles/politics/_poroshenko-hto-do-nas-z-mechem-prijde-toj-vid-mecha-i-zagine/728882). В останньому фрагменті,

покликаючись на слова з Євангелія від Матвія, Президент України одночасно застерігає потенційного агресора від різких дій, переконуючи електорат у власній правоті.

Для підвищення ілюктивної сили своїх слів й уникнення відповідальності за виголошення тієї чи тієї заяви, яка може спричинити несподіваний зворотний ефект на громадськість, політики нерідко привласнюють спектр *історичних* промов попередників, підтримуючи їхні аргументи чи цитати: ***У перемоги багато батьків, а поразка – завжди сирота*** (О. Ляшко, 27.10.2016, 16:54, <http://o-liashko.livejournal.com/424403.html>); ***Рахуються тільки з сильними, і в дипломатії також*** (ЦЕНЗОР. НЕТ, 11.01.2017, https://censor.net.ua/blogs/4847/rahuyutsya_tlki_z_silnimi). Мовлення саме О. Ляшка – яскрава ілюстрація такого вживання, за допомогою якого зростає рейтинг на політичній арені й водночас зводиться до мінімуму ризик отримати критику за створення політичного та соціального занепокоєння.

Ми встановили, що в політичному дискурсі звертаються й до *соціальної* алюзії, яка в основному стосується покликання на деякі реалії українського суспільства: *Упродовж канікул знайдіть сили, поговоріть із кандидатами в члени Центрвиборчкому. І як тільки ми повернемося, давайте прийнемо рішення – виженемо людей, які підозрюються в корупції, і не лише в корупції Центрвиборчкому, і призначимо нормальний ЦВК. Давайте не робити „повний охендовський”* (Є. Соболев, 22.12.2016, 17:06, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6393.html>). Політик апелює до корупційного скандалу з Михайлом Охендовським, про який наразі говорять усі засоби інформації. У такий спосіб він указує на те, що кожен народний обранець несе таку саму відповідальність, не голосуючи за звільнення корупційних членів ЦВК. Відпрізвищеве утворення *охендовський*, покладене в основу цієї алюзії, підсилює риторичний ефект.

Ще одним видом алюзій, яку нерідко використовують у політичному дискурсі, є *історична* – звертання до минулого, покликання на історичні факти, які є твердженнями, що увиразнюють основну думку. Такі вкраплення в

промовах українських політиків пов'язані переважно з колишніми або недавніми подіями, які отримали широкий резонанс у світі: *Той, хто так часто їздить в Європу, мав би пам'ятати, що загравання з, так званим, народним референдумом у найважчі, критичні для суспільства часи призвело до смерті Веймарської республіки і встановлення абсолютно тоталітарної системи в Німеччині. Куди ви итовхаєте цих бідних, знедолених, доведених до відчаю людей?* (Ю. Луценко, 26.01.2016, 10:30, <https://www.youtube.com/watch?v=8PyjfEoah2I>). Політичний діяч, проводячи такі паралелі, скеровує основну увагу реципієнта на проблему проведення референдуму в Україні, який, на його думку, може мати погані наслідки для українців.

Цитування історичних промов використовують для посилення стилістичного ефекту сформульованої думки, а також для зменшення політичного ризику набуття екстремістського іміджу.

Нерідко натрапляємо на літературні алюзії, більшість із яких перетворює потенційну напруженість і конфлікти в пародію, насмішку: *Чому ми нарешті не ліквідуємо дипломатичні відносини з країною агресором, яка вбиває українців, яка окупувала Крим, окупувала частину Донбасу? Знаєте, я скажу тут мовою оригіналу, мені це все нагадує, як в такому сумному сатиричному вірші: „Медленным шагом, робким зигзагом, не увлекаясь, приспособляясь, если возможно, то осторожно, тише вперед, рабочий народ!“. От як діє сьогоднішня дипломатія по відношенню до українців в Росії і по відношенню до країни-агресора* (І. Крулько, 05.10.2016, 10:09, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6321.html>). Використавши цей яскравий приклад, політик в іронічній формі наголошує на бездіяльності влади в складній ситуації, що склалась. Пор. також: *Питання від моїх колег по фракції щодо верифікації Пенсійного фонду. Коли і як ми побачимо результати по аудиту Пенсійного фонду і отримувачам, так званим, „мертвим душам“? І коли уряд збирається запровадити накопичувальний рівень пенсійної системи* (Т. Острікова, 23.12.2016, 10:30, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6395.html>).

Як бачимо, привертаючи увагу до проблеми незаконного отримання коштів, мовець указує на недоліки пенсійної системи.

Натяк, непряме або випадкове покликання на історичного, літературного діяча, подію чи об'єкт – важливий риторичний засіб. Цікавим є також використання цитат чи відомої фрази, яку реципієнт уже чув і знає. Варто зазначити, що цей прийом може використовуватись як мовна стратегія для уникнення прямого звернення до адресата, відображення прихованого покликання, напр.: *Борітеся, поборете, вам Бог помагає* (П. Порошенко, 09.03.2017, <https://www.depo.ua/ukr/politics/poroshenko-nagadav-slova-kobzarya-pro-moskovsku-otrutu-20170309533276>); *Кайданами міняються, правдою торгують* (А. Лозовой, 17.03.2017, 12:06, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6453.html>) і под.

Частина зафіксованих нами алюзій має національну специфіку, що цілком закономірно. Більшість з них відображає соціально-побутові реалії, специфічні для нашої країни та культури, знання яких входить до спектру прагматичних припущень, без якого неможлива адекватна інтерпретація змісту тексту. Наявність таких алюзій – основна відмінність стилістичних фігур у різних мовних середовищах. Наприклад у виступі народного депутата Ю. Одарченка спостерігаємо: *Я звертаюсь до українців, кожен із нас буде заручником того, що згідно з цими законами, які будуть прийняті, ви будете „обречены на проиграш”, якщо ви будете там політично якось не влаштовувати владу, чи ваші матеріальні інтереси „пересекутся” з „любими друзями”* (20.09.2017, 12:35, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6593.html>). *Любі друзі* – часто вживане звертання колишнього Президента України В. Ющенка, яке після 2004 року стало загальною назвою. Так називали оточення Віктора Андрійовича, яке вирішувало державні справи в країні. Український політик, уживаючи таку іронічну цитату, привернути увагу до того, що ситуація повторюється і тепер оточення нового Президента також впливає на більшість процесів у країні.

Отже, алюзії, що вживають політичні діячі, відображають різноманітні національні, культурні, соціальні та побутові реалії. Особливість уживання

алюзивних вкраплень українськими політиками здебільшого зумовлена національною специфікою.

Використання цього засобу в політичному дискурсі виконує низку прагматичних функцій: допомагає виокремити основну думку серед значного обсягу інформації; сприяє вияву інтересу до політики загалом та кандидатур політиків зокрема; слугує стратегічним ходом для уникнення конфронтації тощо.

2.1.1.5. Прагмастилістичний потенціал анафори в українському політичному мовленні

Анафора – один із видів повтору, що допомагає привернути увагу слухача. Це фігура додавання, яка полягає в повторі початкових частин суміжних речень [88, с. 68]. Звертаючи увагу на цю стилістичну фігуру, ми з'ясували, що вона апелює до очікувань аудиторії, впливає на неї емоційно: ***Вже 10 днів*** український Майдан демонструє європейськість України. ***Вже 10 днів*** на цьому Майдані постійно знаходяться десятки тисяч людей, які демонструють, що нам не байдуже, якою буде Україна (П. Порошенко, 08.12.2013, 0:26, https://www.youtube.com/watch?v=HCaL_GW07WU).

Дослідивши використання анафори в сучасному політичному дискурсі України, ми встановили, що це досить впливовий засіб у багатьох комунікативних ситуаціях, зокрема:

1. Формування негативного іміджу опонентів.

Використання анафори стратегічно пов'язане зі стилем подання інформації, коли виступ починається повільно, розмірено, а потім прискорюється в кульмінаційному моменті для створення сильного емоційного ефекту. Наприклад В. Гройсман, закликаючи депутатів Верховної Ради підтримати новий бюджет, експресивно звинувачує його критиків: ***А ви будете голосувати проти українського народу. Ви будете голосувати проти зарплати і пенсії. Ви будете голосувати проти нормальних доріг. Ви будете голосувати проти безкоштовних ліків. Ви будете голосувати за знищення України***

(20.12.2016, 3:58, <https://www.youtube.com/watch?v=UxLfyHQRWHI&t=209s>).

У поданому уривку завдяки вдалому поєднанню анафори з градацією створюється вкрай негативний імідж опонентів, на тлі якого формується позитивне ставлення до мовця та його переконань.

Анафора в поєднанні з епіфорою чинить подвійний вплив, збільшуючи ілюкативну силу риторики: *А по Януковичу була справа Межигір'я – економічний злочин. Була справа Сухолуччя – економічний злочин. Була справа книжок, за які він гонорари отримав – економічний злочин. Справа Укртелекому – економічний. Він ці справи всі відкинув і почав із нуля чисто політичну справу, яка закінчиться.... Вона, звичайно, піар такий крутий: державна зрада і таке інше, але закінчиться це дуже сумно* (С. Лещенко, 18.05.2017, 10:42, <https://www.youtube.com/watch?v=sflj0TXLODM>). Використання таких прийомів посилює динаміку тексту, покращує сприйняття цієї ситуації, настановляє на певні висновки щодо її винуватця.

2. Позитивна самопрезентація.

Для позитивного окреслення власного іміджу простежуємо тенденцію до вживання анафори з риторичним питанням. Наприклад Президент України П. Порошенко на засіданні РНБО пояснює своє ставлення до причетних до блокади ОРДЛО: *Хіба для того, щоб зміцнити оборону, щоб профінансувати контрактну армію, забезпечити її зброєю, не потрібні надходження до державного бюджету? Хіба з мене хтось зняв відповідальність як із Верховного Головнокомандувача? Хіба хтось позбавив уряд України обов'язку дбати про відновлення економічного зростання, про зарплати, пенсії? Хіба не вимагаємо ми від Національного банку стабільності національної грошової одиниці. ... Дорогі мої, справжній патріотизм – це не гасла вигукувати, а захищати інтереси громадян України* (15.03.2017, 4:56, <http://www.president.gov.ua/videos/vistup-prezidenta-na-zasidanni-radi-nacionalnoyi-bezpeki-ta-326>). Зазначений прийом викликає схвальну реакцію слухачів і, відповідно, послаблює негативне тло зображеної опонентами ситуації. А риторичні запитання привертають увагу до предмета розмови, допомагають емоційно висловити основну думку.

Пор. також: *Але ми знаємо, як зробити дороги. Ми знаємо, як не допустити крадіжок. Ми можемо це зробити* (В. Гройсман, 14.04.2017, 7:58, <https://www.youtube.com/watch?v=8CG07FOk9x0>). Досліджуваний прийом робить мовлення ритмічнішим і легшим для запам'ятовування та відтворення. Анафоричний повтор *ми знаємо, ми можемо* демонструє впевненість політика, сприяючи зростанню довіри до нього та його дій.

3. Привернення уваги до теми виступу.

Вірте Богу, і можете ще повірити собі. Вірте своїм очам, коли ви бачите (пауза) бачите, а бачити можна або результат, або дію. І коли ми побачимо з вами результат і дію влади, до якої я зараз також належу, тоді ми можемо натискати (О. Березюк, 27.12.2014, 0:14, <https://www.youtube.com/watch?v=dLOJxNAHuSQ>). У цьому прикладі стилістична фігура анафора інтерпретується в комунікативній функції заклику до всього суспільства робити політичний вибір дуже уважно.

У нижчеподаному уривку анафора допомагає скерувати увагу на проблему голосування за закон про тимчасово окуповані території: *Для чого робляться ці основні поняття? Це дасть нам можливість залучити оборонну летальну зброю. Це дасть нам можливість ввести в Україну миротворчу місію, яка буде розповсюджена по всій території, яка закриє український кордон і дасть можливість перестати вбивати мирне населення, а це вже більше 10 тисяч українців, перестати вбивати наших хлопців* (І. Луценко, 10:14, 06.10.2017, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6615.html>). Логічна аргументація спільно з вживанням єдинопочатку містять позитивну конотацію, оскільки весь наратив політичного діяча спрямований на пошук можливостей виходу зі складної ситуації на Східній Україні.

4. Зіставлення.

Предикативні анафоричні сполучення можуть виконувати комунікативну функцію зіставлення: *Шановні колеги, знаєте, ми могли осучаснити і підняти пенсії окремим законом, і чинне законодавство це дозволяє робити, і воно діюче. Ми могли скасувати оподаткування працюючих пенсіонерів, яке ганебно запровадив уряд Яценюка. І це теж ми могли зробити окремим законом, і в нас*

є, подані народними депутатами. Натомість уряд нам пропонує справедливість. ... Уряд нам пропонує „викинути” 2 мільйона людей, і платити їм соціальний внесок, мінімальне утримання від держави (В. Івченко, 03.10.2017, 16:43, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6604.html>). Семантику зіставлення можливостей із реальними діями влади посилюють повторювані сполучення слів: *ми могли* зробити краще для людей, натомість уряд пропонує інші рішення. Метафоричне слововживання *викинути людей* сприяє маніпулятивній меті мовця, формуючи негативне ставлення до його опонентів.

2.1.2. Фразеологізми в сучасному українському політичному дискурсі

Незважаючи на досить офіційний характер промов українських політиків, часто спостерігаємо вживання сполучень слів із експресивно оцінним значенням, до яких належать фразеологізми. Проблема функціонування цього явища привертає увагу дослідників у галузі політичної лінгвістики [95; 4; 112] передусім тому, що фразеологічні одиниці є досить продуктивним засобом маніпулювання думкою суспільства. Вживання різнотипних фразеологічних сполук надає політичному мовленню влучності, виразності, емоційності, допомагає привернути увагу слухачів, досягти мети висловлення.

Фразеологічні одиниці в політичному дискурсі досить неоднорідні. Вони можуть містити політичну термінологію, політичні кліше, що використовують в офіційному мовленні, а також політичну афористику, яка є своєрідною характеристикою того чи того політика. Напр.: *Забезпечує перехідний період для змін у системі фінансування з 2018 року. Принцип „гроші ідуть за пацієнтом” запрацює і на первинній ланці, протягом 2018-го до 2019-го років – вторинний, третинний рівень медичної допомоги продовжить фінансуватися через медичну субвенцію* (У. Супрун, 19.10.2017, 11:33, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6625.html>). Виділений реченнєвий відрізок, який став своєрідним гаслом, досить часто з'являється в мові політиків та ЗМІ в контексті нової медичної реформи, запропонованої новим Міністром

охорони здоров'я України. „Політичну афористику потрактовують як мовні рефлекси політичної комунікації, як культурний відбиток, який залишається в мові активним агентом політичної комунікації. Це вислови політичних діячів, повсякденні фрази, які стали популярними й активно вживаними” [220, с. 203].

Дослідивши фразеологізми в українському політичному дискурсі з погляду лінгвопрагматики, ми виокремили такі їх групи за семантичною функцією в тексті:

1. Вираження негативної оцінки:

а) критика неякісної роботи колег. Дискредитація опонентів відбувається завдяки вираженню емоційно-оцінної характеристики того чи того явища: *Колеги, проблема в тому, що Конституцією України і законодавством не передбачено прийняття жодних спільних актів двома державними органами влади. Як це буде відбуватися – незрозуміло, як це щодо Конституції визначається – незрозуміло. Що таке „буде встановлюватися порядок спільно двома державними органами, Державною судовою адміністрацією і Міністерством юстиції”? От у цьому вся історія цього величезного законопроекту, який невідпрацьований, де ми біжимо **галопом по Європам**, який буде неконституційним і незаконним, і як буде виконуватися теж незрозуміло, колеги* (А. Шкрум, 03.10.2017, 11:23, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6604.html>). Поп.: *летіти галопом* – „дуже швидко йти, бігти, їхати” [178, с. 421]. Завдяки використанню структурно-семантичної трансформації фразеологізму *летіти галопом* з'являється додатковий іронічний відтінок значення: робити щось нашвидкуруч.

Лінгвісти звертають увагу на „здатність зворотів трансформуватися, переосмислюватися, зберігаючи, а подекуди й посилюючи свої експресивні можливості” [199, с. 43]. У політичному дискурсі нерідко натрапляємо на структурну трансформацію деяких елементів сталих фразеологічних словосполучень: *Цивільний процес – це є про звичайних, пересічних громадян: бабусь, дідусів, сімейні справи, житлові справи, земельні справи, і так далі, і*

таке інше. Вчора ми успішно „догробили” господарський процес. Хочу надіятись, що цивільний процес ми не „догробимо” (Р. Сидорович, 20.09.2017, 11:05, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6593.html>). Завдяки використанню цієї одиниці політик наголошує на вкрай поганій роботі парламенту напередодні, сподіваючись на кращі результати тепер. Пор.: *загнати у гріб* – „довести кого-небудь до передчасної загибелі, зіпсувати, поламати що-небудь” [178, с. 303]. Додавання префікса до підсилює увагу на тому, що дія відбувалася впродовж тривалого проміжку часу;

б) засудження незаконності певних дій чи рішень. Аналіз дібраного матеріалу засвідчив, що використання фразеологізмів сприяє індивідуалізації мовлення, поглибленню негативної оцінки того чи того явища: *Коли, так звана, парламентська більшість. ... проголосувала, так звані, закони, які є „Фількиною грамотою”, адже були прийняті в спосіб антиконституційний* (О. Ляшко, 19.01.2014, 0:27, <https://www.youtube.com/watch?v=rVdW8GCPwhs>); *Я думаю, що після вчорашнього нашого обговорення стосовно кандидатури пана Вовка, бо це було обговорення, що відбувається в регуляторі. Це було обговорення, як Вовк довів цю країну до ручки. Тепер нам пропонують інших „котів у мішку”* (С. Соболев, 13.04.2017, 11:33, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>). У поданих прикладах спостерігаємо підсилення зневажливого негативного ставлення до об'єкта розмови завдяки використанню таких фразеологізмів: *фільчина грамота* – „документ, що не має юридичної сили; папірець, який нічого не значить” [178, с. 194]; *купувати kota у мішку* – „придбати що-небудь, не бачачи й не знаючи його якостей” [там само, с. 405].

Як бачимо, вдале використання фразеологічного багатства української мови допомагає маніпулювати суспільною думкою завдяки нав'язуванню власних переконань. Пор.: *Міжнародний валютний фонд, залякуючи у корупційний спосіб, „притискаючи до стінки” окремі політичні сили, фракції в парламенті, сьогодні встановив контроль над українським парламентом! Це зазіхання на суверенітет нашої держави, на її незалежність. І сьогодні немає парламенту! Це департамент Міжнародного валютного фонду* (С. Каплін, 03.10.2017, 16:41,

<http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6604.html>). У цьому контексті фразеологічний зворот підсилює негативне ставлення політика до нового закону про пенсії, викликаючи емоційний відгук адресата. Пор.: *притискати до стіни* – „ставити кого-небудь у безвихідне становище, домагаючись якогось зізнання чи вчинку” [178, с. 699]. Головну інтенцію увиразнює іронічне *Я так зрозумів, що у коаліції є намір робити пенсійну реформу до останнього живого пенсіонера* (там само);

в) висловлення-звинувачення. Маємо на увазі пряму вказівку чи прихований натяк на винуватця, особу, наміри та зловживання якої стають предметом загального обговорення: *Шановний український народі і шановні пенсіонери! Доповідаю вам, що зараз у залі з фракції „Опозиційний блок” знаходиться рівно одна людина, одна єдина, якій доручено, пробачте, „каламутити” і затягнути прийняття вкрай необхідного вам, шановні пенсіонери, законопроекту. Прошу вас, зупиніться* (А. Шинькович, 03.10.2017, 14:26, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6604.html>). Пор.: *каламутити воду* – „вносити розлад, неспокій, підбурювати, підмовляти кого-небудь до якихось дій” [178, с. 362]. За допомогою вживання усіченого фразеологізму політик прямо звинувачує Н. Королевську в перешкоджанні прийняття рішення, вказуючи на можливі негативні наслідки її дій.

Таке звинувачення використовують не лише для позитивної самопрезентації на негативному тлі опонента, а й для того, щоб наголосити на несправедливій перевазі парламентської більшості: *То чому сьогодні той, хто „кидає каміння” в сторону Опозиційного блоку не скаже, що Опозиційний блок підтримує цю норму, і без нас ця би поправка не пройшла? То тут у вас не вистачає сили волі. Припиніть розбрат і пошук ворогів у сесійній залі України. Тут працюють люди, які представляють народ України* (І. Шурма, 14.07.2017, 11:30, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6572.html>). Пор.: *кидати камінь* – „осуджувати, ганити, ганьбити кого-небудь” [178, с. 369];

г) зневажливе ставлення до дій однієї особи чи групи осіб. Нерідко використання фразеологічних одиниць виконує маніпулятивну функцію,

допомагає окреслити ситуацію з погляду мовця та його політичної сили, напр.: *У мене питання до тут присутньої коаліції. Чому ви „носите на руках” міністра чи виконуючу обов’язки міністра охорони здоров’я?! Що вона вам таке робить?! (В. Литвин, 21.03.2017, 10:23, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6457.html>). Носити на руках – „дуже добре ставитися, виявляти велику увагу до кого-небудь” [178, с. 558].*

Влучно використано фразеологізмів наступному прикладі: *Але тут саме головне – давайте розберемося з позиції справи. Я вважаю, що це є політично вмотивоване переслідування, і вся ця справа „шита білими нитками”. Чи не є це захистом своїх друзів, які виступають деколи піар-агентством на деяких засобах масової інформації? Чи не зробили обшуки, чи НАБУ не встигло прозвітувати дату інформації, а вже певний ресурс має повідомлення від прес-служби НАБУ, яке відпрацьовує депутатським мандатом, чи як? Чому саме таку справу не порушили? (М. Бурбак, 11.07.2017, 16:31, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6559.html>). Пор.: білими нитками шитий – „невміло, погано замаскований, виконаний і т. ін.” [178, с. 963]. Як бачимо, політик звинувачує опонентів у несправедливості, наголошуючи на тому, що справа проти його колеги сфабрикована. Риторичні запитання увиразнюють його прагнення зробити всіх рівними перед законом.*

2. Позитивна оцінка. Фразеологізми, які мають таку конотацію, сприяють кращому сприйняттю інформації адресатом: *Це був важкий день, але був продуктивний день. Ми в один день прийняли дві реформи. І, колеги, дай Боже, щоб вони змінили життя українських громадян на краще (А. Парубій, 03.10.2017, 18:15, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6604.html>). У цьому контексті дай Боже виконує акумулятивну функцію, наголошуючи на важливості реформ для всього українського народу. Дай Боже – „уживається для вираження похвальної оцінки кого-, чого-небудь, для підкреслення винятковості, незвичайності чогось” [178, с. 219]. Відомо, що в українській мові структурна група фразеологізмів, пов’язаних зі словом Бог, досить велика, що,*

очевидно, спричинене культурною традицією та морально-естетичним вихованням українців.

Використання фразеології також сприяє творенню привабливого іміджу мовця: *Друзі, за три роки Збройні сили України не просто відновили боєздатність, вони були заново створені. Вони наростили оперативні спроможності і покращили технічну оснащеність, вони вирости кількісно і якісно. І це той випадок, ще раз наголошую, про який кажуть: „Заново народились”* (П. Порошенко, 07.09.2017, 10:06, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6580.html>). Пор.: *мов удруге на світ народитися* – „відчути полегкість, певне задоволення, душевний спокій після страждань, переживань, фізичних мук і т. ін.” [178, с. 533]. У такий спосіб політик наголошує на великих складнощах, які були до його президентства і які він успішно подолав.

3. Експресивно-безоцінні звороти, що виражають можливі наслідки. Спосіб звертання до адресата, оцінка його образу крізь ідеї та цінності самого мовця: *Користуючись нагодою, що сьогодні рік, як ви призначені й втрачаєте імунітет сьогодні щодня, ми хочемо **спробувати** цей ваш імунітет на зуб і задати вам кілька важливих питань* (О. Ляшко, 14.04.2017, 25:42, <https://www.youtube.com/watch?v=qdiQvDDvdVs>). *Взяти на зуб* – „випробувати чий-небудь якості, властивості, перевірити когось на здатність до чогось” [178, с. 78]. Такі фразеологічні перетворення сприяють яскравому відтворенню основної інтенції та допомагають емоційно збагатити виступ.

Часто такі експресивні звороти наголошують на потребі рішучих дій. Наприклад, згадуючи про ситуацію на Сході країни, політик говорить про необхідність хоча б часткового перекриття кордону зі східним сусідом: *Тільки коли буде „заланана” ця „чорна діра” між нами та агресором, в донецьких і луганських воєнторгах тут же закінчатся танки, гради, артилерія, інші види озброєння, які забирають життя наших військових і мирних українців* (А. Герасимов, 19.09.2017, 10:20, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6588.html>). *Заланати дірки* – „частково задовольняти потреби в чомусь вкрай необхідному” [178, с. 417]. У цьому фрагменті фразеологізм поєднується з

метафорою *чорна діра* (місцем, звідки немає виходу, в якому все зникає в невідомому напрямку), викликаючи гостре бажання діяти.

Як бачимо, характерна особливість українського політичного дискурсу – вживання зрозумілих загалу фразеологічних зворотів, що органічно вписуються в політичний контекст, у якому лексичний рівень зумовлений відповідною функцією політичної аргументації. Значна частина фразеологізмів в українському політичному дискурсі не належить до словникових, а реалізується структурною та семантичною трансформацією стійких словосполучень. Спостерігаємо функціонування фразеологізмів зі зниженим стилістичним відтінком, транспонованих із усного побутового мовлення. У такий спосіб народні обранці демонструють позитивне чи негативне ставлення до опонента чи предмета розмови. Крім того, фразеологізми відображають культурні особливості українського народу, адаптовані до конкретних ситуацій у тексті.

2.1.3. Художні засоби творення комічного в українському політичному просторі

Успішність політичної комунікації залежить не лише від здатності взаємодіяти з аудиторією, а й від уміння адекватно реагувати на відгуки колег та опонентів. Важливий складник суспільно-політичних та міжособистісних стосунків між комунікантами – комічне, яке в сучасному мовознавстві розглядають у різних аспектах та дискурсах.

Зазвичай публічний виступ передбачає безпосередній контакт мовця та реципієнта. Завдяки сучасним технологіям таке мовлення може охопити набагато ширшу аудиторію і чинити вагомий вплив на формування того чи того іміджу, сприяти підвищенню рівня підтримки серед населення.

Політичний гумор – „ефективна політико-комунікаційна технологія, що використовується як для маніпуляції свідомістю громадян, так і задля інформування суспільства, зняття напруги і конфліктності, привернення уваги до політики, сприяння розвитку інтелектуальних здібностей учасників комунікації, підвищення рівня політичної культури як політиків, так і

громадян” [58, с. 9]. Маємо зауважити, що гумор постає дієвим конфронтаційним інструментом у політичному просторі, а гумористична риторика, за умови доречного використання, сприяє погіршенню іміджу опонента і покращенню власного завдяки позитивному ставленню суспільства до цього засобу.

У якісній публічній промові неодмінно дотриманий баланс між серйозним і розважальним складниками, що передбачає відступ від теми, уведення до тексту іронічних і гумористичних висловлень, анекдотів, покликань на курйозні історичні епізоди [46, с. 20]. Українські політики хоч і зрідка, проте демонструють уміння веселити чи шокувати аудиторію своєю вербальною чи невербальною поведінкою, намагаючись підвищити власний рейтинг. За нашими спостереженнями, іронія та сарказм у цьому плані – найбільш ефективні засоби впливу.

Іронія – це „раціонально-емоційна оцінка, оскільки, з одного боку, виражає судження суб'єкта про об'єкт іронії, а з іншого боку – пов'язана з реалізацією негативного емоційного ставлення продуцента іронії” [107, с. 242]. Аналізуючи український політичний дискурс, робимо висновок про те, що саме вона найчастіше вживається в політичній комунікації. Приміром, П. Порошенко пожартував у відповідь на запитання журналістки про кумівство з посадовцями: *Мій син – теж мій кум?* (Depo.ua, 03.06.2016, 16:55, <http://www.depo.ua/ukr/politics/poroshenko-pozhartuvav-pro-kumivstvo-z-sinom-03062016165500>). У цьому випадку бачимо вдале ухиляння від відповіді та загалом відвертання уваги від поставленого питання завдяки вживанню риторичного запитання.

Важливим засобом залучення уваги аудиторії є конструкції „питання-відповідь”, уживані здебільшого в іронічному контексті: *Що таке політична відповідальність? Це не тільки перед виборами розказувати, як ми знаємо і вміємо робити, а це після виборів, коли люди проголосували, проголосували тому, що гарно розповідали, як ми знаємо робити. Брати лопату і копати!* (А. Яценюк, 14.11.2014, 15:25, https://www.youtube.com/watch?v=gaAXRM_Ioqc). Такі

синтаксичні поєднання сприяють утриманню уваги адресата, а також активізують процес сприйняття й осмислення тексту.

Використання засобів комічного в українському політичному дискурсі потенційно небезпечне, оскільки зазвичай вони містять прихований сенс, спрямований на опонента. Зокрема Ю. Тимошенко, коментуючи внесення кандидатури В. Огризка на посаду міністра закордонних справ, зауважує: *І якщо це буде Огризко, то наша політична сила підтримає Огризка, тим паче, що все ж таки трішечки **прізвище** символізує те, що залишилось від повноважень Президента* (УНІАН, 06.02.2007, 09:26, <https://www.unian.ua/politics/32559-timoshenko-poartuvala-pro-ogrizka.html>). Використання порівняльної конструкції підсилює іронію, виражає прагнення політичного діяча залучити увагу реципієнта не стільки до особи майбутнього міністра, скільки до проблем формування президентської компетенції.

Важливим чинником впливу на аудиторію є вибір способу реагування на іронію чи ігнорування її, що безпосередньо пов'язане з демонстрацією словесної майстерності або з її відсутністю.

Варто звернути увагу на самоіронію, яка допомагає протидіяти критиці та нападам конкурентів. Зокрема В. Кличко, відомий своїми обмовками під час інтерв'ю чи виступів, розповів про улюблені з них та анонсував вихід книги власних висловів (Репортер, 22.03.2017, 13:13, <http://report.if.ua/rozvagy/klychko-anonsuvav-knygu-svoyih-vyslovlyuvan/>).

Також цей засіб використовують для вияву близькості до народу: *Хто народився на Спаса – в того **морда** як у Фантомаса*. У такий спосіб А. Садовий розпочав розповідь про себе в Житомирі під час зустрічі з громадою (Репортер Житомира, 20.08.2014, 19:29, <http://reporter.zt.ua/news/14674-andrii-sadovyi-zaproshuvav-zhytomyrian-do-lvova-ta-davav-porady-hromadi>). Уживання порівняльної конструкції в поєднанні з вульгаризмом *морда* підсилює бажаний ефект самоіронії, концентрує увагу слухачів на простоті політика-промовця.

Відомо, що предметом сатири зазвичай є негативні суспільні явища, які мовці нерідко засуджують. За М. М. Бахтіним, сатиру витлумачують як „особливе ставлення мовця до зображуваної ним дійсності. Сатира – образне заперечення сучасної дійсності в різних її моментах, що містить – у тій чи тій формі і з тим або тим ступенем конкретності та зрозумілості – та позитивний момент ствердження кращої дійсності” [13, с. 35].

В українському політичному просторі трапляються провокативні жарти на адресу представників Опозиційного блоку: *Шурмі нічого робить, дівчата його не люблять, він любить „родіну”, він любить виборців, тому стоїть і працює. ... Бажаю успіху, підтягуйте своїх. Чи по москвам поїхали ваші „бойки”?* (О. Ляшко, 10.02.2017, 1:40, <https://www.youtube.com/watch?v=VimZuxA-IO4>). У цьому випадку сатира актуалізується як засіб висловлення критики більш ввічливим, прийнятним способом, оскільки адресат повинен спочатку її декодувати. Завдяки використанню цього засобу комічного досягнуто конкретної мети: актуалізовано почуття недовіри до політичних опонентів.

Спостерігаємо застосування сатири й у мовній ситуації виправдання: *Фракція „Самопоміч” завжди працювала і буде працювати над соціальними законами і ініціює їх, але людей у нас немає у всіх комітетах тільки тому, що у нас немає стільки людей, скільки у вас комітетів. І тому не треба вводити людей в оману і спекулювати на цій темі* (О. Березюк, 13.04.2017, 10:46, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>). Мовна гра як спосіб конструювання комічного змісту містить в основі інтерпретацію тих чи тих явищ дійсності, головна інтенція якої – несподіваний кінець, що зазвичай сприяє комізму ситуації. В зазначеному фрагменті використання цього засобу пом’якшує звинувачення колег та відвертає від цього увагу.

Під час суперечки довкола питання заборони в’їзду російської конкурсантки Євробачення 2017 року політолог звернувся до А. Лозового з питанням, чому Comedy Woman дозволяють приїздити в Україну, незважаючи на те, що вони співали пісню про Путіна. Політик відповів: *Ну дивіться, я не дивлюся таке високо інтелектуальне, як там „песню о Путине в*

исполнении Comedy Woman” (112 Україна, 06.04.2017, 14:43, <http://112.ua/video/andrey-lozovoy-nikolay-skorik-i-andrey-okara-v-vechernem-prayme-telekanala-112-ukraina-06042017-232704.html>) й одразу перемкнув увагу на інше: *Це якраз недопрацювання служби безпеки, тут розділяю думку. Я думаю, що просто не додивились.* Сатиричне порівняння, в основі якого перебуває оцінка, слугує засобом негативізації цього явища шляхом набуття протилежного значення.

Зрідка у політичних висловленнях спостерігаємо сарказм – різку, уїдливу насмішку, яка, на відміну від іронії та сатири, містить найвищий ступінь негативної оцінки ситуації. Зокрема, відповідаючи на запитання одного з політиків, В. Гройсман заявляє: *Дякую, шановний народний депутат (пауза), а може, і нешановний*, далі пояснюючи свою позицію: *Я наголошував і ще раз хочу наголосити, що те, що ви особисто робили для блокади України, протирічить національним інтересам* (24.03.2017, 0:55, <https://www.youtube.com/watch?v=mXXao04wDhQ>). У поданому фрагменті джерело сарказму постає у використанні семантично двопланових антонімічних звертань *шановний/нешановний*, що актуалізують компоненти денотативного змісту виступу та мовної ситуації загалом.

Поряд із сатирою, іронією, сарказмом нерідко використовують гумор – „вид комічного, який характеризується позитивно-насмішкуватим ставленням до об’єкта сміху” [22, с. 18]. „Він має знаковий характер, тобто виражається в певних формах, є комунікативним й існує лише в ситуаціях спілкування” [163, с. 87].

Розглянемо діалог на засіданні Верховної Ради, що стосувався неможливості скасування газової угоди, підписаної Ю. Тимошенко з „Укрнафтою” в 2009 році: *Цей контракт відмінити не можна, навіть якщо хочеться десь „Батьківщину” укусити, але Янукович, на жаль, використовував цей контракт, щоб відмивати гроші.* На що А. Яценюк відповів: ***Я просто хотів уточнити, що це година запитань до чинного уряду, а не до минулого. Це перше. І друге, що я хотів Вам сказати, дорога моя Юлія Володимирівна, я***

так розумію, що ви, якщо сказали, що ціна буде по 150, значить буде в четвертому кварталі, правильно я зрозумів? А якщо вона не буде 150, то за різницею я до вас звернусь, щоб компенсувати в державний бюджет (АНТИКОР, 05.06.2015, 17:39, http://antikor.com.ua/articles/45102-jak_klichko_vidvojovuvav_muzejni_zemli_u_druziv_chernovetsjkogo).

Констатуємо поєднання гумору, який у пропонованому контексті знижує градус напруги, зі сарказмом, що дискредитує попередній виступ і наголошує на неможливості реалізації попередньої інтенції. Вживання структуризації висловлення (*перше, друге*) сприяє переконливості оратора.

Гумор часто слугує інструментом дискредитації ворожо налаштованого, агресивного опонента. Зокрема, під час досить емоційної суперечки О. Гончаренка та О. Ляшка на Шустер live жарт останнього звів нанівець спроби опонента загострити ситуацію:

– *Общие слова звучат, и все радуются, аплодируют. Сначала сказали: „У Путина заберем деньги”. Как? Только никто не знает, кроме Олега.*

– *З тобою точно не заберем, Олексію. З тобою тільки віддамо* (14.04.2015, 1:24, https://www.youtube.com/watch?v=h_gvS4_Q8O8). Як бачимо, гумористичного ефекту досягнуто застосуванням антитези, що увиразнила ставлення мовця до опонента.

Комічне – експресивне за змістом, а отже, привертає увагу читача. Найбільш сконденсований вияв комічного в політичному дискурсі – політичний анекдот. Комічне може реалізовуватися також у жанрі політичної карикатури, політичних коміксів. Комічний ефект у мас-медійному повідомленні виникає за рахунок порушення єдності стилю, використання мовної гри [147, с. 6]. Останнім часом зі зміною технологій політичної комунікації, розширенням ідеологічного спрямування українського політичного дискурсу ця риторична техніка активно набирає обертів.

Анекдот, апелюючи до певних слів чи дій політичних опонентів, також може бути засобом їхньої дискредитації. Приміром, О. Кужель розповіла один із таких: *Куме, ти віддаси мільйон? Віддам. А 10000000 віддаси народу?*

Віддам. А кабанчика віддаси народу? Кабанчика не віддам, він же мій. ... Це анекдот про Литвина, який (на своєму окрузі) 100 мільйонів роздає. (Українська правда, 21.09.2012, 17:47, <http://www.pravda.com.ua/news/2012/09/21/6973244/>). Поданий фрагмент містить натяк (у комічній формі) на неправдиву інформацію, яку поширює народний обранець.

Говорячи про чималі статки опонентів, О. Тягнибок теж вдається до використання анекдоту: *Сидять відомі футболісти, які йдуть на пенсію - Роналдо, Алонсо, Мессі й чекають дзвінків своїх агентів про продовження футбольної кар'єри. Дзвонять до Алонсо, й агент йому каже, що є вигідний контракт на 7 мільйонів в ОАЕ на 2 роки: „Погоджуйся!“. До Роналдо дзвонять і кажуть, що є пропозиція від США на 3 роки, на 9 мільйонів: „Прекрасна пропозиція, треба погоджуватися“. Мессі довго говорить по телефону, кладе слухавку і питає: „Хлопці, а хто така Королевська?“* (О. Тягнибок, 21.08.2012, 18:05, https://galinfo.com.ua/news/tyagnybok_zakryv_temu_z_klychkom_ta_rozpoviv_anekdot_pro_korolevsku_116364.html).

Метафоризація – один із найпродуктивніших засобів творення комічного ефекту: *Грузинський бегемот втік із тбіліського зоопарку під час повені, повернувся назад. Розчарований – в Україні запропонували занадто низьку посаду* (А. Аваков, Єдність, 16.06.2015, 19:00, <http://www.ednist.info/news/17130>). Метафоричне перенесення в поєднанні з накладанням змісту однієї інформації на іншу підвищує експресивність й образність висловлення та допомагає встановити контакт із реципієнтом.

Вдале застосування анекдота може впливати на формування позитивного іміджу. Ю. Тимошенко на запитання про свого зятя відповіла: *Мій зять прекрасний. Я щаслива, бо щаслива моя донька. Я завжди, коли спілкуюся з зятем, розповідаю йому анекдот, який я дуже люблю: це коли два чоловіки зустрічаються і один другому каже: „Послухай, в мене теща – справжній янгол“. А другий йому каже: „Блін, ну пощастило тобі, а моя ще жива!“* (ТСН.ua, 12.03.2017, 20:52, <https://tsn.ua/politika/interv-yu-yuliyi-timoshenko-dlya->

tsn-879420.html). Використання антитези в зазначеному фрагменті полягає в семантичному зв'язку, який увиразнює гумористичний ефект.

Деякі політичні діячі (О. Ляшко, <https://tsn.ua/politika/lyashko-u-verhovniy-radi-rozpoviv-anekdot-z-vidbirnimi-matyukami-886518.html>, Н. Савченко, <http://www.pravda.com.ua/news/2016/05/27/7109896/>) використовують анекдоти з ненормативною лексикою задля компрометувальної мети, викликаючи широкий резонанс у суспільстві, привертаючи увагу до себе.

Прихована маніпуляція ментальної діяльності адресата можлива лише в політичному анекдоті, який відображає опір психологічному впливу [81, с. 3]. В основі анекдота – суб'єктивно зумовлений гумор, критерієм якого є ставлення адресата до предмета. Пор.: *Коли Президент – на пів ставки, це колись у Радянському Союзі був добрий анекдот, коли прийшов влаштовуватися на овочеву базу керівником, і йому кажуть: „У вас там зарплата буде така”. А він каже: „Тут ще й платять?”* (Ю. Тимошенко, Українська правда, 06.03.2010, 01:02, <http://www.pravda.com.ua/news/2010/03/6/4838049/>). Комічного ефекту досягають неочікуваною кінцівкою у вигляді риторичного запитання.

Отже, анекдот в українському політичному дискурсі виконує емотивну, експресивну, маніпулятивну функції, адаптуючи текст до вимог суспільства та його очікувань.

На матеріалі досліджених фрагментів з'ясовано, що в українському політичному дискурсі комічний ефект найчастіше створюють шляхом використання таких мовних засобів, як метафора, порівняння, антитеза, риторичне запитання, мовна гра. Спостережено, що своєчасно використаний гумор дискредитує чи заспокоює опонента, відвертає увагу від небажаної теми, а самоіронія нівелює звинувачення чи глузування колег.

2.1.4. Граматична специфіка реалізації індивідуального стилю політика

Аналіз українського політичного дискурсу визначив певні особливості функціонування риторичних фігур. Реакція суспільства мотивує представників політичної еліти використовувати різні комбінації стилістичних фігур з інтеракційними моделями українського ораторського мистецтва.

З-поміж особливостей політичного дискурсу варто виокремити структурування мовлення, вживання конструкцій, які сприяють його конкретизації, вираженню власної думки, впевненості. Такі засоби допомагають акцентувати на основній інтенції промови, покращують сприйняття та розуміння тексту аудиторією, сприяючи маніпулятивній функції.

2.1.4.1. Стилiстичний потенціал займенників в українському політичному дискурсі

Політичний виступ слугує основним засобом вираження курсу тієї чи тієї політичної сили. Зазвичай промову виголошує партійний лідер, який звертається до певної політичної групи чи всього народу країни від імені конкретної політичної партії (уряду чи народу). Спостережено, що народні обранці часто ідентифікують себе з прагненнями, інтересами та потребами аудиторії. До того ж, роблять усе можливе для створення іміджу гарного політика, лідера не лише політичної сили, а й усього народу.

Українські можновладці нерідко звертаються до власної аудиторії, а також опонентів, намагаючись схилити їх на свій бік. Мовний вибір у виступах політиків залежить від ступеня їхньої відповідальності, а також може варіюватися залежно від того, наскільки оратор упевнений у своєму висловленні й переконаний у його підтримці аудиторією.

Зміст і форма виступу майже завжди обмежені часом, тому одна з головних цілей мовця – максимально чітко й лаконічно виявити обізнаність в окресленому питанні. Для цього обирають різнорівневі мовні засоби, з-поміж яких специфікою вирізняється використання займенників у певних особових

формах. Доцільний вибір займенника нерідко сприяє досягненню загального комунікативного ефекту, вказує на різноманітну індивідуальну чи колективну ідентичність політичного діяча. Крім того, головне завдання політика полягає у відтворенні реальності, а займенники відіграють у цьому важливе значення.

Особливої значущості в політичному дискурсі набуває використання займенників у певних особових формах, пов'язаних із оцінністю. Форми першої особи множини дають змогу політику звертатися до різноманітних груп населення, пробуджувати в них тотожні думки. В особові форми *ми*, *наш* („наша група”) політики вкладають лише позитивну конотацію [59, с. 11].

Політичні діячі використовують займенники передусім як спосіб уникнення повтору, маючи на меті грамотно й чітко донести інформацію до адресата. Вибір займенника залежить від стосунків між мовцем і слухачем. З одного боку, він вказує на солідарність із адресатом, з іншого – на соціальну нерівність (у разі звертання до когось із вищим статусом у суспільстві).

Задля увиразнення думок у політичних виступах нерідко використовують стилістично відмінні особові форми займенників *я*, *ми*, *вони*. Таке протиставлення помітне здебільшого в негативному контексті як спосіб відокремлення від опозиції та применшення її ролі політичному житті.

Уживаючи займенник першої особи однини *я*, політичні діячі намагаються досягти різної мети. Передусім його використовують тоді, коли потрібно продемонструвати риси, характерні для лідера держави: рішучість, відповідальність, цілеспрямованість [149, с. 222], як-от: *Започатковані нею (Революцією Гідності – Н. Д.) процеси ще в повному розпалі, і я абсолютно переконаний в оптимістичному їхньому завершенні. Мине ще не один рік змін, але я впевнений – настане той день, коли навіть Фома невіруючий побачить і повірить, на скільки ж змінилася на краще наша з вами держава внаслідок тих подій, які сталися наприкінці 2013 – початку 2014-го років* (П. Порошенко, 16.02.2017, <http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-petra-poroshenka-na-ceremoniyi-vshanuvanny-40034>). Позитивна самопрезентація увиразнюється

вживанням трансформованої фразеологічної одиниці релігійної тематики, знову таки, для формування образу людини, яка глибоко вірить у Бога.

Нерідко акцентуванням на займеннику *я* політики намагаються привернути до себе увагу. Такі виступи виразно егоцентричні, як, скажімо, виступ Є. Соболєва, домінантою якого є демонстрація впевненості в собі та власних діях: *„Самопоміч” не буде підтримувати цю кандидатуру. **Я** голосував проти на засіданні нашого Комітету з протидії корупції. **Я** взагалі вважаю, що конкурс з обрання членів Агенції із запобігання корупції був фарсом, ідеї відкритої процедури були сфальшовані* (Є. Соболєв, 09.02.2017, 10:30, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6422.html>). Як бачимо, займенник *я* у пропонованому контексті допомагає дистанціювати промовця від інших, слугує виявом його особистісного стрижня.

Натомість А. Парубій на початку пленарного засідання наставляє депутатів на плідну працю, залишаючи їм право діяти на власний розсуд, перекладаючи відповідальність на них: ***Я** переконаний, ця сесія парламенту не стане винятком. Крок за кроком ми будемо повертати до життя нашу історію і нашу мову. ... **Я** вірю, я переконаний, що на цій сесії ми зможемо продемонструвати високий рівень відповідальності, відповідальності депутатів воюючої країни* (07.02.2017, 10:11, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6414.html>).

Займенники *я* та *ми* використовують також і для встановлення контакту з аудиторією чи для створення відчуття особистісного спілкування. Зокрема займенник *я* виразно індивідуалізує почуття та бажання політика, звертає увагу на його власну думку, що важливо й слухацькій аудиторії. Пор.: *Шановні колеги і шановний пане голову, **я** прошу зробити контрольне голосування, тому що в залі, якщо немає достатньої кількості депутатів, щоб вистачило голосів, то **я** попрошу зняти це питання з голосування, воно є надважливе. ... Після цього буду готова розпочати мою доповідь* (О. Богомолець, 08.02.2017, 11:46, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6420.html>).

До прикладу, колишній Прем'єр-міністр А. Яценюк будує свій наратив здебільшого від першої особи однини (*я прошу поінформувати, я доручаю, я*

відмовився від підписання), що може вказувати на безпосередню участь у процесі керівництва країною та бажання зарекомендувати себе політиком, який самостійно приймає рішення щодо певних питань. Типове активне вживання займенника *ти* в його мовленні: *Якщо **ти** непрацездатний – **ти** в місяць отримувати 834 гривні, якщо **ти** працездатний – **ти** отримувати 442 гривні.... У тебе низькі соціальні стандарти, **ти** мало заробляєш, не маєш необхідних коштів щоб жити – тобі дає держава* (30.12.2014, 56:45, <http://yatsenyuk.org.ua/ua/video/open/391>). Використовуючи таку форму, політик прагне продемонструвати своє наближення до народу та обізнаність у проблемах людей, чим викликає довіру аудиторії.

Іноді поряд із займенником *я* політичні діячі використовують присвійний займенник *мій*, акцентуючи не лише на політичних уподобаннях, намірах, діях, а й на кращих рисах власної особистості. Цей прийом схиляє увагу частини аудиторії до порушеної проблеми: *На сьогодні **я не готовий** в подальшому, чому і написав заяву, не готовий в подальшому поділяти дерибан влади. Зрізом тому є **мій виборчий округ, моя Полтавщина**. Назву лише декілька зловживань, які мають місце* (Ю. Бублик, 10.02.2017, 13:12, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6426.html>).

Займенник *я* виражає особистісний рівень представників влади, а також їхньої відповідальності, прихильності й залучення до предмета розмови; *ми* використовується тоді, коли порушувана проблема набуває суперечливого характеру, для досягнення відчуття спільності, єдності в думках.

Українські політики вживають займенник першої особи множини *й* для досягнення єдності нації, адже питання національного єднання – стрижневе у їхніх промовах: ***Ми не можемо від них відгородитися, ми не можемо сказати, що вони не мають ніякого відношення до України. Якщо ми кажемо, що Донбас – це Україна, значить і люди, які там живуть, це теж українці*** (О. Ляшко, 07.02.2017, 17:40, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6415.html>).

Займенник *ми* в політичних виступах може слугувати також виразником „інституціональної ідентичності”, якщо політик – представник думки певної

спільноти: *Вчора Комітет із державного будівництва розглянув цей законопроект і прийняв рішення утворити робочу групу на чолі з Любомиром Зубачем. Ми вітаємо, що депутати почали займатися вирішенням цієї проблеми. Ми розуміємо, що частина людей думає, що так можна затягнути час, я думаю, що це дуже погані плани, які не підуть ні на користь парламенту, ні на користь суспільству* (Є. Соболев, 09.02.2017, 16:07, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6424.html>). Як бачимо, ми використовуємо ще й для того, щоб відокремити нас від них, установити поділ, створити позитивний образ групи, до якої політик належить, і негативний образ іншої групи, думку якої він не поділяє (пор. я думаю, що це дуже погані плани).

Зрідка займенник *ми* використовують для окреслення цілісного образу однієї політичної партії як команди, а отже, й спільної відповідальності за всі слова і дії. Зрідка цей засіб політики застосовують для відвернення від себе негативної уваги: *По-перше, хочу зауважити, що обговорення цього питання є великим спільним досягненням сьогодні. Добре, що ми цю програму повернули. І в рамках цієї програми, звичайно, ми звернемо увагу на розвиток фермерства в гірських районах* (Т. Кутовий, 10.02.2017, 10:43, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6426.html>).

Очевидно, що переважне вживання займенника *ми* в політичних виступах – це прямий натяк на поділ відповідальності.

Використання займенника *ви* в політичних промовах сприяє узагальненню висловленого, зменшенню ступеня конкретизації звертання. Отже, аудиторія має змогу самостійно вирішувати, чи це стосується її, чи ні, чи постає вона частиною колективу опонентів / прихильників: *Ви забираєте у сіл їхні сільські ради, ви забираєте реальну можливість безпосередньо з села, населеного пункту впливати на своє життя. Ви хоч би цьому старості, єдиному представнику, залиште хоч якісь повноваження* (Ю. Левченко, 09.02.2017, 16:25, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6424.html>).

Іноді цю особову форму займенника політики використовують задля критики колег, опонентів, уводячи їх до загалу або вилучаючи з нього, пор.:

*Шановні телегенічні піарники, я вас дуже прошу у четвер проголосуйте за спецконфіскацію і покажіть, що **ви** в Авдіївці справді на стороні держави України, а не піаритеся на тому, що робить наша армія* (Т. Чорновол, 07.02.2017, 17:22, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6415.html>).

Займенник третьої особи множини *вони* політики зазвичай уживають для відокремлення себе або своєї політичної групи (партії) від інших. *Вони* вказує на тих, хто *не ми*, і використовується для формування опозиційних відносин, часто негативно оцінних. Напр.: *Їх у першу чергу цікавлять заробітки. Вони ніяк не можуть нажертись, у них ті заробітки з вух уже лізуть на вашому горбу, дорогі мої, нужденні селяни. Але ми не дамо владі компрадорів і грабіжників вас пограбувати* (О. Ляшко, 10.02.2017, 13:05, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6426.html>). Як бачимо, паралельне використання *вони/ми* створює ідеологічний контраст, звертаючи увагу на позитивні характеристики *ми*-групи.

Займенник *вони* представники українського політикуму використовують і в нейтральному значенні з вказівкою на позитивний чи негативний контекст: *І уявіть собі, що їх не віддають Україні під тим приводом, що начебто вони – громадяни Російської Федерації. Ані Сенцов, ані Кольченко не є громадянами Російської Федерації, вони є українцями з українськими паспортами* (І. Геращенко, 08.02.2017, 10:39, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6420.html>).

Проаналізувавши займенники, вживані в українському політичному дискурсі, констатуємо, що вибір займенника залежить від типу мислення політичних діячів, від їхнього ставлення до певної проблеми та думок різних представників політикуму. Загалом займенники *я*, *ви* і *ми* сприяють легітимаційній і делегітимаційній стратегіям, тоді як займенник *вони* використовують для увиразнення опозиційних відносин між представниками влади та їхніми опонентами.

Дослідження також засвідчує, що вибір займенника істотно залежить від мовленнєвого контексту. Проблема мовного вибору сьогодні постає гостро, оскільки усне мовлення політиків досить цікаве й варіативне.

Публічне мовлення – це основний засіб спілкування з народом, тому головні ідеї повинні бути донесені чітко та якісно, привертати увагу слухача, впливати на його почуття та емоції. Розглянувши мовлення політичних лідерів України, констатуємо, що їхня риторика досить ефективна, здатна переконати народні маси в правильності своїх політичних кроків.

2.1.4.2. Ускладнені речення у мовленні українських політичних діячів

Синтаксичною домінантою українського політичного простору слугують речення, в структурі яких є різні види ускладнень, найтипівішими з яких є:

1. Однорідні члени: *Ухвалюючи це рішення, ми одночасно **мусимо виконати** свій обов'язок, **понести** свою **відповідальність** за провальну роботу **Генеральної прокуратури**, за провальне **очищення судів**, у результаті якої жоден із тих, хто вбивав **Небесну Сотню**, досі не покараний* (Є. Соколов, 13.04.2017, 10:20, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>). У цьому контексті спостерігаємо подвійне ускладнення однорідними членами, що робить мову політика емоційно насиченою та більш переконливою.

Однорідність може бути основою таких стилістичних засобів, як епіфора, градація, ампліфікація тощо. Приміром, для підсилення характеристики владних органів і зображення напруженості ситуації політики вдало використовують ампліфікацію: *Звичайно ми можемо проголосувати ще 10 законів, вшанувати пам'ять, але ми своєю роботою не підмінимо сьогодні абсолютно **некваліфіковану, неякісну й нефахову** роботу правоохоронних органів, в тому числі і по розкриттю таких резонансних і таких чутливих для українського суспільства злочинів, як злочини на Майдані* (С. Власенко, 13.04.2017, 10:24, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>).

На суспільне сприйняття впливає також епіфора, важливий елемент української політичної риторики, пор.: *І тільки тоді ця регіоналівська банда, цей колос на глиняних ногах, він буде повержений, бо вони бояться сили, вони бояться народу* (О. Ляшко, 08.10.2013, 1:43, <https://www.youtube.com/watch?v=jpMduallLq9o>). У цьому фрагменті

риторичний ефект увиразнюють поняття *банда, колос на глиняних ногах*, які експресивізують виступ, що підтверджує реакція слухачів.

Дослідження синтаксичного рівня мовлення політиків виявило використання висхідних градаційних конструкцій: *Чи захопити її військово, чи захопити політично, чи знищити державу як таку* (А. Яценюк, 07.09.2014, 20:48, <http://ru.tsn.ua/video/video-novini/arseniy-yacenyuk-dal-eksklyuzivnoe-intervyu-tsn-tizhnyu.html>); *не забудемо, не зрадимо, не простим* (П. Порошенко, 22.11.2014, <http://svyat.kievcity.gov.ua/news/10402.html?PrintVersion>). Як бачимо, поступове нагнітання мовних засобів передає емоційний настрій політика, звертає увагу на головні суспільні виклики.

2. Звертання. Такі ускладнення слугують засобом не так називання адресата мовлення, як вираження ставлення до сказаного (часто негативного): *Я звертаюсь до Президента Порошенка, я звертаюсь до Прем'єр-міністра Гройсмана: **слухайте, хлопці**, ну припиніть народ за дураків тримати і депутатів, не треба займатись тією дурньою, якою ви займаєтесь* (О. Ляшко, 13.04.2017, 11:38, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>); ***Шановні друзі**, але паралельно відбувається діяство, яке направлено на те, щоб на цю комісію поставити такого ж „Вовка”, тільки номер два, подібну людину, яка буде робити те ж саме. ... Що змінилося, **друзі?*** (Ю. Одарченко, 13.04.2017, 11:46, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>). Звертання до колег як до друзів простежуємо протягом усього виступу цього народного обранця, очевидно, для підвищення виразності мовлення, його інтимізації, залучення додаткової уваги до висловленого.

Риторичні вигуки – один із частотних типів регулятивного мовного акту (заклик, вимога, обіцянка, погроза): ***Не дамо грабувати Україну і українців!*** (О. Ляшко, 13.04.2017, 12:03, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>). Загалом речення, ускладнені звертаннями, в політичному мовленні можуть створювати як радісний, урочистий настрій, так і надавати емоційному стану негативних відтінків.

3. Вставні одиниці (часто для емоційної оцінки повідомлюваного). Подекуди вставні одиниці втрачають змістову самостійність, що зумовлено специфікою їхніх функцій – слугувати засобом зв'язку між синтаксичними конструкціями та оформлювати відношення між ними, тобто функціонально наближатися до сполучників [65, с. 20], пор.: *А ви знаєте, що це таке для землі, коли стільки сезонів повинно бути, **як кажуть**, на пару, відпочивати земля. То я, **чесно кажучи**, проголосувавши за цей закон, я за нього проголосую, я хочу, щоб мої діти і більшість дітей їли біопродукцію, але те, що відбувається зараз із землею, я вважаю, що це – знуцання над нашим самим великим збагаченням, що є* (С. Міщенко, 14.11.2017, 10:42, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6648.html>); *Ще більш гостро постає питання – забезпечити максимально прозорість правоохоронних органів, в тому числі НАБУ. З огляду на це, одним із невідкладних завдань парламенту є обрання незалежного, **підкреслюю**, незалежного аудитора НАБУ вже в найближчий час* (А. Герасимов, 14.11.2017, 10:20, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6648.html>). В обох випадках вставні компоненти вживаються в ситуації звертання до колег, акцентуючи увагу на болючих для населення питаннях. У такий спосіб відбувається емоційна реалізація опозиційних відношень ми/вони, у яких створюється власний позитивний образ, що контрастує з негативно маркованим зображенням опонентів.

4. Вставлені компоненти: *Не хочеться в такий день – **в чистий четвер** – говорити щось нехороше, але треба бути чесними* (А. Лозовой, 13.04.2017, 10:34, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>). У цьому контексті політик апелює до почуттів вірян, намагаючись підготувати аудиторію, зробити неприємну дійсність прийнятною для слухача.

Цей прийом також використовують для уточнення чи доповнення змісту виголошуваної інформації: *Насправді за цими красивими фразами ховається те, що цим договором фактично вводиться ще одна можливість робити схеми, фактично ухиляння від сплати податків в Україні, тому що Мальта, по суті, є таким собі офшором, **так само як і інші подібні країни**, з суттєво*

меншими податками, ніж, наприклад в Україні (А. Ілленко, 13.04.2017, 11:36, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>).

Як бачимо, відбувається свідомо модифікація чи конструювання нової політичної дискурсивної реальності з вживанням різних лінгвістичних засобів. Зазвичай мовні особливості в українській політичній культурі об'єднані з певними одиницями класичної риторики, такими, зокрема, як анафора.

2.1.4.3. Експресивні властивості паралельних конструкцій та повторів у виступах українських політиків

З-поміж стилістичних фігур синтаксичного рівня в політичному дискурсі поширені паралельні конструкції та повтори. „Вони підвищують загальну експресивність, створюючи особливий ритм фрази або цілого смислового фрагмента, є засобами акцентування уваги на найважливіших змістовних елементах промови, посилюють вплив на адресата. Крім того, активні повторення – ефективний засіб переконання адресата у правильності певних дій з боку влади” [87, с. 52].

Один із дієвих засобів досягнення персуазивної мети – використання паралельної конструкції, яка містить принаймні два елементи, схожі за своєю внутрішньою структурою і синтаксичною функцією в реченні. Цікавий паралелізм помітний у мовленні П. Унгуряна під час виступу у Верховній Раді: *І ми маємо сьогодні справу, коли одночасно **Україна має вести війну, Україна має проходити дуже і дуже складний процес євроінтеграції і адаптації всього українського законодавства до європейських стандартів, норм та директив. Україна має проходити дуже болісний, але вкрай необхідний процес боротьби з корупцією, підбору і виховання нової управлінської еліти*** (20.05.2015, 10:26, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/5886.html>). У такий спосіб народний обранець наголошує на вкрай необхідних змінах в житті країни в складні для неї часи. Синтаксичний паралелізм, як і більшість стилістичних засобів, часто актуалізується в стратегії самозахисту.

Результати аналізу дають підстави говорити про те, що цей засіб впливає на слухачів, дає змогу їм ефективніше сприймати повідомлення й довше підтримує їхню увагу. Така риторична структура допомагає провести логічні аналогії та передбачити дії мовця. Українські політики нерідко використовують паралельні структури, що складаються з трьох елементів: ***Ми маємо підтримку українського парламенту, ми маємо активну взаємодію з Президентом країни, ми маємо бути з вами об'єднані*** (В. Гройсман, 14.04.2017, <https://ua.112.ua/polityka/hroisman-zaklykav-rizni-politsyly-obiednatysia-navkolo-ukrainskoho-prapora-384344.html>). Наведений приклад демонструє анафоричний повтор, який сприяє чіткому окресленню основної думки, підвищенню інтересу аудиторії до неї. З погляду психолінгвістики саме така структура допомагає реципієнту краще сприймати, запам'ятовувати й відтворювати почуту інформацію.

В українському політичному дискурсі паралельні синтаксичні конструкції нерідко поєднують із повторенням слів, словосполучень чи речень, напр.: ***Це фактичний провал аудитора, який буде інспектувати НАБУ, це питання зупинення боротьби з корупцією і це питання того, що відбувалося в останні тижні з вищими посадовцями, які спочатку то арештовувались, то відпускались під якісь незрозумілі умови*** (С. Соболев, 21.03.2017, 10:10, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6457.html>); ***Урядовці – попередній уряд, нинішній уряд – замість того, щоб виконати рішення парламенту, закріплене в законі, про те, що газорозподільчі мережі належать державі і на базі обл- і міськгазів повинно бути створене державне підприємство. Таке саме, як „Укртрансгаз”, таке саме, як НАК „Нафтогаз”, таке саме, як „Укргазвидобування”*** (С. Соболев, 21.03.2017, 13:19, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6457.html>); ***А ось, наприклад, для фінансування партій для них є кошти. Для фінансування палаців є кошти, для фінансування нових міністерств та відомств є кошти*** (Н. Королевська, 13.04.2017, 10:42, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6494.html>).

Повтор – досить продуктивний стилістичний прийом. Це засіб інтенсифікації авторського впливу, посилення важливості елементів висловлення, спосіб зосередження уваги на основній думці: *Тільки що ми відправили до Дебальцева і до Авдіївки два **броньованих** КраЗи. Вони повністю **броньовані**, як для пасажирів, так і для водіїв* (А. Яценюк, 04.02.2015, 16:21, <http://yatsenyuk.org.ua/ua/video/open/418>); *...щоб ви відчули **глибину** (пауза) **глибину** цієї кризи* (А. Яценюк, 29.03.2014, 4:49, <https://www.youtube.com/watch?v=GFh0endTPTc>).

Досить часто в політичних виступах повторюються слова чи фрази, які акцентують на явищі й увиразнюють його значення: *Якщо вся Україна, як сьогодні, **повстане проти несправедливості, повстане проти наруги над нашою гідністю, повстане проти того, що хтось думає, що він може володіти країною, знущатись із українців*** (А. Яценюк, 05.12.2013, 2:05, <https://www.youtube.com/watch?v=gY0ka2qOMt0>). Поданий уривок промови демонструє поєднання повтору з іншою стилістичною фігурою (анафорою), що впливає на мовний темп і ритм. Використання підсилювального повтору *повстане проти* призводить до залучення додаткової уваги аудиторії. Вживання такого елемента в досить короткі проміжки часу з одночасним порівнянням теперішніх і майбутніх реалій поглиблює реакцію аудиторії: у відео, на якому представлена ця промова, чутно вигуки та скандування.

2.2. Розробка-аналіз узагальненого мовного портрета сучасного українського політичного діяча

Одна з основних характеристик авторитету влади – це мовленнєва грамотність її представників, ерудованість політичних лідерів країни. В умовах підвищеної соціально-політичної активності населення під час різноманітних виборчих кампаній досить важливе якісне використання різних прийомів, засобів, методів мовного впливу на аудиторію. З огляду на це, питання розробки узагальненого мовного портрета сучасного українського політика видається актуальним.

Звичайно, не всі політики володіють риторичними навичками, тому їм доводиться звертатися за допомогою до фахівців, які допомагають сформулювати думку, вдосконалити мовлення, вчать реагувати на непередбачувані ситуації та актуальні проблеми, що повинні розв'язуватися швидко й переконливо.

У центрі сучасної антропоцентричної лінгвістики перебуває поняття „мовної особистості”, тобто людини, спроможної на мовні дії. Сучасне мовознавство чітко кваліфікує феномен мовної особистості, який співвідносний із терміном „мовний портрет особистості”.

Як уже зазначалося, цим питанням активно займається Ю. М. Караулов. Він виокремлює вербально-семантичний, лінгво-когнітивний та мотиваційно-прагматичний рівні вивчення мовної особистості. Саме вони дають змогу виявити мотиви та цілі, які зумовлюють її розвиток, поведінкові аспекти, що визначають ієрархію змістів та цінностей у її мовній моделі світу.

Для найбільш повного і точного опису мовної особистості потрібна реконструкція та аналіз її мовного портрета. Дефініції понять „мовна особистість” і „мовний портрет” установлюють баланс співвідношення завдяки тісному зв'язку та взаємозумовленості. Для витлумачення змістового наповнення кожного рівня варто потрактувати кожен із них, зокрема:

1) *вербально-семантичний* – це рівень, який слугує свідченням повноти лексико-граматичного фонду мови конкретного політика, тобто, створюючи мовний портрет цього рівня, здійснюють аналіз комплексу лексичних, фразеологічних, словотвірних, граматичних та інших засобів мови, ураховуючи інтенції мовця;

2) *лінгво-когнітивний (тезаурусний)* рівень мовної особистості – це улюблені мовні звороти, формули, лексичні одиниці, які відображають мовну картину світу окремо взятого політика. Ці характеристики і є компонентами мовного портрета політичної еліти, які роблять представників політичного корпусу впізнаваними;

3) *мотиваційно-прагматичний* рівень мовної особистості – це ґрунтовно розроблена система комунікативних ролей, мотивів, цілей, інтенцій, які керують політиком у процесі комунікації. Цей рівень передбачає також аналіз засобів реалізації ефективного впливу на адресата, змогу визначити перспективи сприйняття текстів певним соціальним середовищем, уміння керувати поведінкою адресата.

Мовний портрет політика – це не функціональна його модель, а функціональна реалізація цієї моделі в процесі політичної комунікації та поза нею. Отже, створення та всебічний аналіз мовного портрета має на меті реконструкцію мовної особистості за трьома згаданими рівнями.

2.2.1. Вербально-семантичний рівень мовного портрета українського політика

Комунікативна діяльність українського політичного діяча зумовлена його соціопсихологічною організацією. Мовна особистість конкретного політика – це індивідуальний варіант, певна комбінація елементів різних рівнів (вербального, когнітивного, прагматичного), властивих цій мовній особистості.

„Огляд сучасних наукових праць, у яких досліджено мовну специфіку українських політиків свідчить, що на вербально-семантичному рівні предметом аналізу найчастіше стає окрема система мовної особистості політика або елемент такої системи” [111, с. 130]. Також мовознавці зосереджують увагу на аналізі окремої когнітивної системи політика, наприклад, В. Ющенко, П. Порошенка, Ю. Тимошенко. В попередні роки науковці вивчали мовлення Н. Назарбаєва, Н. Саркозі, Б. Обама, Г. Клінтон.

Життєздатність демократичних політичних систем значною мірою пов’язана з їхнім умінням правильно вести комунікацію, яка визначає процес повсякденної політичної практики. Політичні діячі воліють відстоювати свою позицію без конфліктів, намагаючись урахувати настрій і сподівання електорату. Публічне політичне мовлення – це не тільки офіційний виступ

політика, але і його „мовне обличчя”, яке „працює” на створення певного іміджу як самого політичного діяча, так і його політичної сили.

Звернімося до характеристики *вербально-семантичного рівня* мовної особистості низки яскравих представників українського політикуму. Оскільки ми розглядаємо мовний портрет політичних діячів, то очевидно, що коло знань цих осіб стосується передусім політичного життя. Але, ознайомившись із мовним матеріалом, узятим із прямих ефірів, інтерв'ю, ми визначили належний рівень володіння ними термінологією в галузі освіти, політики, медицини та спорту.

У процесі політичної діяльності багатьом українським політичним лідерам доводиться виступати у Верховній Раді, на різних публічних зустрічах, конференціях, самітах тощо. Їм властиве активне вживання звертань *мої дорогі співвітчизники, дорогі освітяни, шановні друзі*, які схиляють аудиторію до спікера й дають зрозуміти, що їхнє мовлення адресоване всім і кожному, охоплює людей усіх національностей та етнічних груп, які проживають на території України. Залежно від комунікативного наміру та прагматичної настанови синтаксичні засоби сприяють стислості чи об'ємності, емоційності та розгорнутості текстів сучасних українських політичних діячів.

Аналіз таких виступів дає змогу виокремити певні аспекти вербально-семантичного рівня: володіння повсякденною мовою, готовність зреалізовувати монолог, уміння висловлюватися спонтанно. Розглядаючи, приміром, лексику П. Порошенка, зазначимо, що вона особливо багата на літературні, а не розмовні варіанти окремих лексем. Керівник країни оперує лексичними одиницями високого інтелектуального рівня, що свідчить про неабияку широту, різноплановість знань політика, напр.: *Від імені України я щиро вітаю вельмишановного пана Пітера Томсона з обранням на посаду Голови 71-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН. Висловлюю повну підтримку України Вашим зусиллям. В один із найгірших років двадцятого сторіччя Ернест Хемінгуей написав великий гуманістичний роман. Епіграфом він взяв слова англійського поета Джона Донна: „Немає людини, яка була б, як острів, сама по собі;*

кожна людина є частиною материка. ... Смерть кожної людини применшує й мене, бо я єдиний із усім людством". У цих словах полягала суть моральної та історичної трансформації, яку пройшло людство по слідах двох великих війн ХХ сторіччя. Ми вступили у 3 тисячоліття з твердим відчуттям, що ми є разом – як оновлене людство, для якого не існує такого поняття, як „чуже горе” (21.09.2016, 19:52, <http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-zagalnih-deba-38237>). Як бачимо, політичний діяч володіє навичками висловлення на різну тематику, гідно реагуючи на запитання чи звертання, що свідчить про досвід та професіоналізм, вміння адекватно реагувати на закиди аудиторії.

Часто політики намагаються наповнити виступи великим фактажем, для того щоб переконати електорат у правильності своїх кроків. Неодноразове використання понять *проблема, корупція, мінімальна заробітна плата* викликають негативне ставлення до певної ситуації, відповідно поняття *суспільство, воля, цінності Майдану* – сприяють набуттю позитивного образу мовця. Крім того, поняття *українська нація* та *нова нація* політичні діячі вживають, коли говорять про нові стосунки з рештою світової спільноти.

Принагідно прикметник *новий* та спільнокореневі до нього слова характеризують політичну стратегію П. Порошенка і його адміністрації в спробі дистанціюватися від невдалої політики свого попередника й відправити певні сигнали для громадськості як України, так і зарубіжжя: *Разом будуємо нову країну* (21.11.2014, <https://tsn.ua/politika/poroshenko-zvernuvsya-do-ukrayinciv-u-den-svobodi-ta-gidnosti-povniy-tekst-393057.html>); *День за днем наша давня країна неначе народжувалася заново* (01.01.2015, <http://www.president.gov.ua/news/novorichne-zvernennya-prezidenta-ukrayini-34471>) та ін. Недарма він обрав головним лозунгом передвиборчої кампанії в 2014 році вислів „жити по-новому”, про який уже йшлося в роботі. Промови Президента характеризуються незначним виявом індивідуалізму в поєднанні з вираженням активної довіри до спільної відповідальності за дії з боку українських громадян або міжнародного співтовариства.

У словниковому запасі всіх політиків наявні лексичні одиниці, які свідчать про багатство та вміння оперувати словами для характеристики певних подій, явищ і фактів. Такі лексичні одиниці шляхом нанизування створюють ефект нагромадження лексем оцінного змісту з градацією позитивних чи негативних характеристик, зокрема у мовленні Ю. Тимошенко наявні компоненти саме такої категорії: *Це найбільш аморальний, корупційний, антисоціальний бюджет, який я пам'ятаю за роки своєї роботи в парламенті. Держбюджет-2017, у порівнянні з бюджетом 2013 року, більше ніж у два рази зменшує видатки на освіту, охорону здоров'я, культуру* (Ю. Тимошенко, 26.12.2016, 21:21, <https://www.tymoshenko.ua/news/derzhbyudzhets-2017-tse-strategiya-likvidatsiyi-ekonomiky-krayiny/>).

Звертаючись до мовного портрета О. Тягнибока, голови Всеукраїнського об'єднання „Свобода”, зазначимо, що він – досить активний політичний діяч, проводить зустрічі не лише на політичному, але й на інших рівнях – зі спортсменами, культурними діячами, представниками різних професій. Відповідно навичками вербально-семантичного рівня цей політик володіє повною мірою. Він здатен спілкуватися на різні теми, користується всіма стилями комунікації, а також адекватно реагує на питання, що свідчить про високий професіоналізм та підготовленість до таких зустрічей. Характерно, що незалежно від пропонованої тематики виступу – спорт, сільське господарство чи культурне життя країни – О. Тягнибок як мовна особистість практично завжди перебуває в межах політичного дискурсу: *Проблема зараз в Україні в мовному питанні є в іншому, що до цього часу не скасований знову ж таки конституційно нелегітимно ухвалений закон Ківалова-Колісніченка. ... А взагалі в українській державі абсурд, коли ми говорим про квоти для української мови. Має бути суцільна українська мова, і говорити про квоти для якоїсь іншої мови, наприклад російської, наприклад англійської, білоруської чи ще чогось іншого, не варто* (16.03.2017, 2:58, <https://www.youtube.com/watch?v=5Pj3mnSdSFQ>).

На підставі аналізу ілюстративного матеріалу стверджуємо, що політик вправно користується навичками монологічного мовлення та вміє спонтанно

будувати висловлювання літературною мовою, не демонструючи при цьому рис мови повсякдення.

Отже, вербально-семантичний рівень свідчить про інтелектуальний потенціал політичної персони, окреслює словниковий запас політика і вказує на ступінь охоплення аудиторії залежно від масштабності чи звуженості інтересів політика, його вміння застосувати означальні елементи для оцінки події, явища чи факту.

2.2.2. Лінгво-когнітивний рівень українського політичного мовлення

На лінгво-когнітивному (тезаурусному) рівні в мовній системі кожного політика характеристики підлягають загальнокультурні національні концепти та політичні метафори як найяскравіші компоненти цього рівня. Наявні так звані конкретні й індивідуально-авторські концепти оцінки ситуацій, а також цілі системи концептуальних метафор.

Фактично когнітивна система політичної еліти повинна містити базові поняття, які ґрунтуються насамперед на універсальних і групових цінностях. Кожен із політиків представляє позицію держави як інституту, який прислухається до різних соціальних груп і враховує їх інтереси.

До таких концептів належать одиниці, які спираються на загальні духовні надбання, зокрема – інтелект, знання, справедливість, дружба, матеріальні цінності, до яких входять природні ресурси та знаряддя праці й, особливо, соціальні ідеали – сім'я, соціум, українська нація, Україна як держава. У виступі О. Березюка знаходимо саме такі групи концептів: **Конституція є власність українських людей, українського народу. І тільки вони через своїх представників мають вирішувати, якою має бути Конституція. І ні в якому разі не у зв'язку з думками чи пропозиціями президентів інших країн світу, якими б вони не були. ... І в жодному разі не під тиском дипломатичних переговорів і ультиматумів чи умов. Тоді – це не наша Конституція. Тоді – це Конституція людей, які від нас вимагають** (11.01.2016, 17:56, <https://www.unian.ua/politics/1233007-lishe-ukrajinskiy-narod-mae-viznachati->

svoyu-konstitutsiyu-i-ne-pid-tiskom-peregovoriv-deputat.html). Апелюючи до важливості українського народу в конституційному процесі держави, політик впливає на слухачів, додаючи метафоричності та певного забарвлення інформації, яку продукує. Використання антитези в цьому фрагменті відтворює контраст, який впливає на свідомість, зумовлюючи відповідну реакцію людини, спонукає до роздумів, аналізу та дій. Це сприяє формуванню підтримки серед електорату.

Політичні метафори слугують сучасній політичній еліті інструментом впливу на масову свідомість. Зокрема під час Революції Гідності досить часто з вуст лідерів опозиції звучали гасла, які встановлювали видимий словесний діалог із українцями: *Слава Україні – Героям слава – Слава Україні – Смерть ворогам*. Ця політична метафора застосована як спосіб диференціації на ворогів та героїв, тобто „вороги” – це влада, „герої” – народ України, який вийшов на площу боротися за свою свободу. Цей лозунг-метафору застосували лідери опозиції, часто скандуючи та повторюючи його.

Моделювання політичного простору пояснюють за допомогою теорії психосемантичного впливу, яка наголошує на зв'язку метафори з процесом мислення [148, с. 23]. У цій концепції свідомість варто визначати як сукупність понять і образів, які відомі певній особистості й становлять альтернативний простір для вибору тієї чи тієї моделі поведінки. Вибір моделі залежить від інтелектуального рівня особистості, від усвідомлення загальнолюдських цінностей, від комунікативних навичок загалом і вміння оперативно реагувати на слова опонентів.

Дослідники дійшли висновку, що у мовних портретах політиків та народу „метафоричні бурі” зазвичай збігаються за часом із політичними потрясіннями, а „метафоричні затишшя” властиві часу, коли настає політична стабільність. Максимальна образність мовлення властива опозиції в періоди революційних змін, під час обговорення важливих політичних рішень, тоді як провладні політики уникають надмірної метафоричної агресивності. „Метафоричний спокій, рівновага, затишшя” традиційно починаються в комунікативному

процесі правлячої партії, а „метафоричні вибухи” властиві виступам радикальної непарламентської опозиції [216, с. 89–90]: *Ви хочете все життя бути бідними рабами? Або хочете піти зі мною і змінити країну? Про мене говорять багато, багато негативу і брехні, а ви подумайте, чи хоч один представник бандитської влади чи комунак приїжджав до вас у місто і за відсутності охорони говорив із вами і давав змогу розказати про свої проблеми. Так може зробити тільки Ляшко, а брешуть вони про мене, бо бояться, бо не хочуть дати змогу підняти Україну з колін і зробити добре не тільки собі, а й людям* (О. Ляшко, 20.05.2014, 21:56, <http://blogs.korrespondent.net/blog/politics/3366035/>).<http://blogs.korrespondent.net/blog/politics/3366035/>

Цікавий із погляду формування мовного портрета політика виступ Володимира Парасюка, який однією фразою в момент ескалації ситуації на Майдані Незалежності висунув остаточний ультиматум, суть якого полягала у вимозі до экс-президента В. Януковича скласти свої повноваження. Цей виступ створив для майбутнього політика авансові умови, народний кредит довіри від народу. Він застосував політичну метафору агресивного характеру: *Ми прийшли сюди сотнею. Ми ні в якій організації, ми звичайний народ України, який приїхав відстоювати права. Ми не з секторів, не з самооборони, ми – просто бойова сотня. І хочу вам сказати, що ми, прості люди, кажем до наших політиків, які стоять за моєю спиною: „Ніякий Янукович – ніякий! – цілий рік не буде Президентом. Завтра до десятої години він має піти геть* (21.02.2014, 0:35, https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=4ys0FDfXQak).

Виступи політиків мають на меті підвищити активність населення, допомогти йому зрозуміти важливі питання, спираючись на використання маніпулятивних методів, схилити на бік мовця. Важливо, що телебачення та Інтернет значно полегшують доступ до свідомості громадян не лише в межах країни, а й за кордоном.

На когнітивному рівні формування мовного портрета українського політика не менш важливі лексеми з семантикою загальноєвропейських

цінностей, зокрема: людина – її індивідуальність, свобода, незалежність, демократія, воля; християнські ідеали – толерантність, любов до ближнього, повага до людей, пам'ять про загиблих; національні ідеї – патріотизм, почуття національної гідності, відповідальності, почуття провини, індивідуальність, контроль до особистого простору. Особливістю мовлення політичної еліти України та її світоглядних цінностей мають бути лексичні одиниці з семантикою, яка співзвучна із західними, європейськими цінностями. Іншими словами, в когнітивній системі кожного політика на передньому плані перебувають лексеми світоглядної семантики.

На тлі стилістично нейтральної лексики у виступах українських політичних лідерів виразно проступає стилістично забарвлена лексика: книжна і розмовна. Для створення власного позитивного образу на фоні негативного образу опонентів уживають власне розмовну лексику й навіть просторіччя та фразеологізми: *Усі ці санкції, як мертвому припарки* (А. Яценюк, 28.08.2014, 0:58, <https://www.youtube.com/watch?v=9cj487L5GV0>); *Шо в голові є у Путіна?* (А. Яценюк, 07.09.2014, 2:07, <https://www.youtube.com/watch?v=dNjnCktw8zg>); *Вимагаю проти Луценка порушити кримінальну справу і притягнути до відповідальності Президента Порошенка, який ламав через коліно парламент, щоб поставить свого кума Генеральним прокурором. ... Паразити!* (О. Ляшко, 17.03.2017, 4:54, <https://www.youtube.com/watch?v=172h7CfJGoM>).

Подекуди таку лексику використовують на позначення різко негативного ставлення до подій: *Нелюди*, для яких, крім знецінених рублів, нема більш нічого святого; ці смерті – на совісті об'єднаної *дегенерівсько-еленерівської банди та тих, хто за нею стоїть*, із чийх рук вона годується; *хто її озброює, муштрує та надихає на криваві злочини* (П. Порошенко, 14.01.2015, <http://usa.mfa.gov.ua/ua/press-center/news/31463-zvernennya-prezidenta-ukrajini-shhodo-tragediji-pid-volnovahoju>).

У складний час руйнівної війни українські політики намагаються змінити вектор риторики в позитивному напрямку. Левову частку в їхньому мовленні посідає стилістично забарвлена лексика піднесеного характеру: *єдність*

української нації, свобода, солідарність. Використовуючи такий засіб, вони додають надії та рішучості своїм прихильникам.

Мовлення О. Березюка, представника об'єднання „Самопоміч”, наповнене лексикою інтелектуального забарвлення з інтенційним змістом європейського спрямування, приміром, так він звертає увагу на важливості психологічних служб в українських лікарнях: *Відсутність психологічної служби в лікарнях – нема такої. Відсутність соціального супроводу в кризових ситуаціях в лікарнях – нема такої в українських лікарняних установах. Тому душпастирі, які там є сьогодні де-факто, вони сьогодні виконують дві функції відразу: функцію психологічної підтримки тих людей, які стоять на необладнаному місці під дверима реанімації і чекають смерті або здоров'я свого родича. Це вони беруть на свої плечі. І тому держава має не втручатися в ці справи, але створити рівні умови доступу людей до можливості психотерапевтичної, психологічної, знак дорівнює сьогодні, душпастирської допомоги* (02.11.2016, <https://rada.oporaua.org/analytika/a-iak-u-nykh/71-stat/cholovik/4446-bereziuk-oleh-romanovych?vystupy=1&keyword=люди>).

Істотним доповненням до характеристики мовної особистості та формування її мовного портрета слугують лексеми емоційно-експресивного забарвлення. Щоправда, у європейській культурі існують певні обмеження стосовно відкритого вираження сильних емоцій, особливо в політичному дискурсі, оскільки вибухова, імпульсивна, неконтрольована маніфестація почуттів створює негативний імідж політика.

У політичному мовленні поцінують раціоналізм, уміння стримувати та контролювати емоції, передусім негативні. Проте окремим представникам політичної еліти властива особлива емоційність та експресія під час виступів. Варто виокремити О. Ляшка, вектор промов якого зазвичай неконтрольований: *кістка з барського столу, скотиняки, довели до ручки, обдирають як липку, набивають кишені, зводити кінці з кінцями*. Його виступам властиве тематичне наближення до інтересів людей старшого віку, дідусів та бабусь: *молоко, земля, пенсія, селяни, зарплата, платіжки, годувати сім'ю, банда, довели, паразити,*

подачки, беспредел, барський стіл, злидні, обдирають, прогродувати тощо. Такий мовний вибір дуже відрізняється від мовлення інших народних депутатів. Як зрозуміло зі словника, О. Ляшко зазвичай апелює до соціальних проблем, проте обирає для цього популістську форму. В проаналізованих виступах народного обранця практично відсутні терміни економічного чи юридичного змісту, які засвідчували б рівень фаховості політика та широту його світоглядних позицій. Зазвичай його висловлення коротші за обсягом, ніж у інших політиків, за рахунок чого виразніші та доступніші для сприймання простими людьми.

Звертаючись до характеристики ідіолекту О. Ляшка, наголошуємо на практично повній відсутності мовних пауз, що, очевидно, спричинене впевненістю у своєму баченні теми обговорення чи виступу. Політик володіє навичками спонтанного мовлення, хоча левову частку в таких виступах посідає просторічна лексика, а подекуди й вульгаризми. У пропонованому контексті він говорить особисто від себе чи від імені українського народу, а не від його політичної сили: ***Не прийшов 3-5 разів – ногою під зад, вилами винесли звідси і забрали мандат народного депутата. ... Друге, менше буде дармоїдів, трутнів. Канєшно, і в сім'ї бджіл трутень треба, но один, а коли, вибачте мене, триста трутнів, то це вже забагато*** (24.02.2017, 12:59, <https://www.youtube.com/watch?v=Fq4tYrd4UeA>).

Не лише мовленнєве оформлення, а й спосіб представлення політичного тексту впливає на емоційне забарвлення, спонукає до певного вибору. Деякі політики активно використовують інтернет-ресурси, орієнтуючись на молодіжний електорат. Як-от О. Ляшко має активні сторінки в багатьох соціальних мережах, завдяки яким привертає увагу та викликає інтерес до себе, апелюючи до емоцій користувачів.

Варто зазначити, що лексичний вибір впливає на забезпечення або послаблення ілокутивної сили виступу за рахунок того, що деякі види лексем можуть, наприклад, активувати особливі передумови, виявити ставлення

аудиторії та нашоувхнути її на інтерпретацію матеріалу так, як це потрібно політику.

„Лінгво-когнітивний (тезаурусний) рівень вимагає розвитку складніших навичок: умінь оперувати поняттями й аналізувати словниковий склад різних текстів” [21, с. 201]. Не секрет, що всі важливі виступи політичних лідерів пишуть спічрайтери на замовлення. Крім того, більшість політичних промов доходять до реципієнта не цілісними, а фрагментами, заздалегідь обраними моментами.

Готовність отримувати, розуміти і переробляти потрібну інформацію (з опорою на дескриптори, термінологію) досліджують шляхом непрямих спостережень. Аналіз публічних виступів народних обранців у Верховній Раді, на різних прес-конференціях, самітах, нарадах дає змогу констатувати наявність таких стрижневих слів і понять, як *свобода, воля народу, український народ, демократична держава, європейський вибір*, які уособлюють основні ідеї та прагнення тієї чи тієї політичної сили і створюють їй відповідний позитивний імідж.

Приміром, із позиції реєстраційної структури тезаурусного рівня мовній особистості О. Тягнибока властива здатність надавати висловленню модального забарвлення, тобто оцінювати його загалом відповідно до об’єктивної дійсності. Пор.: *При теперішній владі, яка повністю зорієнтована на захист великого олігархічного капіталу, середній клас ніколи не отримає підтримки. Усі закони, які ухвалюють у Верховній Раді, стосуються інтересів великого бізнесу. На жаль, наші підприємства стоять. Навіть якщо наша держава позичила кошти у МВФ, що було помилкою, то їх потрібно було пустити на кредитування малого та середнього бізнесу* (20 хвилин, 14.04.2009, <https://vn.20minut.ua/Polityka/oleg-tyagnibok-vidpoviv-na-pitannya-zhurnalista-ria-147606.html>).

У промовах цього політика нерідко спостерігаємо випадки неточного звукового оформлення іншомовного слова: помилкове вставлення звуків, наприклад, *конкурент(н)оздатний, інци(н)дент*, пропуск звуків – *ко(о)перація*,

іна(у)гурація, е(к)склюзивний. Пор.: У чому е(к)склюзивність нашої пропозиції? (<http://tiahnybok.info>) та ін. Це теж є засобом впливу на слухача, шляхом наближення до простого люду, способом продемонструвати своє злиття з ним у міркуваннях.

Проаналізуймо текст промови цього політика з позиції готовності до розгортання аргументації: *„Дефолт” і „крах” – це не пусті голосні слова. Це реальний стан бюджетної системи країни, і саме в цих умовах ухвалено бюджет на 2013 рік. Державне казначейство з вересня цього року не проплачує видатки Державного та місцевих бюджетів, крім, так званих, „соціально захищених”. Таке було і в попередні три роки, але проблеми з казначейськими платежами з’являлися, як правило, в кінці грудня. Цього ж року вперше казначейство „впало” вже на початку осені: оплату видатків бюджету паралізовано вже три місяці! (07.12.2012, <http://svoboda.org.ua/news/articles/00096211/>). Поданий приклад засвідчує чітку організацію головної думки політичного діяча, основний комунікаційний намір якої – визнання потреби перегляду Держбюджету.*

Звертаючись до виступів Ю. Тимошенко, констатуємо, що їм властиве нагромадження економічної лексики (*інфляція, тариф, емісія, фінансування, індексація*), що є очевидним з огляду на її освіту та професійне минуле: *Ціни на всі продукти харчування, на все, що люди споживають, піднялися вдвічі.... Це є прямий наслідок, по-перше, неконтрольованої емісії гривні в Національному Банку (18.09.2017, 3:10, https://www.youtube.com/watch?time_continue=317&v=PM_GIUCWAe0). Опозиціонер неодноразово впродовж виступу вживає повтор лексеми *ціни*, наголошуючи на негативних наслідках дій уряду. Порушення цієї проблеми залучає увагу широкого загалу, адже питання зростання цін хвилює кожного українця.*

Характеризуючи опонентів, Ю. Тимошенко нерідко використовує негативно марковані лексеми *узурпація влади, лобіювання закону, торгівля на крові* та под.: *Це говорить про узурпацію влади, про те, що Верховною Радою, парламентом управляють не в парламенті, а управляють з-за меж Верховної Ради, практично з Адміністрації Президента і з Кабінету Міністрів. Верховну*

Раду в парламентсько-президентській країні перетворили практично на маріонетку двох-трьох високопосадових осіб. Це абсолютні ознаки узурпації влади (20.03.2017, 9:35, https://www.youtube.com/watch?v=ZIpqpk_otg4&t=4s). Подання конкретних аргументів сприяє залученню уваги реципієнта, а подвійне вживання лексеми *узурпація* остаточно переконує аудиторію.

Варто зазначити, що виступи цього політика досить оригінальні й завдяки використанню сучасних інформаційних технологій – графічних і текстових. Вона покликається здебільшого на документи, які тримає в руках, що посилює ступінь переконливості. Також політик удається до використання наочного матеріалу: статистичних даних у вигляді таблиць, графіків, карт, що, безперечно, впливає на формування іміджу чесного та компетентного політика (Пор.: 07.10.2016, <https://www.youtube.com/watch?v=enf5YgFK-lU>; 01.07.2017, <https://www.youtube.com/watch?v=-DRHY6cWZ8k>; 18.12.2015, <https://www.youtube.com/watch?v=N3UfWh9uqGQ>).

Виступи не менш яскравого політичного діяча В. Гройсмана зазвичай спрямовані на середній клас та бізнес-спільноту. Звертаємо увагу на те, що навіть звичні речі він подає з використанням бізнес-термінології: *Все те, що сьогодні створює економіка, має бути перенаправлено та інвестовано в якість життя* (12.02.2017, 2:29, <https://www.youtube.com/watch?v=jHINlLNa5Lc>); *Наше з вами завдання в 2017 році – зробити все залежно для того, щоб ми змогли конвертувати економічне зростання* (14.04.2017, 2:17, <https://www.youtube.com/watch?v=8CG07FOk9x0>). З огляду на реєстраційну структуру тезаурусного рівня його мовній особистості властива здатність надавати висловленню позитивного забарвлення: *Але, як показав час, ми разом із вами зробили максимально можливе для того, щоби зупинити падіння і перейти до економічного зростання, ми з вами зупинили кризу, нам вдалось за результатами 2016 року забезпечити невелике, але зростання після важких, надзвичайно важких років падіння* (14.04.2017, 1:10, там само); *Я хотів би, щоб успішний студент отримував не 700 гривень, а 2000. І така система сьогодні може бути запроваджена* (23.12.2016, 0:01, https://www.youtube.com/watch?v=kmB_ocCWQ5g).

Серед стрижневих понять у виступах політика такі: *економічне зростання, стабілізація, сильна економіка, якісна демократична держава, успіх*, що відповідно створюють імідж ефективного політичного діяча, упевненого у своїх кроках. Значну роль відіграють вислови, в основі яких – сугестивна властивість: *Вам, вашим батькам і мені потрібен ваш успіх! (пауза). Я не чую аплодисментів* (23.12.2016, 0:45, там само).

У висловленнях В. Гройсмана досить багато конкретної інформації, що використовується для уточнення чи роз'яснення ситуації. Оцінюючи проблему, він акцентує на наслідках, указуючи й на причини її появи. У такий спосіб політик намагається засвідчити серйозні наміри, продемонструвати власну цілеспрямованість, відповідальність: *Територія захисту – 10 км, і саме головне для нас зараз – це робота з людьми для того, щоб ніхто не постраждав. ... По лікарням сьогодні працюють, обхід сьогодні роблять містом для того, щоб подивитися, чи всі виїхали, чи, можливо, є люди, які потребують особливої уваги. ... Сьогодні по причинах розглядається: від диверсії, яка не виключена, до халатності, яку теж потрібно перевірити* (23.03.2017, 0:20, <https://www.youtube.com/watch?v=nMmVbyF96NI>).

Аналіз лексичного матеріалу уможливорює висновок про те, що в процесі політичної діяльності українські можновладці послуговуються термінологічними поняттями не лише політичної, а й інших вузькопрофесійних сфер. Іншомовні лексеми у політичних діячів є не досить активними, здебільшого це запозичена термінологія, а також власні назви чи найменування іноземних організацій.

Загалом з усього іншомовного пласту лексики українських політиків виокремлюємо такі тематичні групи:

1) суспільно-політична лексика: латинізми (*ратифікація, мораторій, федералізація, провокація, легітимний, спекуляція*), англомовні (*саміт, корупція, люстрація, інтервенція*), німецькомовні (*муніципалітет, парламентарій, суверенітет*), франкомовні (*опозиція, мажоритарний, фракція, парламент, суверенний*) запозичення;

2) лексеми на позначення економічних реалій: латинізми (*акція, інфляція, конкуренція, кредит*), англомовні (*дефолт, офшор, бізнес, євро, тендер, транш*), німецькомовні (*банк, інвестиції, рентабельний*), франкомовні (*приватизація, корпорація*) запозичення;

3) найменування осіб за видом діяльності: латинізми (*президент, корупціонер, кредитор*), англомовні (*спікер, бізнесмен, інвестор, корупціонер*), франкомовні (*мер, прем'єр-міністр, волонтер, акціонер*) запозичення;

4) військова лексика: німецькомовні (*бліцкриг*), франкомовні (*мобілізація, жандарм, саботаж, адмірал, дислокація*) запозичення;

5) лексика з галузі високих технологій: здебільшого англомовні (*фейк, кіберполіція, тролінг, блогер*) запозичення.

Варто зазначити, що українські політики намагаються здебільшого не перевантажувати свій лексикон іншомовними лексемами, вдаються до адекватних українських відповідників, які більш вдалі для сприйняття слухацькою аудиторією. Останнім часом простежуємо дедалі частіше використання в їхньому мовленні військової термінології, що спричинено важкими суспільно-політичними подіями в Україні.

У текстах виступів деяких політиків виявлено поодинокі приклади іншомовних вкраплень мовою оригіналу, передусім в інтерв'ю чи політичних ток-шоу, пор.: *Світ повертається до форми „business as usual”, тобто справи, як завжди* (А. Яценюк, 07.09.2014, 20:48, <http://ru.tsn.ua/video/video-novini/arseniy-yacenyuk-dal-eksklyuzivnoe-intervyu-tsn-tizhnyu.html>);

*Ми пропонуємо агломерацію як різновид, який зберігає самоврядний статус сільських рад в межах приміської зони, і співпраця базується згідно з угодою про міжмуніципальне співробітництво. Всі залишаються в плюсі. Це той варіант, коли є **win-win**, коли всі виграють* (Л. Зубач, 09.02.2017, 11:16, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6424.html>); *Знову ж таки, це один із тих законів, який дасть можливість значно збільшити інвестиційну привабливість нашої держави, значно покращити місце України в*

рейтингу „**doing business**” (Д. Андрієвський, 16.03.2017, 17:46, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6451.html>).

У промовах П. Порошенка останнім часом простежуємо тенденцію до активнішого вживання англійських висловів: *На його базі я підготував, так званий, „long read” – письмове звернення, яке вам має бути роздано, воно більш насичено цифрами, фактами, деталями; Але перед зовнішнім світом позиціонувати нас зараз, їхні спроби, як „failed state” – країна, що не відбулася* (07.09.2017, 10:06, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6580.html>). Очевидно, що використання такого прийому позитивно впливає на імідж політика, наголошуючи на його освіченості й обізнаності в нових тенденціях політики та міждержавної комунікації.

Зміни в суспільному та культурному житті країни провокують появу новотворів у політичній комунікації. Вони „постійно з’являються в мові, а надто мобільно – в бурхливі часи історії. Їхнє виникнення мотивується різними причинами, а процес творення здійснюється відповідно до чинних у мові способів деривації” [182, с. 21]. Процес їхнього творення ґрунтується передусім на узагальненні, внаслідок якого власні імена перетворюються в імена загальні. Ми виявили вкраплення, основою яких є метонімії (*майдан*) та перифрази (*зелені чоловічки*): *А те, що банда Януковича сидить сьогодні у Верховній Раді, прикриваючись депутатськими мандатами, тому що домовилась із Порошенком, це не шлях до третього майдану? І при чому не до такого майдану, який був в 2004 році чи в 2014 році, а зовсім інший майдан – швидкий і кривавий* (О. Ляшко, Ера Медіа, 21.10.2015, 18:00, http://www.era-media.com.ua/article/227390oleg_lyashko_mi_hochemo_dobitis_ua_radikalnogo_znijennya_tarifu/); *Якщо відверто, я до лютого місяця уявити собі не міг таку безглузду, безвідповідальну поведінку Російської Федерації, але, коли пішли вже перші виступи, ні в кого не було сумнівів щодо природи цих „зелених чоловічків”* (П. Порошенко, <https://www.facebook.com/petroporoshenko/videos/739401879527540/>).

Загалом українські політичні діячі належать до двох категорій: перші – апелюють до негативних емоцій, орієнтуються на тих людей, які не задоволені ситуацією в країні та прагнуть швидких змін. Їхнє мовлення досить емоційне. Інші – апелюють до позитивних витоків, виражають упевненість у своїх діях, орієнтуючись на логічні докази.

2.2.3. Мотиваційно-прагматичний рівень мовного портрета українського політичного діяча

Мотиваційно-прагматичний рівень мовної особистості політика – це детально спроектована та втілена на практиці система комунікативних ролей, мотивів, цілей, інтенцій, які керують політиком у процесі комунікації. Саме на цьому рівні зреалізуються два попередні рівні, які стають матеріалом для створення комунікативних стратегій спілкування у широких колах політичної еліти. Мотиваційно-прагматичний рівень – середовище формування мовного портрета політика. Політичне завдання цього рівня сформував іміджевий образ харизматичної особистості, основним інструментом якого є мова.

У психолінгвістиці виокремлюють два типи харизми – особистісна, пов'язана з привабливістю або чарівливістю (рос. обаяние, нім. Ausstrahlung, англ. charm) людини і притаманна їй майже від народження [166, с. 94–96], а також соціально детермінована політична або публічна харизма (нім. Charisma), яка ґрунтується на теоріях ірраціонального (харизматичного) лідерства М. Вебера (нім. charismatischer Führungsstil) та теорії емоційного лідерства Д. Гоулмана (англ. primal leadership), пов'язана з винятковими лідерськими та ораторськими властивостями особистості та має активний публічний вияв у кризовий період розвитку країни і суспільства [143, с. 76]. „Саме на мотиваційно-прагматичному рівні відбувається трансформація публічної особи на харизматичну. Основними етапами таких перетворень є: послання народу у вигляді лозунгів, мовленнєвий вплив через аргументи та заклики, усвідомлення народом аргументів і закликів послання, здійснення

спільних дій, які ґрунтуються на довірі, виникнення харизматичного образу політика тощо” [144, с. 93–94].

Керуючись певними завданнями, народний обранець як публічна особа, людина, яка прагне відповідати очікуванням іншого боку, тобто електорату, повинен працювати, щоб полегшити сприйняття та усвідомлення аудиторією його передвиборчої програми, виступів у Верховній Раді, у ЗМІ тощо. Фактично словниковий запас, деякі концепти та політична метафора сукупно створюють інтелектуальний комфорт для населення. Один із шляхів його створення на мовному рівні – застосування причинно-наслідкових конструкцій, наприклад: *Вельмишановний пане Прем'єр-міністре, знаючи вашу підтримку місцевому самоврядуванню, доповідаю вам, що особисто взяв участь у засіданні Комітету з податкової політики. І хочу Вам сказати, що це голосування, яке відбудеться за Закон по акцизах, почнеться розвал політики децентралізації та бюджетної децентралізації в країні. ... Тому прошу вас особисто глянути в цей процес і зупинити. Тому виносимо в зал рішення по зняттю недоторканності й працюємо над бюджетом, який збереже децентралізацію як основу демократичного розвитку цієї держави. Бо інакше ручне управління грошима приведе до лояльних рад в селах, містах, а це підготовка до фальсифікованих, до нечесних виборів в Україні* (О. Березюк, 06.12.2016, 17:04, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6374.html>).

Не менш привабливий зміст помітний в етикетних формулах ввічливості *вельмишановний, пане, спасибі, будь ласка, даруйте, прошу вибачення*, наявних у виступах політичних діячів України. Етикетні конструкції, які зазвичай уживають на початку проголошеної промови, закладають рівень сприйняття не лише інформації, але й самого політика.

Проаналізувавши мотиваційно-прагматичний рівень мовної особистості української політичної комунікації, стверджуємо, що політичні діячі добре вміють урахувувати чинник адресата, зважати на ступінь його поінформованості.

Як засвідчує обстежений матеріал, українські політики – досить досвідчені оратори, які володіють уміннями і навичками публічного виступу. Кожну промову вони вибудовують стилістично своєрідно, застосовуючи власні стилістичні прийоми, демонструючи впевненість і готовність переконливо висловлюватися публічно рідною мовою.

Варто зауважити, що мовлення більшості українських політиків рясніє мовними паузами, які нерідко є частиною підготовки до висловлення думки, увиразнюють її. Однак, з іншого боку, збереження деяких прогалин у підготовці сприяє виникненню імпровізаційної промови як особливого стилістичного прийому, що залучає увагу як оповідача, так і аудиторії. Потрібно враховувати, що ця здатність характеризує політиків як досвічених харизматичних особистостей, звиклих до публічного мовлення.

Звертаючи увагу на проблему вияву основних ознак харизматичного лідера, натрапляємо на модель С. Келмана, яка виокремлює три основні характеристики, пов'язані з такими когнітивними опорами:

1) кредитність, тобто довіра до нього, яка визначається механізмом внутрішнього сприйняття його послання. Таке послання зазвичай має мовленнєве оформлення лозунга, який стає візитівкою політика і компонентом його мовного портрета;

2) привабливість, яка слугує самоідентифікатором його з народом, тобто в мовленні політика чимало інтенційних лексем;

3) влада, яка працює як двосторонній механізм: розуміння народом її послання та виконання спільних дій. У представників влади мовний портрет зумовлений лексемами з потужним лексичним значенням [144, с. 78].

Усі ці характеристики істотно впливають на формування особистості політичного діяча, допомагають генерувати його образ відповідно до тієї політичної мети, яку він обрав.

Зацікавлення мовознавців питанням диференціації харизматичної особистості призвело до активних досліджень у цьому напрямі. Зокрема деякі дослідники розрізняють три основні типи харизматичного політичного діяча:

→герой – ідеалізована особистість, сміливий, агресивний, говорить, що „ми хочемо”, виглядає, як „ми хочемо” (наприклад П. Порошенко, В. Гройсман);

→антигерой – „звичайна, рядова, проста людина”, „із народу”. Такий політик говорить мовою пересічного мешканця країни (яскрава ілюстрація – О. Ляшко);

→містична особистість – чужа нам людина, незвичайна, непередбачувана (приміром, Н. Савченко).

Констатуємо, що сприйняття аудиторією політика залежить від комплексу ознак публічної особи, зокрема таких, як мотивація, цільові настанови, характер, тип особистості, індивідуальний стиль прийняття рішень, ораторська майстерність. Відповідно, кожен політичний діяч вирізняється з-поміж колег, має індивідуальні відмінності залежно від свого психологічного портрета.

Варто зазначити, що повний вичерпний мовний портрет українського політика можливий за умови детального опису його мовлення в окремо взятий період діяльності. У реальному режимі це майже не можливо, тому дослідження алгоритму мовного портрета української політичної еліти спрямовані на мовні ситуації, у яких чітко простежуються характерні риси, тактики мовлення, котрі в подальшому стануть основою для типології мовленнєвої специфіки політичної персони.

Висновки до розділу 2

Спостереження за функціонально-стилістичною специфікою мовних елементів засвідчують, що стилістичні фігури та тропи є найбільш продуктивними мовними засобами в українській політичній комунікації.

Метафора – один із найпродуктивніших засобів впливу на реципієнта, який використовують в політичній комунікації здебільшого як засіб номінації та оцінювання певного політичного суб'єкта. Зазвичай цей засіб з'являється в

поєднанні з широким реєстром стилістичних фігур: антитезою, паралелізмом, анафорою тощо, а також у сполученні з іншими тропами.

З метою експресивізації мовлення значного впливу набувають порівняння, фразеологізми та алюзивні вкраплення. Вони виконують функцію переконання, коли логічна аргументація видається неефективною. Реципієнт відтворює характеристики певного політичного суб'єкту за допомогою образного асоціювання, закладеного в основу цих засобів.

Для політиків характерним є часте використання засобів комічного, яке реалізується використанням метафор, порівнянь, антитез, риторичних запитань, мовної гри. Ці прийоми частіше актуалізуються в тактиках дискредитації опонента та відвертання уваги від небажаної теми.

Грамотичний потенціал мовного портрета українського політичного діяча визначає особливу роль займенників. Вживання тих чи тих особових форм займенників зумовлене переконаннями, типом мислення та сприйняттям політиками колег та різних ситуацій чи проблем.

Стилістичний синтаксис мовлення народних обранців характеризується використанням градаційних конструкцій, повторів, риторичних запитань, речень із різними типами ускладнень. Застосування специфічних синтаксичних структур та стилістичних засобів у поєднанні з виразними ораторськими здібностями посилює ефект зазначених прийомів.

Політичний наратив вибудований на використанні широкого діапазону художніх прийомів, які є складниками різнорівневого мовного портрета українського політичного діяча. На вербально-семантичному рівні українські політики демонструють постійну готовність до усного спілкування, зокрема монологічного, нерідко спонтанного вислову. Вони вміють висловлюватися на будь-яку тематику, оперують різногалузевою термінологією. Завдяки поєднувальним можливостям статус стилістично нейтральних лексем в мовленні політиків може змінюватись. Наприклад, такі словосполучення як *українське суспільство, воля народу, цінності Майдану, український народ*

викликають позитивне ставлення реципієнта, тоді як *проблема, корупція, мінімальна заробітна плата* є негативно маркованими.

Аналіз тезаурусного рівня наших політиків засвідчив, що їхні виступи ґрунтуються здебільшого на таких стрижневих поняттях, як *свобода, воля народу, демократична держава, європейський вибір, сильна економіка*, які значно впливають на свідомість електорату. Іншомовні лексеми використовують зрідка, надаючи перевагу українськомовним варіантам, звичним для слуху й сприйняття українцями. Проте останнім часом помітна тенденція до активнішого слововживання мовою оригіналу, що допомагає політикам формувати образ освіченої сучасної людини. Мовлення українських політичних діячів має виразне модальне забарвлення.

На мотиваційно-прагматичному рівні українські політики здебільшого демонструють уміння виражати комунікативний намір і досягати бажаного комунікативного ефекту, використовуючи різноманітні ораторські прийоми: використання реєстра мовлення, вміння враховувати „чинник адресата” тощо. Варто зазначити, що всі мовні засоби спрямовані на чітке формулювання завдань, цінностей та суспільно-політичних стратегій тієї чи тієї партії, що є неодмінним чинником впливу на аудиторію.

РОЗДІЛ 3

ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА МОВНОГО ПОРТРЕТА УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИКА

3.1. Вербалізація комунікативних стратегій українського політичного дискурсу

Суспільство ХХІ ст. наскрізь пронизане явищами міфологізації, містифікації, симуляції, зреалізованими здебільшого за допомогою слова. На думку О. В. Столярової, „у ХХІ ст. проблема вивчення чинників, що впливають на рішення та вибір, має особливе значення. Людина щоденно впускає у свою свідомість „чуже” слово, яке змінює її життєві настанови, коригує систему цінностей” [185, с. 141]. Останнім часом дослідницький інтерес до мови і мовлення дедалі частіше виявляється в аспектах антропоцентризму, функціоналізму та когнітивності. Іншими словами, актуальним стає дослідження процесу комунікації та „сценаріїв” реалізації наративу того чи того індивіда чи певної групи мовців. У цьому плані політичний дискурс видається перспективним матеріалом для дослідження.

Сучасна українська політика стрімко розвивається, її обличчя постійно оновлюється, що сприяє появі нових форм комунікації політиків із громадськістю та міжособистісної полеміки. Політична наука – одна з найдавніших, а вміння вести дискусію, переконувати, завойовувати прихильність, аргументувати, аналізувати, робити висновки та прогнози вважалося у Стародавніх Греції та Римі чи не найбагатшим умінням людини. На сучасному етапі розвитку, зокрема й українського політичного дискурсу, такі вміння не втратили актуальності.

У руслі теорії комунікації на передньому плані перебуває процес людського спілкування, а точніше – більш-менш стандартні моделі (фрейми) передання інформації, які підпорядковані певній меті. Фрейм (за Ч. Філлмором) – „система вибору мовних засобів – граматичних правил, лексичних одиниць, мовних категорій, пов’язаних із прототипом сцени” [100, с. 187]. Іншими

словами, фрейм – основа, схема, шаблон будь-якої мовної стратегії. Зрозуміло, що „стратегія” – термін військового походження і первинне його значення – „мистецтво підготовки і ведення війни та великих воєнних операцій; наука про ведення війни – вища воєнна наука” [194]. У мовознавстві, і зокрема в теорії комунікації, комунікативна стратегія (КС) – це спосіб мовлення, лінія мовленнєвої поведінки, зумовлена конкретною комунікативною метою, що впливає на вибір мовних засобів. Як і у військовій справі, у мовленні індивіда жодну стратегію не можна здійснити без застосування тактики або кількох тактик – способів та прийомів реалізації тієї чи тієї комунікативної мети. За словами О. Я. Чепіль, „комунікативна тактика – конкретні мовленнєві дії для реалізації поставлених завдань із метою здійснення впливу на адресата” [211, с. 275]. Отже, мовленнєва стратегія в політичному дискурсі – домінантний компонент, оскільки визначає характер діяльності політичного діяча та його мету.

Існує чіткий алгоритм реалізації тієї чи тієї КС. Зокрема Т. Є. Янко першим етапом будь-якої КС вважає вибір глобального мовленнєвого наміру, тобто адресант ставить перед собою конкретну мету, якої він хоче досягти. Наступним є вибір компонентів семантики речення та екстралінгвістичної конституції, іншими словами – вибір мовних та позамовних засобів, що будуть ефективними в процесі досягнення цілей. Визначення обсягу інформації дослідниця також вважає потрібним і залежним від наміру та адресатів. Також Т. Є. Янко вказує на необхідність співвіднесення квантів інформації, аналізує ситуацію зі станами свідомості комунікантів і чинником емпатії, очевидно, маючи на увазі суспільний запит або доцільність чи актуальність інформації, яку мовець збирається донести за допомогою певних мовно-стратегічних засобів. На нашу думку, у політичному дискурсі цей елемент реалізації КС надважливий, адже настрої суспільства, його прагнення, запити, потреби, психологічний стан, зрештою, навіть рівень матеріального достатку можуть бути визначальними в процесі комунікації політика з громадянами [224, с. 28], пор.: *Парламент України я називаю найбільшим бізнес-клубом Європи*

(С. Лещенко, 12.05.2017, 0:28, <https://www.youtube.com/watch?v=EyEeFMYz6PA>); *У вас одні свята дармоїдів, а треба святкувати і поважати людей, які роблять економіку, які створюють додану вартість* (О. Ляшко, 16.11.2017, 0:39, <https://www.youtube.com/watch?v=Sbhmd4nxDc8>); *В що ми з вами можемо повірити? Тільки в конкретну дію! Так, товариство? І тому я хочу запросити усіх українців: „Усі – на Майдан!” Наша боротьба продовжується* (О. Тягнибок, 25.01.2014, 14:25, <https://www.youtube.com/watch?v=v-BOAk8gO3w>).

Завершальні етапи КС – визначення послідовності комунікативних складників та налаштування комунікативної структури висловлення на певний комунікативний режим і жанр [224, с. 28]. Ми завжди спілкуємося в певному жанрі, про що говорив ще М. М. Бахтін [14, с. 312–313]. „У сфері масової комунікації динаміка мови настільки активна, що відбуваються постійні зміни в межах жанрів, які позбавляють їх потрібної ознаки усталеності. Значний жанровий діапазон нині зазнає модифікації, спостерігаємо розмитість меж деяких жанрів через ламання традиційних форм мислення. Оновлене життя потребує оновленої динаміки жанромислення” [66, с. 7].

У політичному середовищі вибір жанру, безумовно, важливий. Жанри політичного дискурсу – промова, заклик, доповідь, звернення тощо є також фреймовими структурами, а їх вибір і творче оновлення визначають імідж сучасного українського політичного діяча.

У галузі суспільної комунікації, зокрема й в аспекті політики, є певні напрацювання щодо типологізації КС. У цій царині працювали Н. Д. Арутюнова [6], Т. М. Астафурова [8], О. І. Асташова [9], А. М. Баранов [12], Т. ван Дейк [55], О. С. Ісерс [74], В. І. Карасік [78], Ю. М. Караулов [80], О. М. Паршина [142], О. В. Столярова [185], Г. С. Філаткіна [200], Т. Є. Янко [224], О. В. Яшенкова [225] та ін. Проте чіткої та єдиної класифікації КС досі немає, що зумовлено, на нашу думку, масштабами і динамікою людського спілкування. Крім того, український політичний плюралізм сприяє безперервному поповненню й оновленню українського політикуму, що впливає на динаміку його комунікативного дискурсу.

Особливості політичної комунікації на сьогодні найактивніше досліджують на теренах США та Росії. Зокрема остання країна демонструє значний пласт наукових напрацювань у цій галузі, незважаючи на певний ідеологічний прес. Приміром, О. Й. Шейгал серед множинності КС у політиці вирізняє такі: стратегія завуалювання, затушовування небажаної інформації, яка дає змогу комуніканту приховати певні факти зі свого життя задля вдосконалення свого позитивного образу; стратегія містифікації, що передбачає, по суті, обман адресата; стратегія анонімності (деперсоналізації) як спосіб уникнення відповідальності [220, с. 70].

Досліджуючи передвиборчі кампанії в Росії 1906, 1937, 1995 рр., В. М. Аміров стверджує, що адресанти політичних дискурсів того часу переслідували три цілі емоційного впливу на виборців – залякування, самопохвалу й лестощі, відповідно до яких дослідник виділяє однойменні КС. „Саме за допомогою цих стратегій для адресата вибудовувався міф як текст із тимчасовими планами і модальним обрамленням. В основному змісті виражено сьогодення, минуле і майбутнє, адресат знаходить свій „портрет” та інформацію про те, як до нього ставиться мовець” [3, с. 172].

Згідно з О. А. Філінським, існує ще кілька видів стратегій:

- 1) реіфікації, яка передбачає конструювання образу ворога;
- 2) делегітимізації, що сприяє руйнуванню образу опонента;
- 3) амальгамування, створення „ми”-дискурсу;
- 4) героїзації [201, с. 13].

Найпоширенішими стратегіями політичної комунікації, на думку О. В. Яшенкової, є стратегії самопрезентації, агітаційна, формування емоційного настрою, інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, маніпулювання, дискредитації, нападу, самозахисту [225, с. 168–170].

Сучасні науковці доходять висновку, що різні комунікативні стратегії притаманні тим чи тим комунікативним ситуаціям. Наприклад, звертаючи увагу на комунікативну ситуацію „мітинг” у політичному дискурсі, виявляємо, що вона складається з певних стратегій, які становлять об’єкт лінгвістичних

пошуків. Зокрема, досліджуючи стратегії й тактики німецького мітингового дискурсу, А. О. Артюхова виділяє: 1) аргументативну, або стратегію переконання; 2) агітаційну; 3) стратегію формування емоційного настрою адресата [5, с. 7].

Нинішні політичні тексти відрізняються від публікацій попередньої епохи меншою декларативністю і водночас тенденцією до застосування максимального арсеналу комунікативних стратегій і тактик, стрімкою експансією варваризмів, жаргонізмів та неологізмів, а також активним використанням найрізноманітніших виразових засобів, переважно метафоричних [33, с. 3]. Широко застосовують і гендерні маркери, які „сприяють оптимізації втілення комунікативно-прагматичних інтенцій (наприклад інтенцій елімінації, об’єднання, спростування фактів)” [180, с. 271].

На сьогодні існує багато досліджень, які торкаються цієї теми, проте найґрунтовнішою та найбільш прийнятною, на нашу думку, є типологія КС О. М. Паршиної, яка розрізняє стратегії самопрезентації, дискредитації, нападу, самозахисту, формування емоційного настрою адресата, інформаційно-інтерпретаційну, аргументативну, агітаційну та маніпулятивну [142, с. 5]. З опорою на зазначену класифікацію вважаємо доцільним простежити характер реалізації деяких КС, зокрема самопрезентації, дискредитації, самозахисту, інформаційно-інтерпретаційної, аргументативної (цю стратегію ще можна визначати як стратегію компромісу), маніпулятивної та агітаційної, на прикладі сучасного українського політичного дискурсу.

3.1.1. Стратегія самопрезентації

Усі соціальні взаємодії можна розглядати з позиції самопрезентації особистості. Термін „самопрезентація” введено до наукового обігу соціологом І. Гоффманом у 1959 р. Це поняття перебуває у синонімічному ряду з такими, як „самопредставлення”, „акт самовираження”, „самоопис”, „автохарактеристика”, „автомовлення”.

Дефініцію цього поняття подано в роботі „Соціальна психологія” Д. Майерса. За його словами, самопрезентація („self-presentation”) – це „акт самовираження та поведінки, спрямований на те, щоб створити в людей, які тебе оточують, і в самого себе позитивне враження” [114, с. 129]. Огляд наукових публікацій засвідчує, що деякі вчені розглядають поняття „самопрезентація” й „управління враженням” як синонімічні. Проте більшість дослідників вважає, що самопрезентація слугує засобом управління враженням, а отже, є ширшою категорією.

Самопрезентація – функціонально завершене мовне ціле з досить змістовною організацією. На думку О. О. Леонтьєва, „той текст цілісний, який сприймається як осмислена єдність. ... Цілісність тексту співвідносна з єдністю комунікативної інтенції того, хто говорить” [105, с. 215].

У процесі комунікації представники політичного істеблішменту застосовують переважно дві найпоширеніші тактики – тактику самопросування та екземпліфікації, основною метою яких є презентація себе у найбільш вигідному ракурсі. Засобами самопрезентації слугують особові займенники, повтори, лексика з позитивною оцінкою, емотивна лексика, найвищий ступінь порівняння та ін. Непрямі тактики традиційно застосовують в мовному середовищі, використовуючи інтенсифікатори, розчленовані конструкції, складнопідрядні означальні речення, інверсії, іронії та риторичні запитання [102, с. 94].

В основу стратегії самопрезентації покладено інтенцію – створити позитивний імідж представника певної політичної сили, яка щоразу декларує та презентує себе як особливу ідеологічну структуру. З огляду на висловлене, звертаємо увагу на винятковість значення цієї стратегії в політичній комунікації народних обранців. Підтвердження цього ми знаходимо наприклад у виступі Олега Березюка: *Сьогодні парламент має прийняти справедливе символічне рішення. Люди, які карали тих, хто боровся за цю країну, повинні бути покарані. Цього не стається тільки тому, що олігархічна кліка сьогодні заборонила своїм рабам приходити в цей зал. Тому сьогодні ми підтримуємо*

вас, що треба стягнути в цей зал людей і проголосувати 226 голосів, тих суддів, які карали людей за те, що вони за країну боролися (29.09.2016, 11:16, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6312.html>).

Засобами актуалізації КС самопрезентації слугують тактика ототожнення, тактика самовихваляння, особливо популярна тактика обіцянки, демонстрації професійного успіху, застосування яких окреслене певними мовними засобами.

Тактика ототожнення не „прив’язана” до певного жанру, оскільки виконує функцію в усіх комунікативних категоріях. Кожен політик ідентифікує себе передусім як ідеолога: *Офіційна відповідь виконувачеві обов’язків регламентного комітету Верховної Ради, народному депутату. Для мене, народного депутата, буде за честь, якщо хтось із тих „рабів” подасть вам скаргу до вашого комітету на мою заяву* (О. Березюк, 29.09.2016, 11:20, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6312.html>).

У ролі ідеолога в річищі стратегії самопрезентації постають мовні формули самоідентифікації, які є провідником для пропаганди світоглядних орієнтирів. Тактика ототожнення від імені „я” однаково представлена в усній і писемній формах. Її реалізують шляхом звернення уваги на особисту думку. Для цього найчастіше використовують дієслівну форму: *Ми вважаємо, що всі судді, які порушують присягу, які зловживають, які грабують українців, мають відповідати, мають бути не просто звільнені, а ув’язнені – всіх в тюрму відправити, а не на пенсію. ... Я питаю, за що їх, паразитів, годувати? За те, що вони все життя грабували українців, за те, що жодного рішення справедливого не можна знайти в суді, коли в тебе немає блату, немає волохатої руки, немає папи-мами прокурора. Тому Радикальна партія і наші достойні депутати – усі, як один, голосуватимуть за звільнення хабарників* (О. Ляшко, 29.09.2016, 11:56, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6312.html>).

Для масового адресата використовують також формули *я вважаю і я закликаю*: *Я все ж таки наполягаю на тому, що у нас основне завдання сьогодні є не тільки звільнити цих суддів, і можливо навіть не стільки, як не допустити призначення 700 суддів пожиттєво. І у нас є можливість це*

відхилити. **Я вважаю**, що згідно Регламенту головуєчий має право це внести, тому що це є в порядку денному: питання звільнення суддів. Добре, головуєчий відмовляється. **Я вважаю**, що можуть 150 депутатів на цьому наполягати шляхом голосування теж згідно Регламенту, а не шляхом підписів тільки. Тому **я** зараз **закликаю** пана головуєчого так само підняти телефон (Ю. Левченко, 29.09.2016, 12:02, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6312.html>).

У КС самопрезентації беруть участь опозиції свідомості: свій-чужий (цільова настанова – пошук внутрішнього ворога), боротьба ідеологій (цільова настанова – демонстрація унікальності й непогрішності власної ідеології), відродження минулого – пошук нового шляху (цільова настанова – відмова від відповідальності за минулі політичні дії), політик – вища влада (цільова настанова – ідентичність прагнень виборця та політичного діяча).

Підґрунтям для тактики самовихваляння слугує бажання можновладця презентувати власну персону в найбільш позитивному світлі шляхом опису своїх талантів, умінь, рис характеру та поведінки. Застосовуючи тактику самовихваляння, політики використовують комплекс лексичних одиниць для позитивної характеристики особистості, зокрема прикметники *успішний, гідний, сильний, надійний*; дієслова та дієслівні словосполучення *перемагати, знати, вести за собою, бути лідером*. Нерідко вони використовують прикметники у формах ступенів порівняння, напр.: *кращий, більш надійний, найсильніший* тощо. Неодмінний атрибут тактики самовихваляння – наявність займенника *я* як ознаки домінування особистісного стрижня, пор.: **Я** щиро бажаю змін для *моєї країни і народу, тому я* поділяю курс Президента України П. Порошенка на підтримку європейського вектору розвитку України. Перекоаний, що мого досвіду, знань та бажання достатньо, щоб увійти до команди реформаторів, яка принесе довгоочікувані зміни в Україні, щоб побудувати моральне суспільство, де громадянин стоїть в центрі державної політики (Р. Демчак, 15.09.2014, http://demchak-ruslan.com.ua/news/1/1-intervu_ruslana_demchaka.html); *Шановні колеги! Я дуже прошу вас, тих, в кого є хоча би доля честі й совісті, припинити брати участь в засіданнях цієї Верховної Ради! Я* принаймні

зроблю так! Поки ми хоча би не відправимо на повторне друге читання цей законопроект, поки ми не покажемо, хто у цьому залі виступає проти України, проти українців (М. Княжицький, 06.10.2016, 10:53, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6323.html>).

Зазначені приклади тактики самопрезентації мають на меті привернути увагу аудиторії до мовця та водночас здійснити процес його самоідентифікації, представити позицію, незалежну від думок інших політиків. Це сприяє глибшому розумінню окремих характеристик політичних діячів, їхніх цілей та методів діяльності. Використання у власному мовленні тактики самопрезентації зумовлене прагненням ще й запам'ятатися аудиторії, виокремитися, привернути увагу до власної персони крізь призму мовлення: *Давайте тільки без „Ярош”, я ж – не Ющенко. Я ж такий простий і грішний, як і всі ми тут, які знаходяться по всій Україні* (Д. Ярош, 21.07.2015, 0:10, <https://www.youtube.com/watch?v=0TAZxF2zJMA>); *Багато хто думає, що Правий сектор – це такі собі рибьошки, які будуть клювати на наживку Путіна і його банди. Насправді так не буде* (21.07.2015, 1:33, там саме).

У мовленні радикала О. Ляшка спостерігаємо тактику демонстрації професійного успіху, коли народний обранець звертає увагу аудиторії на здобутий політичний досвід та майстерність. Головними мовними інструментами в цій тактиці слугують дієслова з семантикою досягнення, значна кількість присвійних займенників і знову таки особовий займенник я, напр.: *Водночас, користуючись нагодою, у присутності в залі парламенту Прем'єр-міністра Володимира Гройсмана, я хочу звернутися до Вас, я думаю, що для кожного з вас має бути очевидним, що сильна армія, сильна дипломатія, сильна країна можливі лише тоді, коли в українців є гроші. ... Від імені фракції Радикальної партії я вимагаю від Вас радикального збільшення в проекті бюджету на наступний рік доходів громадян. ... Я вимагаю від Вас, пане Прем'єр-міністр, проведення такої політики, яка б давала робочі місця українцям, розвивала національну промисловість, сільське господарство* (О. Ляшко, 06.10.2016, 11:23, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6323.html>).

Акцентування на займенниках *я і мій* в основній частині висловлення сприяє увиразненню особистісного стрижня. Повтор прислівника *завжди* употужнює поєднання багатой практики, досвіду та компетенції, що створюють автопортрет людини, авторитет якої безумовний. Пор.: ***Я хочу нагадати, що ми розглядаємо питання внесення змін до бюджету в частині позики Польщі. По-перше, я думаю, що ми всі подякуємо країні Польщі за те, що вона підтримує нас в дуже важливих інфраструктурних проектах. Але нам повинно бути соромно, бо наш потенціал завжди був вище. ... Єдине прохання, я знаю, що поляки розумні сказали, що дороги вони будуть будувати самі*** (О. Кужель, 06.10.2016, 11:25, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6323.html>). Як бачимо, коли адресат – масова аудиторія, то гіперболізоване словесне вираження є стрижневим прийомом тактики ототожнення. Ця тактика часто поєднується з тактикою призову, використовуваною також у рамках агітаційної стратегії.

Стрижневий самопрезентаційний сенс „я – чесний і відкритий чиновник” закладено практично в усіх публічних виступах українських політиків, зокрема у використанні словоформ дієслівного ряду, застосуванні конструкцій на зразок „дієслово волевиявлення + основна дієслівна форма”: ***Я хочу вам подякувати за підтримку цього важливого законопроекту, оскільки в ньому передбачені дуже чіткі видатки на підтримку й оборонного сектору, зокрема це фінансування наших військових, це забезпечення військових. Ми можемо сьогодні говорити про те, що до кінця року буде ритмічне фінансування заробітної плати та забезпечення Збройних сил України. Хочу підкреслити, що нам потрібно.... Окремо хочу підкреслити, що в тих змінах, які ви проголосували, є зміни, які Хочу нагадати, що ми вчора прийняли рішення на уряді, та я буду дякувати вам за підтримку змінити закон. ... Хочу підкреслити, що в цих змінах є зміни, які дозволять нам ритмічно фінансувати й державну службу*** (В. Гройсман, 06.10.2016, 12:00, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6323.html>).

Тактика, яка працює на реалізацію стратегії самопрезентації, представлена від імені суб'єкта „я” в значенні „президент”, „політик”.

Цю тактику вирізняє розміщення індивіда в контексті порівняння, зіставлення з іншим/іншими, актуалізація лише в присутності масового адресата: ***Використаю повною мірою весь свій дипломатичний хист та політичний досвід, щоб забезпечити деескалацію конфлікту, уникнути війни та зберегти мир, знайти прийнятні способи співпраці з Росією, насамперед економічної, але з урахуванням незворотності нашого європейського вибору та територіальної цілісності України*** (П. Порошенко, http://programaporoshenka.com/Programa_Poroshenko.pdf).

У процесі моделювання висловлення зі стратегією самопрезентації політичний діяч ставить мету – збереження власного образу та іміджу. У цьому випадку саме стратегія посідає центральне місце, а її змістове наповнення підпорядковується всьому спектру методик спілкування та комунікативній інтенції мовця.

Політичну комунікацію в сучасній науці розглядають як культурну традицію, мовну самосвідомість, навички і методологію переконання певної аудиторії, важливий засіб у боротьбі однієї спільноти з іншою. Оцінивши стратегію самопрезентації, робимо висновок про те, що імпліцитне представлення тактики „обіцянка” знаходимо частіше, що, очевидно, спричинене бажанням завуалювати певну інформацію, зняти відповідальність із адресанта. Згадана мовна тактика чи не найпоширеніша в сучасному політичному дискурсі, основою якої постають різні види звернення до громадськості. У лінгвістичних наукових розвідках це поняття часто окреслюють як добровільне зобов’язання зробити що-небудь. Такий мовний акт, відповідно до типології мовних актів Дж. Остіна, ще називають комісивом (висловлення обіцянки, певного зобов’язання) [134, с. 119], де автор виступає гарантом реальності обіцяного.

На думку Дж. Серля, комісиви – це „ті ілокутивні акти, мета яких полягає в покладанні на мовця зобов’язання здійснити деяку дію в майбутньому або дотримуватися певної лінії поведінки” [173, с. 181].

У новітніх мовознавчих працях українських дослідників особливу увагу приділено специфіці вживання комісивів. Зокрема різні аспекти окресленої

проблеми висвітлено в праці Т. Т. Врабеля „Словотворча прагматика у сучасній англійській мові”. Автор наголошує на думці, що ядровими тактиками вираження обіцянки є зобов’язання виконати / не виконати певну дію та запевнення. Вони найповніше й найточніше передають ілокутивну мету цього акту. Ілокутивні дієслова функціонують у всіх трьох перформативних формах. Вибір мовцем форми вираження залежить від психологічного стану адресата. У разі його емоційного збудження адресант застосовує експліцитний перформативний акт для полегшення декодування ілокутивної мети висловлення [40, с. 111].

На думку А. В. Дедухо, комісиви зазвичай оформлені дієсловами першої особи множини, що характерно для політичного і професійного дискурсу. „Їх уживають для вираження думки певної спільноти, наприклад політичної партії, лідерів якої уповноважують до здійснення акту обіцянки”. Часто в таких висловленнях особа мовця не представлена. Подібне формулювання актів обіцянки в політичному дискурсі є надто аморфним і за умови нещирості може вважатися популістським, розрахованим на довірливість широких мас [54, с. 109].

Погоджуємося з твердженням Т. В. Заплітної, яка вважає, що „ілокутивна сила висловлення більшою мірою залежить від постановки цілей і мотивів мовця в політичному дискурсі, від його відвертості, щирості задумів і мовних стратегій, а також від запланованого перлокутивного ефекту. Зазвичай мовець намагається зробити свій мовленнєвий намір максимально відкритим для розпізнавання адресатом, обираючи прямі або конвенційні мовні засоби, наприклад спонукальні, побажальні, запитальні та подібні висловлення, які сприймаються адресатом у їхньому основному значенні, або конвенційні висловлення, які достатньо просто „читаються” в певному соціумі” [68, с. 1].

Як засвідчує обстежений матеріал, тактика „обіцянка” в українському політичному дискурсі на мовному рівні найчастіше виражена формами майбутнього часу дієслів доконаного виду, напр.: *Всі, хто переходять із газових котлів на електричні, **отримають** спеціальний тариф на електроенергію* (А. Яценюк,

09.07.2014, 0:41, <https://www.youtube.com/watch?v=i7fwwjOfq64>); *Ми **винесемо** вас звідси на вилах, і більшість у цьому парламенті буде нормальні люди, які **наведуть** порядок в країні, а вас **заженемо** за 101-ий кілометр* (О. Ляшко, 08.01.2014, 2:52, <https://www.youtube.com/watch?v=yrrshTEg3sKw>); *Гірша ситуація в Донецькій області, там, де відповідає голова облдержадміністрації Кіхтенко, і відповідальність за це він **понесе** найближчим часом* (П. Порошенко, 05.06.2015, 0:01, <https://www.youtube.com/watch?v=MCWqXtUNjqI>); *Ми **зробимо** все, щоб ці вибори були чесними, прозорими, демократичними. Я **забезпечу**, щоб жоден чиновник (ні центрального рівня, ні регіонального рівня) не мав можливості впливати на результати цих виборів, або впливати на вашу думку. Ми **заблокуємо** будь-який адміністративний тиск на вас. Ми **не дозволимо**, щоб жодна бюджетна копійка була використана в політичній боротьбі* (О. Турчинов, 26.03.2014, 0:08, <https://www.youtube.com/watch?v=WVjQEWx51M0>). За семантикою такі дієслова – репрезентанти тих дій, які політики декларують у разі призначення їх на найвищу державну посаду.

Досить часто натрапляємо на випадки вираження комісиву дієсловами недоконаного виду: *Жоден чиновник... **не буде обіймати** свою посаду* (З. Шкіряк, 10.07.2014, 0:04, <https://www.youtube.com/watch?v=lUDlpTQjGOM>); *Впевнений, що в наступному році ми вже **будемо робити** так для того, щоб цей стадіон був у комунальній власності і щоб із нього зробити такий, знаєте, ключовий пункт спорту в вашому районі* (В. Кличко, 13.09.2015, 2:35, <https://www.youtube.com/watch?v=MayAD8tjW5o>); *Я не допущу того, щоб це питання тарифів і заробітних плат, пенсій, індексації просто „заболтали”. **Будемо боротися** за це* (Ю. Тимошенко, 18.05.2015, 4:41, <https://www.youtube.com/watch?v=gEzg2SAEGxY>).

Нерідко дієслово *бути* поєднують із безособовими формами на *-но*, *-то* або з дієприкметником: *Зараз я детально вивчаю подання коаліції, і до кінця сьогоднішнього дня в Україні **буде сформовано** уряд* (А. Яценюк, 02.12.2014, 3:48, <https://www.youtube.com/watch?v=jWmjvKVBViY>); *Коли ми створимо всі умови через реформування країни, для відповідності нашої країни критеріям*

членства в НАТО, мною **буде прийнято** рішення про проведення всенародного референдуму, і таким чином **буде зафіксована** воля українського народу (П. Порошенко, 22.09.2015, 1:34, <https://www.youtube.com/watch?v=wVU4tzPyHSc>); Жоден чиновник, який тим чи іншим чином був помічений або ж співпрацював із терористами, брав участь у сепаратистських заходах та брав участь у сприянні злочинам проти України ... **буде** по заключенню слідчих **визнаний винним і посаджений** до в'язниці (З. Шкіряк, 10.07.2014, 0:04, <https://www.youtube.com/watch?v=lUDlpTQjGOM>); На наступному тижні ми приймем постанову, і до тих районів, які потребують дотації, дійдуть гроші, й усі заборгованості по цим районам **будуть погашені** (А. Яценюк, 13.09.2015, 0:11, https://www.youtube.com/watch?v=UT_8ynOgfCQ).

Зрідка тактику „обіцянка” мовці-політики оформлюють дієслівним тричленним присудком: Як тільки ми рішенням суду повернем його до комунальної власності, ми **будемо** однозначно **готові інвестувати** й нормально **відбудувати** стадіон (В. Кличко, 13.09.2015, 2:23, <https://www.youtube.com/watch?v=MayAD8tjW5o>); Зразу після того, як ця Верховна рада вийде після цих трьохтижневих канікул, ми просто кожного дня **будемо вимагати поставити** наш закон „Батьківщини” про продовження мораторію на продаж сільськогосподарської землі (Ю. Тимошенко, 15.10.2015, 1:51, <https://www.youtube.com/watch?v=iLk06-tbzSw>).

Аналіз обстеженого матеріалу дав змогу визначити, що мовними маркерами цієї тактики нерідко слугують підрядні речення часової семантики: Правий сектор не складе зброї, **правий сектор не зніме блокаду** з жодної з державних установ, **поки** не буде виконана найголовніша вимога – відставка Януковича (Д. Ярош, 21.02.2014, 0:40, <https://www.youtube.com/watch?v=ZIty5CG82qI>).

Для введення умовних підрядних речень комуніканти найчастіше використовують сполучник *якщо*, який відповідає аналізованій комунікативній ситуації. У такому разі пропонують альтернативу, бо питання остаточно не розв'язане. Водночас подібне граматичне рішення розглядаємо у

ролі ще одного способу імпліцитного впливу на адресата: ***Якщо** ми маємо справу з новою реінкарнацією Віктора Януковича, то ми **зробимо** з ним те саме, що зробили з оригіналом* (Є. Соболєв, УКРОП, 03.11.2015, 15:52, <http://www.ukrop.com.ua/uk/news/central/1110-yegor-sobolyev-yakscho-u-parlamentu-ne-vistachit-mizkiv-vignati-viktora-shokina-tse-zrobit-vulitsya>).

У поданому висловленні завдяки підрядному реченню вербалізовано прагнення політика, яке фактично має стати кінцевим результатом.

У деяких ситуаціях, коли мовець охоче бере на себе зобов'язання перед адресатом, підкріплюючи їх інтенсифікаторами *обіцяю, гарантую, клянуся* тощо, комісив кваліфікують як перформативний акт. Основна інтенція перформативних дієслів – збільшити прагматичну силу тексту, заручитися підтримкою соціуму: ***Я обіцяю, клянуся на цьому місці, що коли Радикальна партія прийде до влади, перші реформи, які ми почнемо в судах і в прокуратурі – розстріляємо десяток прокурорів і десяток суддів. Я сам особисто це зроблю*** (О. Ляшко, 13.10.2015, 3:36, <https://www.youtube.com/watch?v=CfF-RZ2fGFE>); ***Заробітна плата. Я знаю, що з вчорашнього вечора на ваших картках є. Отримуйте та гарантую, що так і буде надалі*** (В. Наливайченко, 12.03.2014, 0:43, https://www.youtube.com/watch?v=_P2Wek8sPYk); ***Я вам обіцяю, що по Криму: Крим буде українським, кримські футбольні зони залишаються за Україною*** (П. Порошенко, 21.11.2014, 1:32, <https://www.youtube.com/watch?v=3o4QNx5vcZw>). Маємо підстави стверджувати, що зазвичай такі обіцянки не призначені для виконання. Їх використовують здебільшого політичні активісти задля реклами політичної сили в передвиборчих кампаніях.

Тактику обіцянки в публічних виступах П. Порошенка декларує низка дієслів: *забезпечити, зберегти, зміцнити, боротися, відстояти*. Його мовлення вирізняється чіткою ціннісною ієрархією завдань, які потрібно вирішити президенту, тому політик використовує числівники, що визначають порядок реалізації завдань: *по-перше, по-друге, по-третє* і под.: ***Я прагну миру і доб'юся єдності України, тому розпочинаю свою роботу з пропозиції мирного плану. Наполегливо закликаю всіх, хто незаконно взяв до рук зброю, скласти її.***

*У відповідь гарантую, **по-перше**, звільнення від кримінальної відповідальності тих, на чийх руках немає крові українських воїнів та мирних людей.... По-друге – контрольований коридор для російських найманців, які захочуть повернутися додому. По-третє, мирний діалог* (П. Порошенко, ЛІГА. Новости, 07.06.2014, 11:35, http://news.liga.net/news/politics/2049009_rech_petra_poroshenko_posle_inauguratsii_polnyy_tekst.html).

Аналіз лексем, які позначають предмет обіцянок, уможливорює висновок про те, що в українському політичному дискурсі з однаковою частотністю вживаються лексичні одиниці конкретного (*зарплата, тарифи, відповідальність, фінансові виплати*) й абстрактного змісту (*допомога, порядок, боротьба за європейські цінності, воля українського народу*). Спостереження за мовним матеріалом дає підстави стверджувати, що тактика „обіцянка” в політичному дискурсі – важливий засіб аргументації для досягнення конкретної мети в межах не лише стратегії самопрезентації, а й маніпулятивної чи агітаційної.

Самопрезентація як мовний феномен має свою специфіку, завдяки якій відрізняється від інших комунікативних явищ. Змістовий компонент набуває різних варіантів залежно від жанру автохарактеристики відповідно до комунікативної інтенції автора. Задля досягнення певної мети політики чітко аналізують можливі стилі спілкування та мовленнєвої поведінки, обираючи ту чи ту стратегію суспільного впливу.

3.1.2. Стратегія самозахисту

Оскільки політична комунікація безпосередньо пов'язана з процесом завоювання, утримання та реалізації влади, вона повинна бути правильно спланована, що вимагає вибору відповідної КС.

Комунікативні стратегії розраховані на довгострокову реалізацію і залежать не лише від комунікатора, але й від ситуації. Основна мета стратегії самозахисту полягає в протидії нападам конкурентів та опонентів. Її використовують здебільшого для переадресації удару чи в ролі превентивного

нападу: *Вона (Ю. Тимошенко – Н.Д.) цього заслужила. Разом із російським громадянством звання героя Росії за підривну діяльність, яку ця московська зозуля проводить в Україні. Ти – герой, ти хочеш відставки Петра, вийди на трибуну й скажи, що „я хочу відставки Порошенка”. Ти чого перед собою діда пхаєш? Ти що собі дозволяєш? Моїх депутатів використовувати у кремлівських іграх* (О. Ляшко, 17.11.2016, 1:03, <https://www.youtube.com/watch?v=oI-eTAIMxJo>)?

Незважаючи на те, що стратегія самозахисту входить до групи стратегій боротьби за владу, в промові О. Ляшка вона теж має істотне значення. Однак потреба захищати свою позицію як інтенція, яка визначає вибір стратегії, зумовлена не боротьбою за владу, а боротьбою за справедливе ставлення до себе, за незаплямованість іміджу. У цьому сенсі стратегія самозахисту зближується зі стратегією самопрезентації. Ключову тактику суперечки застосовують тільки для масового адресата, найчастіше в діалогічних жанрах і коментарях Інтернет-ресурсів.

Зазвичай предмет суперечки в промовах та виступах – активно обговорювані в засобах масової інформації заяви політика або події, пов'язані з його ім'ям. Тактика суперечки як реакція на стратегію дискредитації в ЗМІ, яка впливає на адресат, нав'язує відторгнення стосовно окремо взятого політичного діяча. Інтенція стратегії самозахисту полягає у відстоюванні позитивного образу політика і партії в публічному дискурсі, захисті від нападів у боротьбі за владу. Наприклад самозахист у словах П. Порошенка під час скандалу з офшорами: ***Я перша посадова особа в Україні, яка серйозно ставить до декларування своїх доходів, сплати податків і питання конфлікту інтересів.... Ставши Президентом, я відійшов від управління активами, доручивши цю справу відповідним консалтинговим і юридичним компаніям.... Чекаю, що вони нададуть вичерпні пояснення для української та міжнародної преси*** (П. Порошенко, Волинські новини, 05.04.2016, 14:10, <http://www.volynnews.com/news/policy/poroshenko-vidpoviv-na-ofshornyukompromat/>).

Інструментом для стратегії самозахисту слугують прийоми персуазивності. Щоб переконати адресата у своїй невинності, використовують чітке структурування тексту, характерне для індивідуальної мовленнєвої манери політичного діяча. Логічність викладу підтримують метамовними показниками послідовності, які поділяють текст невеликого обсягу на змістові блоки: *Не проводив і не буду проводити жодних переговорів із жодними високопосадовцями щодо того чи іншого голосування „Самопоміч” у парламенті. ... Мені байдуже, чи на посаді голови СБУ Наливайченко, чи хтось інший!!! Я хочу бачити радикальні зміни в правоохоронних органах – в СБУ, в прокуратурі, в міліції. Я їх не бачу! Пройшло більше року. За ці зміни люди загинули і продовжують гинути. Показати фото з декількома десятками симпатичних людей у гарній поліцейській уніформі – це мізер. Не в образі Єци Згуладзе, яка робить що може. ... По переписці Висоцького з Волохом і посадах „прокурора” та „начальника митниці” для Садового у Львові скажу коротко: **Бред сивої кобили!** Інших слів не підібрав. Сорі. І останнє на сьогодні. Політики так відверто забоялись відкритих списків на місцевих виборах, що аж гидко. Сьогодні в Раді переміг страх за свої політичні кар’єри* (А. Садовий, 18.06.2015, 18:50, <https://www.facebook.com/andriy.sadovyi/posts/937830292923193>).

Зауважимо, що цей уривок характеризується певним емоційним забарвленням (з огляду на розділові знаки). Це коментар, написаний нашвидкуруч, оскільки публічна реакція вимагає миттєвої відповіді. Незважаючи на включення мовних сигналів послідовності, емоційний складник переважає над раціональним стрижнем. Потрібно звернути увагу на завершальні рядки тексту, в яких закладено намір знизити напруження ситуації завдяки використанню розмовного фразеологізму *брід сивої кобили* – стилістичного прийому, що створює іронічну тональність, яка девальвує гіперболізоване сприйняття того, що сталося.

Переважання раціонального складника також виявляється в доборі типів аргументів, до яких удається політик в екстремальній для нього ситуації. Всі використовувані в тексті аргументи – це аргументи до здорового глузду [72,

с. 166] або, за термінологією О. О. Волкова, пояснення реальності, „передумови якої містять апеляцію до примусової сили обставин, що спонукає прийняти рішення про істинність і правильність ситуації” [35, с. 314].

В усному мовленні, коли час на відповідь та її обдумування обмежений, аргументацію зводять до мінімуму. На перший план висувують абсолютизацію емоційної стриманості. Проаналізований текст ілюструє типову комунікативну поведінку народних обранців в умовах реагування на скандали, пов’язані з їхнім ім’ям. Щоразу політики відстоюють свою правоту як у діалогічних жанрах, так і в монологічному дискурсі (блогів та соціальних мережах), де аргументація менш скорочена й інформація більш деталізована: *Вова так образився на мене, що навіть пригрозив мені карами від своєї мами-єврейки. ... А моя мама – українка! Її, 19-літню з новонародженим сином, кинув мій батько, тому я виховувався у дитячому будинку та школах-інтернатах. Зі своєю мамою я спілкувався рідко, в основному на канікулах. Але люблю її та ні в чому не виню. У мене **теж життя було і є не мед**, і різні влади мені завжди не подобалися, але в мене ніколи-ніколи – за жодних обставин! – язик би не повернувся обізвати свою рідну Україну порноактрисою. І я дякую моїй мамі-українці, що навчила мене любити мою Батьківщину. Шкода, що Вовина мама не пояснила в дитинстві своєму дорогому синочку різниці між повіями й Україною* (О. Ляшко, Патріоти України, 13.11.2016, 10:51, <http://patrioty.org.ua/blogs/vova-zelenskyi-duzhe-obrazyvsia-na-mene--liashko-pokhvalyvsia-iak-distav-kerivnyka-kvartalu-95-141619.html>). Щоб знизити градус емоційного напруження, використовують короткі речення, вказуючи на потребу коректно пояснити те, що відбувається та відповідно зреагувати на конфлікт.

Як засвідчує аналіз, виявлені ознаки емоційності в усному й писемному мовленні, апеляція до логіки під час побудови структури тексту та добору аргументів у рамках реалізації стратегії самозахисту, а також засоби гумору як її ключовий прийом слугують не поодинокими, а типовими рисами комунікативної поведінки українських політиків.

3.1.3. Стратегія дискредитації

Стратегія дискредитації – глобальна стратегія у галузі мовленнєвого впливу та широко вживана в політичному дискурсі. Мета мовленнєвих дій у такому випадку безпосередньо визначається поняттям „дискредитація” – „підри́в довіри до кого-, чого-небудь; применшення авторитету, значення когось, чогось” [194, с. 284]. Такі дії позначаються відповідними лексичними одиницями: *образити* (образа), *знущатися* (знущання), *насміхатися* (насмішка), *звинуватити* (звинувачення) [74, с. 161].

Стратегію дискредитації, зокрема чітку реалізацію тактики образи спостерігаємо у мовленні О. Тягнибока, лідера партії ВО ”Свобода”, під час обговорення в мережі виступу президента Ізраїлю Р. Рівліна, виголошеного у Верховній Раді. Прибувши до України в річницю трагедії у Бабиному Яру, високопоставлений ізраїльський чиновник у своїй промові перед українськими депутатами згадав про сумну роль ОУН у Голокості. О. Тягнибок застосував тактику звинувачення та образи: *Ненаціональна влада – це коли група бариг і олігархів, прикриваючись патріотичними гаслами, заводить у парламент свої політпроекти, а, дорвавшись до корита, відверто плює на національні почуття корінної нації.... Це коли Президент Ізраїлю в присутності найвищого керівництва держави отримує головну трибуну країни для того, щоби під овації служок-олігархів принизити українців, звинувативши нас у геноциді. Українці, годі терпіти приниження на своїй землі! Нас поважатимуть тільки тоді, коли самі себе будемо поважати* (Вголос, 28.09.2016, 15:56, http://vgolos.com.ua/articles/bezpretsedentna_ganba_prezydent_izrailyu_pid_ovatsii_nardepi_v_prynyzyv_ukraintsiv_228749.html?print).

Пріоритетними в мові сучасних українських політиків визнано тактики звинувачення та образи, проте в процесі виборчої кампанії наратив народних обранців виявляє весь спектр тактик стратегії дискредитації. Саме вони слугують основою „брудних технологій” боротьби за владу. На думку О. М. Паршиної, стратегія дискредитації передбачає публічність мовленнєвих дій та розрахована здебільшого на реакцію спостерігачів (учасників політичної

ситуації, виборців, світову спільноту тощо) [142, с. 84–85]: *Їм не вдалося зробити поділ в Україні на Схід і Захід, їм не вдалося зробити поділ на українець і неукраїнець, їм не вдалося зробити поділ за релігійною ознакою, на Майдан вийшли всі!* (А. Міщенко, 09.02.2014, 1:08, <https://www.youtube.com/watch?v=8EtVPDe39Y4>); *Сьогоднішня влада нагадує мені Директорію 1918 року.... Я ставлю ультиматум: або вони почнуть негайно діяти, або вони почнуть захищати рідну Україну, або я оголошую перехід в жорстку опозицію до цієї влади* (О. Ляшко, 15.10.2014, 0:10, https://www.youtube.com/watch?t=5&v=YLfVGOzPH_w).

У разі безпосередньої присутності політичного опонента (ток-шоу, теледебати) критика може спрямовуватися саме на нього, тоді йдеться про різновид стратегії дискредитації – стратегію нападу [142, с. 85].

Цей феномен як комунікативний інструмент боротьби за владу теж відображає прояв дихотомії „свій – чужий”, її вибір детермінований мотивом принизити, усунути суперника. Говорячи про це явище як про частину комунікативних настанов автора, звертаємо увагу на те, що у мовленні політиків помітна тенденція до „зловживання”, зумовлена стратегією дискредитації, яку зреалізовують здебільшого за однаковим когнітивним сценарієм. Перевагу надають тактиці звинувачення як найбільш придатній для досягнення мети в опозиційному дискурсі. Пор.: *Опозиційний блок підтримує якісні та безпечні дороги в Україні. Ми проголосували за законопроекти про дорожній фонд сьогодні, коли частина депутатів просто відмовилася працювати і пішла з зали. І ми за те, щоб кошти, які українці виділять на ремонт доріг, не були змарновані, а ці дороги не були зруйновані* (В. Гусак, 17.11.2016, 17:47, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6368.html>).

Досить вдалий та ефективний комунікативний хід – це протиставлення базових понять *свій-чужий* / *ми-вони*. Формування образу *ми*-групи, діаметрально протилежного до *чужий*, фактично демонструє в дії комунікативну категорію чужості. У політичній боротьбі такий хід широковживаний. Як слушно зауважує О. П. Захарова, „комунікативно-організаційна роль категорії чужості проявляється на різних рівнях організації

мовленнєвого спілкування, у виборі комунікативної стратегії, жанрів спілкування, в етикетному оформленні, добиранні тематики, в характері використання засобів ефективності спілкування, ступені інформаційної повноти та експліцитності її виразу, в кількості комунікативних імплікатур, тональності” [70, с. 169].

В адресата комунікації, електорату й однодумців формується відчуття фрустраційної ситуації за допомогою звинувачення опонента, завдяки чому ця тактика практично всюди з’єднується з тактикою заклику: *А те, що говорив попередній оратор, я вам скажу: попередній оратор давно вже перетворив комітет на площадку для свого власного піару. І якщо його особисті дружбани не проходять у якісь комітети, тому він допускає собі виступати так у залі Верховної Ради. Це не друг, видно, пана Соболева і це не друг, видно, тих людей, які зараз не будуть голосувати за цю кандидатуру. Я не вважаю за потрібне надавати слово, тому що у нас є два прізвища таких, то, значить, два мають виступати* (І. Мельничук, 09.02.2017, 10:31, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6422.html>). Як бачимо, об’єкт звинувачення занурюється в контекст негативно маркованих ідеологем, супроводжується предикатами поширення зла.

Звинувачення та мовленнєві дії дискредитації мають єдину, спільну комунікативну мету – інформувати про негативну оцінку. Проте звинувачення відрізняється від образи тим, що не передбачає наміру принизити, виставити на посміх. На думку О. С. Ісерс, зі звинуваченням можна погодитися хоча б частково, тобто можлива реакція на зразок „У твоїх словах є дрібка правди” [74, с. 161].

Результати мовленнєвого впливу слугують індикатором успіху стратегії дискредитації, проте важливий чинник – невербальні засоби впливу. Наприклад, депутати з об’єднання „Самопоміч” і Радикальної партії на знак протесту проти ухвалення змін до закону про прокуратуру залишили сесійну залу Верховної Ради. Такі протести в парламенті відбувалися неодноразово.

Озвучуючи офіційну позицію своєї політичної сили, голова Радикальної партії зазначає: *Ми вважаємо, що те, що зараз відбулося, це профанація боротьби з корупцією. Реальної боротьби з корупцією не було і немає, це ручне управління антикорупційним прокурором, коли нам розказують про те, що це має голосувати зал Верховної Ради* (О. Ляшко, 02.08.2015, 19:57, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/5941.html>).

Тим часом тодішній Голова Верховної Ради реагував емоційно: висловив оцінку, вдаючись до мовленнєвої тактики звинувачення: *У мене в кабінеті була робоча нарада, де визначились 7 і 4 голосування в залі рейтинговим шляхом: від парламенту – 7, від комітету – 4. Ця була сформульована пропозиція? Ця була пропозиція? Ця. Я поставив її на голосування, вона набрала більшість голосів? У чому є проблема? Я зробив так, як ми домовились щойно на нараді. Все інше, я вважаю, що це є просто спекуляцією* (В. Гройсман, 02.08.2015, 19:50, там само). Очевидно, адресат відчуває образи й переконується в несправедливому звинуваченні.

У процесі аналізу виступів українських політиків спостережене активне застосування тактики конструювання образу ворога: *Нинішній донецький клан.... Він виріс на крові* (Т. Чорновол, 19.01.2014, 2:13, <https://www.youtube.com/watch?v=rZoS1r3hsHI>); *Саме чому влада зараз нас боїться, таврує, б'є, вбиває? Тому що вони розуміють, що в Україні немає громадянського протистояння, в Україні є протистояння народу з цією бандитською владою* (А. Міщенко, 09.02.2014, 0:49, <https://www.youtube.com/watch?v=8EtVPDe39Y4>). Використання в'їдливих метафор та негативних маркерів допомагає створити потрібний образ опонента.

Тактику делегітимізації опонента в абсолютному вияві на когнітивному рівні демонструє низка українських політичних діячів: *Я довгий час присвятила, як журналіст, розслідуванням тих часів, коли формувався нинішній донецький клан, донецька мафія, яка зараз керує країною* (Т. Чорновол, 19.01.2014, 1:32, <https://www.youtube.com/watch?v=rZoS1r3hsHI>); *Коли, так звана, парламентська більшість. ...проголосували, так звані, закони, які є*

„Фількиною грамотою”, адже були прийняті в спосіб антиконституційний (О. Ляшко, 19.01.2014, 0:10, <https://www.youtube.com/watch?v=rVdW8GCPwhs>); *Янукович впаде, і з ним впаде Партія регіонів, тому що це – колос на глиняних ногах, який тримається за рахунок шантажу, за рахунок підкупу, за рахунок страху* (А. Міщенко, 09.02.2014, 6:23, <https://www.youtube.com/watch?v=8EtVPDe39Y4>).

Подані фрагменти яскраво демонструють реалізацію стратегії дискредитації шляхом застосування саркастичного коментаря, який супроводжує окремі цитати. Сарказму властивий уїдлиний характер, що переконливо свідчить про наміри адресанта – висміяти формулювання тез. Останні створюють враження завдань масштабних розмірів, хоча насправді прості й дещо абсурдні. Задля досягнення потрібного ефекту політики акцентують на метафорично-фразеологічних висловах, як-от: *фількина грамота, колос на глиняних ногах*. Остання конструкція досить активна в контексті оцінки діяльності четвертого Президента України. Вона сприяє формуванню імпліцитної оцінки політика, який має на меті план дій ілюзорного змісту.

Отже, застосування стратегії дискредитації передбачає певний набір мовних тактик, які відповідають конкретній меті: тактики звинувачення, нагнітання негативного, які окреслюються в процесах нанизування негативних фактів або наслідків; тактики непрямих образ, формування та навішування ярликів.

3.1.4. Агітаційна стратегія

Передвиборча агітація – це особливий тип комунікації політика зі своїм електоратом. Для агітаційного тексту характерні специфічна мовно-стилістична організація, імперативи, зумовлені специфікою авторської мети, що полягає в емоційному, ментальному, психологічному впливові на потенційного виборця, який стане рушієм до прогнозованих дій. Зрозуміло, що це явище містить певний набір мовних тактик – конкретизованих способів, прийомів та методів,

які за допомогою вербальних та невербальних засобів наближають реалізацію мети, тобто роблять можливою підтримку виборців.

Агітаційна стратегія перебуває на перетині стратегій самопрезентації та дискредитації. Відповідно, агітаційний дискурс містить подібний набір комунікативних тактик і прийомів.

1. Апелювання до духовних, моральних та історичних цінностей народу. Досить часто українські політики, балотуючись до Верховної Ради чи на пост Президента України, намагаються налагодити контакт із виборцем, удаючись до маніпуляції найсакральнішими аспектами людського життя. Наприклад, П. Порошенко в переддень парламентських виборів використовує прийом прихованої агітації: *Прошу, обирайте по совісті. Пам'ятайте лише, що голосування за гроші відтепер є злочином не лише тих, хто купує, але й тих, хто продає. Вимірювати свій голос гривнями значить торгувати Вітчизною* (25.10.2014, 14:08, <http://www.president.gov.ua/news/golosujte-za-ukrayinu-zvernennya-prezidenta-ukrayini-napered-33953>). У такий спосіб оратор в евфемістичній формі висловив заклик до виборців голосувати за партію, творцем якої є він сам і яка, на його думку, єдина може вирішити весь арсенал проблем у країні, спираючись (обов'язково!) на європейські та національні цінності. Послугуючись концептами *злочин* та *гріх*, П. Порошенко тисне на свідомість громадян із нестійкими суспільно-політичними переконаннями, намагається вселити страх за скоєне (у цьому випадку – проданий голос на виборах), оскільки згадані концепти актуалізуються архетипними носіями психологічного відчуття провини. Подвійний сенс має фраза *найважливіша наша мета – мир* (25.10.2014, 14:08, там само), оскільки займенник *наша* вказує одночасно на українців загалом, на чолі яких перебуває Президент, і на політичну партію зокрема, творцем якої є саме він. Зрештою, в поєднанні з гостро актуальним концептом *мир* двозначність стирається, у глядачів виникає почуття солідарності з тим, хто говорить, що автоматично трансформується у вибір на користь політика.

А. Гриценко у передвиборчій промові загалом намагається відійти від стратегії агітації й звертається до виборців так: *Я не збираюся вас сьогодні агітувати. Давайте поговоримо про життя* (06.05.2014, 0:10, <https://www.youtube.com/watch?v=ms04J93fYUA>), створюючи таким чином атмосферу неформального спілкування, душевної розмови. Політик торкається важливої для українського суспільства теми Другої світової війни, описово згадуючи ветеранів. І саме тут А. Гриценко, очевидно, намагаючись викликати співчуття та розуміння аудиторії, коротко повідомляє про долю своїх рідних, які брали участь у війні. Такий вибір мовних одиниць, їхня структура і змістове наповнення сукупно працюють на одну мету: переконати віртуального слухача (співрозмовника) в тому, що політик „свій”, він також страждає, він, як і будь-хто інший, відчуває біль втрати. Наступні репліки звучать як заклик-побажання, де основну роль відіграє дієслово умовного способу *хотів би*. Власне, в основі будь-якої агітації лежить заклик, який за теорією мовленнєвих актів накладається на відому семантичну формулу – „Я хочу, щоб ти зробив Р” [30, с. 251–275]. Заклик належить не лише до тактик агітаційної стратегії, однак, за О. С. Ісерс, використовується, на відміну від мовленнєвих актів, для досягнення довгострокової мети – перемоги на виборах [74, с. 73]. Проте тактика заклику, зреалізована А. Гриценком, виглядає дещо зредукованою, оскільки політик, наче забуваючи про справжню мету його промови, скеровує реципієнта в царину морально-етичних цінностей: *Я хотів би, щоб ми пройшли ці дні без втрат, без провокацій, спокійно, і теплом зігріли тих, кого обпалило життя в тяжкі роки Другої світової і Великої Вітчизняної. Поговоріть із цими людьми. Вони розкажуть правду* (06.05.2014, 2:22, там само). Народний обранець закликає співгромадян (виборців) пригадати подвиги своїх батьків-дідів-прадідів, тобто апелює до національної пам’яті. Як відомо, архетип Батька і Матері відіграє надважливу роль у ментальному просторі будь-якого українця. Крім того, кандидат у президенти намагається вказати виборцям шлях пошуку правди – явища, у якому українське суспільство має особливо гостру потребу.

Існує інший спосіб актуалізації духовного аспекту українського суспільства, який полягає в тому, що політик свідомо „витягує” назовні позитивні риси народу, гіперболізує їх, намагаючись „заслужити” схвальне ставлення потенційного виборця. Наприклад, Ю. Тимошенко зазначає: ***Україна сьогодні дуже особлива, в Україні ви, люди, які вибороли свободу, відкрили абсолютно нову душу світу в Україні. У нас – свобода, у нас – прагнення до змін, у нас – сила, мужність і відвага*** (29.03.2014, 0:31, <https://www.youtube.com/watch?v=99nINXZpLvk>).

Отже, ця тактика активує у свідомості виборця такі загальновідомі й однаково важливі концепти, як совість, гріх, мир, патріотизм, батько, матір, правда, Батьківщина, душа, сила, мужність, відвага, свобода тощо.

2. Розширення власного позитивного образу. Ця тактика має на меті повідомлення фактів, звісно ж, позитивного характеру, які доповнюють імідж уже добре відомої постаті новими досягненнями, рисами, приємними для аудиторії. Цей метод дуже важливий в агітаційній стратегії, оскільки виборці мусять знати, за які досягнення, напрацювання обирати того чи того кандидата. Тому акцент на власних здобутках і перемогах постає потрібним складником агітаційного дискурсу, а не самовихвалянням. Приміром, П. Порошенко у промові перед парламентськими виборами 2014 р., у яких брала участь його партія, досить зручно скористався своєю посадою Президента України: ***Як кандидат у президенти я обіцяв Угоду „Про асоціацію з Євросоюзом”. І ми добилися її підписання, ратифікували та почали виконувати.... Я обіцяв Закон „Про очищення влади”, і Закон „Про люстрацію” вже підписано, і вона вже почалася. Обіцяв позачергові вибори Парламенту, і вони вже завтра*** (УКРІНФОРМ, 12.10.2014, https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/1721452-golosuyte_za_ukraiinu___zvernennya_prezidenta_1984717.html). У такий спосіб політик надає неспростовні аргументи на свою користь, довівши свій професіоналізм і компетентність. На тлі масового невиконання обіцянок політичними діячами тип комунікації з виборцем „я обіцяв – я виконав” дуже актуальний і сприймається однозначно позитивно.

Агітаційний текст, у якому наявне апелювання до вічних цінностей, наприклад біблійного наративу, з якого політик вибирає, безперечно, найвагоміші доктрини, вчення, афоризми, приваблює високим пафосом та благородством. Зокрема О. Богомолець серед своїх життєвих правил як основні виділяє біблійні імперативи, демонструючи це власною промовою: *Будувати країну на тих принципах, які я сповідаю, а це, власне, вічні принципи, які базуються на словах „не вкради!”, „не збреши!”, „не вбий!”, із цим Парламентом я не вважаю, що це буде можливо* (30.04.2014, 1:56, <https://www.youtube.com/watch?v=wUjOl7Q5YlM>). У такий спосіб кандидат у Президенти одразу відмежувала себе від інших політиків, передусім від чинних народних обранців. Загалом тактику формування та розширення власного позитивного образу реалізують зазвичай одночасно з тактикою (її ми опишемо нижче) викриття, критики, звинувачення своїх опонентів.

3. Вказівка на стратегічні помилки та духовні недоліки опонентів.

Фактично жоден із політиків не оминає нагоди покритикувати своїх суперників чи попередників. Така критика дуже часто містить приховану ідеалізацію кандидата, тобто ті явища, дії, вади, які викриваються у „ворогів”, звісно, зовсім відсутні у комуніканта. Натомість він володіє винятково протилежними, а отже, позитивними рисами. У масиві текстів особливо помітна критика, все інше залишається на рівні підтексту. Наприклад А. Гриценко в уже згадуваній промові, попри ліричний вступ, згодом все ж перейшов на звинувачення: *Влада, замість спокою, впевненості, продуманих вивірених рішень і дій генерує постійно безлад, істерику. ... Вона не виконує того, що обіцяла людям, які вийшли мільйонами на Майдан Оті всі квотні кадрові призначення (одну область – „Батьківщині”, одну область – „Удару”, прокурора – „Свободі”)* (06.05.2014, 3:06, <https://www.youtube.com/watch?v=ms04J93fYyA>). Викривальна інтонація та відповідні комунікативні засоби автоматично позиціонують кандидата як справедливого суддю, якому відомі таємні істини, доступ до яких закритий для пересічних громадян. Відповідно, рейтинг того, хто звинувачує, зазвичай зростає: *Нам все потрібно зробити, щоб жодного голосу ця*

бандитська зграя не вкрала в українців. ... Коли вони крадуть наші голоси, вони крадуть наше майбутнє (А. Міщенко, 06.05.2014, 7:23, <https://www.youtube.com/watch?v=8EtVPDe39Y4>). У цьому уривку чітко простежується вказівка на духовні недоліки опонентів, *бандитської зграї*, яка не гребує порушенням заповіді „не вкради”.

4. Позбавлення альтернативи (політичний шантаж). Такий комунікативний прийом політтехнологи використовують як один із найбільш сильних психологічних маневрів. Схема реалізації цієї тактики приблизно така: „Якщо ви хочете отримати певний пакет благ, то у вас є *лише один* шлях їх отримати, проголосувавши за того чи того кандидата, бо лише він, і ніхто інший, здатен втілити ваші сподівання”. Цей мовленнєвий прийом нагадує тактику шантажу.

Чинний Президент України П. Порошенко фактично прямо і відверто натякає, яким має бути вибір українців на парламентських виборах 2014 року: *Політичної волі мені аж ніяк не бракує. Та потрібна ще й більшість у Верховній Раді: реформаторська, а не корупційна, проукраїнська та проєвропейська, а не прорадянська. Без такої більшості в Парламенті президентська програма, у яку в червні повірили мільйони українців, так і залишиться на папері* (25.10.2014, <http://www.president.gov.ua/news/golosujte-za-ukrayinu-zvernennya-prezidenta-ukrayini-napered-33953>). Друга реченнєва конструкція не містить займенника, який указував би, кому саме потрібна більшість, мовець обійшовся лише модальним дієсловом, створивши ілюзію наявності вибору.

5. Декларування власної політичної стратегії. Без цього прийому неможливий будь-який агітаційний текст. Політик обов’язково формулює свій політичний план, який буде втілюватися після його обрання до певного державного органу. Такий мовленнєвий фрейм, що має футурологічне спрямування, будується на основі концепту обіцянки. Перспективи неодмінно збігаються зі сподіваннями, бажаннями, вимогами громадськості, оскільки інакше досягнення комунікативної мети буде менш імовірним. П. Порошенко,

для прикладу, використовує основний аргумент українців, вступ до Євросоюзу як виняткову прерогативу власної партії: *Мої колеги вже підготували проект коаліційної угоди. В її основі лежить стратегія 2020. Це розроблений нами план змін, реалізація якого забезпечить впровадження європейських стандартів життя та гідне місце нашої з вами країни в світі. До 2020-го року Україна має бути готова подати заявку на членство в Європейському Союзі* (Українська правда, 25.10.2014, 15:58, <https://www.pravda.com.ua/rus/news/2014/10/25/7041924/>). Стрижневі поняття у промові Президента – *європейські стандарти і членство в Європейському Союзі* – на момент парламентської передвиборчої кампанії постають чіткими позитивними концептами, що втілюють основні бажання українського суспільства.

О. Богомолець акцентує на потребі зміни владної верхівки та обіцяє виборцям змогу в будь-який момент змістити владу: *Мають бути призначені дострокові вибори Парламенту. ... Завдання всієї української громади – обрати нових кандидатів на нових умовах, підписуючи з ними трудову угоду про те, що вони мають робити в Парламенті, і те, на що вони готові йти* (30.04.2014, 2:15, <https://www.youtube.com/watch?v=wUjOl7Q5YIM>). Далі політик говорить про потребу створення механізму відкликання чиновників. Мовна конструкція „відкликання чиновників із виборних посад” набула в суспільстві позитивної конотації, тому той, хто апелює до цієї проблеми, обіцяючи її вирішити, ймовірно, матиме політичний успіх.

Ще одна визначальна риса агітаційного тексту, яка реалізується в межах тактики декларування власної політичної стратегії, це використання складеної форми дієслів майбутнього часу: „будемо ініціювати”, „будемо створювати” та ін. Наприклад у мовленні Ю. Дерев’янка такі конструкції часто вживані: *Ми будемо однозначно і першочергово ініціювати зміни до виборчого законодавства щодо відкритих партійних списків. Це однозначно. І будемо створювати величезний громадський резонанс і тиск, щоби всі люди зрозуміли, наскільки це важливо. Друге: ми будемо ініціювати абсолютно конкретний*

закон „Про відкрите фінансування політичних партій” (22.10.2014, 0:20, <https://www.youtube.com/watch?v=-XCXwOFeOPo>).

Отже, агітаційна стратегія базується на інтенції переконати в істинності своєї позиції, викликати у виборця бажання діяти на користь агітатора. Тактика заклику міститься передусім у листах, доповідях, зверненнях до соратників, теледебатах та інших інтерактивних жанрах, де є масовий адресат. Під час її вербалізації реалізуються різні лексичні та граматичні репрезентації закличних конструкцій. Відчутні лозунговість, оптимізм, занурення в морально-духовні цінності, що формує стрижень агітаційного дискурсу.

3.1.5. Стратегія компромісу

Політичне середовище загалом вважають досить конфліктогенним, адже індивід, займаючи ту чи ту нішу в державній ієрархії, виконуючи арсенал покладених на нього обов'язків, усе ж є носієм певного набору власних світоглядних рис, які дуже часто дисонують із суспільними вимогами, вказівками вищих рівнів влади, правилами міжнародної політики тощо. Іntenція утримання влади спричиняє залучення до арсеналу інструментів політичної комунікації стратегії компромісу, головна мета якої – примирення потенційних протиріч у публічному дискурсі.

Дослідники пропонують альтернативну назву цій мовленнєвій стратегії – ухиляння. Мають на увазі демонстрацію „небажання відкривати інформацію, на яку є запит” [160, с. 150]. Ухиляння від прямої відповіді зазвичай витлумачують як тип мовного реагування [156, с. 7], як окрему комунікативну стратегію політичного дискурсу [73, с. 78–90], як тактику мовної поведінки інтерв'юйованого [160, с. 151], як комунікативний прийом [74, с. 217], як мовну технологію в розмовному діалозі [118, с. 229–239].

За наявності синонімічних номінацій вибір терміна „компроміс” зумовлений важливим для нас акцентом на те, що політик планує не стільки відхід від відповіді, скільки гармонізацію спілкування [195, с. 218], створення когнітивного балансу в умовах неоднозначної ситуації. Стратегію компромісу

найчастіше застосовують у діалогічних жанрах і зреалізують кількома тактиками: закликом до поступок, компромісу чи допомоги; пропозицією, що містить виняткове чи надважливе значення; незгодою, що залучає до тексту пояснення причин; вказівкою на недоцільність певних дій чи рішень; власне згодою з певним емоційним забарвленням (вдячність, повага, захоплення тощо).

1. Пряма пропозиція (заклик до) компромісу чи допомоги. Зрозуміло, що ця тактика безпосередньо спрямована на те, аби досягти з опонентом згоди, йдучи на односторонні чи взаємні поступки. В умовах демократичного суспільства політичний компроміс стає головним засобом досягнення спільної надважливої мети.

Сучасна українська суспільно-політична ситуація, як ніколи раніше, вимагає від народних обранців умілого застосування КС компромісу задля зниження напруженості в суспільстві, досягнення результатів у військово-стратегічній сфері. Власне, український політикум демонструє заклики до компромісу чи якісь альтернативні рішення саме в галузях, які нині перебувають у вкрай кризовому стані – військовій, економічній, житлово-комунальній, євроінтеграційній.

Зокрема В. Пинзеник висловлюється, використовуючи формулювання конкретного змісту *я хочу*, хоча перед цим досить обґрунтовано пояснює свою потребу: *Шановні народні депутати, цей закон має проблеми, тобто в тій редакції, в якій він підготовлений, його треба правити. Але там є вкрай важлива норма, яку я хочу, щоб ми підтримали* (09.12.2015, 11:25, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6064.html>). Далі політик провадить тлумачення тієї „надважливої норми”, що вже стосується радше інформаційно-інтерпретаційної стратегії. Попри бажання політичного діяча проголосувати за певний закон (а йдеться про законопроект щодо збільшення впливу громадськості на процес люстрації), він усе ж визнає недосконалість цього документа: *закон має проблеми, його треба правити*. Така чітка критика і

свідоме визнання очевидного – свідчення його професіоналізму, а отже, й авторитетності.

Під час сесійних засідань політики демонструють високий рівень умінь переконувати своїх колег у доцільності проголосувати за той чи той законопроект, диференціювавши ті його переваги, які зможуть бути незаперечним аргументом. В. Чумак, приміром, під час голосування за законопроект щодо реформування прикордонної служби указує передусім на важливість цього документа, але й помічає також недоліки: *Шановні колеги, це важливий для прикордонників закон, хоча він і має технічний характер. Цим законом надається право підрозділам внутрішньої власної безпеки прикордонників проводити контррозвідувальну діяльність у власних інтересах, особливо на території там, де проводиться антитерористична кампанія* (10.12.2015, 13:06, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6067.html>). Далі народний обранець удається до формул гречності (прохання з використанням етикетних кліше) і навіть певною мірою до лестощів: *Я вас дуже прошу проголосувати за цей закон. Я дуже поважаю моїх колег із фракції „Самопоміч”, я дуже шаную їхню політичну позицію. Але дуже прошу. ... зробити виняток для мене, як колишнього прикордонника, їхнього великого друга, і проголосувати за цей закон* (10.12.2015, 13:06, там само). Мовець, зрештою, перейшов на особисте, відкривши певні факти власної біографії (колишній прикордонник, їхній великий друг), вказавши на значно вищу міру його відповідальності перед прикордонниками як суспільною групою.

В. Гройсман на посаді Голови Верховної Ради продемонстрував готовність розв'язувати конфлікти дипломатично. Наприклад щодо ситуації в Кривому Розі, де у листопаді-грудні 2015 року відбулася фальсифікація виборів та певні політичні катаклізми, спікер намагався позиціонувати себе мудрим наставником, використовуючи відповідні дієслівні конструкції: *Я закликаю всі фракції коаліції провести додаткові консультації, закон є обговорений і може бути проголосований у будь-яку хвилину. Я прошу це зробити, колеги. Ми маємо знайти політико-правове рішення щодо вирішення цього конфлікту*

(10.12.2015, 18:25, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6069.html>).

Згодом політик, очевидно, задля концентрованого психологічного впливу повторює ці формули, використовуючи словесні акценти: *Хочу ще раз підкреслити, що ми маємо знайти можливості для прийняття рішення і зняття цієї напруги, яка відбулася. Тому я всі закликаю політичні сили до знаходження компромісу: 226 голосів. Всіляко готовий цьому сприяти* (10.12.2015, 18:25, там само). Прямий заклик до компромісу, підкріплений обіцянкою безпосередньої участі у прийнятті того чи того рішення, з уст Голови Верховної Ради України звучить як настанова, останнє слово, яке, попри відсутність будь-яких імперативів, буде виконано.

Політики Опозиційного блоку, наприклад Н. Королевська, використовують манеру мовлення від першої особи множини, демонструючи колективність і єдність своїх рішень: *Ми наполягаємо на тому, що сьогодні, як мінімум 3 тисячі гривень, є гроші на те, щоб отримували пенсіонери, як мінімальна пенсія. І відповідний законопроект ми зареєстрували в парламенті* (08.02.2017, 11:21, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6420.html>).

Інший відомий опозиціонер пропонує досить конструктивний спосіб досягнення консенсусу: *Необхідно виправити помилку в Податковому кодексі, щоб підтримати фермерів. Ми наполягаємо повернутися на цьому пленарному тижні до розгляду законів, які стосуються підвищення соціальних стандартів, зарплат і пенсій. ... Але всі питання, які розділяють українське суспільство, повинні бути відокремлені. Ми повинні шукати компроміс і злагоду заради об'єднання і розвитку. Якщо ж політики не здатні – нехай народ обирає інших. Дякую за увагу* (Ю. Бойко, 15.03.2016, 10:13, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6137.html>). Ключові концепти, виокремлені в цьому висловленні, свідчать значною мірою про відсутність у політика бачення, яким має бути компромісне рішення, адже дієслово *повинен* належить до групи імперативів.

2. Пропозиція з акцентуванням на її ексклюзивності/необхідності.

Досить часто українські політичні діячі вдаються до акцентування на

пріоритетності власних політичних рішень, поглядів, ідей. Для цього вони застосовують найрізноманітніші словесно-психологічні прийоми, наприклад персоналізоване звертання: *Я до пана Кубіва, до пана Зубка і до пані Уляни Супрун. Степан Іванович, команда Президента забулася за Волинь* (І. Гузь, 10.02.2017, 10:50, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6426.html>). Звертаючи увагу на нагальну потребу фінансування перинатального центру Волині, політик емоційно критикує дії влади, намагаючись хоч якось зрушити це питання: *Петро Олексійович за два з половиною роки, скоро три, ні разу не приїхав, Гройсман ні разу не приїхав. Я прошу, позавчора Кабмін виділив по 45 мільйонів на перинатальні центри для Чернівців, Львівщини. Дякуємо, молодці! Але волиняни-депутати, отут шестеро звернулося, депутати обласної ради, міської: допоможіть копійкою, Волинський обласний перинатальний центр. Ні!* (10.02.2017, 10:50, там само). Незадоволення, обурення ситуацією, що склалася, підсилюють вживанням лайливого вислову: *Я вас дуже прошу, ми маємо слабого лобіста, голову обласної адміністрації Гунчика, який нічого не може вибити для Волині. Міняйте його к чортовій матері! А вас прошу, зверніть увагу на Волинський перинатальний центр і приїжджайте, передайте Порошенку, Гройсману, на Волинь* (10.02.2017, 10:51, там само). Упевненість у своїх діях і словах – один із найвпливовіших психологічних прийомів у веденні політичної суперечки.

О. Ляшко як лідер Радикальної партії вказує не лише на ексклюзивність його пропозиції, а за допомогою інфінитивних (по суті, імперативних) конструкцій пропонує шлях реалізації цих пропозицій: *У мене є конструктивна пропозиція для того, щоб цей законопроект був підтриманий всім залом, кожна група чи фракція дала по пропозиції, треба їх врахувати, об'єднати, консолідувати зал і проголосувати* (02.02.2016, 17:09, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6111.html>). Далі політик, пропонуючи відзначити 13 червня (день визволення Маріуполя) на державному рівні, оперує важливими для суспільства поняттями воїнської доблесті, мужності та відваги. Радикал, урешті-решт, удається до підміни

понять, перетягуючи заслуги військовослужбовців на тих, хто зовсім не долучався до визволення Донбасу: *І як приклад доблесті наших добровольців, наших військовослужбовців, які звільняли і захищали рідну українську землю, показавши приклад всій країні, що ми можемо перемагати, можемо звільнити окуповані території, і так буде з усім Донбасом, який ми обов'язково звільнимо* (02.02.2016, 17:09, там само). Невмотивований перехід від третьої особи до першої свідчить, найімовірніше, про популізм і симуляцію державного подвигу для підвищення власного рейтингу.

3. Незгода з поясненням причин. У будь-якій цивілізованій суперечці важливо логічно пояснити свою позицію, інакше політик утратить авторитет і в електорату, і у колег.

Ю. Береза, називаючи бойовиків на Сході мавпами з гранатами в лапах, які не здатні виконувати жодні умови чи домовленості, висловлюється так: *Я все більше і більше переконуюсь, що Мінські угоди все ж таки це помилка* (09.12.2014, 6:04, <https://www.youtube.com/watch?v=6LCCRO9Po5o>). Таким чином політичний діяч непрямо виявляє свою незгоду з політикою Президента України. Однак на запитання журналіста, чому тоді Президент удруге робить помилку, намагаючись домовитися з терористами, він ухиляється від чіткої відповіді, обмежуючись коротким заперечним реченням – *Не знаю*. Очевидно, у такий спосіб політик уникає конфронтації з владною верхівкою.

Один із лідерів об'єднання „Самопоміч” Є. Соболев використовує прямі вказівки на недосконалість певного законопроекту: *Цей закон був визнаний корупціогенним. Я „за” те, щоби ми мали безвізовий режим, але при чому тут надання державному підприємству права заробляти від імені держави, при чому тут приватний бізнес, або бізнес, який робиться під прикриттям держави* (14.07.2016, 16:49, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6279.html>). Застосування однорідних конструкцій, які створюють ефект градації (низхідної), сприяє переконливості. Наполягання на своїх чітких позиціях політик формулює за допомогою клішованої фрази, яка містить вказівку на безкомпромісність щодо тих чи тих злочинних дій: *Цей закон містить*

корупціогенні норми, тому **я голосував і буду голосувати проти його ухвалення** (14.07.2016, 16:52, там само).

4. Заперечення доцільності тих чи тих політичних рішень. У процесі пошуку консенсусу українські політичні діячі досить часто вдаються до відвертої критики рішень вищих щаблів влади, уряду, президента.

Приміром, Ю. Бойко намагається використати тактику зняття із себе відповідальності, не стільки пояснюючи причини такої ситуації, скільки критикуючи помилки опонентів: *Країна впевнено рухається в бік найбідніших країн світу. Беззаперечним доказом цього є руйнація реального сектору економіки, знищення малого і середнього бізнесу та промисловості. Рівень безробіття досяг небувалих розмірів, тільки серед молоді він становить 23%. Втрата робочих місць, девальвація національної валюти і зростання цін зачепили більшість українських громадян. Разом із тим уряд продовжує піднімати комунальні тарифи, називаючи це реформами* (15.03.2016, 10:13, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6137.html>).

О. Ляшко, заперечуючи вагомість підвищення пенсій для держслужбовців як привілейованої касти, емоційно сперечається із Л. Денісовою. Водночас головний радикал знову переходить на популізм, адже моделює ситуацію безпосереднього спілкування з народом, використовуючи просторіччя: *Я вам скажу, шановна пані, хто мені підказував: мені баба Маня в селі підказує, яка прогорбатила все життя – і 940 гривень пенсії! Мені дід Іван підказує на заводі, який сталеваром пропрацював і отримує копійчану пенсію!* (10.12.2015, 11:57, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6067.html>). Згодом політик переходить на образи та гіперболізує негативну роль держслужбовців у суспільстві, користуючись думкою, яка побутує серед українців: *А водночас я бачу держиморд у кабінетах: теплих, затишних, охайних, які папірці з одного кінця стола в інший перекладають і 10 тисяч пенсії в місяць отримують!* (10.12.2015, 11:57, там само). Словесний двобій завершується дещо пафосними риторичними окликами-запитаннями, які містять одночасно звинувачення: *Де*

справедливість?! Чому ви грабуєте простих роботяг і віддаєте все тим, кого вони годують? (10.12.2015, 11:57, там само).

5. Згода (згода через оцінку спілкування / згода-вдячність). Попри значну напруженість у стосунках, український політикум знаходить шляхи, способи та причини для висловлення своєї згоди з приводу певного політичного рішення опонентів, колег, керівників. Зазвичай політичні діячі не лише погоджуються з тими чи тими постановами, думками, а й нерідко засвідчують певне емоційне ставлення (вдячність, підтримку, визнання тощо). Найчастіше таку позитивну оцінку висловлюють від першої особи множини, ймовірно, для того, аби приховати свою власну особу за колективним „я”. Детальний аналіз матеріалу дав змогу віднайти такі формулювання: ***Ми підтримуємо Юрія Луценка про те, що димова завіса зміни уряду сьогодні не має зруйнувати роботу над Податковим кодексом та бюджетом України*** (О.Березюк, 09.12.2015, 10:43, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6064.html>); ***Правильно колега Васюник говорить про те, що стимулювати потрібно тих, хто готовий працевлаштовувати ветеранів АТО, всіма можливими способами*** (А.Лозовой, 02.02.2016, 16:30, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6111.html>); ***Хотів би відзначити, що ми вітаємо, що Президент України підтримав питання спеціальної конфіскації*** (А. Яценюк, 19.09.2016, 9:19, <https://www.youtube.com/watch?v=6u1E6r5eJH8>). Особливої уваги заслуговує висловлення О. Ляшка щодо виступу Джо Байдена, оскільки український політик, як нам здається, висловлює згоду-вдячність і навіть захоплення, приховано іронізуючи над своїми українськими колегами: ***Вчора всі ми отримали незабутнє враження від виступу Віце-президента Сполучених Штатів Джо Байдена в українському Парламенті. Це було справжнє видовище та майстер-клас ораторського мистецтва для всіх нас*** (09.12.2015, 10:46, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6064.html>). Мабуть, народний обранець має на увазі те, що якраз-таки красномовства та вмінь виступати на публіці українцям не бракує. Далі О. Ляшко цілком серйозно висловлює особисту вдячність американському колезі, не припиняючи іронізувати над колегами-співвітчизниками: ***Так, доля нації та її***

майбутнє в наших руках. Дякую пану Байдену за це нагадування. Думаю для багатьох у цій залі воно було не зайвим (09.12.2015, 10:46, там само).

3.1.6. Інформаційно-інтерпретаційна стратегія

Мета, закладена в основі інформаційно-інтерпретаційної стратегії, – „інформування громадян про найважливіші події соціального, економічного та політичного життя” [142, с. 75]. Згідно з класифікацією О. М. Паршиної, ця КС входить до групи стратегій утримання влади, тому ми визначаємо її як одну з провідних у комунікативній поведінці політичної еліти України. Проте, оскільки наш аналіз охоплює виступи представників влади не тільки в ЗМІ, але й у ситуаціях публічної комунікативної взаємодії з колегами, інтенцію інформаційно-інтерпретаційної стратегії варто сприймати розширено: інформувати населення, своїх партнерів, представників судової гілки влади про дії в галузі регіонального самоврядування, про події соціального, економічного, військово-стратегічного плану тощо.

Досліджувана КС представлена низкою тактик, в основі яких є спосіб інтерпретації тієї чи тієї інформації. Зокрема особливе значення мають тактики визнання наявності проблеми, роз’яснення, судження з вираженням емоційно-оцінного ставлення, ілюстрування та ін.

1. Визнання наявності проблеми. Як відомо, труднощі існують у будь-якому соціумі, але не кожен політик володіє мистецтвом успішного витлумачення конкретного питання. Найчастіше політичні діячі прагнуть говорити не про наявність проблем, а про факти, які вказують уже на шляхи розв’язання або на зроблені кроки для їхнього усунення. Вказуючи на проблеми, політики іноді відкрито кажуть про них за допомогою застосування тактики, вербально реалізованої такими висловленнями, як *існує низка проблем* або *є такі проблеми*. Далі перераховують і докладно описують певні перешкоди або спочатку вказують на конкретну галузь, у якій існують проблеми, а потім уже описують їх.

Під час телевізійного інтерв'ю голова партії „Блок Петра Порошенка” І. Гринів на зауваження журналістки про велику кількість політичних партій в Україні, яка до того ж зростає швидкими темпами, висловлює згоду, визнаючи це явище негативним: *Запит на нові кольори в суспільстві є. І на нові відтінки, це правда. Тобто у суспільства трошки замилюється вже погляд на попередні політичні сили і появився такий запит: „А давайте ми проголосуємо за тих, за кого ще ніколи не голосували. Не тому, що вони там хороші чи погані, а давайте поспробуємо ще за тих”.* **На жаль**, цей запит є (01.07.2016, 17:20, <http://youtube.com/watch?v=pZL6B9v-vrI>). Ключовим у цьому контексті є вставне слово *на жаль*, яке свідчить про критичне ставлення політика до явища надмірного політичного плюралізму. Тобто така суспільна тенденція, змодельована І. Гринівим у вигляді уявного (схематичного) заклику пересічного виборця „голосувати за будь-кого, аби був інший”, тлумачиться відверто іронічно. Складається враження, наче мовець висміює в такий спосіб суспільні вади. Проте одразу політик поспішає пояснити, що у нього викликає жаль зовсім не суспільство, а представники попередньої владної верхівки: *Чому, на жаль? Вина тут не суспільства знову ж таки, а вина попередніх політичних сил, які не вміють запропонувати оцей новий контракт чи нову угоду з суспільством* (01.07.2016, 17:45, там само).

Чимало політичних діячів не оминають нагоди інтерпретувати проблему територіальної цілісності України. Попри те, що офіційного статусу війни немає, Ю. Береза визначає АТО так: *Я взагалі вважаю, що 24 серпня (2014 р. – Н.Д.) в нас почалася Третя світова війна насправді, коли війська іншої держави зайшли на нашу територію* (09.12.2014, 12:42, <https://www.youtube.com/watch?v=6LCCRO9Po5o>). Навряд чи таке тлумачення можна назвати адекватним, оскільки статус світової мали поки що дві війни ХХ ст. і жодна наступна не перевищила їхніх масштабів.

2. Роз'яснення. Цю комунікативну тактику використовують для глибшого, більш точного і вичерпного тлумачення певних ситуацій, подій, вчинків тощо. Наприклад Д. Добродомов пояснює своє рішення вступу в БПП,

застосовуючи імперативне формулювання так, наче намагається дати вказівку самому собі: ***Треба пояснити** ситуацію, чому я зайшов у Блок Петра Порошенка, хоча був обраний по мажоритарному округу у Львові, як самовисуванець* (24.09.2015, 0:05, www.youtube.com/watch?v=UrvKgJNhPm0). Політик виправдовує таке рішення тим, що мав надзвичайне бажання знаходитися у першій проєвропейській, проукраїнській коаліції. Проте іншою реплікою пояснює ще одне своє рішення – вихід із БПП, адже ***„не бачив подальшої доцільності перебування разом із людьми, які дуже швидко адаптувалися в Парламенті і вирішили, що система в принципі така, як вона і була”*** (24.09.2015, 1:01, там само). Тут використано прийом дискредитаційної стратегії, проте тактика роз’яснення вимагає від можновладця пояснень щодо власної громадської діяльності, деталізації рішень, їхньої логіки, а все це дуже часто відбувається на перетині різних політичних інтересів.

В. Пинзеник, звертаючись до своїх колег як до компетентних осіб у галузі міжнародних економічних відносин, тлумачить принцип кредитування України Світовим банком, проте таке пояснення радше буде актуальним для пересічних громадян: ***Ви добре розумієте, що Україна на зовнішніх ринках дуже обмежена в запозиченнях, і ставки по запозиченнях України на зовнішніх ринках надзвичайно високі. ... Ви добре знаєте, що кредити, які надаються або Світовим банком, або під гарантії Світового банку, є надзвичайно дешевими*** (09.12.2015, 11:25, <http://iportal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6064.html>). Стверджувальні конструкції, виділені у прикладі, підсилюють доступність озвученої інформації, але народний обранець вважає за потрібне в контексті своїх вимог розтлумачити її по-своєму.

А. Яценюк вирізняється значними досягненнями в царині роз’яснення тих чи тих політичних рішень. Він ставиться до витлумачення якогось питання серйозно, застосовуючи відповідні конструкції, як-от: *хотів би зазначити, хочу наголосити, нагадаю, зупинюся на цьому детальніше* тощо. Наприклад у брифінгу колишній Прем’єр говорить: *Окремо я хотів би зазначити ще одне*

важливе питання, яке стосується спеціальної конфіскації... Спеціальна конфіскація, **нагадаю**, це ті активи, які були вкрадені колишнім режимом, передусім прибічниками Януковича. І ці активи були арештовані ще попереднім Урядом у загальному обсязі півтора мільярди американських доларів (19.09.2016, 7:44, <https://www.youtube.com/watch?v=6u1E6r5eJH8>).

3. Судження з вираженням емоційно-оцінного ставлення. Цю тактику політики використовують із різною метою: покепкувати над політичними опонентами, вказати на їхні стратегічні помилки чи визнати доцільність та слушність чийхось думок, учинків, дій тощо.

Приміром, Ю. Береза, роздумуючи над тим, як минає так званий „день тиші”, дозволяє собі відверто іронізувати, одночасно висловлюючи сумніви щодо дотримання домовленостей із боку терористів: *Я взагалі **сумніваюсь** про те, чи спроможні організувати день тиші наші опоненти, які знаходяться там. Вони мені нагадують, наголошую, „обізян” (не мавп), які отримали гранату: од них можна все очікувати, але тільки ні в якому разі дня тиші* (09.12.2014, 4:47, <https://www.youtube.com/watch?v=6LCCRO9Po5o>).

О. Ляшко, аналізуючи виступ американського колеги Джо Байдена, здійснює невеликий екскурс в історію: *частина виступу пана Байдена болісно нагадала виступ майже 25 років тому іншого шановного американського гостя, Президента Сполучених Штатів Джорджа Буша-старшого. **Виступ, який увійшов в історію під промовистою назвою „курча по-київськи”*** (09.12.2015, 10:46, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6064.html>). Тут головний радикал пригадує, як 1 серпня 1991 року Президент Джордж Буш-старший, приїхавши до Києва, застерігав українських депутатів від руйнівної сили націоналізму. Проте через три тижні в Україні було проголошено незалежність. У такий спосіб політик висловлює скептичне ставлення до окремих формулювань у змісті промови американця. Риторичне питання, висловлене на завершення, звучить як пряма вказівка на ситуацію „дежа вю”, а формулювання *не маю сумніву* – виразник чіткої впевненої позиції: *Я задаюсь питанням: „А чи не з’явиться в книжках історії виступ „курча по-київськи-2”,*

коли воля і дух українців знову спростують песимістичні прогнози наших закордонних партнерів?” *Не маю сумніву, що так буде і цього разу* (09.12.2015, 10:46, там само).

4. Ілюстрування через опис певної події чи явища. У цьому випадку політичний діяч, якщо він має намір видаватися ерудованою, компетентною особистістю, зазвичай використовує у своєму дискурсі певні точні показники, цифри, відсотки тощо. Наприклад І. Гузь, пояснюючи економічну ситуацію в Шацькому районі, активно оперує точними показниками: *У нас в Шацькому районі на Волині є одна з найбільших плантацій лохини в Європі: наразі це 176 гектарів. І далі: **Наприклад**, це підприємство є досить прибутковим, оскільки з одного гектара землі, на якому посаджено приблизно 3 тисячі 600 кущів ягід лохини, щорічно збирають 6,5 кілограм цієї лохини і відправляють за кордон. Ціна продажу ягід лохини за один кілограм в 2015 році становила від 50 до 100 гривень* (09.12.2015, 10:31, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6064.html>). Подібне ілюстрування бачимо й у В. Пинзеника: *Я для порівняння **наведу вам інформацію**. Кредити, які надавалися під гарантії уряду США, відсоткова ставка в доларах – менше 2 відсотків, тобто це заощаджує країні велику суму коштів* (09.12.2015, 11:25, там само). Крім того, політики використовують фреймові формулювання на кшталт *наприклад, наведу вам інформацію, для прикладу й под.*

Отже, в аспекті комунікативного аналізу мовної особистості українського політика важливі такі чинники: жанр, у якому працює політичний діяч; аудиторія (адресат), на яку спрямований дискурс; місце в сучасному політикумі (опозиція/влада); специфіка комунікативної ситуації, у якій перебуває мовець.

3.1.7. Маніпулятивна стратегія

Загальновідомо, що політичний дискурс – змішаний продукт розвитку особистості, на який впливають соціальне й культурне середовище, освітній досвід індивіда, політичні уподобання, економічне становище, батьки тощо. Мова – „зброя” політичного діяча, важливий інструмент у бажанні заручитися

підтримкою громадськості, особливо в сучасний період виборчих інформаційних технологій.

„На сьогодні політичний дискурс і політична мова розвиваються стрімко, щороку з’являються не лише нові лексеми, вислови, але й розробляються нові стратегії подання цих лексичних одиниць, використання їх у створенні того чи того образу” [92, с. 87]. Прагнення можновладців впливати на адресата, бажання переконати у правильності їхньої політичної позиції створюють умови для широкого використання маніпулятивної стратегії, дослідження якої видається актуальним, оскільки в сучасній українській лінгвістиці здебільшого аналізують мовлення конкретних особистостей або специфіку функціонування маніпулятивної стратегії в іноземних політичних дискурсах.

З розвитком антропоцентричної парадигми в лінгвістиці з’явилася можливість опису явища маніпуляції. Сучасне мовознавство зосереджує увагу на аналізі різноманітних аспектів цього поняття. Мовна маніпуляція (маніпулювання) – різновид маніпулятивного впливу, здійснюваного шляхом майстерного використання певних ресурсів мови задля прихованого впливу на когнітивну й поведінкову діяльність адресата [90, с. 25].

Вдала політична маніпуляція полягає у встановленні контакту з аудиторією, а також у передбаченні реакції та настроїв населення: *Коли народ позбавляють всіх прав, в народі залишається одне право – **право на повстання*** (О. Ляшко, 19.01.2014, 1:33, <https://www.youtube.com/watch?v=rVdW8GCPwhs>); *Нам пропонують ганьбу або війну, якщо ми приймемо ганьбу, ми отримаємо і ганьбу, і війну. ... **Я пропоную діяти!*** (19.01.2014, 4:20, там само). Імперативний заклик у поєднанні із зображенням безвихідної ситуації сприяють маніпулятивній меті виступу політика.

Детальний аналіз формування маніпулятивної стратегії в межах українського політичного дискурсу визначив певні особливості реалізації комунікативних тактик:

1. Орієнтація на національну самоідентифікацію. Досить часто мовлення українських політиків тяжіє до використання патріотичних закликів,

спирається на символи національної свідомості. Аналіз публічних виступів українських політичних діячів дає змогу виявити в них наявність таких стрижневих понять, як *український народ, вільна нація, боротьба, перемога*, напр.: *Ми переконані в тому, що **народ** перемогти неможливо, але й ошчасливити народ без участі самого народу теж неможливо, тому ми щиро розраховуємо на вашу підтримку. Без вас ми – ніщо, з вами ми – сила, тому **разом переможемо*** (Д. Ярош, 21.07.2015, 5:15, <https://www.youtube.com/watch?v=D8Y8Gh3MlH0>); *Нехай із небес підтримують нас в нашій **боротьбі**. ... за Україну, яка буде вільною, за Україну, яка зможе гордитися тим, що **ми українці є нацією**, нацією, яка може боронити свою землю* (О. Тягнибок, 02.02.2014, 0:38, <https://www.youtube.com/watch?v=CzYjRIBd8xs>); *Ви робите справжню політику, якщо ви виходите на вулиці, якщо ви боретесь за свої права, якщо Україна для вас не порожній звук. **І маючи такий народ, ми переможемо!*** (А. Ілленко, 18.05.2013, 2:11, https://www.youtube.com/watch?v=_NcL4J22eZ0). У поданих реченневих ілюстраціях порушено проблему національної ідентичності, що слугує засобом залучення уваги широкого загалу. Українську політичну комунікацію розглядають як більш особистісну й індивідуально орієнтовану. Варто констатувати, що українські політики усвідомлюють небезпеку втрати державності й територіальної цілісності за умови відриву політичного дискурсу від національної ідентичності. Ось чому представники українського політикуму звертають особливу увагу на питання національної самоідентифікації.

У зазначених виступах оратори використовують фрази, за допомогою яких відповідальність за рішення покладають на українську громадськість: *без вас ми ніщо, з вами – ми сила; ми українці є нацією, яка може боронити свою землю; ви боретесь за свої права, якщо Україна для вас не порожній звук*. Викликаючи почуття національної ідентичності, політики сприяють створенню відповідного настрою для заручення підтримкою громадськості.

2. Апелювання до страху. Використання прийому звернення до почуття страху – ще одна особливість українського політичного дискурсу. Цей прийом

полягає у створенні певної потенційної загрози для громадськості, відвернення якої залежить від її вибору. Проте насправді ці рішення – вибір політика, а не громадськості. Пор.: *Ну яке перезавантаження влади, якщо знову прийде до влади Азаров і його син, прийде Янукович, або його син? Ще й будуть триматися за депутатську недоторканість, прийде, наприклад, той же Пионка з сином разом... . Або якщо, не дай Боже, в Парламент зайдуть відкриті терористи* (С. Соболев, 28.07.2014, 5:59, <https://www.youtube.com/watch?v=g7nIqgk7C9U>). Як бачимо, народний обранець натякає на те, що змін не відбулося і лише завдяки підтримці їхньої політичної сили загрозу буде подолано.

Аналогічно використано згаданий прийом і у висловленні П. Порошенка: *Зараз не йдеться лише про зміну влади, зараз йдеться про те, що **треба боронити нашу державу, треба боронити її суверенітет, треба боронити право українського народу приймати і визначати власну долю*** (29.12.2013, 1:03, https://www.youtube.com/watch?v=KVfkIU_2omk). У такий спосіб забезпечують ілюктивну силу виступу й народну підтримку. Основний намір використання цієї тактики – формування й посилення негативного ставлення аудиторії до тогочасних провладних політичних сил.

3. Оперування фактами. Це один із найбільш поширених методів в українському політичному дискурсі, що полягає в переліку досягнень або вчинків окремих осіб. Пор. твердження, зроблене С. Соболевим на Громадському ТБ: *Не так давно, в 2012 році, напередодні парламентських виборів, ви не забули, що було за 10 днів до виборів? Коли раптом **намалювали соціологи, при чому 4 дуже поважні соціологічні компанії, рейтинг партії „Удар” 27%, а партії „Батьківщина” – 13%, а от коли відкрили урни для голосувань рівно через 10 днів, то виявилось все навпаки: партія „Батьківщина” майже 27%, а партія „Удар” – ледь 13%*** (14.05.2014, 0:59, <https://www.youtube.com/watch?v=HV3vIfblrwE>). Такий прийом застосовують для побудови справедливого, збалансованого аргументу, проте його використовують здебільшого для відвернення уваги адресата від основного питання.

Фактологічну точність повідомлюваної інформації досить часто употужнюють за допомогою активного вживання складених числівників та подання відсоткових значень: *Нормальний борг, от подивіться, будь ласка, він складав, коли я, наприклад, здавала уряд в інші руки, він складав в 2009 році 34,8%, ну вважаємо 35% валового внутрішнього продукту. Сьогодні він складає 91% валового внутрішнього продукту. ... граничний рівень – 60%. ... Борг в 1 трильйон 804 мільярда – це означає, що кожен із вас мусить віддати 44,500 гривень, кожен із вас заборгував* (Ю. Тимошенко, 18.09.2015, 7:37, <https://www.youtube.com/watch?v=3NI2-R2NAIs>). У такий спосіб політики посилюють достовірність інформації. Проте зазвичай не можливо простежити, як проводився розрахунок таких досягнень. Політичний діяч роз'яснює, що її уряд функціонував краще за теперішній, при цьому нехтуючи можливістю поінформувати громадськість про те, що тодішні економічні „успіхи” теж були граничною межею функціонування.

4. Логічні помилки. Для того щоб підштовхнути громадськість до певних висновків, сучасні політичні діячі використовують також тактику вживання „логічних помилок”, або необґрунтованої екстраполяції. У такому разі адресант робить вельми ефектні віщування про майбутнє, засновані лише на кількох дрібних фактах. Наприклад під час брифінгу Ю. Тимошенко говорить про зниження комунальних тарифів завдяки зниженню рентної плати на газ: *І крім того, нами внесений законопроект, який прямо призведе до зниження тарифів на тепло, на гарячу воду й ціну на газ, це закон про скасування або зниження рентної плати на газ власного видобутку* (15.09.2015, 6:50, https://www.youtube.com/watch?v=5XH_tJK_jIQ). На нашу думку, така вимога занадто проста, зігноровано потребу перегляду принципових відносин у структурі влади, мало уваги приділено економічним, політичним чинникам та реаліям. Варто зазначити, що цією тактикою часто послуговуються в українському політичному дискурсі для залучення суспільної підтримки, не беручи до уваги те, що такі прогнози повинні використовуватися з обережністю.

5. Навмисне ухилення. Один із найпоширеніших методів, що полягає в ігноруванні будь-яких позитивних характеристик політичних опонентів і зосередженні на їхніх негативних рисах та недоліках, одночасно заперечуючи існування будь-яких негативних аспектів діяльності власної політичної сили. Наприклад А. Яценюк у виступі на ток-шоу „Шустер live” стверджує, що провина за нинішню економічну й політичну ситуацію лежить лише на плечах попереднього уряду, тоді як покращення становища і поповнення бюджету пояснює винятково старанням свого уряду: *Тоді, коли 7 місяців тому ми прийшли разом в уряд. ... на казначействі був нуль, одні борги були, кредитів десятки мільярдів, які ми маєм до сьогоднішнього дня. На вулицях тоді були озброєні, дуже багато озброєних людей, влади ніякої, ситуація була надскладна. ... Ми крок за кроком почали робити те, що необхідно для країни. ... Коли 20 із гаком років нічого не робилося, то приходить час, коли треба робити, і за це треба платити* (03.10.2014, 2:49, <https://www.youtube.com/watch?v=KgObFwWUsoE>). Політик концентрує увагу на позитивних моментах економічних досягнень свого уряду, ігноруючи негативний вплив світової економічної ситуації на національну економіку.

А. Садовий також повною мірою використовує політичні можливості цього прийому: *Потім, коли прийшов Янукович, знов почали всіх викидати по принципу „угоден/не угоден”. Ми бачили дуже багато політиків за 24 роки, як вони красиво починали, і чим вони закінчили, тому ми дуже обережні, коли мова йде про персоналії та про людей. ... Для нас амбіція №1 – це об’єднати Блок Порошенка і „Народний Фронт”, от ми для цього покладемо все, що маємо, всі наші амбіції. Ми все віддамо, тільки щоб бути разом* (29.10.2014, 0:25, https://www.youtube.com/watch?v=_CgCKXMHX4g). Народний обранець наголошує на непрофесійності попередніх урядів, водночас указуючи на можливість створення міцної коаліції завдяки зусиллям об’єднання „Самопоміч”.

6. Звернення до емоцій адресата. У прагненні звернутися до глядацької аудиторії політики досить часто покладаються на емоційність свого виступу.

Емоції слугують своєрідними інвестиціями, завдяки яким оратори очікують отримати щедрий прибуток. Названа тактика полягає в застосуванні приглушеної чи занадто голосної інтонації, вживанні коротких питальних речень, а також використанні надмірної жестикуляції. Виступи політиків під час Євромайдану рясніють прикладами цього прийому. Зокрема в багатьох випадках бачимо підвищену інтонацію в ключових моментах виступів й енергійну жестикуляцію руками: *Закони, які були ганебно прийняті – не руками, а копитами – у Верховній Раді України ганебною провладною більшістю, вони повинні бути скасовані, і ми з цієї дороги ні при яких обставинах не сходим. Закони в парламенті у вівторок повинні бути скасовані. Так?!* (А. Яценюк, 25.01.2014, 19:57, <https://www.youtube.com/watch?v=v-VOAk8gO3w>). Темп останнього речення (повільний, із наголосом на кожному важливому слові), а також запитання до аудиторії призводять до схвальної її реакції.

Емоційна агітація найбільше сприяє пропаганді, тому що апелювання до будь-якої емоції соціуму перетворюється в його вміло зманіпульовану діяльність. Поданий нижче уривок промови О. Ляшка ще емоційніше розкриває головну інтенцію: *Повставайте, народ, приїжджайте сюди в Київ, подивіться, що тут відбувається. Революційний Київ сказав: банді Партії регіонів – кінець! Януковичу – кінець! Так чи ні?* (08.12.2013, 0:01, <https://www.youtube.com/watch?v=jpMdualLq9o>). Використання епіфори *кінець* у поєднанні з емоційним запитанням *Так чи ні?* посилює резонанс. Як бачимо, завдяки активній жестикуляції та високій інтонації автору вдається привернути увагу аудиторії, отримати позитивну відповідь і заручитися підтримкою.

7. Інклюзивність. Ця тактика полягає у зверненні до певної спільноти, пов'язаної громадською, релігійною, професійною чи іншою діяльністю. Звертаючись до шахтарів чи фермерів, освітян або медичних працівників, політичні діячі покладаються на певні забобони й упередження, переконання та ідеали, загальні для групи: *Сьогодні ви знаєте, що перекривають дороги аграрії, що перекривають вже практично дороги науковці, сьогодні шахтарі*

виходять і заявляють, що їх позбавили права на життя, освіта і охорона здоров'я в регіонах сьогодні має фінансування на 6, максимум на 7 місяців цього року. Все інше не профінансовано. Хаос в країні. І тому сьогодні наша команда підняла питання про негайну відставку уряду в повному складі, тому що на кону стоїть практично життя країни (Ю. Тимошенко, 25.01.2016, 0:38, <https://www.youtube.com/watch?v=pIdRTidWG68>). Цей фрагмент виразно ілюструє прийом переконання аудиторії в тому, що політики та їхні ідеї „з народу”. Основна функція такого включення – заручитися підтримкою членів цих груп, асимілюючись зі своєю цільовою аудиторією. Пор.: *Давайте окремо поплескаєм фанатам „Шахтаря” в Донецьку, фанатам „Металіста” в Харкові, фанатам „Чорноморця” в Одесі, фанатам „Дніпра” в Дніпропетровську і також всім іншим, які сказали: „Ми разом із українським народом, ми разом із Євромайданом!”*. Перемога буде за нами! (П. Порошенко, 29.01.2014, 2:46, https://www.youtube.com/watch?v=57HZc6dba_g).

З цього фрагмента бачимо, що політик звертає увагу на діяльність футбольних уболівальників із різних міст України, хвалить їх за рівний внесок у процес державного будівництва. У такий спосіб він демонструє єднання з міркуваннями кожної соціальної спільноти в країні для успішного досягнення перемоги.

8. Дискурсивна когерентність. Нерідко для відтворення різних тематичних частин тексту, причинних зв'язків, підтримки безперервності виступу, визначення відносин між суб'єктами дискурсу використовують декілька методів. Зазвичай такі виступи розробляють спеціально для передвиборчих зустрічей, їхній стиль досить вишуканий, добре структурований і характеризується високим рівнем когерентності. Більшість мовців володіють термінологією не лише політичною, а й економічною, соціальною тощо. Мовлення В. Гройсмана – яскравий приклад такого вживання: *Нам потрібно змінити закон про державну службу, оскільки сьогодні прийти нормальним людям працювати у владу майже неможливо. ... Безперечно, потрібно сьогодні побороти корупцію, і створення Антикорупційного бюро є дуже важливим.*

Чиновники мають не тільки декларувати свої доходи, але й видатки. Вони повинні бути абсолютно в цьому контексті прозорі (30.05.2014, 0:42, https://www.youtube.com/watch?v=Np3DLzDg_yI). Як засвідчує фрагмент промови, політик указує на те, що зміна закону про державну службу та створення Антикорупційного бюро – досить важливі питання на виборах. Це слугує підготовкою аудиторії до осмислення цього питання і дає змогу впливати на її погляди, а також на проблеми оподаткування. У наступних реченнях В. Гройсман малює яскраву картину покращення ситуації в разі створення цих умов, намагаючись у такий спосіб генерувати позитивну підтримку населення.

Як бачимо, дискурс – ефективна платформа для політичної боротьби та потужностей політичної гри. Він увиразнює культурні, мовні та соціальні чинники, які впливають на використання мови політиками в Україні.

Зорієнтовані на різні верстви українського суспільства, можновладці послуговуються великим діапазоном мовних стратегій і тактик для досягнення своїх політичних цілей. Вони грамотно використовують такі методи риторики, як ухилення, емоційність, апелювання до страху, національна свідомість. Нерідко звертаються до інклюзивності, використання логічних помилок, фактів.

Загалом політичну комунікацію вирізняє низка характерних ознак, серед яких особливе місце посідає цілеспрямований маніпулятивний вплив на суспільну свідомість задля формування поведінки реципієнта.

Політичні діячі успішно досягають цілей, уміло застосовуючи маневри тієї чи тієї КС. Наприклад, інтенційний вияв стратегії самопрезентації – створення власного позитивного іміджу, що досконало вдається більшості українських можновладців. Стратегію самозахисту часто використовують для усунення дискредитаційних ударів ідеологічних опонентів. Із метою нанесення зворотних ударів своїм політичним ворогам дуже часто і досить майстерно застосовують тактику підриву чийогось авторитету, яка входить до числа тактик дискредитаційної КС. Різні впливи (емоційний, психологічний, ідеологічний, моральний тощо) простежені під час передвиборчих агітацій.

Реалізуючи агітаційну КС, політики не гребують забороненими методами, наприклад політичним шантажем чи агітацією в „день тиші”. Компроміс – явище, яке українські можновладці використовують, маючи на меті: ухилення від прямої відповіді (яка зазвичай може спричинити конфлікт); відмову від певної пропозиції з обґрунтуванням; заклик до якихось вольових рішень, що теж вимагає аргументів. Цій стратегії властивий високий рівень емоційності, особливо в царині застосування тактик відмови чи заклику. Інформаційно-інтерпретаційну стратегію в українському політичному дискурсі найяскравіше реалізують за допомогою тактик роз’яснення та визнання наявності проблеми. Українські політичні діячі вміло оперують потрібними мовними засобами для витлумачення певних суспільних явищ.

3.2. Мовні засоби формування іміджу сучасного політичного діяча України

Відомо, що в політичному дискурсі діють загальноприйняті закони, якими суб’єкт політичної діяльності повинен керуватися. Водночас політик – унікальна особистість з власними оригінальними думками і риторикою. Він повинен мати своє бачення тієї чи тієї суспільної або державної проблеми, і, відповідно, власне рішення. Політичний діяч використовує найбільш оптимальні мовні засоби, з огляду на умови досягнення певної мети відповідно до обраної стратегії. Усе це формує політичний образ, риси якого не лише оригінальні, а й упізнавані, характерні тільки для цього суб’єкта політики.

Останнім часом найбільш використовуваним щодо образу політика (і не лише) є поняття „імідж”. Ця лексема, запозичена з англійської мови, багатозначна за своєю сутністю і може тлумачитися як „образ, мотив, роль, ампула, маска, типаж, настанови, фасад, репутація, лицедійство, прогнозоване очікування” [23, с. 383]. Т. В. Романова визначає імідж у широкому значенні як „узагальнений портрет особистості, який створюється в уявленні суспільства на основі заяв і практичних справ цієї особистості. Імідж виникає тільки тоді, коли

носії іміджу стає „публічним”, тобто коли є суб’єкти його безпосереднього чи опосередкованого сприйняття” [159, с. 109].

Учені почали досліджувати явище політичного іміджу ще в ХІХ ст., звертаючи увагу на політологічний та культурологічний аспекти його аналізу. На межі ХХ-ХХІ ст. з’явився цілий науковий напрям – іміджологія, основне завдання якого – вивчити технології формування позитивного іміджу політика чи будь-якої іншої публічної особи.

Лінгвістичний підхід почали застосовувати зовсім недавно. В україністиці такі дослідження тільки починають набувати актуальності. Тому нагальною є потреба адаптувати механізм дослідження іміджу сучасного політика в українській мовознавчій науці. Значно більші успіхи має закордонне мовознавство, де проблему політичного іміджу, зокрема комунікативний аспект, вивчають М. Є. Кошелюк [97], Т. В. Романова [159], І. О. Сушненко [189] та ін.

Комунікативний аспект політичного іміджу ґрунтується на особливостях мовних репрезентантів, які той чи той політик використовує у своєму дискурсі. Різні комунікативні функції зреалізують завдяки мовним засобам, адекватність вибору яких впливає на політичний успіх.

Політологи виокремлюють два шляхи формування іміджу: „Перший – технологічне формування іміджу як артефакту, тобто штучного утворення, який ураховує найбільш значущі потреби громадян. Такий імідж загалом може і не відповідати сутності людини. Другий – це спонтанне формування іміджу за певних форс-мажорних обставин, що продиктовано нинішньою політичною ситуацією, коли імідж політика будується в уявленнях громадян як такий, що збігається з його істинною сутністю та намірами” [91, с. 4]. Ці підходи дуже часто тісно переплетені, тобто „штучний” імідж пристосовують до природних характеристик політичного діяча, що дає змогу невимушено поводитися перед громадськістю.

За Т. В. Романовою, імідж виконує три комунікативні функції: перша – максимально спростити сприйняття аудиторією інформації про політика;

друга – створити сприятливі умови для запам'ятовування саме тих рис політика, які, приміром, у цей момент найбільш затребувані в електорату; третя – формування психологічних настанов щодо вибору саме цього кандидата [159, с. 109]. Усі вони реалізуються завдяки мовним засобам, адекватність вибору яких впливає на політичний успіх.

В. Гумбольдт вважав мову „безпосередньою дійсністю думки” [48, с. 68], що наштовхує на висновок про залежність зовнішнього мовного образу особистості від її психологічних, внутрішніх схильностей. Думка передуює мовленню, а отже, визначає характер дискурсу, який формує мовний портрет людини, що є невід’ємною частиною іміджу, зокрема і політичного. Мовна лінія політичного іміджу, що вміщує лексичні, морфологічні та синтаксичні засоби, доповнена мовленнєвим складником, до якої входять комунікативні стратегії, тактики, прийоми, що утворює цілісну картину комунікативного іміджу сучасного українського політичного діяча. За Й. А. Стерніним, під комунікативним іміджем варто розуміти довгострокову комунікативну роль індивіда [183, с. 100]. Іншими словами, це явище у царині лінгвістичного аналізу постає як певна сукупність, більш-менш стабільний набір мовних засобів, які закріплюються за публічною особою і притаманні саме їй.

На цьому етапі нашого дослідження зробимо спробу заглибитися у специфіку комунікативного іміджу сучасного українського політика, проаналізувавши конкретні авторські дискурси. Потрібно з’ясувати, як мовні засоби визначають характер того чи того політичного образу. Зрозуміло, що мова – головний засіб реалізації будь-якої політичної ідеї чи проекту, тому будь-який політичний імідж – це й комунікативний імідж.

Популярності на сучасному етапі розвитку української державності набрав образ політика-патріота. Дуже часто політичні діячі намагаються деперсоналізуватися, застосовуючи особову форму „ми”. Такі формулювання спрямовані насамперед на те, аби долучити себе до суспільних процесів, будь-що підтвердити солідарність із громадськістю. Пор. висловлення А. Парубія – знаного активіста Майдану, особистості зі стійкими національно-

патріотичними переконаннями: *І впевнений, якщо ми зможемо об'єднатись заради країни, заради великої мети, ми переможемо. Слава Україні!* (06.09.2016, 10:10, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6284.html>). Національне гасло, яке зазвичай використовує політик у своїх промовах, уже стало традицією і нерідко слугує певним маніпулятивним інструментом щодо масової свідомості. Приміром, як і в риториці П. Порошенка: *Я впевнений, все буде добре! Дякую вам, і слава Україні!* (06.09.2016, 10:19, там само). Цілком можливо, що фраза *слава Україні* вказує електоратові на можливість довіряти тому чи тому політикові. Відповідно, суб'єкт використовує такі конструкції для утвердження власних патріотичних переконань або задля завуалювання чи приховування справжніх переконань, тобто створення штучного іміджу.

Типовим для образу українського політичного діяча є використання фраз із атрибутом „європейський”. Сформувалася низка клішованих мовних конструкцій, які втілюють основні тенденції євроінтеграційного напрямку української політики: *європейська політика, європейські цінності, європейські стандарти, європейський рівень життя* тощо. Наприклад, О. Богомолець вирізняється з-поміж громадських діячів послідовною спрямованістю на тісні взаємини з Європою, тому часто у мовленні використовує такі формулювання, що стали вже позитивними подразниками суспільної свідомості: *Прошу вас на цьому тижні підтримати розвиток і наближення української системи охорони здоров'я до європейських стандартів* (01.11.2016, 10:12, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6345.html>).

На протилежних позиціях перебувають образи українських опозиціонерів, адже їхня риторика закономірно спрямована проти провладних партій. Це пояснює наявність у мовленні цієї групи політиків таких конструкцій, як *уряд неспроможний, відсутні конкретні рішення, влада не цікавиться думкою громадян* тощо. Приміром, Ю. Бойко вирізняється як один із найвпливовіших опозиційних політичних діячів, котрий упевнено критикує опонентів, пропонуючи власні рішення: *Крім голосливних виступів парламент не приймає ніяких конкретних рішень для покращення ситуації* (01.11.2016,

10:16, там само). О. Вілкул загалом досить жорстко характеризує діяльність Уряду, вдаючись до епітетів, які виходять за рамки економічного дискурсу і, вочевидь, не зовсім відповідають реальній ситуації (оскільки ми маємо на увазі аналіз державного бюджету на 2017 рік): *Шановний народе України, ніде в світі немає такого, щоб бюджет обговорювався на кожній кухні. Люди вже ненавидять цю владу й бояться кожного її наступного року, адже життя стає все гіршим і приклад цього – бюджет, **бюджет геноциду** на 2017 рік* (20.09.2016, 10:16, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6298.html>). Пафосне звертання *народе України* (загалом нехарактерне для іміджу цього суб'єкта за часів попередньої влади) звучить із уст багаторазово дискредитованого політика як своєрідна насмішка, що містить приховану іронію. Відповідно, така неприродна зміна риторики може тлумачитися як „одягання маски”, введення в оману задля виголошення недовіри опонентам.

Серед сучасної української політичної еліти знаходимо чимало образів, що різко вирізняються ексцентричністю, епатажем. У політології таке явище називають популізмом. Ідеться про загравання із простими громадянами. Зараз, на нашу думку, найяскравіший зразок такого політика в Україні – це О. Ляшко. Зокрема цитата з його інтерв'ю демонструє пряму апеляцію до будь-якого громадянина, який насправді не знає як *прожить на ті копійчані зарплати і ті копійчані пенсії?* (05.12.2017, 0:52, https://www.youtube.com/watch?v=GEt_AmckFk8). Політичний імідж О. Ляшка – це образ людини, що здається для пересічного громадянина абсолютно „своїм”. За допомогою просторічної лексики, часто з додаванням вульгаризмів, народний обранець намагається наблизитися до громади, заговорити мовою народу. Загальновідомим є його заклик винести на вилах депутатів із Парламенту. Звісно, що сприймається така риторика як правда, як щось близьке і зрозуміле, адже такі думки переповнюють народну свідомість. Обрані мовні конструкції властиві розмовному стилю, тому між суб'єктом та об'єктом політики виникає взаємодія, щоправда, лише на комунікативному рівні.

Цільова аудиторія головного радикала країни – це передусім селяни, на невтішному становищі яких політик постійно наголошує: *Сьогодні для селян ціна на молоко, розвиток тваринницької галузі, соціальна сфера, оренда землі – це ключові питання, у випадку вирішення яких ми дамо можливості селянам отримувати більше грошей для того, щоб годувати своїх дітей. Наше завдання – відродження села і підтримка* (20.09.2016, 11:42, <http://portal.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/6298.html>). Проте, як відомо, завдання лишається нереалізованим.

Аналізуючи політичний імідж популіста, розуміємо, що маємо справу з комунікативною імітацією. Народний обранець генерує інформацію, висуває ідеї не заради їхньої реалізації, а заради власних інтересів.

Отже, сучасна українська політика – плюралістична. Відповідно, масив її образів надто різноманітний, щоб досягнути його в межах одного пункту дисертації. Ця ділянка суспільно-політичного життя видається перспективною в аспекті лінгвокогнітивних досліджень.

Висновки до розділу 3

Застосовуючи комунікативний інструментарій, можновладці обирають у процесі спілкування комунікативну стратегію як сукупність прийомів вибору, структурування та подання потрібної інформації, яка підпорядкована цілям комунікативного впливу. Стратегічно мовлення політика – це організація послідовності мовних дій, яка залежить від мети мовної взаємодії й зумовлює вибір адресантом лінгвістичних одиниць для досягнення цієї мети відповідно до бажань чи уподобань мовця. Систематизація застосованих стратегій стає підґрунтям для створення мовного портрета окремого політичного діяча на рівні комунікативного аналізу.

У процесі вибору конкретної комунікативної стратегії політик керується алгоритмом її реалізації, з огляду на конкретну мету, якої він хоче досягти. Особливий акцент він ставить на вибір компонентів семантики речення та

екстралінгвістичної конституції, іншими словами – вибір мовних та позамовних засобів, що будуть ефективними в процесі досягнення цілей.

Найбільш зреалізованими КС в українському політичному дискурсі є стратегії самопрезентації, самозахисту, дискредитації, інформаційно-інтерпретаційна, стратегія компромісу, маніпулятивна та агітаційна.

Комунікативний імідж у царині лінгвістичного аналізу постає як певна сукупність, стабільний набір мовних засобів, які закріплюються за публічною особою і притаманні саме їй. В українських політиків він здебільшого реалізується завдяки зверненню до позитивних емоцій через образ кращого майбутнього для об'єднаного народу України; апеляції до європейських цінностей, відповідальності, свободи, а також до таких ціннісних орієнтирів, як зміни на краще через реформування.

Простір комунікативного аналізу політичного дискурсу вміщує не лише реалізацію КС як стандартного набору певних тактик і прийомів для досягнення політичної мети. Це і величезний масив його досить різних суб'єктів, носіїв унікальних образів. Отже, комунікативна стратегія та політичний імідж – взаємопов'язані та взаємозумовлені поняття, на основі яких формується мовний портрет політичного діяча.

ВИСНОВКИ

Політичне мовлення – мисленнєво-мовленнєва дія людини, що реалізується у різних КС за допомогою вербальних і невербальних засобів, ураховуючи лінгвальні та екстралінгвальні чинники.

Політичний дискурс – це складне багатоаспектне мовно-комунікативне явище з чіткою соціокультурною спрямованістю та прагматичною семантикою, вираженою комплексом вербальних і невербальних засобів.

Мовний портрет реалізується як один із видів опису мовної особистості, що полягає у відображенні певних лінгвістичних та екстралінгвістичних рис, зумовлених жанровою та ситуативною специфікою, в конкретний відтинок часу. Відповідно, характеристика мовного портрета полягає в комплексному аналізі всіх його рівнів: лексикологічного, граматичного, психолінгвістичного, мовно-культурного. Опис цього явища можливий шляхом аналізу мовлення конкретної мовної особистості та формування його характеристики за трьома критеріями: лексика, текст, метамовна свідомість. Увагу лінгвістів привертають ті риси мовлення представників політичної еліти, які містять групові ознаки.

Тезаурус політика, мовні здібності та комунікативна потреба – це інструменти вияву мовної свідомості у виборі засобів спілкування. Реалізація мовлення за допомогою такого інструментарію забезпечує комунікативний успіх у спілкуванні з електоратом. Незважаючи на динаміку вживання, неоднорідний потенціал перелічених явищ, досліджувані поняття ефективно взаємодіють завдяки можливостям лексичної семантики та синтаксису.

Стилістичні фігури та тропи – найбільш поліфункціонально представлені елементи українського політичного дискурсу. На всіх рівнях політичної мови відбувається ефективна взаємодія між цими категоріями, оскільки вони містять ресурси лексичної семантики та синтаксису. Ці засоби досить різні за способами вираження й типами естетичної привабливості, що дало змогу виокремити типологічні комунікативні особливості мови політичних діячів України.

Важливим засобом впливу на реципієнта є метафора, яка допомагає розкрити емоційно-експресивні відтінки висловленого. Її зазвичай поєднують із іншими елементами індивідуального стилю, хоч подекуди в текстах знаходимо стилістичні фігури, які реалізуються як одиничні вияви й риторика яких визначається широким спектром стилістично пов'язаних характеристик.

Чимало метафор слугують засобами відтворення негативних характеристик політиків-конкурентів, соціального, економічного життя країни. З іншого боку, апелюючи до загальнолюдських цінностей, українські політичні діячі намагаються надати героїчного, патетичного обрамлення своєму мовленню, викликати позитивну реакцію реципієнта. Аналіз метафоричних моделей в українському політичному дискурсі дає підстави говорити про те, що найбільш актуалізовані серед них: 1) антропоморфна; 2) зооморфна; 3) метафора на позначення фінансових реалій; 4) військова.

Зібраний фактичний матеріал засвідчує, що одним із активно вживаних компонентів політичного мовлення є метонімія. Цей специфічний спосіб перетворення дійсності чинить прагматичний вплив на слухача, виконуючи еспресивну та маніпулятивну функції. В мовленні українських політиків ми виокремили такі метонімічні моделі: 1) „Колектив осіб” → „особа”; 2) „Подія” → „місце або дата”; 3) „Особа, що належать до уряду” → „місце”; 4) „Виконавець” → „об'єкт”; 5) „Відповідальна особа” → „орган влади”; 6) „Народ, населення” → „система”.

Для мови українських політичних діячів притаманна тенденція до широкого використання порівняння, алюзії, фразеологізмів, засобів комічного тощо. Усі вони увиразнюють мовний портрет політика, посилюють увагу до теми чи особи, про яку йдеться, підвищують ілюктивну силу виступів, надаючи їм влучності та виразності.

Граматичні особливості реалізації мовного портрета українського політичного діяча полягають у використанні різнотипних ускладнень, паралельних конструкцій, повторів, риторичних запитань, що значно підвищують експресивність політичної комунікації.

Різне функціональне навантаження в мовленні українських політиків виявляють займенники. Займенник *я* зазвичай уживають для демонстрації рішучості та цілеспрямованості мовця, привернення до нього уваги, а також дистанціювання його від інших. *Ми* здебільшого використовують з метою передати відповідальність іншим, відвернути негативну увагу від себе чи створити позитивний образ через відокремлення від інших. Особові форми *я* та *ми* використовують також і для встановлення контакту з аудиторією, створення відчуття особистісного спілкування. *Ви* сприяє зменшенню/збільшенню ступеня конкретизації звертання, критики опонентів, а займенник *вони* вживають у ситуаціях формування опозиційних відносин, часто негативно оцінних. Представники українського політикуму займенник *вони* використовують і в нейтральному значенні з вказівкою на позитивний чи негативний контекст.

Мовлення політика має бути ретельно продумане, насичене ефективними аргументами. Тоді воно здатне переконувати й мотивувати аудиторію. Ефектний виступ полягає у використанні прозорої логіки, простих аргументів, доступної термінології, у вживанні зрозумілих слів. Український політичний наратив постає як розлогий діапазон художніх прийомів, які формують різнорівневий мовний портрет українського політика.

Вербально-семантичний рівень політичного мовлення характеризується готовністю до усного спілкування, зокрема монологічного виступу (часто спонтанного), володінням різноплановою термінологією.

У функціонуванні лінгво-когнітивного (тезаурусного) рівня простежено тенденцію до актуалізації таких стрижневих понять, як *свобода*, *воля народу*, *демократична держава*, *європейський вибір*, які є важливими засобами впливу на суспільну свідомість. Дедалі ширшого вжитку й стилістичної ваги в українському політичному дискурсі набувають іншомовні лексеми, використання яких, особливо мовою оригіналу, впливає на формування іміджу високоосвіченого та компетентного політика. Детальний аналіз засвідчив, що наші політичні діячі володіють здатністю надавати своєму виступу модального забарвлення.

Уміння окреслювати свій комунікативний намір і досягати бажаного маніпулятивного ефекту завдяки використанню різноманітних ораторських прийомів продемонстровано на мотиваційно-прагматичному рівні. Широкий спектр мовленнєвих прийомів – важливий чинник впливу на аудиторію, що формується з огляду на основні завдання, цінності та суспільно-політичні стратегії тієї чи тієї політичної сили.

Прагмалінгвістичний вияв мовного портрета українського політика репрезентований такими функціональними компонентами: звернення до позитивних емоцій завдяки формуванню образу кращого майбутнього для об'єднаного українського суспільства; апеляція до європейських цінностей, відповідальності, свободи, реформування як шляху змін на краще; актуалізація метафорики з її високим аргументативним потенціалом та глибокою образністю; іншомовні вкраплення; активне використання просторічної лексики, фразеологізмів, прислів'їв для створення привабливого образу, наближеного до суспільного загалу.

Мовний портрет українського політика формується поєднанням декількох характеристик – інтелектуальності, відвертої полемічності й наполегливої кооперативності. У своїх лінгвістичних уподобаннях політичні діячі вказують на відчутну суперечність, яка базується, з одного боку, на мові влади, а з іншого – на демонстрації багатства власного словникового запасу, на загальнолюдських та національних концептах і політичній метафорі, але з помірним використанням у процесі спілкування емоційно-експресивної лексики. Така мовна поліфонія не створює конфлікту в комунікації, сприяє конструктивному діалогу. Прагмалінгвістичні характеристики мовного портрета українського політика моделюють мовленнєву самостійність, філологічні знання та навички, що сприяють формуванню харизматичної особистості в політичному просторі України.

Політичний дискурс – сприятлива сфера для застосування найрізноманітніших мовленнєвих стратегій і тактик. Головний мотиватор, завдяки якому зреалізують певну стратегію, це та політична ціль, яку ставить

перед собою адресант. Саме комунікативна мета визначає характер дискурсивних одиниць, специфіку їхнього поєднання, пафос, емоційність тощо. У процесі аналізу з'ясовано, що найбільш актуалізовано в українському політичному дискурсі КС самопрезентації, самозахисту, дискредитації, агітаційна, компромісу, маніпулятивна та інформаційно-інтерпретаційна, кожна з яких зреалізована своєрідними мовними засобами.

Комунікативна стратегія самопрезентації постає центральною, а її змістове наповнення підпорядковане широкому спектру методик комунікації та комунікативній інтенції саморепрезентантів. Вона – одна з найбільш популярних та привабливих у комунікативному процесі, оскільки її інтенційний вияв – створення власного позитивного іміджу, що досконало вдається більшості українських можновладців. Засобами актуалізації стратегії самопрезентації слугують тактика ототожнення, тактика самовихваляння, особливо популярна тактика обіцянки, демонстрації професійного успіху, застосування яких окреслене певними мовними засобами.

Протилежною за вектором спрямування є стратегія дискредитації, основна мета якої – підрив довіри, применшення авторитету, значення когось, чогось. Застосування цієї стратегії передбачає певний набір мовних тактик, які відповідають конкретній меті: тактики звинувачення, нагнітання негативного, які окреслюються в процесах нанизування негативних фактів або наслідків; тактики непрямих образ, формування та навішування ярликів.

Агітаційна стратегія посідає проміжне місце, перебуваючи на перетині стратегій самопрезентації та дискредитації. Для агітаційного тексту характерні специфічна мовно-стилістична організація, імперативи, зумовлені специфікою авторської мети, що полягає в емоційному, ментальному, психологічному впливові на потенційного виборця, який стане рушієм до прогнозованих дій.

Агітаційний дискурс актуалізується відповідною системою комунікативних тактик і прийомів: апелюванням до духовних, моральних та історичних цінностей народу; розширенням власного позитивного образу; вказівкою на стратегічні помилки та духовні недоліки опонентів; позбавленням

альтернативи (політичним шантажем); декларуванням власної політичної стратегії.

Інтенція утримання влади зумовлює залучення до арсеналу інструментів політичної комунікації стратегії компромісу для примирення потенційних протиріч у публічному політичному дискурсі. Стратегію компромісу найчастіше застосовують у діалогічних жанрах і зреалізують кількома тактиками: закликом до поступок, компромісу чи допомоги; пропозицією, що містить виняткове чи надважливе значення; незгодою, що залучає до тексту пояснення причин; вказівкою на недоцільність певних дій чи рішень; власне згодою з певним емоційним забарвленням (вдячність, повага, захоплення тощо).

Інформаційно-інтерпретаційна – досить продуктивна стратегія утримання влади, основну інтенцію якої варто сприймати розширено: інформувати населення, своїх партнерів, представників судової гілки влади про дії в галузі регіонального самоврядування, про події соціального, економічного, військово-стратегічного плану тощо. Ця стратегія актуалізується здебільшого тактиками визнання наявності проблеми, роз'яснення, судження з вираженням емоційно-оцінного ставлення, ілюстрування.

Для успішного реагування на закиди опонентів сучасні українські політичні діячі активно послуговуються стратегією самозахисту, актуалізаційними компонентами якої є прийоми персуазивності. Зокрема використовують чітке структурування тексту, характерне для індивідуальної мовленнєвої манери політика.

Прагнення можновладців впливати на адресата, бажання переконати у правильності їхньої політичної позиції створюють умови для широкого використання *маніпулятивної стратегії*, що реалізується різними тактиками, серед яких: орієнтація на національну самоідентифікацію; апелювання до страху; оперування фактами; логічні помилки; звернення до емоцій адресата; навмисне ухилення; інклюзивність; дискурсивна когерентність.

Сучасне динамічне політичне життя вимагає дедалі більших зусиль для завоювання й утримання влади. Публічні виступи – найефективніший засіб маніпуляції суспільною думкою, зумовлений практичними цілями оратора. Отже, вибір мовних засобів формує неповторність мовного іміджу політичних діячів, увиразнюючи індивідуальний стиль того чи того авторського дискурсу.

Загалом український політичний дискурс вирізняють такі ознаки:

- 1) використання доступної, зрозумілої електорату мови (без нагромодження в ній термінології), яка відображає соціальне становище українського народу;
- 2) домінування абстрактних обіцянок, гасел над фактичним матеріалом;
- 3) поєднання класичних методів риторики з використанням сучасних інформаційних технологій для підвищення функції переконання;
- 4) відмінність від класичної традиції ораторського мистецтва, яка полягає в намаганні переконувати, а не наставляти аудиторію.

Дисертація не вичерпує всіх аспектів розглянутої проблеми. Подальший напрям дослідження вбачаємо у ширшому аналізі системно-мовних характеристик сучасного українського політика, розробці комплексних мовних портретів різних політичних сил в Україні та за її межами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов : учебн. пособие. Москва : Университетская книга; Логос, 2006. 384 с.
2. Алышева Ю. С. Речевой портрет современного политического лидера : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Волгоград, 2012. 231 с.
3. Амиров В. М. Агитационный предвыборный свертхтекст: организация содержания и стратегии реализации : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Екатеринбург, 2002. 228 с.
4. Андрейченко О. І. Фразеологізми з соматичним компонентом у текстах політичних дискусій // Культура народів Причорномор'я. 2004. № 53. С. 7–11.
5. Артюхова А. А. Коммуникативные стратегии и тактики в митинговой речи // Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер.: Філологічні науки (мовознавство). 2014. № 2. С. 5–9.
6. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. Москва : Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
7. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. Москва : Прогресс, 1990. С. 5–32.
8. Астафурова Т. Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально значимых ситуациях межкультурного общения (лингвистический и дидактический аспекты) : дис. на соискание ученой степени докт. педаг. наук : спец. 13.00.02 „Теория и методика обучения и воспитания”. Москва, 1997. 324 с.
9. Асташова О. И. Речевой портрет политика как динамический феномен : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Екатеринбург, 2013. 245 с.
10. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 „Журналістика”. Київ, 2006. 205 с.

11. Бакумова Е. В. Ролевая структура политического дискурса : автореф. дис. на соискание ученой степени докт. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка”. Волгоград, 2002. 20 с.
12. Баранов А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход) : автореф. дис. на соискание ученой степени докт. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”; 10.02.19 „Теория языкознания”. Москва, 1990. 48 с.
13. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Собрание сочинений. Москва : Русские словари, 1996. Т. 5. : Работы 1940–1960 гг. С. 159–206. URL: http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm
14. Бахтін М. М. Висловлення як одиниця мовленнєвого спілкування // Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки XX ст. / ред. М. Зубрицька. Львів : Літопис, 1996. С. 310–317.
15. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
16. Беликов В. И., Крысин Л. П. Социолингвистика. Москва : Прогресс, 2001. 315 с.
17. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва : Прогресс, 1974. 447 с.
18. Бехта І. А. Дискурс наратора в англomовній художній прозі. Київ : Грамота, 2004. 304 с.
19. Билінська О. С. Агітаційні жанри українського політичного дискурсу: сугестивний і лінгвопрагматичний аспекти : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”. Одеса, 2017. 218 с.
20. Богин Г. И. Модель языковой личности в её отношении к разновидностям текстов : автореф. дис. на соискание ученой степени докт. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка”. Ленинград, 1984. 31 с.
21. Богуш С. В. Портретний образ – мовне втілення образу героя в художньому тексті // Наукові праці. Кам’янець-Подільський, 2002. Вип. 6. С. 198–205.

22. Болдирева А. Є. Мовні засоби створення гумористичного ефекту: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі романів П. Г. Вудхауза) : автореф. дис. канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Одеса, 2007. 24 с.

23. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR : учеб. пособие. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2001. 624 с.

24. Бублик І. Ф. Комунікативно-прагматичні та лінгво-стилістичні аспекти реалізації вербальної агресії в парламентському дискурсі ФРН : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Харків, 2006. 20 с.

25. Бубняк Р. А. Літературно-критичний дискурс: сутність, структура, засоби вираження : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.06 „Теорія літератури”. Тернопіль, 2001. 20 с.

26. Бутова І. С. Креативність та евалюативна насиченість політичного дискурсу ХХІ століття (на матеріалі англійської та української мов) // Мандрівець: актуальні проблем гуманітарного пізнання. Тернопіль, 2010. № 5. С. 66–69.

27. Бялик В. Д. Лексичний квантор в англomовному публіцистичному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Київ : КНЛУ, 2013. 32 с.

28. Васильев А. Д. Элементы вербальной магии в российском официозном дискурсе // Poznanskіe Studia Slawistyczne. 2013. № 4. С. 177–190.

29. Ващук Т. М. Політичний дискурс як об’єкт лінгвістичного дослідження // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2007. № 33. С. 182–185.

30. Вежбицкая А. Речевые акты // Новое в зарубежной лингвистике. Москва : Прогресс, 1985. Вып. XVI. С. 251–275.

31. Великий тлумачний словник сучасної української мови / укл. і голов. ред. В. Бусел. Київ : Ірпінь : ВТФ „Перун”, 2009. 1736 с.

32. Верещагин Е. М. Речевые тактики „призыва к откровенности”. Еще одна попытка проникнуть в идиоматику речевого поведения и русско-немецкий контрастивный подход // Вопросы языкознания. 1992. № 6. С. 82–94.

33. Вершинина Т. С. Зооморфная, фитоморфная и антропоморфная метафора в современном политическом дискурсе : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Екатеринбург, 2002. 24 с.

34. Виноградов В. В. Избранные труды. О языке художественной прозы. Москва : Наука, 1980. 360 с.

35. Волков А. А. Теория риторической аргументации. Москва : Издательство Московского университета, 2009. 398 с.

36. Волков О. Г. Прагматика політичного тексту : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : спец. 09.00.03 „Соціальна філософія і філософія історії”. Сімферополь, 2002. 15 с.

37. Волкогон Н. Л. Іспаномовний рекламний дискурс і його відтворення українською мовою : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.16 „Перекладознавство”. Київ, 2002. 19 с.

38. Волошук В. І. Індивідуальний авторський стиль, ідіолект, ідіостиль: питання термінології // Науково-методичний журнал. Філологія. Мовознавство. Миколаїв : МДГУ ім. П. Могили. 2008. № 79. С. 5–8.

39. Вострякова Н. А. Коннотативная семантика и прагматика номинативных единиц русского языка : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Волгоград, 1998. 22 с.

40. Врабель Т. Т. Словотворча прагматика у сучасній англійській мові : дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук. : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Ужгород, 2005. 241 с.

41. Глуховцева К. Деяко про особливості мовного портретування особистості // Наукові записки Вінницького державного педагогічного

університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство) : зб. наук. праць. Вінниця : ВДПУ, 2012. Вип. 16. С. 196–200.

42. Голик С. В. Мовна особистість як об'єкт лінгвокультурологічних досліджень // Вісник Львівського університету. Серія: філологічна. Львів, 2013. Вип. 21. С. 258–264.

43. Головинський К. С. „Творчий марксист”. Методи лінгвістично-психологічного аналізу текстів політичних лідерів // Нова політика. 1997. № 5. С. 35–45.

44. Головинський К. С. „Експансіоніст” та „впливовий лідер”: політичні діячі в дзеркалі лінгвістично-психологічного аналізу // Нова політика. 1998. № 2. С. 52–57.

45. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу : монографія. Київ : Логос, 2004. 284 с.

46. Горностаева А. А. Место иронии и юмора в некоторых политических жанрах // Международный научно-исследовательский журнал. Екатеринбург, 2016. № 6 (48). Ч. 4. С. 19–25.

47. Гулакова И. И. Место явления коммуникативного конфликта в ряду разновидностей нестандартной коммуникативной ситуации // Язык и коммуникация (изучение и обучение) : Сб. статей. Вып. 11. Орел, 2003. С. 17–21.

48. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Избранные труды по языкознанию. Москва : Прогресс, 1984. С. 37–297.

49. Данилюк Н. О. Агатангел Кримський – видатний український мовознавець // А. Кримський – учений, письменник, українець : зб. наук. пр. Луцьк : Волин. книга, 2007. С. 33–40.

50. Данилюк Н. О. А. Кримський – всесвітньовідомий учений, громадський діяч, письменник. Передмова // А. Кримський – учений, письменник, українець : зб. наук. пр. Луцьк : Волин. обл. друкарня, 2007. Форзац.

51. Данилюк Н. О. Мовна картина світу в поезії Агатангела Кримського // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки: Філологічні науки. Мовознавство. Луцьк, 2015. № 6 (307). С. 30–36.
52. Дацишин Х. П. Метафора в українському політичному дискурсі (за матеріалами сучасної періодики) : дис. на здобуття наук. ступеня к. філол. н. : спец. 10.01.18 „Журналістика”. Львів, 2005. 208 с.
53. Дацюк С. В. Типология коммуникационных стратегий. URL: www.encyklopedia.ru/pda/art/art.php?view=214.
54. Дедухо А. В. Функціональні та структурно-семантичні особливості комісивів (на прикладі мовленнєвих актів обіцянки, клятви, присяги) // Філологічні науки : зб. наук. праць. Полтава, 2011. № 1 (7) С. 106–113.
55. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : сборник работ. / сост. В. В. Петрова. Москва : Прогресс, 1989. 310 с.
56. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. Москва : ИНИОН РАН, 2002. № 3. С. 32–43.
57. Денисюк Е. В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Екатеринбург, 2004. 23 с.
58. Денисюк С. Г. Гумор як політико-комунікативна технологія // Політологічний вісник : зб. наук. праць. Київ, 2011. Вип. 57. С. 260–268.
59. Діденко М. О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Одеса, 2001. 19 с.
60. Довганюк І. Д. Мовні стратегії і тактики реалізації виправдання в німецькому політичному дискурсі (на матеріалі політичного інтерв'ю) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Львів, 2013. 16 с.

61. Дудоладова О. В. Інтернет-дискурс як особливий тип дискурсу // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2008. № 837. С. 74–78.
62. Дужик Н. С. Мовна особистість М. Хвильового в аспекті стилістики та історії літературної мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”. Київ, 1996. 20 с.
63. Єфімов Л. П. Стилiстика англiйської мови: дискурсивний аналіз : навчальний посiбник. Вінниця : Нова Книга, 2004. 240 с.
64. Жуковець Г. Л. Лiнгвориторичні особливості сучасного лейбористського дискурсу Великої Британії : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Київ, 2001. 216 с.
65. Завальнюк І. Я. Комунікативно-прагматичні функції та стилістичні вияви вставних одиниць у сучасному українському газетному мовленні // Українська мова. Київ, 2009. № 1. С. 15–32.
66. Завальнюк І. Я. Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ ст.: структура та прагматистичні функції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”. Київ, 2010. 40 с.
67. Завальнюк І. Я. Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ ст.: функціональний і прагмалінгвістичний аспекти : монографія / відп. ред. К. Г. Городенська. Вінниця : Нова Книга, 2009. 400 с.
68. Заплітна Т. В. Експліцитна та імпліцитна моделі інтенції політичного дискурсу // Филологические науки: язык, речь, речевая коммуникация. URL: http://www.rusnauka.com/11_NPE_2012/Philologia/7_10_7449.doc.htm
69. Зарецький О. В. Ідіолект політика в жанрі громадсько-політичного інтерв'ю, полеміки, промови, дебатів. Київ, 2008. 124 с.
70. Захарова Е. П. Коммуникативные категории и нормы // Хорошая речь. Саратов, 2001. С. 163–179.

71. Иванов Л. Ю. Коммуникативная ситуация // Культура русской речи : энцикл. словарь-справочник. 2-е изд., испр. Москва : Флинта, 2007. С. 252–253.
72. Ивин А. А. Теория аргументации : учебн. пособие. Москва : Гардарики, 2000. 416 с.
73. Иньиго-Мора И., Делиджорджи К. Стратегия уклонения в политическом интервью: анализ телевизионных интервью Тони Блэра // Политическая лингвистика. 2007. № (3) 23. С. 78–90.
74. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : Едиториал УРСС, 2003. 288 с.
75. Ілляшевич А. А., Голікова Н. С. Ізотопія тексту та мовний портрет як одна з форм її реалізації (на матеріалі роману П. Загребельного „Диво”) // Український смисл. Дніпропетровськ : Ліра, 2014. № 1. С. 130–140.
76. Карамова А. А. Структура политического дискурса // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12421>.
77. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. Волгоград, 2000. С. 5–20.
78. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : монография. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
79. Карасьова К. А. До питання про мовні особливості політичного впливу // Український смисл. Дніпропетровськ : Ліра, 2014. № 1. URL: <http://www.ukrsense.dp.ua/index.php/USENSE/article/view/75>.
80. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва : Наука, 1987. 259 с.
81. Карпчук Н. П. Політичний анекдот як інструмент PR // Науковий вісник Волинського держ. ун-ту ім. Лесі Українки. Луцьк, 2007. № 7 : Міжнародні відносини. С. 20–23.

82. Клименко І. В. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу // Лінгвістичні студії: зб. наук. праць. Донецьк: ДонНУ, 2009. Вип. 19. С. 182–186.
83. Ключев Е. В. Речевая коммуникация: учеб. пособие для ун-тов и вузов. Москва: ПРИОР, 1998. 224 с.
84. Коваль Н. Є. Інтердискурс у юридичному дискурсі // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія „Філологічні науки”. Мовознавство. 2014. № 2. С. 68–72.
85. Ковінько К. В. Жанр політичної карикатури: функціональні, дискурсивні та стилістичні особливості // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. 2012. № 1003. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Вип. 70. С. 125–130.
86. Кожемяченко Н. Лінгвістичні засоби маніпуляції в англomовній політичній рекламі // Теоретична і дидактична філологія. 2015. Вип. 20. С. 197–207. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tidf_2015_20_21.
87. Козуб Л. Мовні засоби впливу у сучасному англomовному політичному дискурсі // Studia methodologica. Тернопіль, 2011. Вип. 32. С. 51–53.
88. Колотілова Н. А. Риторика. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 232 с.
89. Кондратенко Н. В. Дискурсивна парадигма досліджень художнього тексту // Записки з романо-германської філології. 2015. Вип. 1. С. 60–65.
90. Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учебное пособие. Москва: Флинта: Наука, 2014. 176 с.
91. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.
92. Корнійчук Ю. Р. Маніпулятивний вплив у політичному англomовному дискурсі // Студентські наукові записки. Серія „Філологічна”. 2009. № 2. С. 83–87.

93. Коробова Н. В. Формирование речевого имиджа в политическом дискурсе (на примере предвыборной кампании Б. Обамы) // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 4 (185). Филология. Искусствоведение. Вып. 40. С. 109–114.

94. Корольов І. Р. Комуникативна ситуація „виправдання”: функціонально-прагматичний та лінгвокультурний аспекти (на матеріалі української, російської та англійської художньої прози ХІХ ст.): дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук.: спец. 10.02.15 „Загальне мовознавство”. Київ, 2008. 19 с.

95. Космеда Т. А., Прасол О. П. „Політичний” фразеологізм у мовній свідомості галичан і поляків: проблема трактування // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. 2014. Т. 22, вип. 20 (1). С. 77–83.

96. Коткова Л. І. Ідіостиль, індивідуальний стиль і ідіолект: проблеми розмежування // Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Ніжин, 2012. Кн. 2. С. 26–29.

97. Кошелюк М. Е. Технологии политических выборов. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 239 с.

98. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация). Москва : Диалог-МГУ, 1998. 352 с.

99. Кривий А. Дискурсний аналіз і сучасне мовознавство // Дискурс іноземномовної комунікації: колективна монографія. Львів : Видавництво ЛНУ ім. І. Франка, 2001. С. 158–162.

100. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е. С. Кубряковой; [В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина]. Москва : МГУ, 1997. 197 с.

101. Кузнецова Г. В. Напрямки вивчення алюзії як лінгвістичного явища // Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету. Одеса, 2014. С. 248–251.

102. Кузьмич Н. Комунікативна стратегія самопрезентації і тактики її реалізації (за матеріалами телевізійних інтерв'ю) // Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови. 2013. Вип. 21. С. 89–94.

103. Лавриненко О. Л. Структурно-функціональні особливості мовної особистості студентів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. псих. наук : спец. 19.00.01 „Загальна психологія, історія психології”. Луцьк, 2011. 19 с.

104. Лавриненко О. О. Комунікативно-прагматичний потенціал алюзії в англійському та українському публіцистичному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.17 „Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство”. Київ, 2009. 20 с.

105. Леонтьев А. А. Язык и речевая деятельность в общей и педагогической психологии. Москва : МПСИ, 2001. 448 с.

106. Леорда С. В. Речевой портрет современного студента : автореф. дис. на соискание ученой степени докт. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Саратов, 2006. 19 с.

107. Лесик І. В. Оцінність та емоційність як інтерпретативний потенціал іронії // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство). Вінниця, 2014. Вип. 19. С. 239–243.

108. Лесняк М. В. Моделирование коммуникативной ретроспективы в политическом дискурсе с помощью тактики „создание темного прошлого” // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2014. № 3. С. 128–133.

109. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. Москва : „Советская энциклопедия”, 1990. 685 с.

110. Литовченко А. Д. Структурно-діяльнісна концепція дискурсу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук : спец. 22.00.01 „Теорія та історія соціології”. Харків, 2005. 19 с.

111. Луньова О. В. Мовна особистість Франкліна Делано Рузвельта // Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Сер.: Філологічні науки. 2014. Кн. 2. С. 130–135.

112. Лященко О. А. Функції фразеологізмів в англomовному політичному диспуті // Одеський лінгвістичний вісник. 2014. Вип. 4. С. 163–166.

113. Мазепова О. В. Еволюція поняття „мовна особистість” у сучасних лінгвістичних дослідженнях // Мовні і концептуальні картини світу. Київ, 2014. Вип. 48. С. 274–286.

114. Майерс Д. Социальная психология. Санкт-Петербург : Питер, 2010. 794 с.

115. Макарова В. Техника аргументации в современном русском и литовском политическом дискурсе (на материале ежегодных президентских посланий 2000-2007 гг.): дис. на соискание ученой степени докт. наук : спец. 04Н „Гуманитарные науки, филология”. Вильнюс, 2008. 180 с.

116. Марчук Л. М. Мовний портрет інтелігента – мешканця Кам’янця-Подільського // Мова і суспільство. Львів, 2010. Вип. 1. С. 181–188.

117. Масенко Л. Т. Мова і політика. 2-ге вид., доп. Київ : Соняшник, 2004. 162 с.

118. Матвеева Т. В. Уклончивый ответ // Речевое общение и вопросы экологии русского языка : сб. науч. работ, посвящ. 80-летию докт. филол. наук, проф. А. П. Сковородникова. Красноярск, 2009. С. 229–239.

119. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилiстика української мови : підручник. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.

120. Михалёва О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Кемерово, 2004. 289 с.

121. Михальская А. К. О речевом поведении политиков [Электронный ресурс] // Независимая газета. 1999. 3 дек. URL: http://www.ng.ru/ideas/1999-12-03/8_politics.html

122. Морозова І. І. Комунікативна ситуація „Флірт”: когнітивно-прагматичні якості (на матеріалі художньої літератури Вікторіанської доби). URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/5947/2/Комунікативна%20ситуація%20”Флірт”.pdf>

123. Мухортов Д. С. Об общем и частном в понятиях „языковая личность”, „речевой портрет”, „идиостиль” и „идиолект” (на примере вербального поведения современных политических деятелей) // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления : материалы международной научной конференции. Екатеринбург, 2004. С. 167–174.

124. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ : Світогляд, 2005. 315 с.

125. Насалевич Т. В. Класифікація портретних описів // Науковий вісник Чернівецького університету. 2002. Вип. 136. С. 48–52.

126. Нікітіна А. В. Педагогічний дискурс учителя-словесника : монографія. Київ : Ленвіт, 2013. 338 с.

127. Нікіточкіна І. В. Реалізація концепту „expensive” в газетному дискурсі // Проблеми семантики слова, речення та тексту. Київ, 2012. Вип. 28. С. 298–307.

128. Норман Б. Ю. Русское местоимение „мы”: внутренняя драматургия // Russian linguistics. Vol. 26. 2002. № 2. Pp. 217–234.

129. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса. Москва : Гнозис, 2007. 407 с.

130. Онуфрієнко О. П. Дискурс національної ідентичності у творчому надбанні Лесі Українки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.01 „Українська література”. Дніпропетровськ, 2000. 19 с.

131. Опарина Е. О. Метафора в политическом дискурсе // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования : Сб. науч. тр. Москва, 2002. № 3. С. 22–30.

132. Осетрова Е. В. К определению понятия „Языковой имидж” // Язык и социальная динамика. Красноярск, 2012. № 12-1. С. 78–85.

133. Осетрова Е. В. Речевой портрет политика: содержательная и коммуникативная составляющие // Лингвистический ежегодник Сибири. 1999. № 1. С. 58–66.

134. Остин Дж. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. Москва, 1986. Вып. 17. С. 22–130.

135. Очерки истории языка русской поэзии XX века. Поэтический язык и идиостиль: Общие вопросы. Звуковая организация текста : монография / отв. ред. В. П. Григорьев. Москва : Наука, 1990. 304 с.

136. П'єцух О. І. Динаміка метафори в англomовному електронному дискурсі „Вибори 2010-2012 рр. в Україні” : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Одеса, 2013. 20 с.

137. Павлюк Т. П. Семантична структура порівняльного звороту в поетичному тексті // Лінгвістика : зб. наук. пр. Луганськ, 2009. № 1. С. 146-152.

138. Панов М. В. История русского литературного произношения VIII–XIX вв. Москва : Наука, 1990. 453 с.

139. Панова М. Н. Языковая личность в административном дискурсе // Языковая личность: Текст, словарь, образ мира. Сб. статей. Москва, 2006. С. 69–75.

140. Паршин А. Теория и практика перевода : учебник. Москва : Русский язык, 2000. 161 с.

141. Паршина О. Н. Российская политическая речь: Теория и практика. Москва : Изд-во ЛКИ, 2007. 232 с.

142. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. на соискание ученой степени докт. филол. наук : спец. 10.02.01. „Русский язык”. Саратов, 2005. 325 с.

143. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс : монографія. Одеса : Астропринт, 2009. 464 с.

144. Петлюченко Н. В. Харизматична особистість політичного лідера в просторі німецького та українського апелятивних дискурсів: зіставний аспект :

дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук. : спец. 10.02.17 „Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство”. Одеса, 2010. 486 с.

145. Петренко В. В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 „Політичні інститути та процеси”. Київ, 2003. 17 с.

146. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Текст. Интертекст. Культура : Сб. докладов междунар. науч. конференции. Москва, 2001. С. 543–553.

147. Подшивайлова Г. М. Мовні засоби маніпулятивного впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 „Російська мова”. Київ, 2009. 21 с.

148. Політологічний енциклопедичний словник / упорядник В. П. Горбатенко; за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. 2-е вид., доп., і перероб. Київ : Генеза, 2004. 736 с.

149. Помірко Р. С., Бутова І. С. Мовні дихотомії в політичному дискурсі США та України // Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні мови. 2012. Вип. 19. С. 219–224.

150. Пономаренко А. Ю. Мовний портрет районної газети (на прикладі приватних оголошень) // Культура слова. Київ, 2013. Вип. 79. С. 144–148.

151. Попов Р. А. Політичний дискурс: проблема теоретичної ідентифікації. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/pol-prav/05prapti.pdf>

152. Попова Н. М. Сучасний іспаномовний суспільно-політичний дискурс: лінгвопрагматичний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 „Романські мови”. Київ, 2004. 20 с.

153. Потапенко С. І. Мовна особистість у просторі медійного дискурсу (досвід лінгвокогнітивного аналізу). Київ : Видавничий центр КНЛУ, 2004. 359 с.

154. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. Київ : Рефл-бук-Ваклер, 2004. 574 с.

155. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : ВЦ „Київський університет”, 1999. 301 с.

156. Пугач В. С. Уклонение от прямого ответа как тип речевого реагирования : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки”. Белгород, 2002. 22 с.

157. Радзієвська Т. В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – Соціум – Культура – Мовна особистість : монографія. Київ : ДП „Інформативно-аналітичне агентство”, 2010. 491 с.

158. Рогоза А. П. Мовленнєва системність в термінах комунікативної лінгвістики // Міжнародна науково-практична конференція „Сучасний вимір філологічних наук”. URL: <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1059>.

159. Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2009. № 1 (27). С. 109–117.

160. Русский язык и культура речи : учеб. пособие / под ред. В. И. Максимова. Москва : Гардарики, 2001. 413 с.

161. Савойська С. В. Мовно-комунікативна політика як специфічна область державної політики в поліетнічному соціумі: теоретико-історіологічний аналіз : монографія. Київ : Вид. центр „Просвіта”, 2013. 424 с.

162. Салахова А. Лингвоперсонологический подход в исследовании профессиональной языковой личности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2015. № 8 (50). Ч. II. С. 159–162.

163. Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія. Вид. 2-е, перероб. і доп. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 360 с.

164. Санченко Є. М. Елітарна мовна особистість: від діалектних витоків до літературної мови : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”. Луганськ, 2009. 21 с.

165. Сафьян Ю. О. Концепт ОБАЯНИЕ в западной и славянской лингвокультурах // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-

конференції „Філологія ХХІ століття: теорія, практика, перспективи”. Одеса, 2012. С. 94–96.

166. Свистельникова С. А. Речевой портрет оппозиционной газеты: концептосфера, жанры, образные средства : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Белгород, 2010. 224 с.

167. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.

168. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

169. Семенюк А. А. Гендерні та вікові особливості кооперативної мовленнєвої поведінки в сімейному дискурсі (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Донецьк, 2007. 22 с.

170. Семенюк О. А. Мова епохи та мовна особистість у сатирико-гумористичному тексті : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”; 10.02.02 „Російська мова”. Київ, 2002. 32 с.

171. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Київ : ІнЮре, 2009. 276 с.

172. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) : монографія. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2002. 392 с.

173. Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике: Теория речевых актов. Москва : Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 170–194.

174. Синельникова Л. Н. Коммуникативные модели оппозиционного политического дискурса // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2010. № 1 (31). С. 34–38.

175. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект : монографія. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 358 с.

176. Слободян О. В. Мовний портрет міста: соціолінгвістичні характеристики.
URL: http://www.rusnauka.com/10_DN_2012/Philologia/7_106781.doc.htm

177. Словник української мови в 11-ти томах / ред. кол. : І. К. Білодід
(гол.) та
ін. [javascript:open_window\(%22http://opac.kpi.ua:80/F/UXJAINHQNT3GRNQS3P_YRGIMH59IUTRURF1GSQEITI7UBGLC5XE-81189?func=service&doc_number=000256360&line_number=0010&service_type=TAG%22](http://opac.kpi.ua:80/F/UXJAINHQNT3GRNQS3P_YRGIMH59IUTRURF1GSQEITI7UBGLC5XE-81189?func=service&doc_number=000256360&line_number=0010&service_type=TAG%22)); Київ : „Наукова думка”, 1975. Т. 6. 832 с.

178. Фразеологічний словник української мови / уклад. :
В. М. Білоноженко та ін. Київ : Наук. думка, 1993. 984 с.

179. Соколовская Т. Б. Языковая личность политического лидера (на материале газет новейшего времени) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01. „Русский язык”. Санкт-Петербург, 2002. 23 с.

180. Сотников А. В. Складові компоненти мовної особистості в контексті міжкультурної комунікації // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Київ, 2012. С. 267–271.

181. Ставицька Л. О. Про термін ідіолект // Українська мова. Київ, 2009. № 4. С. 3–17.

182. Степаненко М. І. Політичне сьогодення української мови: актуальний перифрастикон : монографія. Харків : Видавець Іванченко І. С., 2017. 616 с.

183. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж : Полиграф, 2001. 252 с.

184. Стецик Т. С. Система лінгвістичних засобів вираження персуазивності в політичному дискурсі // Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія: Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 225–227.

185. Столярова Е. В. Стратегии и тактики агитационного текста (на примере региональных СМИ) // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. Сочи, 2010. № 15. С. 134–142.

186. Стрій Л. І. Ритуальні жанри українського політичного дискурсу: структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 „Українська мова”. Одеса, 2015. 20 с.

187. Струганець Л. В. Культура мови. Словник термінів. Тернопіль : Навчальна книга, 2000. 88 с.

188. Струганець Л. В. Олена Пчілка як мовна особистість // Дивослово. Київ, 1995. № 2. С. 33–35.

189. Сушненко І. А. Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка”. Кемерово, 2011. 27 с.

190. Сютя Г. М. Мовний портрет Богдана Рубчака // Українська мова. Київ, 2011. № 1. С. 69–77.

191. Тарасенко Т. П. Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка”. Краснодар, 2007. 26 с.

192. Терихов С. А. О социальном аспекте речевого взаимодействия в коммуникативном контексте // Материалы Междунар. науч. конф. „Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве”, посв. 65-летию Пятигор. гос. лингвист. ун-та. Пятигорск, 2004. С. 147–149.

193. Ткачук-Мірошніченко О. Є. Імплікація в рекламному дискурсі (на матеріалі англomовної комерційної реклами) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Київ, 2001. 201 с.

194. Тлумачний словник української мови // V&V Project. 2010-2012. URL: <http://eslovník.com>

195. Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Екатеринбург, 2003. 301 с.

196. Труб В. М. Типи мовленнєвих відхилень як особливості ідіолекту українсько-російських білінгвів // Мова і суспільство. Львів, 2011. Вип. 2. С. 78–85.

197. Трубенко І. А. Художня метонімія та її різновиди у прозі англійського модернізму // Проблеми семантики слова, речення та тексту. Київ, 2010. Вип. 25. С. 391–401.

198. Українська мова : Енциклопедія / ред. кол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко та ін. 2-ге вид. випр. і доп. Київ : Українська енциклопедія, 2004. 833 с.

199. Устенко Л. Ф. Особливості функціонування фразеологічних одиниць у різних стилях української мови // Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки. 2011. Кн. 1. С. 40–44.

200. Филаткина Г. С. Коммуникативные стратегии в политическом медиадискурсе президентов Венесуэлы, Эквадора, Бразилии (1999-2014 гг.) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 „Журналистика”. Москва, 2015. 25 с.

201. Филинский А. А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999 – 2000 гг. : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка”. Тверь, 2002. 144 с.

202. Фирстова Л. А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса: на материале русскоязычных и англоязычных программ : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка”. Саратов, 2008. 21 с.

203. Фоменко О. С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки ХХ століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Київ, 1998. 18 с.

204. Формування мовної особистості на різних вікових етапах : монографія / за заг. ред. А. М. Богущ. Одеса : ПНЦ АПН України, 2008. 271 с.

205. Фролова Е. В. Коммуникативные стратегии формирования имиджа регионального лидера в электронных СМИ : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Омск, 2007. 207 с.

206. Халатян А. Б. Особенности организации современного политического дискурса // Вестник МГОУ. Серия „Лингвистика”. Москва, 2010. № 6. С. 51–54.

207. Холод О. М. Інструментарій засобів масової інформації у процесі формування іміджу політиків : дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук. : спец. 10.01.08 „Журналістика”. Київ, 2007. 546 с.

208. Цуциева М. Г. Персуазивность языковой личности политика // Политический дискурс в парадигме научных исследований : сб. статей международной научной конференции. Тюмень, 2014. С. 74–78.

209. Чадюк О. М. Метафора у сфері сучасної української політичної комунікації : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.01 „Українська мова”. Київ, 2005. 230 с.

210. Чеберяк А. М. Лінгвостилістичні та комунікативно-прагматичні особливості реалізації стратегії персуазивності у текстах відкритих листів // Вісник Житомирського державного університету: Філологічні науки. 2011. Вип. 58. С. 65–68.

211. Чепіль О. Я. Особливості реалізації комунікативних стратегій в політичному дискурсі // Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна”. 2015. Вип. 52. С. 274–276.

212. Чорна О. О. Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера (на матеріалі українського, російського та англійського політичного дискурсу) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.15 „Загальне мовознавство”. Кіровоград, 2012. 278 с.

213. Чудинов А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика: сб. 202 научн. трудов / ред. А. П. Чудинов. Екатеринбург, 2012. Вип. 2 (40). С. 55–61.

214. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. Москва : Флинта : Наука, 2008. 256 с.

215. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации : монография. Екатеринбург : Урал. гос. пед. унив., 2003. 248 с.

216. Чудинов А. П. Российская политическая метафора в начале XXI века // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 86-93. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-08.htm>

217. Чумак Н. А. Взаємодія лакунарних концептів з англомовним публіцистичним дискурсом (на прикладі французьких етноспецифічних концептів) // Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна”. 2014. Вип. 46. С. 219–221.

218. Шевченко О. Н. Языковая личность переводчика (на материале дискурса Б. В. Заходера) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка”. Волгоград, 2005. 23 с.

219. Шевчук З. С. Понятійно-термінологічне поле дослідження ієрархії „мовна особистість – мовний портрет” // Одеський лінгвістичний вісник. 2014. Вип. 4. С. 305–308.

220. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монография. Москва : Гнозис, 2004. 326 с.

221. Щитова Д. А. Лингвистическое моделирование имиджа в политическом дискурсе (на материале концепта вооруженная борьба) : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык”. Томск, 2014. 23 с.

222. Юкало В. Структура спеціальної мови і професійного спілкування // Дивослово. Київ, 2005. № 12. С. 43–47.

223. Юшковець І. А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови”. Київ, 2009. 213 с.

224. Янко Т. Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии // Вопросы языкознания. Москва, 1999. № 4. С. 28–53.
225. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Київ : Видавничий центр „Академія”, 2010. 312 с.
226. Charteris-Black J. Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2014. 274 p.
227. Dijk T. van. Discourse and Manipulation // Discourse and Society, 2006, Vol. 17 (2), Pp. 359–383.
228. Dijk T. van. Ideology. A Multidisciplinary Approach // London : SAGE Publications Ltd, 1998, 365 p.
229. Dijk T. van. The Study of Discourse // Discourse as Structure and Process, 1997, Vol. 1 : Dijk van. Discourse Studies: a multidisciplinary introduction, Pp. 1–34.
230. Kelman S. Economic Incentives and Environmental Policy: Politics, Philosophy, Ideology // Incentives for Environmental Protection, Cambridge, MA. : MIT Press, 1983, Pp. 291–331.
231. Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Galf // Engulfed in War: Just War and the Persian Gulf, Honolulu, 1991, Pp. 1–17. URL: <https://georgelakoff.files.wordpress.com/2011/04/metaphor-and-war-the-metaphor-system-used-to-justify-war-in-the-gulf-lakoff-1991.pdf>
232. Lakoff G. The Metaphor System Used to Justify War in the Galf // Journal of Urban and Cultural Studies, 1991, Vol. 2 (1), Pp. 59–72.
233. Steen G. The Paradox of Metaphor: Why We Need a Three-Dimensional Model of Metaphor // Metaphor and Symbol, Vol. 23 (4), Pp. 213–241.
234. Tito L'. Medzinárodná komunikácia ako jazyk politiky // Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume, Trnava, 2006. – Pp. 38–42.
235. Wales K. A Dictionary of Stylistics. 3rd ed. // New York : Routledge, 2011, 478 p.
236. Wodak R. Critical Discourse Analysis. Some Important Concepts and Considerations // ACCEPT-CDA Course, 2010, 26 p. URL: <http://accept-pluralism.eu/Documents/Events/2010-11->

2ndMeetingACCEPT/presentations/CRITICALDISCOURSE(ANALYSIS)
RuthWodakpresentation.pdf

237. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis. A Cross-disciplinary Inquiry // Pragmatics & Cognition, Amsterdam, 2007, Vol. 15 (1), Pp. 203–225.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрієвський Д. Й. Виступ у Верховній Раді України, 16 березня 2017
2. Бабак А. В. Виступ на засіданні Комітету з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства, 15 липня 2015
3. Береза Ю. М. Інтерв'ю для Громадське.tv, 9 грудня 2014
4. Березюк О. Р. Прес-конференція, 11 січня 2016
5. Березюк О. Р. Виступ на Шустер live, 27 грудня 2014
6. Березюк О. Р. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
7. Березюк О. Р. Виступ у Верховній Раді України, 19 жовтня 2017
8. Березюк О. Р. Виступ у Верховній Раді України, 2 листопада 2016
9. Березюк О. Р. Виступ у Верховній Раді України, 29 вересня 2016
10. Березюк О. Р. Виступ у Верховній Раді України, 6 грудня 2016
11. Богомолець О. В. Виступ у Верховній Раді України, 1 листопада 2016
12. Богомолець О. В. Виступ у Верховній Раді України, 8 лютого 2017
13. Богомолець О. В. Прес-конференція, 30 квітня 2014
14. Бойко Ю. А. Виступ у Верховній Раді України, 1 листопада 2016
15. Бойко Ю. А. Виступ у Верховній Раді України, 15 березня 2016
16. Бублик Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 10 лютого 2017
17. Бурбак М. Ю. Виступ у Верховній Раді України, 11 липня 2017
18. Вілкул О. Ю. Виступ у Верховній Раді України, 20 вересня 2016
19. Власенко С. В. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
20. Власенко С. В. Виступ у Верховній Раді України, 21 вересня 2017
21. Герасимов А. В. Виступ у Верховній Раді України, 14 листопада 2017
22. Герасимов А. В. Виступ у Верховній Раді України, 19 вересня 2017
23. Геращенко І. В. Виступ у Верховній Раді України, 8 лютого 2017
24. Геращенко І. В. Звітна доповідь для преси, 31 серпня 2014
25. Гринів І. О. Інтерв'ю для „Погляд” на 5 каналі, 1 липня 2016
26. Гриценко А. С. Відео-звернення напередодні позачергових виборів Президента України, 6 травня 2014
27. Гройсман В. Б. Виступ у Верховній Раді України, 20 грудня 2016

28. Гройсман В. Б. Виступ у Верховній Раді України, 24 березня 2017
29. Гройсман В. Б. Виступ у Верховній Раді України, 8 вересня 2017
30. Гройсман В. Б. Виступ на Шустер live, 30 травня 2014
31. Гройсман В. Б. Виступ під час зустрічі зі студентами НТУУ „Київський політехнічний університет імені І. Сікорського”, 23 грудня 2016
32. Гройсман В. Б. Виступ у Верховній Раді України, 2 серпня 2015
33. Гройсман В. Б. Година запитань у Верховній Раді України, 14 квітня 2017
34. Гройсман В. Б. Інтерв'ю для „События недели” на каналі „Україна”, 12 лютого 2017
35. Гройсман В. Б. Інтерв'ю для 112 Україна, 23 березня 2017
36. Гройсман В. Б. Виступ у Верховній Раді України, 10 грудня 2015
37. Гройсман В. Б. Виступ у Верховній Раді України, 6 жовтня 2016
38. Гузь І. В. Виступ у Верховній Раді України, 10 лютого 2017
39. Гузь І. В. Виступ у Верховній Раді України, 9 грудня 2015
40. Гусак В. Г. Виступ у Верховній Раді України, 17 листопада 2016
41. Демчак Р. Є. Інтерв'ю для „Життя Вінниччини”, 15 вересня 2014
42. Дерев'янко Ю. Б. Виступ на зборах працівників НГВУ „Надвірнанафтогаз”, 22 жовтня 2014
43. Добродомов Д. Є. Інтерв'ю для Твоemisto.tv, 24 вересня 2015
44. Зубач Л. Л. Виступ у Верховній Раді України, 9 лютого 2017
45. Івченко В. Є. Виступ у Верховній Раді України, 3 жовтня 2017
46. Івченко В. Є. Виступ у Верховній Раді України, 6 жовтня 2016
47. Ілленко А. Ю. Виступ на мітингу, 18 травня 2013
48. Ілленко А. Ю. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
49. Ілленко А. Ю. Виступ у Верховній Раді України, 23 грудня 2016
50. Каплін С. М. Виступ у Верховній Раді України, 3 жовтня 2017
51. Кличко В. В. Інтерв'ю для „Гордон”, 22 березня 2017
52. Кличко В. В. Виступ на зібранні громади на стадіоні-парку „Старт”, 13 вересня 2015

53. Княжицький М. Л. Виступ у Верховній Раді України, 6 жовтня 2016
54. Князевич Р. П. Виступ у Верховній Раді України, 19 жовтня 2017
55. Королевська Н. Ю. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
56. Королевська Н. Ю. Виступ у Верховній Раді України, 8 лютого 2017
57. Крулько І. І. Виступ у Верховній Раді України, 5 жовтня 2016
58. Кужель О. В. Виступ у Верховній Раді України, 4 квітня 2017
59. Кужель О. В. Виступ у Верховній Раді України, 6 жовтня 2016
60. Кужель О. В. Прес-конференція, 21 вересня 2012
61. Кужель О. В. Година запитань у Верховній Раді України, 14 квітня 2017
62. Кутовий Т. В. Виступ у Верховній Раді України, 10 лютого 2017
63. Левченко Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 29 вересня 2016
64. Левченко Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 9 лютого 2017
65. Лещенко С. А. „Чесна політика з Сергієм Лещенко”, 12 травня 2017
66. Лещенко С. А. Інтерв'ю для 112 Україна, 18 травня 2017
67. Литвин В. М. Виступ у Верховній Раді України, 21 березня 2017
68. Лозовой А. С. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
69. Лозовой А. С. Виступ у Верховній Раді України, 2 лютого 2016
70. Лозовой А. С. Інтерв'ю для 112 Україна, 6 квітня 2017
71. Лозовой А. С. Виступ у Верховній Раді України, 17 березня 2017
72. Луценко Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 26 січня 2016
73. Луценко І. В. Виступ у Верховній Раді України, 6 жовтня 2017
74. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 2 серпня 2015
75. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 9 грудня 2015
76. Ляшко О. В. Виступ у „Черное зеркало” на Інтері, 14 квітня 2015
77. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 16 листопада 2017
78. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 2 лютого 2016
79. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 29 вересня 2016
80. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 6 жовтня 2016

81. Ляшко О. В. Відео-звернення з Верховної Ради України, 24 лютого 2017
82. Ляшко О. В. Година запитань у Верховній Раді України, 14 квітня 2017
83. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
84. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 7 лютого 2017
85. Ляшко О. В. Виступ на Євромайдані, 19 січня 2014
86. Ляшко О. В. Виступ на Євромайдані, 8 грудня 2013
87. Ляшко О. В. Виступ на Євромайдані, 8 жовтня 2013
88. Ляшко О. В. Виступ на мітингу, 15 жовтня 2014
89. Ляшко О. В. Виступ на мітингу, 15 липня 2014
90. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 10 грудня 2015
91. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 10 лютого 2017
92. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 20 вересня 2016
93. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 20 травня 2016
94. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 4 червня 2014
95. Ляшко О. В. Виступ у Верховній Раді України, 9 жовтня 2013
96. Ляшко О. В. Виступ у Київській Раді, 8 червня 2014
97. Ляшко О. В. Інтерв'ю в кулуарах Верховної Ради України, 17 березня 2017
98. Ляшко О. В. Інтерв'ю в кулуарах Верховної Ради України, 17 листопада 2016
99. Ляшко О. В. Інтерв'ю в кулуарах Верховної Ради України, 5 грудня 2017
100. Мельничук І. І. Виступ у Верховній Раді України, 9 лютого 2017
101. Міщенко А. М. Виступ на мітингу, 9 лютого 2014
102. Міщенко А. М. Виступ у Верховній Раді України, 14 листопада 2017
103. Мосійчук І. В. Виступ у Верховній Раді України, 23 червня 2017
104. Наливайченко В. О. Звернення до військових в АР Крим, 12 березня 2014

105. Одарченко Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
106. Одарченко Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 20 вересня 2017
107. Острікова Т. Г. Виступ у Верховній Раді України, 23 грудня 2016
108. Парасюк В. З. Виступ на Євромайдані, 21 лютого 2014
109. Парубій А. В. Виступ у Верховній Раді України, 3 жовтня 2017
110. Парубій А. В. Виступ у Верховній Раді України, 6 вересня 2016
111. Парубій А. В. Виступ у Верховній Раді України, 7 лютого 2017
112. Пинзеник В. М. Виступ у Верховній Раді України, 9 грудня 2015
113. Порошенко П. О. Виступ на загальних дебатах 71-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН, 21 вересня 2016
114. Порошенко П. О. Виступ під час вшанування пам'яті жертв Голодомору 1932-1933 рр., 22 листопада 2014
115. Порошенко П. О. Виступ у Верховній Раді України, 6 вересня 2016
116. Порошенко П. О. Виступ у Верховній Раді України, 7 вересня 2017
117. Порошенко П. О. Відео-звернення з нагоди Дня Свободи й Гідності, 21 листопада 2014
118. Порошенко П. О. Відео-звернення щодо трагедії під Волновахою, 14 січня 2015
119. Порошенко П. О. Новорічне звернення, 1 січня 2015
120. Порошенко П. О. Інавгураційна промова, 7 червня 2014
121. Порошенко П. О. Відео-звернення напередодні виборів до Верховної Ради України, 25 жовтня 2014
122. Порошенко П. О. Розмова з мітингувальниками біля Адміністрації Президента, 21 листопада 2014
123. Порошенко П. О. Виступ з нагоди урочистої присяги курсантів у День захисника України, 14 жовтня 2016
124. Порошенко П. О. Виступ на Євромайдані, 8 грудня 2013
125. Порошенко П. О. Виступ на засіданні РНБО, 15 березня 2017
126. Порошенко П. О. Виступ на засіданні РНБО, 22 вересня 2015
127. Порошенко П. О. Виступ на мітингу, 29 грудня 2013

128. Порошенко П. О. Виступ на церемонії вручення національної премії Т. Шевченка, 9 березня 2017
129. Порошенко П. О. Виступ на церемонії вшанування пам'яті героїв Небесної сотні, 16 лютого 2017
130. Порошенко П. О. Передвиборча програма кандидата в Президенти України, 2014
131. Порошенко П. О. Прес-конференція, 3 червня 2016
132. Порошенко П. О. Прес-конференція, 5 червня 2015
133. Садовий А. І. Виступ на мітингу, 20 серпня 2014
134. Садовий А. І. Заява щодо формування коаліції, 29 жовтня 2014
135. Сидорович Р. М. Виступ у Верховній Раді України, 20 вересня 2017
136. Соболев Є. В. Виступ на мітингу, 3 листопада 2015
137. Соболев Є. В. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
138. Соболев Є. В. Виступ у Верховній Раді України, 14 липня 2016
139. Соболев Є. В. Виступ у Верховній Раді України, 9 лютого 2017
140. Соболев С. В. Інтерв'ю для „Ваша свобода” на Еспресо.tv, 28 липня 2014
141. Соболев С. В. Інтерв'ю для Громадське.tv, 14 травня 2014
142. Соболев С. В. Виступ у Верховній Раді України, 13 квітня 2017
143. Соболев С. В. Виступ у Верховній Раді України, 21 березня 2017
144. Соболев С. В. Виступ у Верховній Раді України, 22 грудня 2016
145. Сотник О. С. Виступ у Верховній Раді України, 6 жовтня 2017
146. Супрун У. Н. Виступ у Верховній Раді України, 19 жовтня 2017
147. Тимошенко Ю. В. Виступ на Шустер live, 18 вересня 2015
148. Тимошенко Ю. В. Брифінг, 15 вересня 2015
149. Тимошенко Ю. В. Брифінг, 29 жовтня 2014
150. Тимошенко Ю. В. Виступ на з'їзді ВО „Батьківщина”, 29 березня 2014
151. Тимошенко Ю. В. Виступ на Погоджувальній Раді, 18 вересня 2017
152. Тимошенко Ю. В. Виступ на Погоджувальній Раді, 20 березня 2017

153. Тимошенко Ю. В. Виступ на Шустер live, 6 березня 2010
154. Тимошенко Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 29 вересня 2016
155. Тимошенко Ю. В. Виступ у Верховній Раді України, 7 лютого 2017
156. Тимошенко Ю. В. Виступ у програмі „Епіцентр” на 1+1, 6 лютого 2007
157. Тимошенко Ю. В. Заява щодо необхідності відставки уряду, 25 січня 2016
158. Тимошенко Ю. В. Інтерв'ю для „Великий ефір” на NewsOne, 26 грудня 2016
159. Тимошенко Ю. В. Інтерв'ю для „Подобиці” на Інтері, 18 травня 2015
160. Тимошенко Ю. В. Інтерв'ю для 112 Україна, 15 жовтня 2015
161. Тимошенко Ю. В. Інтерв'ю для ТСН на 1+1, 12 березня 2017
162. Турчинов О. В. Відео-звернення напередодні позачергових виборів Президента України, 26 березня 2014
163. Тягнибок О. Я. Виступ на Євромайдані, 2 лютого 2014
164. Тягнибок О. Я. Виступ на мітингу, 1 травня 2017
165. Тягнибок О. Я. Інтерв'ю для 112 Україна, 16 березня 2017
166. Тягнибок О. Я. Інтерв'ю для MIGnews, 25 листопада 2014
167. Тягнибок О. Я. Виступ на Євромайдані, 25 січня 2014
168. Тягнибок О. Я. Інтерв'ю для „RIA”, 14 квітня 2009
169. Унгурян П. Я. Виступ у Верховній Раді України, 20 травня 2015
170. Чорновол Т. М. Виступ на Євромайдані, 19 січня 2014
171. Чорновол Т. М. Виступ у Верховній Раді України, 7 лютого 2017
172. Чумак В. В. Виступ у Верховній Раді України, 10 грудня 2015
173. Шинькович А. В. Виступ у Верховній Раді України, 3 жовтня 2017
174. Шкіряк З. Н. Інтерв'ю для „5 канал”, 10 липня 2014
175. Шкрум А. І. Виступ у Верховній Раді України, 3 жовтня 2017
176. Шурма І. М. Виступ у Верховній Раді України, 14 липня 2017
177. Ярош Д. А. Виступ на Євромайдані, 21 лютого 2014

178. Ярош Д. А. Виступ на мітингу, 21 липня 2015
179. Яценюк А. П. Вступне слово на засіданні Кабінету Міністрів, 28 серпня 2014
180. Яценюк А. П. Інтерв'ю для ТСН. Тиждень на 1+1, 7 вересня 2014
181. Яценюк А. П. Прес-конференція, 30 грудня 2014
182. Яценюк А. П. Брифінг, 19 вересня 2016
183. Яценюк А. П. Виступ на Євромайдані, 25 січня 2014
184. Яценюк А. П. Виступ на Євромайдані, 5 грудня 2013
185. Яценюк А. П. Виступ на Шустер live, 14 листопада 2014
186. Яценюк А. П. Виступ на Шустер live, 29 березня 2014
187. Яценюк А. П. Виступ на Шустер live, 3 жовтня 2014
188. Яценюк А. П. Година запитань у Верховній Раді України, 5 червня 2015
189. Яценюк А. П. Брифінг, 2 грудня 2014
190. Яценюк А. П. Виступ на Засіданні Кабінету Міністрів України, 4 лютого 2015
191. Яценюк А. П. Виступ на Засіданні Кабінету Міністрів України, 9 липня 2014
192. Яценюк А. П. Відео-тижневик „10 хвилин з Прем'єром”, 13 вересня 2015

ДОДАТОК А

Список публікацій здобувача

1. Деренчук Н. В. Деякі аспекти реалізації мовної особистості сучасного українського політика (на матеріалі мовлення Олега Тягнибока) // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство) : зб. наук. праць / [гол. ред. Н. Л. Іваницька]. Вінниця : ТОВ „Фірма „Планер”, 2014. Вип. 19. С. 227–231.

2. Деренчук Н. В. Теоретичне осмислення проблеми формування сучасного українського політичного дискурсу // Мовознавчий вісник Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького / [відп. ред. Г. І. Мартинова]. Черкаси, 2014. Вип. 19. С. 243–249.

3. Деренчук Н. В. Поняття ідіолекту в українському політичному дискурсі // Лінгвостилістичні студії : наук. журн. / [голов. ред. С. К. Богдан]. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2015. Вип. 2. С. 30–38.

4. Деренчук Н. В. Прагмалінгвістичні особливості мовної тактики „обіцянка” в українському політичному дискурсі // Наукові записки Національного університету „Острозька академія”. Серія „Філологічна” : зб. наук. праць / [уклад. : І. В. Ковальчук, Л. М. Коцюк.]. Острог : Видавництво Національного університету „Острозька академія”, 2016. Вип. 61. С. 50–52.

5. Деренчук Н. В. Особливості формування маніпулятивної стратегії в українському політичному дискурсі // Проблеми гуманітарних наук : зб. наук. праць Дрогобицького ДПУ ім. Івана Франка. Серія „Філологія” / [ред. кол. : Надія Скотна (шеф-редактор), Марія Федурко (гол. ред.) та ін.]. Дрогобич : Редакційно-вид. відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2016. Вип. 38. С. 357–364.

6. Деренчук Н. В. Особливості функціонування комічного в українській політичній комунікації // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство) : зб. наук. праць / [гол. ред. І. Я. Завальнюк]. Вінниця : ТОВ „Фірма „Планер”, 2017. Вип. 24. С. 102–107.

7. Деренчук Н. В. Влияние языковых репрезентантов на формирование имиджа современного украинского политического деятеля // *European Journal of Literature and Linguistics*. Vienna : „East West” Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2017. № 1. С. 15–18.

8. Деренчук Н. В. З історії вивчення питання формування політичного дискурсу // *Філологічні студії* : зб. наук. праць студентів інституту філології й журналістики Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського : у 3 ч. / [відп. за випуск І. В. Гороф'янюк]. Вінниця : ТОВ фірма „Планер”, 2014. Вип. 12. Ч. І. Лінгвістичні студії. С. 229–235.

9. Деренчук Н. В. Мовна особистість сучасного українського політика (на матеріалі інавгураційної промови П. Порошенка) // *Мова в професійному вимірі: комунікативно-культурний аспект* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Харків : ФОП Бровін О. В., 2014. Ч. І. С. 49–51.

10. Деренчук Н. В. Роль метафори в україномовному політичному дискурсі // *Актуальні проблеми сучасної науки і наукових досліджень* : зб. наук. праць / [Редкол. : Р. С. Гуревич (голова) та ін.]. Вінниця : ТОВ фірма „Планер”, 2014. С. 211–214.

11. Деренчук Н. В. Теоретико-методологічні основи формування мовної особистості в політичному дискурсі // *Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції „Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації”* : зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, 2015. Вип. 7. С. 208–210.

12. Деренчук Н. В. Комунікативна ситуація „мітинг” в українському політичному дискурсі // *Лінгвістичне портретування сучасного соціуму: Матеріали II Всеукр. науково-практ. конференції* / [відп. ред. Т. С. Слободинська]. Вінниця : ТОВ фірма „Планер”, 2016. С. 273–280.

13. Деренчук Н. В. Специфіка взаємодії стилістичних мовних засобів в українському політичному дискурсі // *Студії з філології та журналістики* : зб. наук. праць / [відп. ред. Н. Ф. Венжинович]. Ужгород : Гражда, 2016. Вип. 4. С. 75–77.

14. Деренчук Н. В. Стилiстичнi фiгури як засоби аргументацiї в сучасному українському полiтичному дискурсі // Фiлологiчнi студії : зб. наук. праць студентiв та молодих учених iнституту фiлологiї й журналістики Вiнницького державного педагогiчного унiверситету iменi Михайла Коцюбинського” / [вiдп. за випуск Ю. Вознюк]. Вiнниця : ТОВ „Нілан-ЛТД”, 2016. Вип. 14. С. 32–38.

15. Деренчук Н. В. Специфіка вживання займенникiв в українському полiтичному дискурсі // Актуальнiе научнiе исследования в современном мире : XXII Междунар. науч. конф., 26-27 февраля 2017 г., Переяслав-Хмельницький : сб. научных трудов. Переяслав-Хмельницький, 2017. Вип. 2 (22). Ч. 7. С. 36–40.

16. Деренчук Н. В. Специфіка вживання алюзії в українському полiтичному дискурсі // Фiлологiчнi студії : зб. наук. праць студентiв та молодих науковцiв факультету фiлологiї й журналістики iменi Михайла Стельмаха Вiнницького держ. пед. ун-ту iменi Михайла Коцюбинського. Вiнниця : ТОВ „Нілан-ЛТД”, 2017. Вип. 15. С. 36–42.

ДОДАТОК Б

Відомості про апробацію результатів дослідження

1. V Міжнародна наукова конференція „Лінгвалізація світу”, Черкаси, 2014, виступ із доповіддю.
2. Міжнародна науково-практична конференція „Мова в професійному вимірі: комунікативно-культурний аспект”, Харків, 2014, заочна форма участі.
3. Всеукраїнська науково-практична конференція „Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку”, Вінниця, 2014, виступ із доповіддю.
4. II Всеукраїнська конференція молодих учених і студентів „Актуальні проблеми сучасної науки та наукових досліджень”, Вінниця, 2014, виступ із доповіддю.
5. Звітна наукова конференція викладачів, аспірантів, магістрантів та студентів факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2014, виступ із доповіддю.
6. Міжнародна наукова конференція „Лінгвостилістика XXI ст.: стан і перспективи розвитку”, Луцьк, 2015, заочна форма участі.
7. Міжнародна науково-практична конференція „Діалог культур: Україна-Греція (1000-річчя афонської спадщини в Україні)”, Київ, 2015, виступ із доповіддю.
8. VII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція „Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації”, Переяслав-Хмельницький, 2015, заочна форма участі.
9. Всеукраїнська науково-практична конференція „Феномен Тараса Шевченка: лінгвістичний, історичний і соціофілософський аспекти”, Київ, 2015, виступ із доповіддю.
10. II Всеукраїнська науково-практична конференція „Лінгвістичне портретування сучасного соціуму”, Вінниця, 2015, виступ із доповіддю.

11. Звітна наукова конференція викладачів, аспірантів, магістрантів та студентів факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2015, виступ із доповіддю.

12. X Міжнародна науково-практична конференція „Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість”, Острог, 2016, заочна форма участі.

13. II Міжнародна науково-практична конференція студентів та аспірантів „Актуальні проблеми філології та журналістики”, Ужгород, 2016, заочна форма участі.

14. Міжнародна наукова конференція „Лінгвістичне франкознавство в контексті сучасних філологічних студій”, Дрогобич, 2016, виступ із доповіддю.

15. Звітна наукова конференція викладачів, аспірантів, магістрантів та студентів факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2016, виступ із доповіддю.

16. XXII Міжнародна наукова конференція „Актуальні наукові дослідження в сучасному світі”, Переяслав-Хмельницький, 2017, заочна форма участі.

17. Всеукраїнська науково-практична конференція „Михайло Стельмах у новітніх парадигмах наукового знання”, Вінниця, 2017, виступ із доповіддю.

18. Інтернет-конференція молодих учених „Актуальні проблеми сучасної мовної та літературної освіти в середніх навчальних закладах”, Вінниця, 2017, заочна форма участі.

19. Звітна наукова конференція викладачів, аспірантів, магістрантів та студентів факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2017, виступ із доповіддю.