

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему МОВЛЕННЄВІ ЗАСОБИ Й ТЕХНІКИ ВПЛИВУ В
УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТАХ (ПРЕЗИДЕНТСЬКІ
ВИБОРИ 1991 — 2019 РОКІВ)**

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0350- у-3
спеціальності 035 “Філологія”

освітньої програми “Українська мова і література”
спеціалізації 035.01 “Українська мова та література”

_____ Н. Д. Писаренко

Керівник _____ канд. філол. наук,

ст. викладач О. В. Меркулова

Рецензент _____ канд. філол. наук, доц. Л. П. Бойко

Запоріжжя
2021

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет *філологічний*

Кафедра *української мови*

Рівень вищої освіти *магістр*

Спеціальність *035 “Філологія”*

Освітня програма *“Українська мова та література”*

Спеціалізації *035.01 “Українська мова та література”*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри української мови

_____ Р. О. Христіанінова

28 жовтня 2021 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Писаренко Наталії Дмитрівні

1. Тема роботи: *Мовленнєві засоби й техніки впливу в українських політичних дебатах (президентські вибори 1991—2019 років)*, керівник роботи *Меркулова Оксана Володимирівна, кандидат філологічних наук, старший викладач*, затверджені наказом ЗНУ від 2 червня 2021 року № 808-с.
2. Строк подання студентом роботи – 05.11. 2021 р.
3. Вихідні дані до роботи: *Виступи кандидатів на пост Президента України 1991—2019 років; наукові праці І. Лосевої, Л. Нагорної, Н. Деренчук, Н. Кондратенко, М. Ільченко, Х. Даццишин, Ф. Бацевича, А. Загнітка, О. Горіної та інших.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
 1. *Здобутки вітчизняного політичного дискурсу як особливого різновиду спілкування й виявлення його особливостей.*
 2. *Комунікативні стратегії й тактики впливу у виборчому політичному дискурсі 1991—2019 років.*
 3. *Типологія вербальних засобів впливу у виборчому політичному дискурсі 1991—2019 років та прагматичні особливості їх взаємодії.*
5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника роботи	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Меркулова О.В. канд. філол. наук, старший викладач	23.10.2020	23.10.2020
Перший розділ	Меркулова О.В. канд. філол. наук, старший викладач	09.12.2020	09.12.2020
Другий розділ	Меркулова О.В. канд. філол. наук, старший викладач	19.03.2021	19.02.2021
Висновки	Меркулова О.В. канд. філол. наук, старший викладач	02.10.2021	02.10.2021

5. Дата видачі завдання – 23.10. 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	Жовтень 2020 р.	Виконано
2	Добір фактичного матеріалу	Жовтень – листопад 2020 р.	Виконано
3	Написання вступу	Листопад 2020р.	Виконано
4	Підготовка розділу 1 “Сучасні лінгвістичні напрями дослідження мови української політики”	Грудень 2020 р. – лютий 2021 р.	Виконано
5	Написання розділу 2 “Різномірні ресурси української мови як засоби впливу в українських політичних дебатах (президентські вибори 1991-2019 років)”	Березень 2021 р. – травень 2021 р.	Виконано
6	Формулювання висновків	Жовтень 2021 р.	Виконано
7	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	Листопад 2021 р.	Виконано
8	Захист роботи	Грудень 2021 р.	Виконано

Студент _____

Керівник роботи _____

Нормоконтроль пройдено.

Нормоконтролер _____ Л. М. Стовбур

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра “Мовленнєві засоби й техніки впливу в українських політичних дебатах (президентські вибори 1991—2019 років)” містить 72 сторінки. Для виконання кваліфікаційної роботи магістра дібрано близько 500 мовних одиниць, опрацьовано 60 наукових джерел.

Об’єктом дослідження стали лінгвальні засоби репрезентації політика в українськомовному виборчому дискурсі.

Предметом дослідження були засоби вербалізації й техніки впливу на виборців та опонентів у виборчому дискурсі українських політиків 1991—2019 років.

Мета роботи – аналіз особливостей вербалізації й ідентифікувальних технік впливу у виборчому політичному дискурсі 1991-2019 років. У процесі дослідження виконано такі **завдання**: 1) узагальнено здобутки вітчизняного політичного дискурсу як особливого різновиду спілкування й виявити його особливості; 2) встановлено й описано комунікативні стратегії й тактики впливу у виборчому політичному дискурсі 1991—2019 років; 3) виявлено й типологізовано вербальні засоби впливу у виборчому політичному дискурсі 1991—2019 років та схематизовано прагматичні особливості їх взаємодії.

Дослідження велося з застосуванням **методу** спостереження, описового методу, порівняльного методу, кількісних підрахунків та суцільної вибірки. При аналізі комунікативних тактик було задіяно контекстуально-інтерпретативний аналіз та прагмасемантичний методи дослідження.

Наукова новизна дослідження пов’язана з потребою опису вербальних засобів впливу у вітчизняній політичній лінгвістиці, доповнення переліку й узагальнення структури тактик впливу в українському виборчому дискурсі.

Сфера застосування. Окремі фрагменти роботи й висновки до неї можуть бути використані під час викладання соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики, стилістики, синтаксису й лексикології української мови.

Ключові слова: ПОЛІТИЧНІ ДЕБАТИ, СТРАТЕГІЯ ПЕРЕКОНАННЯ, ЛЕКСИКО-ПАРАДИГМАТИЧНІ ЗАСОБИ, МОРФОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИТКУ СЛІВ, СИНТАКСИЧНА СПЕЦИФІКА

ABSTRACT

The master's thesis «Speech tools and techniques of influence in the Ukrainian political debate (presidential election 1991-2019)» contains 72 pages. About 500 language units have been selected for the master's qualification work, 60 scientific sources have been processed.

The object of the study is the linguistic means of political representation in the Ukrainian-language election discourse.

The subject of the research is the means of verbalization and techniques of influencing voters and opponents in the electoral discourse of Ukrainian politicians in 1991-2019.

The purpose of the work to analyze the peculiarities of verbalization and identifying techniques of influence in the electoral political discourse of 1991—2019. In the course of the research the following tasks were performed: 1) the achievements of the domestic political discourse as a special kind of communication are generalized and its peculiarities are revealed; 2) communicative strategies and tactics of influence in the electoral political discourse of 1991—2019 are established and described; 3) identified and typologized verbal means of influence in the electoral political discourse of 1991—2019 and outlined the pragmatic features of their interaction.

The study was conducted using the **method** of observation, descriptive method, comparative method, quantitative calculations and continuous sampling. Contextual-interpretive analysis and pragmasemantic research methods were used in the analysis of communicative tactics.

The scientific novelty of the study is related to the need to describe verbal means of influence in domestic political linguistics, to supplement the list and generalize the structure of tactics of influence in the Ukrainian electoral discourse.

Scope. Some fragments of the work and conclusions to it can be used in the teaching of sociolinguistics, cognitive linguistics, stylistics, syntax and lexicology of the Ukrainian language.

Keywords: POLITICAL DEBATE, STRATEGY OF CONVICTION, LEXICO-PARADIGMATIC MEANS, MORPHOLOGICAL FEATURES OF WORD USE, SYNTAX

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ЛІНГВІСТИЧНІ НАПРЯМИ	
ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ УКРАЇНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ.....	11
1.1. Напрями дослідження мови політики в Україні	11
1.2. Типологія мовленнєвих засобів впливу в політичній комунікації.....	17
РОЗДІЛ 2. РІЗНОРІВНЕВІ РЕСУРСИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	
ЯК ЗАСОБИ ВПЛИВУ В УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТАХ	
(ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ВИБОРИ 1991-2019 РОКІВ)	
24	
2.1. Вербальні різнорівневі засоби впливу під час дебатів 2004 року	25
2.1.1. Лексико-парадигматичні засоби переконання під час дебатів 2004 року у виступах В. Януковича	25
2.1.2. Лексико-парадигматичні засоби стратегії переконання у виступах В. Ющенко	29
2.1.3. Морфологічні особливості вжитку слів В. Януковичем	34
2.1.4. Морфологічні особливості вжитку слів В. Ющенком.....	35
2.1.5. Синтаксична специфіка виступу В. Януковича	37
2.1.6. Синтаксична специфіка виступу В. Ющенко	40
2.2. Вербальні різнорівневі засоби впливу в передвиборчій промові Ю. Тимошенко 2010 року	43
2.3. Вербальні різнорівневі засоби впливу під час дебатів 2019 року	49
2.3.1. Лексико – парадигматичні засоби впливу в промові П. Порошенка	49
2.3.2. Лексичні засоби стратегії звинувачення у виступі В. Зеленського.....	52
2.3.3. Морфологічні особливості слововжитку П. Порошенка	53
2.3.4. Специфіка морфологічних засобів у промові В. Зеленського	54
2.3.5. Синтаксичні засоби у промові В. Зеленського.....	55
2.3.6. Синтаксична будова текстів П. Порошенка	58
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	66

ВСТУП

Політична лінгвістика, предметом вивчення якої є політичний дискурс, тільки позначила себе в окремих дослідженнях як напрям антропоцентричної наукової парадигми. Однак дуже активно, особливо в останнє десятиліття, вивчаються ті маркери, які ідентифікують мову політики й окреслюють її специфічне дослідницьке поле та набір вербальних і паравербальних засобів, максимально дієвих у різних підтипах політичного дискурсу. Тому не помилимося, якщо вкажемо, що політична лінгвістика в Україні тільки на початках становлення методів, прийомів і стратегій дослідження. Тим більше, що прийнята в сучасній гуманітаристиці синергія різних напрямів і парадигм дозволяє виявити й описати максимальну кількість мовних і позамовних параметрів впливу. Утім «Вивчення політичного дискурсу – досить новий спосіб дослідження політики і вимагає вдосконалення методики, а також вироблення універсальних і науково обґрунтованих критеріїв суб'єктивної оцінки його контексту і тексту» [37, с. 22]. Це дозволяє констатувати факт запитаності досліджень, які деталізують у площині власне лінгвістики, соціолінгвістики, прагматики, когнітивістики, психолінгвістики ті засоби, які ідентифікуються як найдієвіші у досягненні політиками власних цілей.

Сучасний політичний дискурс є вербалізацією когнітивних процесів національної свідомості й потужною рушійною силою трансформації світоглядно-ціннісних орієнтирів суспільства, а міждисциплінарний та інтегративний(синергійний) характер політичної лінгвістики підштовхує науковців до дискусій щодо її окремого статусу та осібного методологічного апарату цієї галузі, особливо з позицій когнітивістики.

Л. Нагорна, авторка монографії «Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики» (2006), наполягає на тому, що політична лінгвістика є субдисципліною в системі політичних наук [32] і

пропонує такий методологічний інструментарій її аналізу, який висвітлює взаємодію політики і мови. Н. Кондратенко досліджує специфіку українського політичного дискурсу з огляду на ігрову природу політичної комунікації і визначає стрижневі поняття політичної лінгвістики: політична комунікація, політична мова і політичний дискурс, які пропонує вивчати через когнітивний підхід і відповідний набір методів аналізування [26]. Публікації в періодичних виданнях, які стосуються лінгвополітології [39; 43; 44], переважно є рецепцією хрестоматійного типу, а тому проблеми методологічного інструментарію дослідження політичного фактажу не пропонують.

Політичний дискурс в сучасних умовах і реаліях чи не найголовніший засіб впливу й формування свідомості людей, а тому «цей вид інституційного спілкування з давніх-давен привертає увагу науковців. Боротьба за владу є його основною темою та рушійним мотивом. Оскільки така боротьба здійснюється за допомогою мови, то й лінгвістичні дослідження у сфері політичного спілкування є цілком природними [49, с. 98].

Особливий дослідницький інтерес викликають ті дослідження, які стосуються передвиборчої політики як в українських реаліях, так і в американських (О. Горіна, Г. Баран, Х. Дацишин, Н. Деренчук, М. Діденко, А. Загнітко, Д. Каліщук, І. Лосєва, І. Набокова, О. Сідак, О. Чадюк, В. Черняков, О. Чорна). Адже передвиборчий дискурс, найчастіше представлений політичними інтерв'ю та політичними дебатами, є найбільш насичений дієвими комунікативними стратегіями й тактиками, вербалізованими тими чи тими вербальними й невербальними засобами, які й стають об'єктом дослідження науковців різних галузей.

Зважаючи на беззаперечний інтерес до дієвих засобів впливу й загалом когніції політичного тексту, особливо передвиборчого дискурсу в його межах, з боку різних дисциплін і науковців, актуальність праць різного

типу – узагальнювальних, описових, аналітичних поки що на часі й видаються актуальними.

Об’єктом дослідження виступають лінгвальні засоби репрезентації політика в українськомовному виборчому дискурсі.

Предметом аналізу є засоби вербалізації й техніки впливу на виборців та опонентів у виборчому дискурсі українських політиків 1991—2019 років.

Мета дослідження передбачає аналіз особливостей вербалізації й ідентифікувальних технік впливу у виборчому політичному дискурсі 1991—2019 років.

Поставлена мета зумовлює виконання таких **завдань**:

- 1) узагальнити техніки впливу вербалізації політиків й виявити їх особливості;
- 2) встановити й описати комунікативні стратегії й тактики впливу у виборчому політичному дискурсі 1991—2019 років;
- 3) виявити й типологізувати вербальні засоби впливу у виборчому політичному дискурсі 1991—2019 років та схематизувати прагматичні особливості їх взаємодії.

Матеріалом дослідження слугували фрагменти виступів українських політиків, які брали участь у політичних перегонах упродовж 1991—2019 років. Методом суцільної вибірки ми опрацювали тексти п’яти політичних промов ключових кандидатів у Президенти України в межах передвиборчих кампаній 1991—2019 років.

Методи дослідження. Як визначальний був задіяний комунікативно-прагматичний підхід до дослідження мовних явищ, тому методи опису й аналізування матеріалу були відповідні заявленому підходу: метод спостереження, описовий метод, порівняльний метод, кількісних підрахунків та суцільної вибірки. При аналізі комунікативних тактик було задіяно контекстуально-інтерпретативний аналіз та прагмасемантичний методи дослідження.

Наукова новизна дослідження зумовлена об'єктом дослідження, оскільки розширено опис вербальних засобів впливу у вітчизняній політичній лінгвістиці, доповнено перелік і узагальнено структуру тактик впливу в українському виборчому дискурсі. Відстежено й пояснено зміни в стратегіях, тактиках і засобах впливу на значному хронологічному проміжку вітчизняного виборчого дискурсу (1991-2019 роки). Здійснено дослідження вербальних засобів репрезентації українського виборчого дискурсу 1991-2019 років.

Практичне значення: окремі фрагменти роботи й висновки до неї можуть бути використані під час викладання соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики, стилістики, синтаксису й лексикології української мови.

РОЗДІЛ 1

СУЧАСНІ ЛІНГВІСТИЧНІ НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ УКРАЇНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ В МЕЖАХ ПОЛІТИЧНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

1.1. Напрями дослідження мови політики в Україні

Політична лінгвістика, як і будь-які напрями дослідження в межах антропоцентричної парадигми, останніми десятиліттями належить до дуже динамічних галузей, які все чіткіше окреслюють об'єкти дослідження та виокремлюють термінологічний апарат опису фактів політики, які вербалізуються. Уже можна стверджувати, що в Україні з'явилися зразки й методики опису політичних прецедентів, хоч і здебільшого на матеріалі англійської мови (О. Горіна, Г. Баран, Х. Дацишин, І. Лосева та ін.). І хоч україномовний політичний матеріал не настільки часто описуваний, як англомовний, останнім часом з'явилися дослідження, які засвідчують про появу політичної лінгвістики в Україні.

Л. Нагорна, авторка монографії “Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики”, наполягає на тому, що політична лінгвістика є субдисципліною в системі політичних наук [32] і пропонує такий методологічний інструментарій її аналізу, який уможливорює об'єднання політики й мови.

Н. Кондратенко досліджує специфіку українського політичного дискурсу з огляду на ігрову природу політичної комунікації й визначає визначальні поняття політичної лінгвістики: політична комунікація, політична мова й політичний дискурс, які пропонує вивчати через когнітивний підхід і відповідний набір методів аналізування [26, с. 12].

Публікації в періодичних виданнях, які стосуються лінгвополітології [44; 52], переважно містять коментований матеріал хрестоматійного типу, а тому проблеми методологічного інструментарію дослідження політичного

фактажу не пропонують. Тому враховуючи розбіжність у термінології, що спричиняє численні суперечності теоретичного плану, та відмінність методологічних прийомів дослідження феномену мови політики є необхідність їх глибшого вивчення й розуміння стратегій дослідження фактів політичної лінгвістики в Україні.

В Україні проблеми когнітивної лінгвістики задекларовано ще в 90-ті роки минулого століття вітчизняними германістами, але на українськомовному фактичному матеріалі з'явилися розвідки майже на десятиліття пізніше й то в межах ономасіології та когнітивістики [26]. У науковому журналі «Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики» питання специфіки політичного тексту висвітлені побіжно [43]. В Україні також відомий міжнародний електронний збірник наукових праць “Когніція. Комунікація. Дискурс”, але як і в попередньому виданні інтерес до політичного дискурсу загалом не виправдано низький. Із того матеріалу, що стосується нашого дослідження, можна виділити статтю А. Мартинюк та А. Понікарьової з описом теоретико-методологічної бази й методичного інструментарію когнітивно-дискурсивного аналізу складнопідрядних синтаксичних конструкцій в англійськомовному політичному дискурсі, при тому, що науковці використали поняття когнітивного конструювання Р. Ленекера [29]. До того ж, А. Мартинюк уклала місткий і своєчасний «Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики» [28], який сприяв розв'язанню питання термінологічної стандартизації в аналізованій лінгвістичній царині. Хоча слід зазначити, що цьому виданню усе ж передувала термінологічна енциклопедія О. Селіванової, у межах якої дефініційовано специфічні терміни й когнітивної лінгвістики [41, с. 403], які тепер наживаніші і в політичній лінгвістиці.

Зважаючи на вже представлені тенденції аналізування мови політики в цих та інших вітчизняних працях, можна визначити головні лінгвістичні напрями й підходи в дослідженнях політичної мови в Україні.

Лінгвоконцептологія та когнітивна метафора у мові політики. З огляду на те, що українська когнітивна школа й політична лінгвістика лише на етапі становлення, учені вдаються до експериментальних методик, переймаючи досвід зарубіжних колег. Показовими є хоча б напрацювання С. Жаботинської, які значно сприяли розбудові української когнітології на матеріалі політичному [17, с. 5]. Відповідно до власної методики, яка ґрунтувалася на здобутках теорії концептуальної метафори, дослідниця знайшла алгоритм для виявлення й подальшого вивчення концептуальних метафор у політичному дискурсі [18, с. 5].

Дуже важливою для розбудови вітчизняної когнітивістики й лінгвополітології є праця Х. Дацишин, де вперше використано матеріал сучасної української періодики для комплексного аналізу метафори в політичних текстах та з'ясовано місце метафори в індивідуальному журналістському мовленні, встановлено її роль як одного з виявів мовної особистості журналіста. Дослідниця застосувала комплекс методів когнітивної семантики, теорії мовної комунікації, структурно-морфологічного аналізу для всебічного дослідження метафори як лінгвального та екстралінгвального явища [11, с. 4 – 5].

Ґрунтовною в контексті когнітивно-комунікативного напряму дослідження мови політики є колективна монографія Г. Яворської та О. Богомолова «Непевний об'єкт бажання: ЄВРОПА в українському політичному дискурсі». Дослідники виявили особливості концептуалізації простору міжнародних відносин на тлі складних політичних процесів європейської інтеграції України. Стійкі та відтворювані когнітивні моделі представлення Європи/ЄС в українських медіатекстах розглянуто в контексті їх потенційного впливу на процеси прийняття політичних рішень [54, с. 6], при цьому вчені спираються на поняття фреймів та сцен у його найзагальнішому вигляді, запропонованому Ч. Філлмором [54, с. 25]. Автори наголошують на тому, що головною відмінністю їх дослідження від аналогічних праць, виконаних на матеріалі політичних виступів в інших

країнах Європи, був аналіз не тільки того, як саме на рівні лінгвістичного матеріалу в сучасному українському політичному дискурсі репрезентований Європейський Союз, але й встановлення зв'язків у репрезентації ЄС як нового образу об'єднаної Європи з попередніми концептуальними схемами та культурними сценаріями [54, с. 123–124].

Тематично спорідненою є розвідка Г. Вальчук, яка в межах семантико-когнітивного аспекту вибудувала модель концепту “європейська інтеграція”, беручи до уваги лексикографічні джерела та сучасний мовний матеріал (англійськомовні документи Євросоюзу та публікацій газети The Times) [5]. М. Васильєва на основі когнітивно-дискурсивного підходу встановила лінгвокультурну специфіку концепту «політика» [6].

У дисертаційній праці Г. Баран проаналізовано базові концепти політичної картини світу (ВЛАДА, ПОЛІТИК, ДЕМОКРАТІЯ, СУСПІЛЬСТВО, ВИБОРИ) в англійській, українській, російській лінгвокультурах. Мусимо визнати актуальність етнокультурного та соціолінгвістичного зіставлення, утім лінгвіст орієнтується переважно на закордонні здобутки студій з політичної лінгвістики, зокрема, розглядаються окремі аксіологічні концепти американського політичного дискурсу (G. Lakoff) та політичної метафори у російському дискурсі (А. Баранов, А. Чудінов) [1].

З огляду на донедавна низький рівень інтересу до власне українськомовного фактичного матеріалу, доцільно виокремити працю О. Чадюк, у якій уперше в україністиці подано класифікацію концептуальних моделей політичних метафор; уведено до наукового обігу поняття метафоричного конгломерату та простежено зв'язок концептів та метафор із маніпуляцією масовою свідомістю. Новим є звернення до функціонування метафор у політичному дискурсі різних за поглядами суб'єктів політичної діяльності в Україні [47]. Хоча й існує потреба уніфікувати підходи до класифікації когнітивних моделей, не можна

однозначно погодитися з тим, що ця типологія є універсальною, але цілком може слугувати основою для досліджень у межах когнітивного підходу.

Когнітивна метафора на матеріалі мови політики – дуже вдячний матеріал для мультидисциплінарних досліджень, тим більше, що вербальний імідж політичного діяча та мовні засоби його реалізації набувають усе більшої актуальності від виборів до виборів в Україні, та й у міжвиборчий період також.

Лінгвоперсонологія та іміджелогія на початку свого виокремлення як міждисциплінарних напрямів усе ж ґрунтувалися на когнітивному феномені, але тепер активно залучають сучасні здобутки психолінгвістики й соціолінгвістики та успішно використовуються політтехнологами при створенні позитивного образу політичних лідерів, де мовна репрезентація є складовою успіху. До такого типу розвідок можна віднести працю О. Горіної, яка здійснила успішну спробу структурування когнітивно-комунікативної моделі електорального дискурсу республіканців, виявила базові політичні концепти картини світу республіканців, вербалізовані прямо й непрямо; описала вербальні засоби створення політичного іміджу кандидата на президентську посаду Дж. Буша (молодшого). І хоч аналізувалися англійськомовні матеріали, методика й підходи до вивчення лінгвістичного матеріалу цілком можуть бути залучені у вітчизняну політичну лінгвістику [10, с. 5 – 6].

На особливу увагу заслуговує монографія “Комунікативний імідж Президента” О. Чорної [28], у якій типологізовано комунікативні стратегії, визначено домінантні комунікативні ролі, схарактеризовані спільні та відмінні риси творення іміджу лідера країни у зіставному аспекті на матеріалі трьох мов та доведено трансформацію комунікативного іміджу Президентів України упродовж 2000 – 2016 років.

У цьому контексті Л. Славова запропонувала новий підхід до вивчення мовної особистості політичного лідера з позицій політичної лінгвоперсонології та деталізувала мовну особистість політика як

віртуальну, сконструйовану інститутом спічрайтерства, при цьому й не оминула проблем метафори політичного дискурсу [43].

Вартий уваги лінгвістичний та психолінгвістичний аналіз концептуальних стилів у контексті сучасних і класичних підходів до розкриття проблеми зв'язку між індивідуальними відмінностями у сприйнятті та особистістю, виконаний Д. Каліщук [23, с. 6].

Зважаючи на жвавий інтерес політологів, лінгвістів, іміджмейкерів до засобів вербалізації мовного портрета політичного діяча, Н. В. Деренчук запропонувала власну типологію комунікативних стратегій в українському політичному дискурсі та репрезентувала узагальнений портрет сучасного українського політикуму [14].

Гендерні політичні студії. Гендерна проблематика в контексті політичної лінгвістики останнім часом дуже актуальна, а політична площина сьогодення є вдачним матеріалом для спостережень та узагальнень. Наприклад, дослідниця М. Ільченко розробила методику аналізу різних типів аргументативного та сугестивного англійськомовного дискурсу, інших жанрів політичного дискурсу, що дозволило з'ясувати гендерну специфіку реалізації стратегій домінування в американських передвиборчих дебатах [20].

Із позицій етнічної специфіки позитивного / негативного сприйняття жіночого політичного мовлення носіями іспанської та української мов цікавим виявляється дослідження В. Чернякової, у якому визначені універсальні антропоцентричні гендерні ознаки жіночого політичного мовлення в неблизькоспоріднених лінгвоспільнотах [48], і які можуть слугувати координатами для розвитку окремого напрямку етнолінгвістики.

Отже, політична лінгвістика в Україні є такою собі гібридною міждисциплінарною галуззю, у межах якої вже визначилися предмети дослідження, напрями й методика наукового опису фактів політики: когнітивна метафора й політичні концепти, лінгвоперсонологія, гендерні політичні студії. Утім повсякчасне поповнення бази даних новими фактами з

мови української й світової політики вимагає нових досліджень у виокремлених напрямках та нових лінгвістичних і суміжних площинах.

1.2. Типологія мовленнєвих засобів впливу в політичній комунікації

За спостереженнями українських лінгвістів «Політичний дискурс із лінгвістичної точки зору досліджують порівняно недавно. Полем його мовознавчих інтерпретацій є синонімія, аргументація, синтаксис, висловлювання, лексика, наративні функції, риторика, семіотика, граматики» [38, с. 203].

Методику лінгвістичного опису й аналізу політичних фактів хоч і почали застосовувати порівняно недавно, але уже можна визначити такі головні напрями й рівні, які найбільше описані в дослідженнях з соціолінгвістики, іміджмейкерства, політичної лінгвістики й мовознавства в окремих статтях і дисертаціях:

- 1) дослідження політичного дискурсу як феномену(дискурсу);
- 2) парадигматичний рівень: синоніміка, термінологія, парафрази, фразеологія, слова-символи;
- 3) можливості синтаксису в ефективній аргументації;
- 4) фразеологізми, висловлюваннях, мовна гра;
- 5) лексичні й семантичні дослідження;
- 6) антропологічні й соціолінгвістичні напрацювання.

Особливо багатообіцяючим є прагматичний підхід і підкорена йому система й методика опису лінгвістичних фактів мови політики. Адже «прагматична реалізація категорії суб'єкта в політичній промові може бути визначеною як «стратегічний процес, базисом для якого є вибір оптимальних мовних ресурсів [див. 38, с. 206]. Саме виходячи зі стратегії як аспекту мовної поведінки політика й намагаються вивчати набір мовних засобів,

який ретельно добирається для досягнення тієї чи тієї політичної мети. Стратегій з точки зору типології вибіляють дві: загальні й часткові.

Загальна (глобальна) стратегія має складові у вигляді мікростратегій самоствердження, самовираження й самолегітимації. Стратегії як більшого рівня, так і меншого досягаються за допомогою тактик, адже це “одна або кілька мовленнєвих дій, котрі сприяють реалізації стратегії [див. 55, с. 73].

З цього приводу дослідниця М. Дорофєєва [16, с. 201] вважає, що текстовий рівень самопрезентації суб'єкта в політичній промові утворюють сукупності мовних і мовленнєвих тактик, що їх використовує промовець з метою впливу на аудиторію

А. Романюк, А. Заяць визначили чотири основні тактики: тактику одиничності, множинності, індефінітності та елімінації, кожна з яких маніфестується своїми морфологічними, лексичними, синтаксичними засобами [38].

Наприклад, «тактику індефінітності виражають, з одного боку, займенникові засоби самопрезентації автора, як-то: неозначені займенники, нечастотні вказівні та відносні займенники. З іншого боку, до цієї тактики належать іменникові засоби самопрезентації промовця, а саме – сукупні суб'єкти; метонімії типу «країна – сукупність її мешканців»; метонімічні субстантивації типу «ім'я дії – об'єкт-результат». Тактика елімінації (вилучення) визначається відсутністю мовного позначення промовця, яка досягається використанням специфічних синтаксичних конструкцій: процесуального та безособового пасива, суб'єктних і об'єктних підрядних речень, безособових речень, у яких дієслово керує певним відмінком» [38, с. 206].

Аналіз мовних засобів, задіяний у досягненні стратегій через тактики може бути цілком виправданим на великому масиві матеріалу, наприклад, на матеріалі промов одного політика за всю каденцію його як політичного діяча, або матеріалів до парламентських виборів різних років.

Які б підходи до аналізу мови політики не були задіяні, вони передбачають аналізування конкретних мовних одиниць, зокрема лексичних, парадигматичних, стилістичних, синтаксичних. Найбільш аналізованим усе ж залишається лексико-семантичний рівень, одиниці якого різнобічно аналізуються й слугують доказовою базою і в дискурсивних студіях, і в антропологічних та соціолінгвістичних напрямках вивчення мови політики.

І. Лосєва стверджує «аналіз лексико-семантичної організації політичної полеміки на тлі виборчої кампанії дає змогу стверджувати, що лексичні одиниці в процесі відображення фактів вступають у певні відношення між собою, на основі яких вони об'єднуються в лексико-семантичні групи, у межах яких за структурно-семантичним принципом розміщується фактичний агітаційний матеріал. Принципи групувань цих лексем і способи встановлення залежності між ними відображають уявлення про перебіг передвиборчої кампанії» [27, с. 39].

Особливо детально науковці аналізують контекстуальні можливості різних шарів лексики: термінів різних галузей знання, іншомовні слова, зміщення в межах семантичного наповнення слів, неологізми, розмовну лексику, лексичні помилки в політичних текстах усної й писемної форми. Наприклад, уживання лексики високої тональності може сигналізувати про фальш промовця, а надуживання термінологією, хоч і доречно, може відштовхнути виборців, адже здається нудним.

Не оминули увагою вчені можливості впливу окремих частин мови: іменників, прикметників, особових займенників та їх частотність, прислівників, особливо часто – дієслів у текстах політичних дебатів та телеінтерв'ю. Прислівникові надання оцінки, надуживання дієслів, завуальоване характеризування опонентів, приховування інформації – усі ці мовні явища очевидні на рівні морфологічних засобів, які також можуть бути матеріалом для глибшого аналізу у вітчизняній політичній лінгвістиці.

Різні тактики впливу досягаються здебільшого набором мовних засобів, із яких морфологічні засоби виконують важливу роль. Тут важлива й

частотність і повторюваність частин мови, наприклад, іменників чи прикметників із позитивною чи, навпаки, негативною семантикою. Дієвим і перевіреним засобом впливу й вибудовування тактики є заперечні стверджувальні й частки, модальні слова, ступеньовані форми прикметників і прислівників, інші засоби.

Не менш важливий і парадигматичний рівень засобів впливу в політичних текстах, який дозволяє максимально задіяти експресивні дієві засоби, що мають виконувати подвійну функцію: й номінативну й оцінну й символічну по відношенню до об'єкта дійсності чи опонента в межах політичного дискурсу.

Тобто використання прикметників-епітетів у вторинному значенні в політичному тексті, уміння користуватися перевагами синоніміки, стилістичний потенціал термінології, яскраві образні порівняння та ідіоматичні вислови є об'єктом уваги фахівців не тільки з лінгвістики, а й іміджмейкерів, фахівців із реклами, культурологів, соціологів.

Українська мова має багато фразеологізмів, тому в дослідженнях з політичної лінгвістики часом з'являються аналіз фактів уживання крилатих висловів, зокрема попередніх українських політиків. З цього приводу цілком слушним видається зауваження І. Лосевої: «Причини вибору фразеологічних одиниць для використання в політичних промовах можуть варіюватися залежно від ступеня бажаного впливу на аудиторію, і це найчастіше є ключовим у вживанні фразеологізмів. Окрім того, очевидним є те, що ці одиниці мають усі потрібні для політичного дискурсу та мас-медіа характеристики, тобто вони є експресивними і здатні надавати повідомленню оцінного забарвлення. Фразеологізми приречені на масове використання у мовленні, оскільки вони є загальнозрозумілими. Усе сказане вище свідчить про те, що політична полеміка інтелектуалізується у всіх своїх виявах, дедалі частіше видається насиченою фразеологізмами» [27, с. 127].

У зв'язку з цим цікавим є дослідження О. Калиновської «Вербальний ритуал в українському політичному дискурсі 70-х років ХХ ст.», де

дослідниця вивчає вербальний ритуал як мовленнєва дію, пов'язану з відповідним добром слів та організацією їх у певне висловлювання. Спостереження лінгвістики доволі переконливі: «Погляд на політичний ритуал як на обрядове дійство дає підстави виділити в його структурі вербальний компонент. Вербальний компонент є одним з основних структурних елементів ритуалу. В політичному ритуалі вербальний компонент виконує роль своєрідного мовного коду прочитання якого дозволяє пізнати не лише суть політичного життя країни, а й закономірності поведінки й мислення людини, її основні світоглядні орієнтири» [22].

Щодо синтаксичного рівня, то синтаксичні структури в мові й мовленні політиків можна вважати головним маркером структурної змістовності та показником мовної грамотності. Адже швидке й правильне формулювання речень, логічна послідовність його частин – той складник політичної промови, який є характеризуючим на рівні з лексикою й парадигматикою.

Справедливо й те, що синтаксис політичних текстів, усних, чи писемних, рухомий і навіть піддається моді: «У міру розвитку політичної лінгвістики й поглиблення вивчення політичного дискурсу формується поняття, яке можна позначити терміном «політична мода» – уживання протягом певного періоду певних мовних виразів, що сприяють досягненню поточних політичних цілей і залежать від аудиторії. Як демонструють багато політичних виступів, сучасна політична мода в галузі синтаксису в основному полягає у використанні умовних підрядних речень, синтаксичного паралелізму та гаслових простих речень» [46, с. 144].

Уживання різних типів речень в політичному дискурсі й навіть тенденція їх різнотипного вжитку в різні часи зумовлена як контекстуальною специфікою мови, так і специфікою аудиторії. Важливо й те, що, рівень освіченості виборців-адресатів політичних виступів в Україні доволі високий, тому й форми синтаксичного оформлення політичних виступів мусить відповідати високим стандартам і запитам суспільства. А тому на

синтаксичному рівні політичні промови стають усе більш різноманітними, особлива увага приділяється риторично-синтаксичним прийомам, особливо ефективним стилістично-синтаксичним засобам впливу.

Як справедливо стверджують російські дослідники Є. Терехова Т. Великода "Синтаксична складова політичного тексту задає йому необхідну ритміку, що хіба що «зачаровує» слухача і вводить його в якийсь легкий транс. Це відбувається у таких випадках:

1. У випадку різних видів синтаксичних повторів у реченнях.
2. У випадках емоційного протиставлення заперечення ствердженню в реченнях, синтаксично подібних .
3. До числа синтаксичних способів та прийомів, що забезпечують емоційну насиченість тексту, також входять риторичні питання та емфатичне виділення.
4. Ритмічній організації дискурсу сприяє повторюване використання вступних слів та виразів з обставинним значенням часу [45].

Важливий, а тому часто описуваний особливо у дисертаціях, матеріалом яких є виступи американських і українських політиків, є характер зв'язку між реченнями. Тому всі політичні тексти з точки зору контекстуального зв'язку поділяються на три різновиди: 1) тексти з ланцюговими зв'язками; 2) тексти з паралельними зв'язками та 3) тексти з приєднувальними зв'язками [46, с. 93].

Саме тому вивченню синтаксичного рівня мови політиків, можливості впливу на слухача засобами стилістичного синтаксису, реалізація тих чи тих синтаксичних прийомів в усному чи писемному політичному тексті при досягненні тактик впливу приділено немало уваги: «Досліджуючи синтаксичні особливості політичної полеміки, звертаємо увагу на типи і довжину речень, які є найтипівішими для промов політиків, в основних комунікативних блоках, і які представляють собою головні частини промови, де викладається матеріал і використовуються аргументи, представлені як

послідовність роздумів, спрямованих на обґрунтування конкретної ідеї» [27, с. 95].

Отже, мовні рівні й відповідні засоби, активно уживані в мові політики, зокрема й у мові політичних дебатів, досліджені українськими лінгвістами й перевірені практикою вживання можна представити так:

- парадигматичні відношення, які передбачають аналізування найбільш дієвих і властивих певному політику засобів досягнення обраної стратегії (уживані тематичні групи лексики, синоніми, антоніми, фразеологізми, алюзія);

- морфологічний рівень, хоч і «морфологічні засоби, на відміну від лексичних і словотворчих, мають значно менше способів для вираження оціночної функції та експресивно-емоційного впливу на адресата» [27, с. 33 – 34];

- синтаксичний рівень, який дає можливість максимізувати рівень експресії та досягти прагматичного ефекту.

Одиниці цих рівнів у подальшому дослідженні й будуть проаналізовані.

РОЗДІЛ 2

РІЗНОРІВНЕВІ РЕСУРСИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ЗАСОБИ ВПЛИВУ В УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ДЕБАТАХ (ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ВИБОРИ 1991—2019 РОКІВ)

Політичні дебати між претендентами на пост Президента в історії України відбувалися кілька раз, але в повному форматі тільки тричі. У 1994 році відбулися перші дебати між Леонідом Кравчуком та Леонідом Кучмою. Проходили вони заплановано, а підсумки цих дебатів були доленосними для одного з претендентів на пост Президента: «До виборів лишався тиждень. Згідно з опитуванням Київського міжнародного інституту соціології в другому турі українці надавали перевагу Кравчуку. Потому, коли переміг Кучма – провели аналіз. І виявили, що думка громадян змінилася в останній тиждень перед виборами. Зокрема, через теледебати, до яких Кучма був готовий більше за Кравчука» [21]. Утім запису цих телевізійних дебатів не збереглося, принаймні вони не викладені в мережі «Інтернет» і недоступні периферійному досліднику. До того ж відомо, що Леонід Кучма на цих дебатах виступав російською мовою.

Під час виборчих перегонів 1999 року дебатів уже не було, оскільки до другого туру із Леонідом Кучмою потрапив комуніст Петро Симоненко. За даними соціологів тодішній Президент Леонід Кучма відмовився від теледебатів, бо добре знав про свою непопулярність в українців, і, очевидно, не бажав поглиблювати цю непопулярність.

Через п'ять років політичні дебати між претендентами на пост Президента було відновлено, адже зрослий рівень демократії в суспільстві вимагав такої передвиборчої процедури. Тому 16 листопада 2004 року на телевізійному ефірі зустрілися Віктор Ющенко та Віктор Янукович.

А ось у 2010 році дебати у звичайному форматі не відбулися: «на дебатах – замість двох кандидатів лише один. Віктор Янукович у першому турі отримав трохи більше за 35% голосів. Юлія Тимошенко – 25%. Саме

вона прийшла до студії і мала півтори години прямого ефіру. А ось Віктор Янукович тоді через свого прес-секретаря Анну Герман заявив – у чемпіонаті з брехні брати участі не буде. І замість дебатів на Першому Національному Янукович пішов на канал ICTV на програму «Кращий кандидат» [21].

Вибори 2014-го відбулися в один тур, тоді П. О. Порошенко отримав переконливу більшість голосів виборців. Але перед цим на передвиборні дебати прийшли 20 з 21-го кандидата на пост Президента.

І, нарешті, останні вибори Президента в Україні супроводжувалися видовищними дебатами на стадіоні «Олімпійський» між двома претендентами: П. О. Порошенком і В. О. Зеленським.

Повні записи дебатів збереглися не всі, тому коментуватимемо тільки ті, які вдалося віднайти в мережі «Інтернет» у вигляді стенограм чи відеозаписів.

2.1. Вербальні різнорівневі засоби впливу під час дебатів 2004 року

На Першому телеканалі 16 листопада 2004 року о 19 годині в прямому ефірі зустрілися на передвиборчих дебатах Віктор Ющенко та Віктор Янукович. Під час дебатів обговорено чотири важливі для країни теми: внутрішня політика, економіка, зовнішня політика, соціальна політика. Далі розглянемо мовні засоби й техніки впливу обох політиків та виявимо комунікативний ефект від цих технік.

2.1.1. Лексико-парадигматичні засоби переконання під час дебатів 2004 року у виступах В. Януковича

Цілком очевидно, що кожен із учасників дебатів 2004 року намагався бути максимально переконливим. Здається, стратегія переконання була головною в обох кандидатів. Саме переконливість міркувань і фактів диктували ті засоби, які виявлені в мовленні обох політиків. Утім у кожного

з них були й інші стратегії, зокрема у виступі В. Януковича можна визначити стратегію нападу й стратегію оборони.

Із двох учасників дебатів більш емоційним і не надто стриманим був В. Янукович, що й виявилось в доборі засобів лексико-парадигматичного рівня його виступу.

Помилки, здебільшого росіянізми, які були часті в мовленні колишнього українського Президента, свідчать тільки про його вимушену, а не природню українську мову. Утім менш вибагливому виборцю, який не надто знається на нормах української літературної мови, і сприймає суржик як норму, такі випадки не надто впадають в око, і може скластися враження, що подібні лексеми справляють враження «своєї людини», особливо в деяких наступних контекстах: *Я – нова тут людина тут в Києві, як кажуть, на верхніх **етажах** влади [12]; Тому, головне завдання, яке ми поставили перед собою, це дійсно підняття економіки держави і на цьому підняття рівня **жизні** наших громадян [12]; Тому, піднявши рівень економіки і рівень заробітної плати, ми зробили ту справу, на яку ми **надіялись** [12]; І ви звикли останнім часом всі 2 роки, які ви зараз поставили перед собою за мету дурити суспільство, ви весь час наголошуєте на цьому, і при цьому **вспомінаєте** й про Бога [12]; Тому я б її розділив, **по великому рахунку**, відносини з Росією, Європейським союзом і розбудова майбутньої системи безпеки [12]; Внутрішня політика – це коли підприємства працюють, люди **становляться** від цього багатше, боргів менше, і **ворожать**, чи красти, трудніше [12].*

Уживання термінів властиве обом ораторам, однак специфіка її добору й уживання відрізняється. У виступі В. Януковича превалює термінологія з економічної та фінансової сфер: *Чому накопичувались борги, тобто я кажу про першу частину? Тому що **монетарна політика** попередніх урядів і в цілому політика, яка була до нас, вона стримувала стрімке зростання заробітної плати. Чому? Тому що вигідно було людей*

*держати бідними. Тому що бідними завжди краще управляти [12]. Але відмінність у стилістичному вжитку такої термінології від ужитку її опонентом у тому, що В. Янукович оперує термінами в межах адміністративно-канцелярського стилю й видається нудним та не зовсім переконливим, хоч і наводить часто терміни разом із статистичними даними: *Тому саме наші спільні дії дали нам можливість прийняти необхідні законопроекти для того, щоб підняти рівень дохідності наших підприємств, ми знизили податок на прибуток до 15% для того, щоб підняти рівень заробітної плати наших громадян, ми почали собівартості продукції рахувати підняття заробітної плати [12]; Ви знаєте що економіка нашої держави експортно орієнтована. Тому політика складалася з двох частин – це внутрішньоекономічна політика і зовнішня. У внутрішній політиці ми почали працювати з об'єднаннями товаровиробників. Ця співпраця нам дала можливість для опрацювання спільних позицій щодо економіки [12].**

Очевидно не зовсім глибоке знання фразеології та афористики призводить часом до невдач із її вживанням: *По-друге, ми будемо виконувати наші рішення і ми ніколи не відступимо кроку назад [12]; І всі останні роки, коли нас цим пряником манили, таких прикладів було дуже багато [12]. Хоча вдало й доречно вжита фразеологія також трапляється, що працює на поглиблення контексту виступу та її максимальну емоційність і дохідливість: *Тому, шановний пан Ющенко, не беріть гріх на душу, кажіть правду, хватить дурити всіх [12]; І коли ви кажете про ПДВ. Ви теж, ви, як кажуть, совість майте [12].**

Антонімічні засоби оратор використовує, і на початку дебатів доволі доречно їх уживає: *Весь час я прожив і пропрацював в регіоні на різних посадах і весь час думав, чому сталося так в нашій країні, що ми були сильною могутньою державою і в одну мить стали бідні [12]. Майбутнє наше – в наших руках, але від того, як ми сьогодні подивимось на наше*

минуле, залежить і наше майбутнє [12]. Утім щодо вживання антонімів, то під кінець дебатів антонімічні пари створюються В. Януковичем тільки контекстуальним використанням частки *не*: *Коли ви кажете, що ви патріоти, як скажу навпаки, ви не патріоти* [12], що свідчить про брак лексичного запасу політика.

Стратегія нападу реалізована в синонімічних мовних засобах. Синонімія й нагромадження слів із негативною семантикою частий прийом у виступі В.Януковича, адже в такий спосіб він намагається «згустити фарби» й уплинути на слухачів, переконати, що й справді, усе настільки погано було в уряді В. Ющенко: *І та тривога, яка була, і ті іспити, які були за всі майже роки незалежності, вони не давали спокою, мабуть, жодній людині в нашій країні* [12]. *Ми добре з вами пам'ятаємо, що ніхто з нас не очікував, що в 91-му році наша країна зупиниться в такому складному становищі, і що наші громадяни стануть в одну мить бідними, а значить і залежними і пригніченими* людьми в одну мить [12]. *Треба зробити так, що влада працювала на суспільство більш ефективно, щоб влада ніколи не працювала так погано на державу і так принизливо до суспільства як працювала вона до цього* [12]; *І з енергозалежної держави, енергодефіцитної держави ми стали державою, сьогодні вже яка спроможна експортувати електроенергію в Європу* [12]; *І всі, і підприємці, і промисловці, всі хто мав, як кажуть, ці справи з цим податком, знають, що це був самий кримінальний податок* [12].

Мистецтво вживання синонімів оратор опанув, але непродумане структурування речень В. Януковичем не дозволяє ефективно виявити їх силу: *І коли мова йде, і нам треба робити висновки, ми завжди повинні бути відвертими, тобто правдивими і чесними* [12].

2.1.2. Лексико-парадигматичні засоби стратегії переконання у виступах В. Ющенко

У перших словах звернення до виборців В. Ющенко дуже відчутний засіб вживання слів у невластивому їм контексті: *Дорогі співвітчизники, дорогі виборці, дорога громадо! Перш за все я б хотів всім без виключення подякувати за 31 жовтня. За те, що ви 31 жовтня були унікальними громадянами цієї країни, за те, що 75% прийшли на виборчі дільниці, за те, що ви довели, що ви не «козли», що ви не «бидло», що ви є громадяни, які мають право голосувати і у більшості своїх речей ви захистили свою позицію, право свого голосу* [12]. Такий початок промови відразу привертає увагу, хоч і здається неприйнятним. Цей уривок показовий ще кількома фактами: оперування цифрами, що співвідносно з точністю, нанизування звертань *Дорогі співвітчизники, дорогі виборці, дорога громадо!* [12], які покликані максимально зменшити відстань між політиком і слухачами.

Завдання дебатів для В. Ющенко – переконати слухачів-виборців у власній компетентності. Дієвими тут були різні техніки й засоби. Ідентифікувальною у промові В. Ющенко була точність, реалізована назвами-іменниками з конкретним значенням та числівниками, які покликані були переконати слухачів у компетентності політика: *З другої сторони, пенсії і заробітна плата українських громадян в півтора рази нижче сьогодні, ніж у Білорусі, у два з половиною рази нижче, ніж у росіян. Заробітна плата і пенсії Вірменії, казахів вище, ніж у українців. Якщо говорити про Литву, Естонію, литовців, там у 4 рази пенсія і зарплата вища від української сьогодні. Я не буду говорити про Польщу, де в шість з половиною раз заробітні плати і пенсії вище* [12]; *За період роботи мого опонента середня заробітна плата, яку вони звітують, виросла на 42 %, на 42%. Мінімальна заробітна плата – на 44%. Враховуючи, що мінімальна заробітна плата складає 55% прожиткового мінімуму, звичайно, вона як правило вся направляєтся на продовольчий ринок, на продовольчі критичні потреби громадян* [12].

Показовим у плані переконливості є наступний уривок із промови Віктора Ющенка, де можна вказати декілька дієвих лексичних, парадигматичних, морфологічних і синтаксичних засобів, які відповідають за логіку, переконливість і точність – ключові стратегії й тактики будь-якого виступу політика будь-якої країни: *Послухайте, будь ласка, таку статистику. Якщо б ми зібралися 2 роки назад, у листопаді 2002 року, якраз до приходу Віктора Федоровича до «престолу», купити м'ясо, ви б за середню заробітну плату купили б 36 кг свинини. Зараз ви купите 22 кг свинини. Якщо б ви збиралися купити по цінам грудня 2002 року телятину, ви б купили 44 кг, зараз ви купите тільки 25 кг. Сало – і говорити нема чого. Зараз ви купите 35 кг на всю свою зарплату. Два роки назад, до роботи цього уряду, ви могли купити 63 кг цього продукту. Ковбаса. Сьогодні ви купуєте 45 кг, два роки назад ви ще могли купити за ту зарплату 63 кг. Такий продукт як яйця. Сьогодні ви можете купити 140 штук, два роки назад 177 штук. Молоко. Зараз ви купуєте 350 літрів на одну зарплату місячну середню, два роки назад ви могли 434 купити. Якщо мова йде про олію, співвідношення те ж саме [12].* У цьому періоді йдеться про дуже приземлені, але необхідні щоденні реалії – продукти харчування й ціни на них упродовж двох років. Вільне оперування значним масивом цифр, порівняння й антитеза при викладі фактів, логічний і послідовний синтаксис викладу без зайвих слів, ключові слова «зарплата», найменування продуктів щоденного вжитку працюють на одну стратегію – переконливість.

Доречне оперування термінологією та її правильне уживання також більш властиве виступу В. Ющенка: *Перше. Через політику економічного росту завжди забезпечувати опереджаючий ріст заробітної плати і пенсії. Це перша складова. Друга – утримувати стабільність цін. Тоді ми будемо бачити заможнього громадянина. Нинішній уряд і мій опонент з цим не справились. [12].* Важливо й те, що оратор не зловживає економічною термінологією, чи термінами з інших сфер життя, а використовує її доречно й точно, що сприяє зрозумілості його висловлювань. Із тих термінів, що

вжиті, усі без винятку загальнозрозумілі, й такі, що «на слуху» в кожного українця: *Що я буду робити. Буде встановлений **новий прожитковий мінімум** – 432. Верховна Рада це вже прийняла. **Мінімальні пенсії** будуть законом підвищені до **рівня прожиткового мінімуму**. Будуть повернуті **знецінені заощадження** Ощадного банку. Молодь отримає доступні **житлові кредити**. **Термін служби** в армії скорочений буде до 12 місяців, а ті, хто отримав вищу освіту, **служитимуть 9 місяців**. **Безплатною** буде медична допомога, ми провадимо **гарантії** гарантовані державою і **стандарти медичного забезпечення** громадян України [12].*

В обох політиків хоч і не часто, але вживається фразеологія, або у первинному вигляді, або трансформована. Утім якщо В. Янукович здебільшого вживає російські фразеологізми, або трансформовані українські, то В. Ющенко доречно й повно використовує прислів'я, які конотують його виступ: *Село почало **вставати з колін**, бо воно отримало 2 млрд кредитів із пільговою процентною ставкою держави [12]; Я хотів би сказати, мій шановний опоненте! Ви ще не бачили **смаленого вовка** у своєму уряді [12]; Тому давайте **не бісером розсипатися** не обіцянками зараз займатися за тиждень до виборів, а давайте робити свою справу [12]; Або я обираю Україну такою, як вона є, як мій опонент говорить, що **ріки повні меду і молока**, що в нас нема безробіття, що в нас достойна зарплата, що в нас немає 5 мільйонів українців за кордоном [12].*

Дошкульними щодо опонента через свою конотативність є сучасні українські неологізми зі сфери соціального життя чи політики, які обидва оратори вплітають у промови й намагаються контекстуально в'їдливо допекти своєму співрозмовнику: *Лише на **«прихватизації»** «Криворіжсталі» за вдвічі зниженою ціною олігархи украли у кожного пенсіонера суму, яка щонайменше вдвічі перевищує розміри нинішньої надбавки [12].* Такі неологізми одразу стають упізнаваними й чіпляють увагу слухача, адже мають потужну конотацію, а тому досягають мети: *Оскільки*

час плине, я хотів би звернутися особисто, без «темників», без брехунів, до речей, які стосуються моєї виборчої програми, що я хочу нею досягти, які цілі перед собою і перед своїм урядом я ставлю [12]; Це не конфлікт двох Вікторів, це конфлікт двох світоглядів, двох моралей. І вибір у нас дуже простий: або ми житимемо «по поняттях», або ми житимемо, як вільні і заможні люди [12].

Явна чи ледь очевидна алюзивність також трапляється в промовах обох ораторів, але у виступі В. Ющенко вона більш майстерно обіграна, мало не до гри слів: *Де той ВВП, що його можна зараз на бутерброд намазати і сказати, що вже бутерброд чогось є [12]; Це стосується особливо мужчин, яких я прошу підняти голову, розправити плечі і запитати себе – чи ми козацького роду, хлопці [12].* Дебати 2004 року породили й кілька афоризмів з уст В. Ющенко, які вживаються й дотепер: *Ці руки нічого не крали та Віктор Андреевич, будьте мужчиной!*

Техніка користування антонімами у виступі В. Ющенко куди привабливіша й свіжіша, ніж у його опонента. Хоч в обох антоніми часто ускладнені повторами: *Це не конфлікт двох Вікторів, це конфлікт двох світоглядів, двох моралей. І вибір у нас дуже простий: або ми житимемо «по поняттях», або ми житимемо, як вільні і заможні люди. Дякую [12].*

Більшого ефекту у використанні антонімії В. Ющенко досягає за рахунок ширшого словникового запасу, ніж в опонента: *Ми пропонуємо не популістські, а реалістичні рішення проблеми громадянства [12]; Іншими словами, ми можемо жити або по поняттям, або вільно і демократично [12].*

Виступи обох політиків рясніють синонімами, які свідчать про прагнення ораторів бути не просто переконливими, а максимізувати за допомогою синонімів цю переконливість. Як у промові В. Януковича, так і у виступі В. Ющенко синонімія часто ускладнена повтором: *Я переконаний у одному – українському народу набридло жити бідно, залежно і безправно.*

*Мені соромно, що у нас **найнижча пенсія** серед країн бувшого Союзу, що у нас **найнижча заробітна** плата, не тільки серед країн колишнього союзу, а і серед країн Європи [12]; **Бідна, безправна знедолена країна!** [12]; **Українці не просто хочуть змін, вони хочуть, щоб ці зміни були масштабними, вони хочуть, щоб ці зміни торкалися економіки, політики і зміни лідерів нації** [12].* Синонімія, доповнена повтором, у промовах обох політиків вказує на однотипну тактику переконання, яка полягає в повторенні думки синонімічними словами й закріпленні її повтором у свідомості слухача. Часто опоненти вдаються до контекстуальних синонімів: ***Освіта, наука і культура** – саме це, а не каральні органи будуть фінансуватись пріоритетно моїм урядом* [12]; *Я стверджую – зовнішня політика України буде **прозорою, зрозумілою, відповідальною і послідовною** урядом* [12]; *Всі знають, мінімальні витрати на дитину сягають 1700 грн. Бо я батько малих дітей. Це, пішов рахувати, **ліжко, коляска, памперси**, які подорожчали з податків, **дитяче харчування** і так далі. Чого досягнув мій уряд у 2000 році у цій темі* [12]. Уживання подібних слів поруч як контекстуальні синоніми дозволяють оратору також бути переконливим.

Часто повторюване непоширене речення «*Я переконаний*» однозначно вказує на безапеляційність і правдивість В. Ющенко, у якій він намагається остаточно переконати й виборців: ***Я переконаний**, що немає вартості від нашої медицини, освіти, безробіття і таке інше. **Я переконаний**, що так скаже будь-який чесний політик, незалежно від того, чи він приписує себе до влади, чи він знаходиться в так званих ізгоях – українській опозиції. **Зміни, я переконаний**, ось про що думають українці, про це вони думають, про це українці говорять, і це вони очікують від майбутнього лідера!* [12].

Як і В. Янукович, його опонет В. Ющенко припускається лексичних помилок, найбільш відчутні з яких – русизми: *Рано чи пізно будь-яку країну, яка її **ісповідує** вона приводила до краху. А крах **заключається** дуже в простому – ми **втрачаємо друзів і на сході, і на заході** [12]; *А я **запитую** – ви б захотіли мати в партнерах **корумповану** владу, ви б захотіли бути**

*партнером країни де тіньова економіка сягає 55 відсотків, де не має **признаків** нормальної прозорої конкурентної економіки [12].*

Отже, у дебатній промові В. Ющенко оперує більш уміло наявними в українській мові лексико-парадигматичними засобами, поєднує їх, що сприяє головній стратегії дебатів 2004 року – переконливості.

2.1.3. Морфологічні особливості вжитку слів В. Януковичем

Як і у випадку з лексико-парадигматичними засобами, морфологічні засоби, спрямовані на досягнення стратегії переконання, уживаються у промові В. Януковича, але через недосконале знання української мови вони повторювані й здаються під кінець його промови однотипними й нудними, а тому не надто переконливими.

Недоречний і частий повтор особового займенника 1 особи однини в усіх відмінках свідчить про намагання наголосити на своїй першорядній ролі у політиці, цей претендент на посаду Президента прагне усвідомлено чи підсвідомо показати свою значимість у політичному житті України, і в дебатах також. Хоч, припускаємо, це також і ознака самозакоханості: ***Я** зараз прийшов тільки що з Кабінету міністрів на теледебати, і, власно, **я** всю передвиборчу кампанію, можна так мовити, провів на роботі, особливо першу її частину [12]; **Я** вагався, іти **мені** на теледебати чи не йти, але **я**, коли отримав листи від **вас**, в яких **ви** звертались до **мене**, щоб **я** зустрівся з **вами** і розказав про свої думки, що **я** відчув за цей час своєї роботи в Кабінеті міністрів, під час передвиборчої кампанії, на зустрічах з **вами**, – **я** все-таки прийняв рішення і прийшов сьогодні сказати **вам** правду, сказати дійсно те, що **я** хотів останнім часом сказати в очі всім громадянам України, всьому нашому багатонаціональному українському народові [12].* Із цього контексту помітно, що найбільш уживана займенникова пара *Я- ВИ* може працювати й на зменшення дистанції між

кандидатом у Президенти й глядачами, створюється враження, максимальної близькості, доступності, дружності.

Якщо у виступі В. Ющенка числівники були одним із засобів стратегії переконання разом із лексемами різних тематичних груп, то в економічній частині промови В. Януковича вони виглядають як вербалізатори статистики й виконують суто номінативну функцію: *Це про те, що казав пан Ющенко. Вона була в 2001 році 74 грн. Зараз вона складає 725 в 2004 році. А на наступний рік вона буде збільшена і це передбачено в бюджеті буде складати півтори тисячі гривень* [12].

Одна з ознак промови В. Януковича – помилки у виборі форм порівняння, спричинені мовною інтерференцією: *Більша кількість підприємств нашої держави були збитковими, нажаль. Але, як я вже казав, казна була пустою. Золотовалютні резерви нашого банку складали на рівні 4,5 млрд. доларів* [12].

Так само частими є порушення морфолого-синтаксичної сполучуваності слів, що також пояснюємо недосконалим знанням української мови: *Як нам це вдалося зробити – ви всі були свідками і не тільки свідками, бо всі працездатні громадяни нашої держави працювали і робили цю економіку, за що я вам дуже вдячний* [12]. *Я добре розумію, що ви мені задавали питання на зустрічах, і на майданах, і на підприємствах, у мене не завжди були відповіді, тому що я працював, і я їх шукав, ці відповіді, під час своєї роботи, тобто, як вирішити питання, і дійсно, я шукав питання и знаходив, і за ці два роки, які я працюю, а цей термін, він виповниться вже 21 листопада, я і моя команда дещо зробила, як для держави, так і для суспільства, і для людей, мабуть, ви це відчули* [12].

2.1.4. Морфологічні особливості вжитку слів В. Ющенком

Уже вказаний повтор дієприкметника *переконаний* в усьому виступі В. Ющенка демонструє його прагнення максимізувати вплив на глядачів: *Я*

переконалий, що для українців корупція – це те, що руйнує наше суспільство, нашу мораль і власне наш стиль життя [12].

Уживання різних форм дієслів дуже властиве промові В. Ющенко. Аби виборці-глядачі стали співучасниками події, він уживає такі літературні й ненормативні форми дієслова, які апелюють до співучасті з оратором: *Давайте проаналізуємо, як змінилося життя українця за останні два роки, і що ми будемо брати до уваги тільки дві речі: продовольчий ринок і заробітна плата, чи мінімальна, чи середня, це не так важливо [12]; Давайте не чекати, коли ми вріжеся в цю стіну. Давайте міняти сліпих командирів [12]; Послухайте, будь ласка, таку статистику [12]; Давайте торкнемося другої важливої теми – пенсійної політики і пенсійного забезпечення [12]; Прошу і звертаюся практично до кожного пенсіонера [12].*

Ознакою предвиборного дискурсу В. Ющенко є спрямованість у майбутнє, тому він часто вживає форми дієслів майбутнього часу, і зловживає дієсловом *бути* в майбутній формі: *Що я буду робити. Буде встановлений новий прожитковий мінімум – 432. Верховна Рада це вже прийняла. Мінімальні пенсії будуть законом підвищені до рівня прожиткового мінімуму. Будуть повернуті знецінені заощадження Ощадного банку [12]; Я буду говорити про іншу складову частину політичних змін [12]; І вибір у нас дуже простий: або ми житимемо «по поняттях», або ми житимемо, як вільні і заможні люди [12]; Але я гарантую, що ми законом підвищимо, дійсно підвищимо пенсії, щоб їх отримували постійно, незалежно від бажання чи небажання уряду чи того чи іншого урядовця [12]; Що я буду робити. Буде встановлений новий прожитковий мінімум – 432 [12]; Я забороню чиновникам приймати подарунки, я забороню купівлю чиновникам дорогих авто, євроремонти і будівництво урядових споруд, всі ці кошти підуть на соціальні програми людей. Будуть змінені пріоритети правоохоронних органів. Міліціонер*

охоронятиме життя і спокій простих українців, а **не служитиме** олігархам, суди **будуть** очищені від суддів, які заплямували себе корупцією і замовними рішеннями, влада **дбатиме** про гідність українського народу [12].

Як оратор В. Ющенко більш красномовний через уживання прикметників-означень: *Мета цих змін – від політики криз, яку дарує нам **нинішній** уряд, чи **то зернова, чи то хлібна, чи то продовольча, чи то бензинова**. Накануні ми стоїмо перед **валютною** чи перед **бюджетною** кризою, не важливо, – від політики криз перейти до економіки **стабільного** росту [12]; **Внутрішня** політика **нинішньої** влади, я хочу підкреслити, **деструктивна і небезпечна** для мого суспільства [12];*

Нерідко вживає оратор ступеньовані форми прикметників, які покликані відтворити максимальну насиченість контексту: *Мені соромно, що у нас **найнижча** пенсія серед країн **бувшого** Союзу, що у нас **найнижча** заробітна плата, не тільки серед країн колишнього союзу, а і серед країн Європи [12]; Сьогодні вони входять у сотню **найбагатших** людей Європи, або **принаймні** в сотню **найбагатших** людей України [12].*

2.1.5. Синтаксична специфіка виступу В. Януковича

На відміну від опонента, який у звертаннях до глядачів намагається скоротити дистанцію за рахунок уживання формули «Дорогі друзі!», В. Янукович уживає типове для такої події звертання: «Шановні телеглядачі, шановні виборці», яке повторюється перед початком кожного блоку. Така стандартно-нейтральна звертальна формула не працює й виглядає прогашно, порівняно зі звертанням В. Ющенка.

Впадає в око сплутана синтаксична структура й незв'язність думок В. Януковича: ***І головна моя мета і я про це неодноразово казав, і на засіданнях уряду, і під час зустрічей на майданах вже під час цієї передвиборчої кампанії, я казав, що я хотів, би щоб ви повірили нам. Я буду робити все для того, щоб повернути довіру людей до влади [12]; У вас***

була можливість використати і показати, на що ви здатні, в тому числі і у внутрішній політиці. І зараз ті розмови, що ви ведете і кажете, що ми це зробимо, я там такі укази підписав, ваш час вже пройшов, і він вже ніколи не повернеться [12]. Таке хаотичне нагромадження речень, їх повтор не сприяють стратегічній меті виступу – бути переконливим. Слухач спочатку намагається збагнути, що оратор хотів сказати, й губить саму думку: *І якщо казати про соціальну політику, яку в 2000 році створював уряд пана Ющенка, я хотів би сказати, що були скасовані льготи майже 2/3 льгот різних. Це і при народженні дитини. Вони складали на місяць 6 гривень. Це і льготи військовослужбовцям і всім прирівняним до них особам, це і міліція, це і правоохоронні органи різні. І, до речі, була порушена стаття Конституції. Ми зараз відновлюємо ці льготи і ми їх відновимо обов'язково це ми це вже почали робити, і впродовж 2005 року ми їх відновимо* [12].

Часті й недоречні повтори і вставні слова, які дають можливість оратору швидко й ефективно опанувати себе й ситуацію, що свідчить про напругу мовця й намагання прихилити до себе аудиторію: ***Добрий вечір, шановні телеглядачі, добрий вечір шановні виборці, дорогі друзі! Я зараз прийшов тільки що з Кабінету міністрів на теледебати, і, власно, я всю передвиборчу кампанію, можна так мовити, провів на роботі, особливо першу її частину*** [12]; *Я – нова **тут** людина **тут** в Києві, як кажуть, на верхніх етажах влади* [12]; *несподіванки у нас відбувалися не щорічно, а, **можна так сказати, щоденно, і, нажаль, все гірше та гірше*** [12].

Уживання повторів – одна з рис виступів В. Януковича взагалі, а в умовах прямого ефіру вони особливо відчутні. Повтори однотипних за семантико-синтаксичними й формальними ознаками словосполучень, нанизування однорідних членів та інші типи синтаксичних повторів можуть свідчити про прагнення максимізувати інформацію мінімальною кількістю слів (через незначний їх запас), закріпити у пам'яті слухачів інформацію,

нарешті переконати їх у тезі, яка висловлюється: *Я добре розумію, що ви мені задавали питання на зустрічах, і на майданах, і на підприємствах, у мене не завжди були відповіді, тому що я працював, і я їх шукав, ці відповіді, під час своєї роботи, тобто, як вирішити питання, і дійсно, я шукав питання і знаходив, і за ці два роки, які я працюю, а цей термін, він виповниться вже 21 листопада, я і моя команда децю зробила, як для держави, так і для суспільства, і для людей, мабуть, ви це відчули [12].*

У виступі В. Януковича на дебатах дуже помітні повторизації одностайних за формальними ознаками словосполучень та простих речень: *Але я хотів сказати не про це. Я хотів сказати про ту стару владу, яка працювала всі ці роки незалежності, сказати про тих людей, які нас зробили бідними, про тих людей, які зараз знову рвуться до влади, про збанкрутілих урядовців, про збанкрутілих політиків, до яких ми з вами вже сьогодні не маємо довіри. Я про це все сьогодні скажу [12].* Іноді складається враження, що оратор топчеться на місці й заповнює промову порожніми чи повторюваними фразами, тоді як суттєві за змістом висловлювання губляться у цьому напівготовому синтаксичному наборі.

Наведені та інші приклади доводять ще одну рису, властиву виступу В. Януковича. Цей політик висловлювався складними реченнями, чи й періодами. Але це не очікувані для політичних промов складнопідрядні речення з причинно-наслідковими зв'язками, або підрядними умови, а набір простих дво-чи односкладних речень, пов'язаних повтором: *І головна моя мета і я про це неодноразово казав, і на засіданнях уряду, і під час зустрічей на майданах вже під час цієї передвиборчої кампанії, я казав, що я хотів, би щоб ви повірили нам. І якщо казати про соціальну політику, яку в 2000 році створював уряд пана Ющенка, я хотів би сказати, що були скасовані льготи майже 2/3 льгот різних. Це і при народженні дитини [12].*

Синтаксична організація виступів, зокрема й будова речень, як ускладнених, так і складних, – найбільш вразливий рівень В. Януковича,

який мав би працювати на досягнення стратегії переконливості у дебатах 2004 року.

2.1.6. Синтаксична специфіка виступу В. Ющенко

Упізнаване звертання В. Ющенко «Дорогі друзі!» трапляється у виступі цього політика кількаразово. Сама формула цікава тим, що являє собою етикетну формулу середнього регістру, але вживається в офіційному стилі високого регістру, що створює, однак, не контраст, а максимально зближує оратора й слухача: *Це, друзі, обставини національної економіки, які не можна віднести до ефективної результативної політики* [12]; *Дорогі друзі, дорога українська громадо, дорогі виборці!* [12]. Такий засіб доволі дієвий, якби не був надуживаним у промовах В. Ющенко і не став його ідентифікувальним висловом-паразитом.

Часто повторюване непоширене речення «*Я переконаний*» вказує на безапеляційність і правдивість В. Ющенко, у якій він намагається остаточно переконати й виборців: *Я переконаний, що немає вартості від нашої медицини, освіти, безробіття і таке інше. Я переконаний, що так скаже будь-який чесний політик, незалежно від того, чи він приписує себе до влади, чи він знаходиться в так званих ізгоях – українській опозиції. Зміни, я переконаний, ось про що думають українці, про це вони думають, про це українці говорять, і це вони очікують від майбутнього лідера!* [12].

Синтаксична структура виступу В. Ющенко порівно чіткіша, наявні правильно утворені складносурядні й складнопідрядні речення за нормами української мови, що свідчить про впорядкованість думок, а не синтаксичну хаотичність, як у промові В. Януковича: *Мета цих змін – від політики криз, яку дарує нам нинішній уряд, чи то зернова, чи то хлібна, чи то продовольча, чи то бензинова* [12].

Природні у синтаксичній структурі публічних дебатів складні речення з причинно-наслідковими, іншими обставинними та з'ясувальними

відношеннями, або складносурядними протиставними реченнями часті у виступі В. Ющенка. Саме така зрозуміла синтаксична структура сприяє бажаній аргументації та переконливості: *Я переконаний, **що** для українців корупція – це **те, що** руйнує наше суспільство, нашу мораль і власне наш стиль життя. Корупція поширена і люди прагнуть бачити кандидата, **який би** запропонував майбутнє без корупції і сам був би чесним [12]; Політичні зміни. Це друга частина речей, **про які** я хочу говорити. Я не буду сьогодні говорити про так звану політичну реформу, **яку** проводить влада на протязі двох останніх років, мета якої – **не** демократизувати моє суспільство, а залишити в своїх руках владу [12].*

Останній приклад також доводить, що В. Ющенко часто логічно членує текст, уживає відповідні вставні слова, що додає логіки в його виступ: ***Перше.** Це політика зарплати. **Друге** – пенсії і пенсійна політики, і **третє** – це окремі соціальні правила [12]; Існує, **на мій погляд**, дві складові змін, про які я хочу окремо сказати, які є планом моєї виборчої програми. **Позиція перша.** Це економічні зміни. [12]; **Друге:** боротьба з корупцією на всіх рівнях. Для мене, люди, це мета. Прозорість, довіра, закон український – це технологія її досягнень [12].* Така стрункість і невимушеність побудови речень, дотримання логіко-синтаксичних правил викладу думок додає максимальної переконливості виступу В. Ющенка, виявляє його спроможність точно й порівняно лаконічно сформулювати думку, викласти причиново-наслідкові зв'язки, які максимізують переконливість. Слухач не намагається розібратися у синтаксичному плетиві думок, як у В. Януковича, а слухає й розуміє В. Ющенка.

Особливо важливо проаналізувати фінальні частини виступів обох кандидатів у Президенти. Адже вони показові.

В. Ющенко наприкінці дебатів навів повчальний та іронічний анекдот, що було дуже несподівано для такого формату політичної промови. Однак метою анекдоту було створити чітку й прозору, а разом із тим стійку й запам'ятовувану аналогію у виборців. Це дуже ефективний прийом, тим

більше, коли так майстерно оратор продумав фінал цієї оповідки: *Розкажую, що в одному літаку за кермо сіли сліпий командир і штурман. Навпомацки вони включили двигун, тумблери, літак мчить по зльотній змузі. Налякані пасажери дивляться в ілюмінатор а там бетонна стіна, так як у Борисполі в кінці аеропорта. До неї залишається 500 метрів, потім 400, 300, 200 і тут люди в салоні літака від жаху закричали, на цей крик сліпий командир потягнув на себе штурвал і літак злетів. Тоді вже коли всі заспокоїлися в повній тиші сліпий каже – слухай, колись вони не закричать і ми все-таки вріжемося в ту стіну. Шановні мої виборці! Давайте не чекати, коли ми вріжемося в цю стіну. Давайте міняти сліпих командирів [12].* Фінал наведеної оповідки цілком може бути афоризмом нового часу.

Тим часом прикінцеве слово в дебатах В. Янукович виголошував російською мовою, і коли порівняти російськомовний та українськомовний тексти цього політика, то стає очевидним, що російською мовою В. Янукович володіє дуже добре, як на лексико-морфологічному, так і синтаксичному рівні. Тоді як українська мова дається йому важко. Порівняймо: *Дорогі друзі, шановні телеглядачі! Я заключне слово буде казати російською мовою. Я в большой политике неполных два года, господин Ющенко в большой политике с 93 года – 11 лет. Вы имеете возможность сравнить – что сделал я за два года, и что сделал господин Ющенко за 11 с половиной лет. Вы, наверное, убедились, что кампания моего оппонента была построена на вранье, на сплошной лжи, неправде и запугивании. Украина видела много вранья и врунов за все годы независимости, но она никогда не видела попытки на вранье захватить власть. И мы должны быть готовы, что нам еще будут продолжать подавать такую информацию [12];* Тобто ми готові, Україна разом з європейськими державами, разом з Росією, розглядати питання створення спільної системи безпеки. Це нас хвилює, ми повинні забезпечити, щоб наші громадяни себе відчували в небезпеці (в безпеці, в безпеці – підказують)... в безпеці. Тому наші реальні інтереси ми повинні завжди захищати і коли

мова йде наприклад про вступ до Світової організації торгівлі, це також питання, до якого ми повинні відноситись дуже виважено [12].

Отже, з-поміж двох кандидатів на пост Президента в рази красномовнішим і переконливішим у мовних засобах усіх рівнів був В. Ющенко. Ужиті ним мовні засоби досягли передбачуваної стратегії – переконливості, і гадаємо, мовна ефективність у побудові та веденні стратегії переконливості дозволили серед іншого виграти цьому кандидату вибори 2004 року.

2.2. Вербальні різнорівневі засоби впливу в передвиборчій промові Ю. Тимошенко 2010 року

У 2010 році дебати у звичайному форматі не відбулися: «на дебатах – замість двох кандидатів лише один. Віктор Янукович у першому турі отримав трохи більше за 35% голосів. Юлія Тимошенко – 25%. Саме вона прийшла до студії і мала півтори години прямого ефіру. А ось Віктор Янукович тоді через свого прес-секретаря Анну Герман заявив – у чемпіонаті з брехні брати участі не буде. І замість дебатів на Першому Національному Янукович пішов на канал ICTV на програму «Кращий кандидат»» [21].

Лексико-парадигматичні засоби, наявні у виступі Ю.Тимошенко, який не можна віднести до дебатів, а слід називати передвиборним агітаційним виступом, не відрізняються від узвичаєних у мовленні цієї політичині засобів. Серед них лексеми з негативною конотацією по відношенню до передвиборчих подій: *чорні технології, фальшиві новини, фальшива реклама, фальшиві токшоу, залишив країну в розваленому стані* [53]; *Уся ця фальшива реклама, великі фальшиві бігборди – це тільки фальш* [53]. До політики В. Януковича: *Бізнес знаходиться під тиском, під колосальним тиском бюрократії, яка не дає дихати, яка корумпована* [53].

Щодо названих тем Ю. Тимошенко схильна створювати неочікувані метафори зі словами негативної конотації: *Країна знаходиться у владному організаційному розпачі* [53]; *Бо ми сьогодні стоїмо перед цунамі дезінформації, перед цунамі силових впливів, перед цунамі нечесності і несправедливості* [53].

Для виступів Ю. Тимошенко властиве вживання власне термінів, або економічних, виробничих і соціальних термінів-кліше: *генерація електроенергії, стратегічна державна власність, банківська система, інтелектуальна працездатність і спроможність, бізнес-асоціації, самоврядування, закредитовані в валюті, економічний кредит, банкрут, національна валюта, вартість і собівартість*. Можна стверджувати, що текст виступу Ю.Тимошенко затермінологізований, і у зв'язку з цим видається дещо нудним годинним монологом.

У передвибірчій промові Ю.Тимошенко головним парадигматичним засобом визначаємо синоніми: *Я запрошу молодих, сучасних, талановитих політиків* [53]. *Тому що один Янукович – це рекламні ролики, це бігборди, це рекламна продукція, це спеціальні звернення до суфлерів, це піар-команди можуть кожного кандидата пригладити, напомадити, вкласти йому в уста правильні фрази* [53]; *Нам треба стройну, чітку систему, порядок у владі* [53]; *Я могла би продовжити і назвати, де поділася наша титанова галузь* [53]; *І я переконана, що за декілька місяців ми повернем міцність, стабільність і надійність гривні* [53]. Часто вживані лексичні й контекстуальні синоніми покликані максимально переконати виборців і схарактеризувати предмет розмови різнобічно: *І саме цей шлях дасть нам можливість закрити шлях нечесного розвитку країни, закрити шлях оббирання країни, закрити шлях несправедливості України і перейти на шлях створення нової держави* [53].

Тим часом антонімію й її потенціал Ю. Тимошенко майже не використовує, хоч якщо й уживає, то для створення контрасту: *І ми з вами*

через 5 років зможемо передати нашу країну **не зруйнованою, не знекровленою, не прениженою, а сильною, стабільною і красивою** [53].

Так само незначно представлено у виступі Ю.Тимошенко фразеологію, помічено кілька фразеологізмів, здебільшого нейтральної тональності: *Це значить залишайся, **умий руки**, і хай за тебе поділять країну* [53]; *Бізнес буде **ставати на ноги і процвітати*** [53].

Крім упізнаваного акання на фонетичному рівні, мовленню Ю. Тимошенко властиві росіянізми: *Я хочу, щоб люди ще раз подивилися на **пустий** стіл, бо я не змогла всі ці питання задати Януковичу* [53]; *Я не хочу, щоб була людина, яка сповідує ту політику, людина, яка є боягузом, російською – **трусом**, і яка не може тримати удар* [53]; *Я вимушена сьогодні дивитися на **пусте** місце і бачити це **пусте** місце. Але важливо, щоб **пусте** місце не зайняло потім посаду Президента в державі. Оце дуже було би прикро і неправильно* [53]; *Тому, може і північний потік попутав, а я просто не знаю* [53]; *І чому саме в нього влучили два рази на **охоті**, на полюванні, і після того цей політик зник, його просто сьогодні немає серед нас* [53]; *Ми приймемо **жесточайший** закон про колекторів, які сьогодні просто нищать життя людей* [53].

Звертає на себе увагу й повторюване слово-паразит *просто*: *Тому що його піар-штаб **просто** сховав його від вас* [53]. *Я не хотіла, щоб лідером нації став боягуз, а **просто**, якщо російською – трус* [53]; *А я хочу, що **просто** люди побачили справжнє обличчя кожного кандидата. Справжнє обличчя людини, яка збирається правити країною* [53]; *Я хочу навести цитату Василя Кісельова, який **просто** в певний момент не витримав, який **просто** бачачи з середини, що відбувається в партії регіонів, не витримав* [53]; *Я хочу вас **просто** попередити, я хочу вас захистити. Я знаю, що стою зараз обличчя в обличчя, очі в очі з надзвичайно небезпечною групою* [53]. Такі ідентифікувальні мовленнєві риси не сприяють лексико-парадигматичній урівноваженості виступів Ю. Тимошенко.

Щодо морфологічних засобів, то відповідно до вказаної синоніміки, на морфологічному рівні помічено нагромадження прикметників та іменників: *І ми з вами через 5 років зможемо передати нашу країну **не зруйнованою, не знекровленою, не прениженою, а сильною, стабільною і красивою*** [53].

У вступній частині промови Ю.Тимошенко трапляються дієслівні форми-прохання: *Я значну частину свого життя витратила на те, щоб можна було усунутих ти людей, які зруйнували перші 18 років незалежності України. **І тому допоможіть мені*** [53]. Хоча в подальшому тексті виступу вони відсутні, а з'являються як заклики у фіналі виступу: *Ми побудуємо справедливую державу, **І я хочу, щоб це сталося при житті нашого покоління. Допоможіть мені в цьому, бо я одна можу просто не впоратись*** [53]. Виходить обрамлення з наказових форм дієслів.

Помітно, що у виступі Ю. Тимошенко тяжіє до вживання й навіть зловживання заперечними частками, займенниками й прислівниками: *Я віддана цій справі, **Я не** здамся, **не** зламаюся* [53]; *І те, що сьогодні такого змагання **не** відбулося, це **неповага не** до мене, це **неповага** до вас* [53]; *Якщо такі лідери **не** прийшли б на дебати, вони б **ніколи не** змогли б стати лідерами в своїх демократичних країнах, вони б **ніколи не** змогли завоювати повагу і любов громадян* [53].

Усі без винятку політики, коли прагнуть досягти ефекту сумісності із глядачами-виборцями, використовують особові форми займенників у різних варіантах. У випадку з Ю. Тимошенко це сполучення *МИ З ВАМИ: **Ми з вами** маємо тільки один шлях, і цей шлях **ми з вами** побудуємо* [53]; *І тому **ми з вами** досить предметно попрацюємо* [53]. Часто вживаним є й сполучник *Я*: *І саме тому я хочу вам сказати: відповідь на це запитання є. **І я** хочу заглибитися в деталі, щоб не гаслами з вами розмовляли кандидати в президенти, а реальними, чіткими діями* [53].

Властиве іншим політичним ораторам вживання ступеньованих форм прикметників чи прислівників Ю.Тимошенко майже не притаманне. Якщо такі й ужиті, то як винятки: *Чому **найпотужніші й найсильніші** країни*

світу або не мають податку на додану вартість, або мають її його розмір символічний, до 1 відсотка? [53].

Синтаксичні риси більш ніж годинного виступу Ю. Тимошенко аналізувати складно. Але можна стверджувати, що мовленню ораторки властиві складні речення із сурядним (єднальні відношення) і підрядним (обставинні й означальні відношення) зв'язком, де підрядний тип зв'язку є переважний.

Часто, і навіть занадто повторювальним, а тому ідентифікувальним є повтор сполучника *І* в мовленні ораторки. Ю. Тимошенко дуже часто починає речення сполучником *І ТОМУ, І КОЛИ, І САМЕ: І* *я хотіла би поговорити про модель кредитування. І тому моя відповідь: зміна кредитної політики [53]. Тому що закони писав бізнес, а не Прем'єр-міністр. І тому відповідь була така: ми прийняли 28 нормативних документів документів, які є ключовими [53]; І коли* *грянула криза, то 2 третини країни опинилися банкрутами, тому що в гривнях треба тепер повертати вдвічі більше грошей по цимкредитам. І тому я хочу, щоб ви знали мою відповідь [53]; І це значить, що наявність медичної страхівки і є прямим доступом людини до безкоштовної медицини [53]; І саме* *в діях із іпотечним кредитуванням ми будемо сильні, це державна іпотечна установа. І тоді починає наступати інша реальність: доступність для людей грошей на житло і доступність для кожної молодої родини саме і* *взяття цього кредиту, і повернення [53]. У складнопідрядних реченнях з причинно-наслідковими відношеннями ознакою є виразна парцеляція підрядної частини: І саме тому я хочу задати йому питання. І саме тому я хочу щоб він мене почув. Чому, хто дав йому право віддати те, що належить всьому народові? [53]; І саме тому* *таким чином реформована система охорони здоров'я, вона дасть нам і відповідь на питання, як збільшити життя людей [53]; Саме тому я хотіла, щоб наші вищі учбові заклади давали студентам можливість здійснювати студентське самоврядування [53].*

Синтаксична будова фраз Ю.Тимошенко здебільшого чітка й логічна, але це не дивно, адже це був виступ Ю.Тимошенко, а не дебати: *І сили мої тільки від відповідальності перед вами, тому що я знаю: якщо я буду слабкою, цей шлях просто не буде кому продовжити. Тому що все в Україні на високому політичному рівні перекуплено, повязано, багаторазово продано. І це не може бути життям красивої європейської країни* [53].

Помітною синтаксичною рисою мовлення Ю.Тимошенко є речення з підметом і присудком – іменниками: *Тому що дебати – це бій, тому що дебати – це змагання інтелектів, тому що дебати – це змагання програм* [53].

Помітно й те, що нагромадження риторично-питальних речень на початку виступу змінюються розповідними реченнями, часто складнопідрядними за структурою зі з'ясувальними і причиново-наслідковими відношеннями: *Чому? Хто дав йому право віддати те, що належить всьому народові? Хто дав йому право підписати постанову, що позбавив народ цієї власності?* [53]; *І як же це зробити, просто хочу запитати в Януковича?* [53]; *Чому дебати є основою прийняття рішень для людей?* [53]; *І тому я хочу, щоб ви розраховували на мене, тому що для мене рівень життя ваш, пенсія, заробітні плати, соціальні виплати, вони є дуже і дуже важливими* [53]; *Я хочу, щоб ви знали, що все це можна зробити тільки тоді, коли ми будемо просто піднімати, виховувати рівень нашої духовності* [53]; *Дорогі мої, для того, щоб ми мали все це зробити, нам треба на цих виборах з вами попрацювати, нам треба об'єднатися як один народ, як одна команда, щоб не допустити тих людей, які хочуть забрати ваш ресурс* [53].

Синтаксичною ознакою виступу Ю.Тимошенко є численні повтори: *Не хотілось би наводити і наводити і наводити приклади. Але хотілось би перейти до другого питання. Питання, яке пов'язане вже з тим, а яку модель управління державою взагалі бачить Янукович* [53]. *Таких прикладів сотні, сотні і сотні, і я більше не хочу втрачати час на те, щоб про це*

говорити. **Просто** не хочу втрачати час. І я закриваю цю тему і хочу, щоб ви знали, що перед країною стоїть **просто** доленосний виклик [53].

Отже, хоч за суттю виступ Ю. Тимошенко й був агітаційним передвиборчим виступом, йому властиві ідентифікувальні лексико-парадигматичні й синтаксичні риси.

2.3. Вербальні різнорівневі засоби впливу під час дебатів 2019 року

2.3.1. Лексико-парадигматичні засоби впливу в промові П. Порошенка

Стратегій у виступі П. Порошенка було, як свідчить вибір питань у його виступі, як мінімум дві: доведення некомпетентності опонента, і більш глобальна стратегія – переконання. Але під час самих дебатів П. Порошенку довелося відповідати й виправдовуватися на деякі звинувачення з боку В. Зеленського, що унаочнило оборонну стратегію, а тому були задіяні різні засоби лексико-парадигматичного впливу.

Стратегія доведення некомпетентності представлена протиставленням, реалізованим контекстуальними антонімами та відповідним синтаксисом у вигляді складносурядних протиставних речень: *І збирається робити він, а не його члени штабу, а не його консультанти, а не його радники. І ми так і не дізналися, бо для українського народу в першу чергу важливо знати майбутнє, а не обливати один одного брудом. Знати, як перемагати ворога, а не розповсюджувати російські фейки* [13]. Повтор і синонімічні засоби також працюють на цю стратегію: *І ми стоїмо сьогодні перед зовнішніми викликами, які потребують від президента мужності і сили. Виклики, які потребують від президента міжнародного досвіду* [13].

Цю ж стратегію унаочнює й наступне речення: *Ви наголосили, що ви збираєтесь вчитися на посаді президента. Ви наголосили на тому, що у вас для цього є час. Чи сіли би ви в літак, пілот якого сів порулити для того,*

щоб навчитися? Чи лягли би ви під ніж хірурга, який прийшов в операційну для того, щоб повчитися? [13]. Наведення аналогій цілком доречне в контексті доведення стратегії некомпетентності опонента.

Синоніми, найчастіше контекстуальні, у промові П. Порошенка доволі частотні й працюють на те, аби максимально переконати слухачів: *І я буду боронити президентом, кандидатом або громадянином* [13]. *Якби ви знали, в якому стані я прийняв державу в 2014 році, без грошей на казначейському рахунку, без золотовалютних резервів, без армії, без будь-якої зброї, ви би звичайно задавали би питання по-іншому* [13]. Синоніми-означення покликані максимізувати враження від сказаного: *Наголошую, що на сьогоднішній день ми маємо дуже красиву обгортку, дорогу, яскраву* [13].

Окремого слова вимагають метафори у промові П. Порошенка. Не можна стверджувати, що мовлення цього політика метафоричне, але запам'ятовувані з цих дебатів метафори заслуговують на коментар: *І я твердо переконаний в тому, що Володимир гарний артист, Володимир, можливо, гарна людина, але сьогодні – це не кіт в мішку, це обгортка, обгортка яскрава, яка покриває тих, хто, починаючи від 2013 року, втік з нашої країни, а сьогодні хоче в цій обгортці повернутись назад до України і зробити реванш* [13]. Метафоричне порівняння свого опонента з обгорткою образливе й тому сумнівне в контексті політичних дебатів. Отже, оратор наперед намагається просити пробачення за таку метафору й підсолоджує її компліментом з приводу людських якостей та артистичності В. Зеленського. Утім останній не забарився з відповіддю й натякнув опоненту на рід його занять: *З приводу обгортки. Ви зараз кажете, що я обгортка. Я розумію, що ви дуже гарно розумієтеся в обгортках. Ви назвали мене обгорткою, ви ж в цьому професіонал* [13]. Це доволі запам'ятовуваний момент дебатів через алюзивний прийом.

Окремо слід сказати про фразеологічні засоби, адже «Вживання фразеологізмів надає промовам жвавості та образності. Це цінують політики, звертаючись до фразеології в політичних текстах і усних виступах. Фразеологія привертає виступаючих своєю експресивністю, потенційною можливістю позитивно або негативно оцінювати явища, висловлювати схвалення або засудження, іронічне, глузливе або інше ставлення. Лінгвісти схильні пов'язувати активне вживання фразеологізмів в політичному дискурсі із загальною демократизацією життя в суспільстві і, відповідно, з більш вільним ставленням учасників комунікації до вибору мовних засобів для вираження своїх думок, з відносною відсутністю політичної цензури і з підвищеною експресивністю сучасної публічної промови, з пошуком нових методів досягнення бажаного ефекту і залучення уваги адресата до тих чи інших явищ» [34, с. 57]. Тому вживання фразеології не випадкове, а завжди виправдане в промові П. Порошенка. Дуже влучно виглядає трансформація фразеологізму «кіт у мішку»: *Але, пане Володимире, ви самі сказали, що ви – кіт в мішку, так ви не кіт в мішку, ви – мішок, а у вашому мішку сьогодні чорти і коти, включно з олігархами, колишніми регіоналами і всім тим, що загрожує моїй державі, і ми вас не допустимо до влади* [13]. *Бо не в Києві, як каже Зеленський, лежить ключ від війни, і не на колінах треба повзти до Путіна, щоб захистити державу, нам треба будувати армію, продовжувати її будівництво* [13].

Як П. Порошенко, так і В. Зеленський ефективно використовують алюзію, у такий спосіб нагадують політичні чи особисті провини один одному: *і в мене запитання, яким чином ви, коли ви називали Україну **повією**, коли ви називали українців **хохлами**, коли ви знущались над нашою державою, але коли ви один раз образили Кадирова, ви тут же перед ним вибачились. У мене запитання: коли ви вибачитесь перед Україною за «**повію**»? [13].* Алюзіями найчастіше виступають негативно конотовані слова, як у наведеному прикладі.

2.3.2. Лексичні засоби стратегії звинувачення у виступі В. Зеленського

Стратегія В. Зеленського – не стільки показати свою професійну придатність бути Президентом, скільки виявити негативні факти у політиці П. Порошенка та максимально їх унаочнити, тому можна сказати, що задіяна була стратегія нападу. На цю стратегію працює тактика викриття, реалізована такими лексичними засобами.

В. Зеленський інколи ефективно використовує протиставлення, реалізовані лексично й синтаксично. З лексичних засобів це, звичайно, антоніми, здебільшого контекстуальні: *Скажу вам відверто, чи могли ми тоді уявити, що його «жити по-новому», стане нашим виживати* [13];

А протиставлення *«Я не ваш опонент, я – ваш вирок»* цілком можна кваліфікувати як вдалий афоризм цих дебатів.

Контраст повідомлення, втілений антонімією, також підсилено синонімічними засобами: *Бо існує два Порошенка. Перший – прекрасний оратор, спеціаліст, фінансист, економіст, у всьому знається. Перший Петро Порошенко на Михайлівській площі кричить: «Путін, я тобі покажу». А другий тихенько паном Медведчуком передає «привіткі» в Москву. Перший каже, що в платіжках за комуналку буде мінус, а другий тихенько робить «Роттердам+». Перший каже: «Я відкриваю школу», а другий постійно тихенько відкриває магазини Roshen. Перший відкриває аж 12 кілометрів нової дороги, а другий закриває справу Насірова. Перший Петро Порошенко каже: «Я бізнес передав у сліпий траст», а другий збільшує свої статки за рік у 82 рази* [13]; *Я хочу сказати, що у Петра Олексійовича дуже багато було досягнень: безвіз, Томос, мова, армія, все, що ви писали на білбордах. Але ви знаєте, мені здається, що чомусь ви всі ці досягнення записали тільки собі* [13].

Вдалим тактичним ходом було з боку В. Зеленського відповісти фразеологізмом, хоч і трансформованим, на звинувачення, що він є «кіт у

мішку» для України та її виборців: *З приводу kota в мішку – краще бути котом в мішку, ніж вовком у шкурі вівці* [13]. Вкажемо й те, що обидва опоненти вдавалися до алюзій з Біблії, що завжди було дієвою тактикою у досягненні стратегії переконання: *Ви не пророк і я не Мойсей, ми не можемо кудись вести Україну, Україна йде до Європи* [13].

Окремі фразеологізми були задіяні опонентами: *Я вже казав, що я йду на один термін, і через 5 років буде інший термін і я **тримаю кулаки**, щоб вашого оточення у політиці більше не було* [13]. Утім В. Зеленський використовував їх мало, хоч створював афоризми сам: *Зробимо їх разом! Думай-те. Я – ваш вирок* [13].

Неприйнятним для формату дебатів були інвективи: *Що стосується реформи, скажіть мені, будь ласка, якщо ліків якісних немає, якщо доступних цін на ліки немає, якщо нормальних умов в лікарнях немає, якщо нормальних зарплат у лікарів немає, яка це **нафіг** реформа?* [13]. Окремі слова нижнього регістру також вважаються неприпустимими у такого типу політичних промоважх: *Я публічна людина, мене не змогли знайти і дати мені в руки повістку? Про що ви зараз говорите, ви знов **брешете*** [13]; *Я не був у Росії з початку війни, і це **брехня** знову* [13].

2.3.3. Морфологічні особливості слововжитку П. Порошенка

У промові П. Порошенка чітко простежується тактика ототожнення себе з рештою українців, реалізована повторюваним уточненням і промовою від першої особи множини, а не однини: ***Ми, українці**, зберегли державу. **Ми, українці**, зберегли і створили міжнародну солідарність на підтримку України. **Ми, українці**, зробили прорив в Європейський союз. **Ми, українці**, замінили втрачені ринки Росії поглибленою та всеохоплювальною зоною вільної торгівлі з ЄС* [13].

Така ж тактика реалізована й далі у промові П. Порошенка вже поєднанням пари займенників *МИ-ВИ*: ***Ми з вами** маємо об'єднатися для*

того, щоб повернути Крим в Україну, **ми з вами** маємо об'єднатися, для того щоб захистити український Донбас, **ми з вами** маємо захистити Україну від популізму і російських фейків, **ми з вами** не допустимо відновлення олігархату і повернення олігархів-втікачів в Україну. **Ми з вами** спільно продовжимо наш рух вперед, бо **ми** знаємо що і як робити, і наша команда, оновлена команда, обов'язково переможе [13].

Властиве П. Порошенку й нагромадження різних частин мови, особливо відчутні вони в питальних та окличних реченнях: **Що і коли, і де** ви бачите Україну через 5 років, **чітко, конкретно**, і що ви хочете для цього зробити? [13]; **І я буду боронити президентом, кандидатом або громадянином!** [13]; **Шановний пане Зеленський, я теж мушу визнати, що ви талановитий актор, зробили гарну продюсерську компанію і зробили різнобарвні, але цікаві продукти** [13].

2.3.4. Специфіка морфологічних засобів у промові В. Зеленського

Як колись В. Янукович, кандидат у Президенти В. Зеленський також схильний до повтору особового займенника **Я**. Утім у висловлюваннях В. Януковича він був ознакою авторитаризму, у виступі В. Зеленського він має первинну функцію й називає самого себе: *Тому, пане Порошенко, я тут. Тому я тут зі своєю командою. Я не політик. Я просто людина, проста людина, яка прийшла зламати цю систему. Я – результат, Петре Олексійовичу, ваших помилок і обіцянок* [13]; *Я не ваш опонент, я – ваш вирок. З приводу того, що я ховаюсь, я був дуже багато разів в АТО. Ви знаєте, що у мене було дуже багато знімань «Вечірнього кварталу». Від кого я ховаюсь? Від яких повісток я ховаюсь? Я публічна людина, мене не змогли знайти і дати мені в руки повістку? Про що ви зараз говорите, ви знов брешете* [13]. *А ви зараз, як гарант, повинні захищати вибір українців і я, якщо я буду, я теж буду захищати вибір, європейський вибір українців. Я хочу декілька тез з приводу того, де я бачу через 5 років Україну. Я вже*

казав, що **я** йду на один термін, і через 5 років буде інший термін і **я** тримаю кулаки, щоб вашого оточення у політиці більше не було [13].

На політичних дебатах, які тривають у прямому ефірі, ораторам ніколи задумуватися над доречним уживанням іменників, тому займенники відіграють особливу роль, що відчутно і в промовах політичних опонентів 2004 року і на дебатах 2019 року. Найчастіше вживані особові займенники першої особи однини та множини. І не випадково. Саме пара **Я-МИ** дозволяє досягти узагальнення й поширення своєї думки на інших: *Але **я** помилився. **Ми** помилилися. Скажу вам відверто, чи могли **ми** тоді уявити, що його «жити по-новому», стане нашим виживати. Чи могли **ми** тоді уявити, що ваше «я закінчу війну за два тижні», стане наше Іловайськ і Дебальцеве. Чи могли **ми** тоді з **вами** уявити, що його збагачення людей стане збагаченням лише його людей. Чи могли **ми** тоді уявити, що Революцією Гідності скористаються негідники. Я вам поясню, чому **ми** помилилися [13].*

Стратегія виявлення негативних фактів у політиці П. Порошенка, реалізована тактикою контрасту, досягається В. Зеленським завдяки вживанню ступеньованих прикметників: *Як так вийшло, що Україна майже **найбідніша** країна за **найбагатшого** президента за всю історію? [13];*

2.3.5. Синтаксичні засоби у промові В. Зеленського

Стратегія нападу В. Зеленського під час дебатів 2019 року серед іншого реалізована синтаксичними повторами: *Скажу вам відверто, **чи могли ми тоді** уявити, що його «жити по-новому», стане нашим виживати. **Чи могли ми тоді** уявити, що ваше «я закінчу війну за два тижні», стане наше Іловайськ і Дебальцеве. **Чи могли ми тоді** з вами уявити, що його збагачення людей стане збагаченням лише його людей. **Чи могли ми тоді** уявити, що Революцією Гідності скористаються негідники [13].* Повтор – дуже частий прийом у політичних виступах взагалі, адже дозволяє опанувати ситуацію та наголошує на важливих тезах оратора.

Вказана головна стратегія нападу реалізована В. Зеленським у нагромадженні питальних речень, із яких деякі здаються тільки на перший погляд несподіваними (*Як ви спите вночі?*): *Як так вийшло, що Україна майже найбідніша країна за найбагатшого президента за всю історію? Чому підпалювачів магазину Roshen знайшли за 4 години, а підпалювачів військових складів і підричників автомобіля Шеремета не можуть знайти кілька років? Як ви спите вночі? Чому ніхто не сидить за Іловайськ та Дебальцеве? Чому через 5 років ми так і не знаємо вбивць на Майдані? Чи не хотіли б ви взяти участь в експерименті і спробувати прожити на 1500 гривень пенсії хоча б місяць? Як можна було на п'ятий рік війни, усвідомлюючи небезпеку, відправляти на заповітну смерть 24 моряків до Керченської протоки? Скільки грошей вам ще потрібно взяти з бюджету країни, щоб наїстися? Куди поділися наші Карпатські ліси? Чому не покарані прибічники Януковича? Скільки особисто вам занесли з «Роттердам+»? Чому ви скасували закон про незаконне збагачення? Чому не знята недоторканність депутатів? [13].*

На дебатах 2019 року головна стратегія нападу В. Зеленського якраз і була побудована на звинуваченнях, які звучали не напряду, тобто реалізувалися не розповідними реченнями, а блоками питальних речень, що мали риторичний відтінок. До того ж таких питально-риторичних речень було так багато, що відповідь опонента й не передбачалася. Така тактика з застосуванням питально-риторичних речень дієва, оскільки створює ілюзію викриття, коли той, хто запитує виглядає переможцем, а опонент заздалегідь переможеним. До того ж В. Зеленський у фіналі таких блоків питально-риторичних речень знущально пропонував опоненту відповісти на будь-яке питання, яке відповіді наперед не передбачало й ставило П. Порошенка в заздалегідь визначену В. Зеленським оборонну позицію: *У мене запитання від народу. Чому всі ваші люди мають обидві руки? Чому ви схопили громадянина за ніс, а з дівчини зірвали шапку? Добровольці і патріоти опинились в тюрмах, бо для вас вони загроза? Чи пам'ятаєте ви таке слово*

як люстрація? **Яка** ваша частка із незаконного копання бурштину? **Чому** ваші цукерки досі можна вільно купити в магазинах Москви? **Чи** є це правда, що цукерки Roshen є у пайках повстанців «Л/ДНР»? **Як** обвалилась гривня? **Чому** Гонтарєва ховається в Лондоні? **Оберіть, будь ласка, будь-яке запитання** [13]. Оформлення таких питально-риторичних речень, як бачимо, типове: відповідними питальними займенниками й частками та порядком слів.

Оборонна стратегія В. Зеленського чітко проглядається в наступному контексті й реалізована питальними риторичними реченнями й повторами: *З приводу того, що я ховаюсь, я був дуже багато разів в АТО. Ви знаєте, що у мене було дуже багато знімань «Вечірнього кварталу». Від кого я ховаюсь? Від яких повісток я ховаюсь? Я публічна людина, мене не змогли знайти і дати мені в руки повістку?* [13].

Коли В. Зеленському доводиться оборонятися, тобто відповідати на звинувачення чи питання, стає очевидним те, що оратор не впорується з синтаксисом: або повторює й нагромаджує однотипні підмети з присудками, або губить деякі з них: *А ви зараз, як гарант, повинні захищати вибір українців і я, якщо я буду, я теж буду захищати вибір, європейський вибір українців. Я хочу декілька тез з приводу того, де я бачу через 5 років Україну. Я вже казав, що я йду на один термін, і через 5 років буде інший термін і я тримаю кулаки, щоб вашого оточення у політиці більше не було* [13]. Чим далі тривали дебати, тим очевиднішим був цей недолік політика. Принаймні синтаксичний рівень чіткіше від лексичного унаочнював розгубленість В.Зеленського в деяких відповідях: *Коли почалась війна, перед початком війни, коли були вже на Майдані наші люди, наші українці, були загиблі, я звертався до кожного із президентів, звертався до Януковича та казав: «Будь ласка, підіть з поста президента. Заспокойтесь».* Далі я сказав, звернувся до Путіна: *«Я готовий стати на коліна, тільки не ставте Україну на коліна».* І це правда. З приводу колін,

щоб було всім зрозуміло, що я мав на увазі [13]. Часті повтори гублять головну думку, заплутують логіку повідомлення й зводять нанівець зусилля оратора.

Останній приклад доводить, що в тих випадках, коли В. Зеленський прагне бути переконливим у відповідях на звинувачення опонента, він удається до передачі прямої мови, яка, однак, звучить не надто переконливо в такому лексичному наповненні.

2.3.6. Синтаксична будова текстів П. Порошенка

Видно, що вступні слова В. Зеленського вплинула на П. Порошенка й це відбилося на побудові фраз у перші хвилини промови цього політика на дебатах: *Нарешті ми змогли зібрати на дебати через довгих три тижні поки ми чекали, поки наважиться команда мого опонента з'явитися перед українським народом. І дуже важливо, що ми маємо позицію, коли ховається пан Володимир від журналістів, коли ховається пан Володимир від опонента, а головне – ховається пан Володимир від українського народу* [13]. Повтори якраз свідчать про намагання опанувати ситуацію.

Повтор слова чи словосполучення – часта й дієва тактика при оперуванні синтаксичними засобами, адже виконує подвійну функцію – дозволяє опанувати ситуацію й наголосити на чомусь важливому. Тому синтаксичний повтор на дебатах 2019 року був частим явищем у промовах обох політиків: *А канал «1+1», який поклав пана Зеленського у теплу ванну і зробив йому сьогодні дуже комфортну виборчу кампанію, тоді 2004 року перепросив перед країною. І власники, і журналісти за свою політику. І чи не доведеться, пане Володимире, вибачатися вам і каналу, каналу, який повністю відійшов від журналістських стандартів, каналу, який розповсюджує російські фейки, в першу чергу про мене. Канал, куди ніхто не міг потрапити* [13].

Складносурядними протиставними реченнями П. Порошенко прагне вербалізувати стратегію доведення некомпетентності опонента: *Це гарна річ, але варто було його почати 4 роки тому, в 2014 році, коли країна потребувала зусилля всіх волонтерів і добровольців, а Володимир ховався від повісток, куди його викликали військкомати* [13].

Синтаксична будова речень П. Порошенка здебільшого впорядкована й легка для сприйняття за рахунок однотипних простих речень у структурі складного й повторі сполучників: *І в цій обгортці кожен може знайти собі те, що він хоче : хто – зниження тарифів, про які сьогодні говорив Володимир, хто – зарплати вчителя по чотири тисячі доларів, хто – підвищення пенсій, хто – повернення в Росію, а хто може знайти і рух в Європу* [13]; *Пане Володимире, якби ви були на фронті, якби ви бачили на власні очі, що відбувалося в Дебальцево, якби ви зустрічали наших воїнів з Іловайська, якби ви знали, якою кров'ю Україна заплатила за те, щоби зберегти державу, у вас би не було таких запитань* [13].

У деяких фрагментах дебатів 2019 року О. Порошенко намагається перехопити ініціативу й застосовує також питально-риторичні речення, якими його засипав В. Зеленський. Однак програвшим для О. Порошенка було далі самому давати відповіді на ці питання: *І в мене тоді запитання до пана Зеленського: а скажіть, будь ласка, коли ваш партнер, який обікрав Україну, маючи обґрунтовані підозри правоохоронних органів України та світу, на 30 мільярдів в «Укрнафті», вивівши 160 мільярдів з «ПриватБанку» коштів вкладників, а ще 41 мільйон доларів з рахунків «ПриватБанку» заплатив вам особисто, на ваші таємні офшорні рахунки. А як ви йому руку тиснете? І чи йому не буде руки рубати? І відповідь дуже проста – оце є яскрава обгортка. А всередині сидять соратники Азарова, соратники Януковича, всередині сидить п'ята колона, всередині сидять росіяни та олігархи-втікачі* [13].

Здається, це пов'язано з тим, що О. Порошенко більш багатослівний у промові, тому часом заплутується в реченні, очевидно, не встигає за думкою.

Тому окремі речення виглядають неузгоджено через порушення порядку частин: *І я наголошую, що мені приємно констатувати, що світові лідери, міжнародні фінансові організації, що за останні 5 років, коли країна була під моїм керівництвом, ми зробили більше, ніж за чверть століття до цього [13].*

З точки зору логіки й синтаксису відповідно, деякі фрагменти виступу П. Порошенка здаються непослідовними й залишають суперчливе враження від висловленої тези, адже вона й є суперечливою. Наприклад, у тому фрагменті виступу, де П. Порошенко багатослівно відповідає на дорікання В. Зеленського, хоч спочатку сам зауважує, що всі його закиди не відповідають дійсності: *Друзі, я можу відповісти на це запитання за 20 секунд. Абсолютно все, що каже пане Володимире, є брехня і не відповідає дійсності. Але на декілька запитань я хочу відповісти більш детально. Наприклад, про відрубані руки. Позиція перша, я не кат, і я не суддя. Президент створює необхідні умови для справедливого судочинства, для створення слідчих органів, для чесного і неупередженого розслідування. І я робив і буду робити все, що від мене залежить. Дійсно, запитання, яке ви задали про руки і друзів, можу окремо наголосити – жоден із моїх друзів не має і не буде мати жодного відношення до корупції. Бо як тільки буде будь-яка обґрунтована підозра, він перестане бути моїм другом, винен – буде сидіти у в'язниці. Друг це чи партнер – неважливо, це принципи демократичної держави [13].* Розгорнуті виправдовування в такій ситуації заздалегідь програшні.

ВИСНОВКИ

Політична комунікація – невід’ємна складова громадського життя сучасних українців, чутливих до маніпуляцій та впливів. У зв’язку з цим визначальною метою політичної комунікації є переконання, тому й мова політики визначена цією метою. Стратегія переконання – головна стратегія будь-яких політичних дебатів в Україні, серед них і дебатів передвиборчих. А набір мовних засобів, що маркують мовлення будь-якого політика, так чи так мусять відповідати такій стратегії.

Історія передвиборчих дебатів в Україні тільки пишеться, адже вони нерегулярні й за 30 років незалежності повноцінно проходили тільки тричі: у 1994, 2004 та 2019 роках. Повні записи дебатів збереглися не всі, тому проаналізовано тільки ті, які вдалося віднайти в мережі «Інтернет» у вигляді стенограм чи відеозаписів: дебати 2004 та 2019 років та агітаційний предвиборчий виступ Ю. Тимошенко 2010 року. При аналізі мовлення політиків на дебатах було враховано ті визначальні рівні, які унаочнювали стратегії їх предвиборчого дискурсу: лексико-семантичний рівень, морфологічний та синтаксичний рівні. З яких останній – найбільш показовий, адже дає можливість максимізувати рівень експресії та досягти прагматичного ефекту політичного виступу.

Цілком очевидно, що кожен із учасників дебатів 2004 року намагався бути максимально переконливим. Здається, стратегія переконання була головною в обох кандидатів: і в промові В. Ющенка і у виступі В. Януковича.

Головним лексико-парадигматичним засобом у виступах обох політиків визначено синонімію та антонімію. Синонімія, доповнена повтором, у промовах обох політиків вказує на однотипну тактику

переконання, яка полягає в повторенні думки синонімічними словами й закріпленні її повтором у свідомості слухача.

У промові В. Ющенка визначальним було вільне оперування значним масивом цифр, порівняння й антитеза при викладі фактів, логічний і послідовний синтаксис викладу без зайвих слів, ключові слова, які працювали на одну стратегію – переконливість.

В обох політиків хоч і не часто, але вживається фразеологія, або у первинному вигляді, або трансформована. Утім якщо В. Янукович здебільшого вживає російські фразеологізми, або трансформовані українські, то В. Ющенко доречно й повно використовує прислів'я, які конотують його виступ.

Найбільш показовим виявився синтаксичний рівень виступів опонентів на дебатах, у якому знайшли довершеність усі інші засоби: і лексико-парадигматичні й морфологічні.

Уживання повторів – одна з рис виступів В. Януковича взагалі, а в умовах прямого ефіру вони особливо відчутні. Повтори однотипних за семантико-синтаксичними й формальними ознаками словосполучень, нанизування однорідних членів та інші типи синтаксичних повторів можуть свідчити про прагнення максимізувати інформацію мінімальною кількістю слів (через незначний їх запас), закріпити у пам'яті слухачів інформацію, нарешті переконати їх у тезі, яка висловлюється. Але синтаксична організація виступів, зокрема й будова речень, як ускладнених, так і складних, – найбільш вразливий рівень В. Януковича, який мав би працювати на досягнення стратегії переконливості у дебатах 2004 року.

Синтаксична структура виступу В. Ющенка порівно чіткіша, явні правильно утворені складносурядні й складнопідрядні речення за нормами української мови, що свідчить про впорядкованість думок, а не синтаксичну хаотичність В. Януковича. З-поміж двох кандидатів на пост Президента в рази красномовнішим і переконливішим у мовних засобах усіх рівнів був

В. Ющенко. Ужиті ним мовні засоби досягли передбачуваної стратегії – переконливості, а мовна ефективність у побудові та веденні стратегії переконливості дозволили серед іншого виграти цьому кандидату вибори 2004 року.

Лексико-парадигматичні засоби, наявні у виступі Ю. Тимошенко не відрізняються від узвичаєних у мовленні цієї політикині засобів. Серед них лексеми з негативною конотацією по відношенню до передвиборчих подій (*цунамі дезінформації, владний організаційний розпач, фальш*); синонімія (*Я запрошу молодих, сучасних, талановитих політиків*); затермінологізованість (*генерація електроенергії, стратегічна державна власність, банківська система, інтелектуальна працездатність і спроможність, бізнес-асоціації*). Крім упізнаваного акання на фонетичному рівні, мовленню Ю. Тимошенко властиві русизми (*пусте місце, охота, жесточайший*). Звертає на себе увагу й повторюване слово-паразит *просто*.

Усі без винятку політики, коли прагнуть досягти ефекту сумісності із глядачами-виборцями, використовують особові форми займенників у різних варіантах. У випадку з Ю. Тимошенко це сполучення *МИ З ВАМИ: Ми з вами маємо тільки один шлях, і цей шлях ми з вами побудуємо*. Мовленню ораторки властиві складні речення із сурядним (єднальні відношення) і підрядним (обставинні й означальні відношення) зв'язком, де підрядний тип зв'язку є переважний. Хоч за суттю виступ Ю. Тимошенко й був агітаційним передвиборчим виступом, йому властиві ідентифікувальні лексико-парадигматичні й синтаксичні риси.

Під час дебатів 2019 року у кожного з політиків була своя стратегія, вибудована на слабких місцях опонента: у виступі П. Порошенка були стратегії доведення некомпетентності опонента, переконання, оборонна стратегія, а тому були задіяні різні засоби лексико-парадигматичного впливу. Серед визначальних засобів цього рівня: антоніми (*І збирається робити він, а не його члени штабу, а не його*

консультанти, а не його радники), синоніми (*І я буду боронити президентом, кандидатом або громадянином*), метафори(*обгортка*), первинна й трансформована фразеологія (*ви – кіт в мішку, так ви не кіт в мішку, ви – мішок, а у вашому мішку сьогодні чорти і коти*).

Повтор слова чи словосполучення – часта й дієва тактика при оперуванні синтаксичними засобами, адже виконує подвійну функцію – дозволяє опанувати ситуацію й наголосити на чомусь важливому. Синтаксична будова речень П. Порошенка здебільшого впорядкована й легка для сприйняття за рахунок однотипних простих речень у структурі складного й повторі сполучників. Однак О. Порошенко був більш багатослівний у промові, тому часом заплутувався в реченні, очевидно, не встигав за думкою, тому окремі речення виглядали неузгоджено через порушення порядку частин.

Стратегія В. Зеленського – не стільки показати свою професійну принадність і придатність бути Президентом, скільки виявити негативні факти у політиці П. Порошенка та максимально їх унаочнити, тому можна сказати, що задіяна була стратегія нападу. На цю стратегію працює тактика викриття, реалізована такими лексичними засобами: антоніми, здебільшого контекстуальні (*Скажу вам відверто, чи могли ми тоді уявити, що його «жити по-новому», стане нашим виживати*), фразеологізми (*краще бути котом в мішку, ніж вовком у шкурі вівці*), алюзія (*Ви не пророк і я не Мойсей*). Лексичний рівень виступу В. Зеленського дещо слабший, порівняно із виступом П. Порошенка, який був багатослівнішим, але В. Зеленському вдавалося більш ефективно використати лексико-парадигматичні засоби, особливо ті, що створюють протиставлення (*Я не ваш опонент, я – ваш вирок*).

З огляду на головну стратегію В. Зеленського – напад, його промова була побудована на звинуваченнях, які звучали не напряду, тобто розповідними реченнями, а блоками питальних речень, що мали риторичний відтінок. Коли В. Зеленському доводилося оборонятися, тобто відповідати на

звинувачення чи питання, ставало очевидним те, що оратор не впорався з синтаксисом: або повторював і нагромаджував однотипні підмети з присудками, або губив деякі з них.

Мовні особливості виступів політичних опонентів на передвиборчих дебатах слугують головній стратегії – переконанню, тому їх набір здебільшого однотипний на лексико-парадигматичному рівні (антоніми, синоніми, фразеологія, алюзія, термінологія), морфологічному (надуживання особовими займенниками для ототожнення себе із глядачами-виборцями), синтаксичному. Однак у кожного політика є й індивідуальний набір мовних засобів, який для нього є ідентифікувальним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баран Г. П. Об'єктивація концепту RECESSION/РЕЦЕНСІЯ у сучасному англомовному політичному інтернет-дискурсі: лінгвокогнітивний, семіотичний та комунікативно-прагматичний аспекти: автореф. дис. ...канд. філол. наук: 10.02.04. Херсон, 2015. 20 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 342 с.
3. Бик І. С. Наукові підходи до визначення поняття політичний дискурс. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. № 24. С. 120–127.
4. Бурмістенко Т. В. Дискурсивний простір офіційної політичної промови. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2014. Вип. 26. С. 35–45.
5. Вальчук Г. В. Мовне втілення концепту “європейська інтеграція”: семантико-когнітивний аспект (на матеріалі англомовних документів Євросоюзу та публікацій газети The Times) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2003. 19 с.
6. Васильєва М. О. Метафорична реалізація концепту ПОЛІТИКА в сучасному англомовному політичному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2008. 234 с.
7. Васік Ю. А. Ритмічна обумовленість комунікативної стратегії політичної промови. *Новітня філологія*. Миколаїв : МДГУ, 2005. № 2 (22). С. 116–117.
8. Воробйова О. П. Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки. *Вісник КНЛУ*. 2011. Т.14. № 2. С. 53–64.
9. Воробйова О. П. Лінгвістика 2012: шляхи, які ми обираємо. *Тези Міжнародної науково-практичної конференції «Україна і світ: діалог мов та культур»*. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2012. С. 47–48.

10. Горіна О. В. Когнітивно-комунікативні характеристики американського електорального дискурсу республіканців : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2008. 20 с.
11. Дацишин Х. П. Метафора в українському політичному дискурсі (за матеріалами сучасної періодики) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Львів, 2005. 18 с.
12. Дебати Ющенко та Януковича. Стенограма. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2004/11/16/3004214/> (дата звернення 12.01.2021).
13. Дебати Зеленського та Порошенка: повний текст виступів та відповідей кандидатів. URL: <https://tsn.ua/politika/debati-zelenskogo-ta-poroshenka-povniy-tekst-vistupiv-ta-vidpovidey-kandidativ-1332675.html> (дата звернення 23.04.2021).
14. Деренчук Н. В. Мовний портрет сучасного українського політика: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Луцьк. 2018. 20 с.
15. Діденко М. О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса, 2001. 19 с.
16. Дорофєєва М. С. Особливості самопрезентації суб'єкта в політичній промові. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2004. Вип. 11. С. 200–205.
17. Жаботинская С. А. Концептуальна метафора: процедура аналізу для множинних даних. *Актуальні проблеми металінгвістики. Збірник статей за матеріалами VII Міжнародної конференції*. Черкаси: Ант, 2011. С. 3–6.
18. Жаботинська С. А. Концептуальні метафори у публічних промовах Барака Обама і Володимира Путіна (2014 – 2015 рр.). *Когніція, комунікація, дискурс*. 2016. № 13. С. 43–91.

19. Загнітко А. П. Сучасний політичний газетний дискурс: типологічні вияви й особливості синтаксису. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 110. Т. 1. С.190–193.
20. Ільченко М. Л. Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах : дис ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2014. 200 с.
21. Історія дебатів між кандидатами в Президенти в Україні URL: <https://cn.suspilne.media/news/17053> (дата звернення 19.05.2021).
22. Калиновська О. В. Вербальний ритуал в українському політичному дискурсі 70-х років ХХ ст. *Наукові записки НаУКМА*. 2004. Том 34. Філологічні науки С. 10–14.
23. Каліщук Д. М. Концептуальні стилі англомовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обама) : автореф. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2016. 20 с.
24. Клименко С. О. Проблема адресату при аналізі агонального дискурсу. *Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9, ч. 2. С. 81–85.
25. Козуб Л. С. Гендерні особливості використання політичної метафори у друкованих засобах масової інформації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2012. Вип. 29. С. 309–311.
26. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: текстуалізація реальності. Одеса : Чорномор'я, 2007. 156 с.
27. Лосєва І. В. Мовностилістичні особливості політичної полеміки кандидатів у президенти США (на матеріалі інтернет-дискурсу). Дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2016. 208 с.
28. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 196 с.

29. Мартинюк А. П., Понікарьова А. Ю. Когнітивно-дискурсивний інструментарій аналізу складнопідрядного синтаксису англомовного політичного дискурсу. *Когніція, комунікація, дискурс*. 2013. №7. С. 68–80.

30. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? *Политическая лингвистика*. Екатеринбург, 2008. Вып. 1 (24). С. 43–48.

31. Набокова І. Ю. Актуалізація концепту Перша леді / First lady в англомовному політичному дискурсі ЗМІ : автореф. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2015. 20 с.

32. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ : Світогляд, 2005. 315 с.

33. Нагорська Т. В. Структура текстів політичних промов У. Черчіля: лінгвориторичний підхід. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. №110, Т.2. С. 54–56.

34. Олійник Л. В., Нестерова К. І. Німецькі фразеологізми жанру політичного дискурсу: їх структурно-граматична, семантична та тематична характеристика. *Молодий вчений*. 2020. № 9 (85) С. 55–58.

35. Пасинок В. Г. Вербальні й невербальні засоби оратора. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2011. № 972. С. 1–8.

36. Подвойська О. В. Гендерні особливості мови політиків на матеріалі німецькомовних текстів інтерв'ю. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя*. 2014. Кн. 2. С.180–186.

37. Примуш М. В., Ярош Я. Б. Політичний дискурс щодо функціонування політичних партій в Україні. *Вісник ДонНУ імені Василя Стуса*. 2020. Вип 2. С. 22

38. Романюк А. Б., Заяць А. В.. Аналіз досліджень політичного дискурсу. С.10 URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/19841/1/21-Romanuk-200-209.pdf> (дата звернення 19.05.2021).

39. Самохіна В. О., Ластовка К. І. Гумор у політиці (на матеріалі промов Б. Обама). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2010. № 897. С. 114–120.

40. Сідак О. О. Роль комічного ефекту в реалізації конфронтаційної стратегії англomовної політичної образи : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2013. 200 с.

41. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

42. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. Полтава : Довкілля-К, 2008. 711 с.

43. Славова Л. Л. Когнітивні метафори у структурі концепту політик (на матеріалі американського та українського політичного дискурсу). *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2012. Вип. 22. С. 275–294.

44. Соловійова Т. В. Розбудова теорії політичної лінгвістики в українському науковому просторі. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2018. № 89. С. 75–88.

45. Терехова Е. В., Великода Т. Н. Научный vs. политический дискурс: коммуникативно-информативная и эмотивно-персуазивная функции. С.16 URL: https://iling-ran.ru/library/sborniki/for_lang/2014_06/5.pdf (дата зверення 18.08.2021).

46. У АННА Характерные синтаксические особенности оформления высказывания в рамках англоязычного и русскоязычного политического дискурса. *Политическая лингвистика*. 2018. № 6 (72). С.144–150.

47. Чадюк О. М. Метафора у сфері сучасної української політичної комунікації : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Київ, 2005. 20 с.

48. Чернякова В. О. Лінгвальні та паралінгвальні особливості жіночого мовлення в іспаномовному та україномовному політичному дискурсах

(зіставний аспект) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17. Одеса, 2016. 20 с.

49. Четвертак Є. О. Ідеологічні особливості політичного дискурсу США. *Нова філологія*. 2013. № 57. С. 98–101.

50. Чорна О. О. Комунікативний імідж Президент: монографія. Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2017. 296 с.

51. Чорна О. О. Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера (на матеріалі українського, російського та англійського політичного дискурсу) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 2013. 200 с.

52. Шарова А. М. Лінгвістичний вимір політичної інформації: становлення політичної лінгвістики. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили*. 2009. Т. 110. Вип. 97. С. 110–117.

53. Юлія Тимошенко. Дебати-2010 ("Пусте Місце"). <https://www.youtube.com/watch?v=uo83Vgbop0Y> (дата звернення 14.02.2021).

54. Яворська Г. М., Богомолов О. В. Непевний об'єкт бажання: ЄВРОПА в українському політичному дискурсі : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. 136 с.

55. Иссерс О. С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу. *Вестник Омского университета*. Вип. 1. Омск, 1996. С. 71–74.

56. Andone C. Argumentation in Political Interviews: Analyzing and evaluating responses to accusations of inconsistency. *John Benjamins Publishing*, 2013. 147 p.

57. Voerboom S. The Political Language of Food. Lexington Books, 2015. 282 p.

58. Burrridge K. Political correctness: euphemism with attitude. *English Today*. 1996. Vol. 12, No. 3. P. 42–49.

59. Charteris-Black J. Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor. Palgrave Macmillan, 2013. 296 p.

60. Lewinski M. *Argumentation in Political Deliberation*. John Benjamins Publishing Company, 2015. 178 p.