

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Філологічний факультет
Кафедра романо-германської філології

ДИПЛОМНА РОБОТА
освітньо-кваліфікаційний рівень «Магістр»
на тему

**«ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ АСПЕКТИ ДИСКУРСУ ПОЛІТИЧНИХ
ДІЯЧІВ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАНЦУЗЬКОЇ, АНГЛІЙСЬКОЇ ТА
УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)»**

Виконала:
студентка VI курсу, групи ІМ-61
спеціальності
014 Середня освіта (Мова і література (французька))
Чубик Інна Василівна

Керівник:
канд. пед. наук, доц. кафедри
практики німецької та французьких мов РДГУ
Палій В. П.

Рецензент:

АНОТАЦІЯ

Чубик І. В. Лексико-стилістичні аспекти дискурсу політичних діячів (на матеріалі французької, англійської та української мов). – Дипломна робота на правах рукопису.

Дипломна робота на здобуття ступеня «магістр» за спеціальністю 014 Середня освіта. Мова і література (французька). – Рівненський державний гуманітарний університет, Рівне, 2022 рік.

Науковий керівник – к.п.н., доц. Палій Василь Павлович

Дана дипломна робота присвячена актуальній лінгвістичній проблемі – дослідженню лексико-стилістичних аспектів дискурсу політичних діячів. Проведено аналіз стратегій дискредитації та самопрезентації, які є найпоширенішими в політичному дискурсі, а саме аналіз дискурсивних тактик, які сприяють їх реалізації в дискурсі дипломатів Франції, США та України. У теоретичній частині проаналізовано різні визначення дискурсу, зокрема політичного. Крім того, було розглянуто різні класифікації політичного дискурсу та визначено дві найпоширеніші стратегії – дискредитацію та самопрезентацію. У свою чергу, у практичній частині було розглянуто, які тактики притаманні цим стратегіям. Також у третьому розділі було порівняно та проаналізовано за допомогою яких мовленнєвих засобів, лексичних та стилістичних, було представлено тактики французькими, американськими та українськими політиками. Найбільш часто використаною тактикою самопрезентації є самовихваляння, якій властиве вживання займенника «je», «I», «я» та прикметників у формах ступенів порівняння. Також встановлено, що провідними мовленнєвими тактиками реалізації стратегії дискредитації в франкомовному, англomовному та україномовному політичному дискурсі є тактики звинувачення та образи. У промовах дипломатії найчастіше наявні вживання метафор, епітетів, антитез, порівнянь, повторів та неологізмів. У висновках ми підсумували виконання поставлених завдань, узагальнили визначення терміну дискурс, зокрема політичний, зафіксували використання тактик дискредитації та самопрезентації, а також провели підрахунок та представили отримані результати

під час проведення аналізу політичних промов на наявність та частотність використання лексико-стилістичних одиниць в франкомовному, англomовному та україномовному політичному дискурсі. Дане дослідження допоможе студентам та фахівцям іноземної мови надалі використовувати цей матеріал у процесі вивчення іноземних мов. Адже робота містить аналіз найновіших промов французьких, американських та українських політиків на наявність стилістичних одиниць, притаманність лексики політичної промови та стратегій і тактик, які найчастіше використовуються політиками.

Ключові слова: політичний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, лексичні одиниці, стилістичні аспекти.

SUMMARY

Chubyk Inna. Lexical and stylistic aspects of the discourse of political figures (on the material of French, English and Ukrainian languages). – Manuscript.

Diploma paper for Master's degree in Philology. Speciality 014.02 Secondary education (Language and literature (French)). – Rivne State University for Humanities, Rivne, 2021.

Supervisor – Ph.D., Assistant Professor, Palii V.P.

This diploma work is devoted to an actual linguistic problem - the study of lexical and stylistic aspects of the discourse of political figures. An analysis of discrediting and self-presentation strategies, which are the most common in political discourse, is carried out, namely, an analysis of discursive tactics that contribute to their implementation in the discourse of French, US, and Ukrainian diplomats. In the theoretical part, various definitions of discourse, in particular political, are analyzed. In addition, various classifications of political discourse were considered and the two most common strategies - discrediting and self-presentation - were identified. In turn, the practical part considered what tactics are inherent in these strategies. The third chapter also compared and analyzed the means of speech, lexical and stylistic, used to present the tactics of French, American and Ukrainian politicians. The most frequently used tactic of self-presentation is self-praise, which is characterized by the use of the pronoun «je», «I», «я» and adjectives in the forms of degrees of comparison. By the way it was established that the leading speech tactics for implementing the discrediting strategy in the French-speaking, English-speaking and Ukrainian-speaking political discourse are the tactics of accusation and insults. Diplomatic speeches often use metaphors, epithets, antitheses, comparisons, repetitions, and neologisms. In the conclusions, we summarized the performance of the assigned tasks, the definition of the term discourse, in particular political, recorded the use of discrediting and self-presentation tactics, as well as summarized and presented the results obtained during the analysis of political speeches for the presence and frequency of use of lexical and stylistic units in French, English and Ukrainian political discourse. This research will help foreign language students and specialists to use this material in the process of learning foreign languages in the future. After all, the work includes an analysis

of the latest speeches of French, American and Ukrainian politicians for the presence of stylistic units, the inherent vocabulary of political speech and strategies and tactics that are most often used by politicians.

Key words: political discourse, communicative strategy, communicative tactics, lexical units, stylistic aspects.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження стратегій самопрезентації та дискредитації в політичному дискурсі.....	11
1.1 Загальні відомості про дискурс та підходи до його вивчення	11
1.2 Політичний дискурс як один з видів дискурсу: характеристики та стратегії....	16
1.3. Особливості політичного дискурсу Франції	28
1.4 Аналіз найпоширеніших стратегій політичного дискурсу	30
РОЗДІЛ 2. Особливості використання мовленнєвих тактик у політичному дискурсі.....	36
2.1. Стратегія самопрезентації у промовах французьких, американських та українських політиків	36
2.1. Способи реалізації тактик стратегії дискредитації у промовах французьких, американських та українських політиків.....	49
РОЗДІЛ 3. Актуалізація експресивного контенту у дискурсі політичних діячів	65
3.1. Мотиваційна спрямованість лексико-стилістичних одиниць у політичних текстах та промовах	65
3.2. Номінативні особливості різнорівневих лексичних одиниць	92
ВИСНОВКИ.....	100
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	103
Додаток А	111
Додаток Б.....	112
Додаток В	113

ВСТУП

Спілкування є дуже важливою частиною нашого існування. Це так званий інструмент не тільки отримання, а й передачі певної інформації. Колись Ціцерон сказав геніальну фразу: «Найбільше з достоїнств оратора – не тільки сказати те, що потрібно, але і не сказати того, що не потрібно». Ці слова влучно описують виступи відомих людей. Адже вони часто не лише подають інформацію, а й презентують себе таким чином суспільству чи взагалі засуджують інших. Взагалі між політикою і мовою існує тісний зв'язок. У сучасному світі питання дискурсу та особливо його функціонування в мас-медіа стають надзвичайно важливими.

Одним із дієвих і ефективних інструментів комунікації політиків із суспільством є політичний дискурс. Політичний дискурс – це прояв політичної комунікації, який передбачає актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб'єкта та політичного об'єкта. Дослідження політичного дискурсу є досить новим способом вивчення політики і потребує вдосконалення методології.

Політичний дискурс є об'єктом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених: П. Серіо, Т. Ван Дейк, О.К. Павлова, О.Й. Шейгал, А. Маслова, Г.М. Яворська, В. А. Н. Баранов. Зокрема, у працях Г. Почепцова розглядається загальна характеристика політичного дискурсу і методів його дослідження, Н. Кондратенко вивчає український політичний дискурс, В. Петренко досліджує політичну мову як засіб маніпуляції, Н.Попова - іспаномовний суспільно-політичний дискурс, С. Онуфрив - політичний дискурс ЗМІ України, в свою чергу, О. Фоменко вивчає лінгвістичний аналіз політичного дискурсу США.

Публічний виступ — один із жанрів політичного виступу. Нині його використовують багато політиків, щоб переконати громадськість у доцільності певної ідеї, заходів і дій.

Що стосується питання стратегії і тактик, то цю проблему досліджують у своїх працях лінгвісти з усього світу, такі як: Т. Янко, Н. Арутюнова, Ф. Бацевич, О.

Іссерс, В. Карасик, Е. Куц, М. Макаров, Г.Почепцов, Г. Приходько, І. Фролова, І. Шевченко, О. Шевченко та ін.

Особливу увагу для вивчення даної проблеми приділила О. Іссерс. Вона проаналізувала та згрупувала передумови виникнення стратегій. Т. Янко вивчала низку складових, що включають стратегії. Інші ж стратегію й тактику співвідносять як рід та вид. Тобто немає точного визначення що таке стратегія і тактика, в тому числі, мало досліджено мовну реалізацію тактик у цих стратегіях.

Відтак **актуальність** дослідження, зумовлена до обширного вивчення політичних промов та пошуку стратегій, тактик та лексико-стилістичних засобів, якими послуговуються політики задля впливу на людей.

Мета роботи полягає у виявленні та аналізі лексичних та стилістичних одиниць, що реалізуються у мовленнєвих тактиках стратегії самопрезентації та дискредитації.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- проаналізувати різноманітні визначення поняття дискурсу;
- розглянути політичний дискурс та його стратегії і тактики;
- провести аналіз комунікативних тактик;
- виявити та описати характерні лексичні та стилістичні маркери в контексті політичного дискурсу.

Матеріалом дослідження слугували більше 20 промов французьких, американських та українських політичних діячів.

Об'єктом нашого дослідження є промови французьких, американських та вітчизняних дипломатів.

Предметом дослідження є мовні засоби та одиниці, за допомогою яких досягається мета комунікації.

Методи дослідження. Для досягнення мети та реалізації поставлених завдань в даній магістерській роботі було використано методи аналізу та синтезу для формування теоретико-методологічної бази та розробки алгоритму

дослідження; дискурсивного аналізу, що уможливив виокремлення провідних тактик і їхню класифікацію, мовленнєво-актового і прагмалінгвістичного аналізу, а також описового методу - для характеристики та опису досліджуваних мовленнєвих тактик, лексичних та стилістичних одиниць; систематизації та узагальнення - для здійснення комплексного аналізу одержаних даних. Метод контент-аналізу став передумовою відбору фактичного матеріалу. Матеріал дослідження представлений трьома мовами, в зв'язку з чим були використані елементи порівняльного методу.

Теоретико-методологічну базу дослідження. У нашому дослідженні ми розглянули праці Е. Бенвеніста, З. Харріса, Коббі, К. Гобен, О. Йанен, П. Шародо, П. Серіо, Т. Ван Дейка, Г. Почепцова, Н. Арутюнова, Ф. Бацевича, О. Іссерс, В. Карасика та Н. Кондратенка.

Наукова новизна дослідження пов'язана зі спробою системного аналізу лексичних одиниць і мовних прийомів у промовах французькою, українською та англійською мовами.

Теоретичне значення роботи. Робота визначається внеском у подальше вдосконалення методів і розвиток принципів комунікативно-дискурсивних досліджень, у вивчення лінгвістичних і екстралінгвістичних параметрів політичного медіадискурсу і встановлення загальних механізмів взаємодії концептуальних домінант суспільно значимого дискурсу, лексичної та стилістичної семантики.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання викладених положень і отриманих даних в лекціях по загальному мовознавстві і теорії дискурсу, а також при розробці спецкурсів з політичної лінгвістики.

Апробація дослідження. Проведено апробацію наукового дослідження на V Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Проблеми лінгвістичної семантики» (РДГУ, 20 листопада 2020 р.). Стаття під назвою «Сутність поняття дискурсу в сучасній лінгвістиці», а також «Стратегія дискредитації в політичному дискурсі» опублікована у збірнику наукових праць «Studia Philologica».

Структура й обсяг роботи. Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел (87 позицій). Загальний обсяг

дипломної роботи становить 113 сторінок. Загальна кількість опрацьованих та проаналізованих мовних одиниць: 435.

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади дослідження стратегій самопрезентації та дискредитації в політичному дискурсі

1.1 Загальні відомості про дискурс та підходи до його вивчення

До цих пір у сучасній лінгвістиці постає вивчення багатьох проблем. Одним з таких маловивчених питань є проблема дискурсу. Адже слід пам'ятати, що це вкрай складне комунікативне явище, яке містить в собі екстралінгвістичні фактори та елементи пізнання. Крім того, немає єдиного загального визначення цього поняття, комплексного підходу до цього явища, оскільки різні вчені пропонують власні тлумачення поняття «дискурсу».

Традиційно, у сучасній лінгвістиці співвідносять дискурс з такими поняттями, як висловлювання, мова, мовна діяльність, монолог, текст, комунікативна ситуація, діалог, що призводить, з одного боку, до розуміння того, до якого ряду явищ відноситься дискурс, а з іншого боку, створює хибне уявлення про ідентичність цих явищ.

Попри це, дискурс мав значення упорядкованого письмового, але найчастіше мовного повідомлення окремого суб'єкта. В останні десятиліття термін отримав значне поширення і набув нових відтінків значення. Часте ототожнення тексту і дискурсу пов'язане, по-перше, з відсутністю в деяких європейських мовах терміну, еквівалентного французькому та англійському *discours(e)*, а по-друге, з тим, що раніше в обсяг поняття дискурс включали лише мовну практику.

Визначення терміну «дискурс» викликає труднощі в силу того, що воно має попит в межах цілого ряду наукових дисциплін, таких, як лінгвістика, етнографія, антропологія, психолінгвістика, літературознавство, соціологія, філософія, когнітивна психологія. І цілком безпосередньо, що багатозначність терміну «дискурс» і його використання в різних галузях гуманітарного знання утворюють різноманітні підходи до трактування сутності і значення даного поняття.

Сучасна гуманітарна наука значно збільшилася публікаціями, присвяченими теорії дискурсу та вивченню його аспектів. При цьому вчені обирають різні підходи

– історичний, філософський, логічний, психологічний, соціологічний, когнітивний, семіотичний, культурологічний, лінгвістичний, іноді поєднуючи деякі з них. Це дає підстави говорити про виникнення самостійного напрямку досліджень – теорії дискурсу, який є комплексною, гетерогенною дисципліною, що склалася на перетині лінгвістики, соціології знання, когнітивної антропології та сучасних критичних досліджень культури [4, с. 11]. Попри це між усіма різноманітними точками зору є дещо спільне – усі вони розглядають людську поведінку як мовленнєву діяльність [9, с. 288]. Тому в лінгвістиці дискурс трактується неоднозначно. Виходячи з цього, варто в першу чергу розглянути кілька підходів до вивчення дискурсу та взагалі визначення цього поняття.

Одну з найповніших класифікацій підходів щодо вивчення дискурсу подає у своїй праці «Дискурс, мовлення, мовленнєва діяльність» О.С. Кубрякова:

1. Структурно-синтаксичний підхід: дискурс як фрагмент тексту, що характерним є утворення вище рівня речення, таким може слугувати надфразова єдність та складне синтаксичне ціле.

2. Структурно-стилістичний підхід: дискурс як нетекстова організація розмовного мовлення, якому властиві нечіткий поділ на частини, переважання асоціативних зв'язків, спонтанність, ситуативність, висока контекстність, стилістична специфіка.

3. Комунікативний підхід: дискурс як вербальне спілкування або як діалог, або як бесіда, або як мовлення з позицій мовця на протиположності оповіданню, яке не враховує таку позицію, тобто тип діалогічного висловлювання. [19, с. 7-25].

Ця класифікація дозволяє нам зрозуміти, що характер дискурсу багатосторонній: одна його сторона звернена до прагматики, до звичайних ситуацій зв'язку, друга - для процесів, що відбуваються в свідомості учасників спілкування, і в свою чергу, до особливостей їх свідомості, третя - до самого ж тексту. На підставі цього, багато вчених, вивчаючи цю тему, дають свої тлумачення терміну «дискурс».

Термін «лінгвістика тексту» багатьом вченим здавалося не зовсім вдалим, і в деяких лінгвістичних роботах текст зв'язного мовлення називають дискурсом. Полісемічність терміна «дискурс» описана в «Короткому словнику термінів лінгвістики тексту» Т.М. Ніколаєвої: «Дискурс - багатозначний термін лінгвістики тексту, який вживається великою кількістю авторів в значеннях, майже омонімічних. Найважливіші з них: 1) зв'язний текст; 2) усно-розмовна форма тексту; 3) діалог; 4) група висловлювань, пов'язаних між собою за змістом; 5) мовленнєвий твір як даність - письмова або усна» [26, с. 467]

Проте досить розгорнуте та повноцінне визначення терміна «дискурс» пропонує Н.Д. Арутюнова, визначаючи дискурс як зв'язний текст у поєднанні з екстралінгвальними — прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, взятий в аспекті події, мовлення, яке розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей та механізмах їх свідомості (когнітивних процесах). «Дискурс — це мовлення, «занурене в життя», що вивчається разом з тими «формами життя», які формують його: інтерв'ю, репортажі, наукові теорії, соціальні події, конференції, бесіди з друзями тощо» [1, с. 136]

Інша дослідниця О. Селіванова подає таке визначення дискурсу: 1) зв'язний текст у контексті численних супровідних фонових, не менш важливих чинників (онтологічних, соціокультурних, психологічних тощо); 2) замкнена цілісна комунікативна ситуація, складниками якої являються комуніканти й текст, що є знаковим посередником і зумовлений різними чинниками, що опосередковують взагалі спілкування й розуміння (соціальними, культурними, етнічними і т. ін.); 3) стиль мовного спілкування; 4) зразок мовної поведінки у певній соціальній сфері, що має певний набір змінних [36, с. 119].

Варто звернути увагу на те, що виникнення теорії дискурсу зробило високий стрибок у розвитку науки про мову і поставило перед науковцями дуже непросту задачу - дати лінгвістичний опис дискурсу. З'явившись в рамках лінгвістики тексту,

теорія дискурсу ніколи не втрачала зв'язку з нею, бо вона йшла до диференціації предмета свого дослідження, до розділення понять «текст» і «дискурс». До прикладу, за визначенням В.Г. Борботько, дискурс є текст, який складається з комунікативних одиниць мови - пропозицій і їхній об'єднань в переважну більшість єдності, що знаходяться в безперервному смисловому зв'язку, що спроможне сприймати його як цілісне утворення [4, с. 8]. Борботько наголошує на тому факті, що текст не завжди є дискурсом, зв'язною мовою. Текст - більш обширне поняття, ніж дискурс. Дискурс завжди є текстом, в свою чергу не всякий текст є дискурсом. Дискурс - окремий випадок тексту.

Ще одне визначення дискурсу, яке відображає функціональну природу дискурсу, а також в значній мірі поглиблює попередні дефініції дав В.З. Дем'янков, який ґрунтував свої знання опираючись на нові роботи по закордонному мовознавству: «Discours - дискурс, довільний фрагмент тексту, що складається більш ніж з одного речення або незалежної частини речення. Часто, але не завжди, концентрується навколо певного опорного концепту, створює загальний контекст, який описує дійові особи, об'єкти, обставини, часи, вчинки тощо, визначаючись не стільки послідовністю речень, скільки тим загальним для того, хто дискурс створює, та того, хто його інтерпретує, світом, який «будується» по ходу розгортання дискурсу. Вихідна структура для дискурсу має вигляд послідовності елементарних пропозицій, пов'язаних між собою логічними відношеннями кон'юнкції, диз'юнкції і т.д. Елементами дискурсу є події, про які йдеться, їх учасники, перформативна інформація та «неподії», тобто а) обставини, які супроводжують події; б) тло, що пояснює події; в) оцінка учасників події; г) інформація, яка співвідносить дискурс із подіями»[8, с. 7]. Центром цієї дефініції можна вважати положення про те, що дискурс вважається не як величина, адекватна тексту, або навіть, як зрозуміло з наведених вище термінів, синонімічна йому, а значно ширше.

Т. ван Дейк зазначає, що термін «дискурс» може вживатись у таких значеннях:

- дискурс у широкому розумінні може бути письмовим, мовленнєвим, а також мати вербальну та невербальну складову;
- дискурс у вузькому значенні дослідник визначає як письмовий чи мовленнєвий вербальний продукт комунікативної дії;
- дискурс як конкретна розмова завжди пов'язаний з конкретними умовами та контекстом;
- дискурс як тип розмови пов'язаний з типами вербальної продукції, а не з конкретними комунікативними діями;
- дискурс як жанр, а саме, науковий дискурс, політичний дискурс, і т. д.;
- дискурс як узагальнене уявлення про певний історичний період, культуру, спільноту. [58, с. 147]

Також у Т.А. Ван Дейка є визначення, яке визначає взагалі дискурс як соціальне явище: «Дискурс - це мовний потік, мова в її постійному русі, що вбирає в себе все різноманіття історичної епохи, індивідуальних і соціальних особливостей як комуніканта, так і комунікативної ситуації, в якій відбувається спілкування. У дискурсі відбивається менталітет і культура, як національна, загальна, так і індивідуальна»[5, с. 47].

Варта уваги і точка зору Ю.С. Степанова, який пов'язує дискурс з поняттями альтернативного світу, факту і причинності. Він також дає лінгво-філософське трактування дискурсу як «мови в мові», показаного у вигляді особливої соціальної даності. Проте ж дискурс не може бути зведений до стилю, граматиці або лексикону як просто мова. Він «існує, перш за все, і головним чином в текстах, але таких, за якими постає особлива граMATика, особливий лексикон, особливі правила слововживання і синтаксису, особлива семантика, в кінцевому рахунку - особливий світ» [38, с. 45]. Степанов також уточнює про існування дискурсу в текстах, його бачення дискурсу як чогось особливого, можливого світу виводить дискурс далеко за рамки тексту.

В нашому дослідженні, ми будемо дотримуватися визначення Ф.С. Бацевича, за яким дискурс — тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів. [3, с. 138]. Бацевич дає найповніше та найширше поняття дискурсу.

Отож, переглянувши вищенаведені визначення поняття «дискурс», можна стверджувати, що цей термін, як він розглядається в сучасній лінгвістиці, близький за змістом до поняття «текст», він мислиться переважно як статичний об'єкт, результат мовної діяльності. Деякі дослідники визначають дискурс який включає в себе відносно два компоненти: і динамічний процес мовної діяльності, описаною в її соціальний контекст, і її результат, саме таке розуміння є кращим.

1.2 Політичний дискурс як один з видів дискурсу: характеристики та стратегії

Виясвивши найточніше трактування терміну слід визначити та розглянути різновидність дискурсу. Існують різні класифікації дискурсу, що базуються на різних критеріях. Одна з перших класифікацій дискурсу була створена Ю. Габермасом. В своїх дослідженнях він представляє п'ять видів дискурсу, які реалізуються залежно від ситуації:

- дискурс як засіб комунікативної дії (наприклад, виступ, будь-якої людини, мета якого полягає в передачі чи отримання інформації, або ж навчання);
- дискурс як засіб ідеологічного впливу, тобто комунікативна дія, яка лише приймає форму дискурсу;

- терапевтичний дискурс (спілкування між лікарем і пацієнтом); - нормальний дискурс, який слугує обґрунтуванню проблематичних претензій на значення (наприклад, наукова дискусія);

- нові форми дискурсу (навчання за допомогою дискурсу замість дискурсу як засобу для інформації та інструкцій, модель вільної семінарської дискусії за Гумбольдтом) [43, с. 91]

Що ж до Т. Белової, то вона запропонувала класифікацію, взявши за критерій розподілу тип аргументу: політичний, юридичний, академічний, рекламний, бізнес дискурс та щоденний дискурс. [76]

В.І. Карасик, в свою чергу, виділяє такі типи дискурсу: науковий, сценічний, політичний, дипломатичний, адміністративний, релігійний, містичний, медичний, юридичний, військовий, педагогічний, діловий, рекламний, спортивний і масово-інформаційний. [18, с. 120]

О. Почепцов, в свою чергу, виділив немало кількість типів дискурсу: теле- і радіо дискурс, газетний, кіно дискурс, політичний, релігійний, ритуальний, неофіційний, церемоніальний, неправдивий, образливий, фольклорний, театральний, літературний (поетичний), розважальний, тоталітарний та міфологічний. [78, с. 55]

Розглянемо деякі з них:

- Теле- і радіодискурс. Він окреслює невимушеність, неофіційність. Автори теле- і радіопередач створюють образ живого мовлення. Мовець, тобто диктор і слухач –глядач, перебувають у зовсім різних точках простору і часу, котрі не можуть редагувати мовлене і почуте — наприклад, перепитати. Швидкість подавання/відбору інформації не залежить від слухача/глядача, відповідно статус мовця — офіційний, слухача/глядача — неофіційний.

- Театральний дискурс. Театральні знаки символічні. Театральна комунікація дуже умовна: актори вдають, що навколо них немає глядачів, вони в свою ж чергу не можуть втручатися в дію (за

деякими винятками); світ акторів і глядачів віддалений; на сцені мають місце не дії, а знаки дій. У цьому дискурсі спрацьовує декілька знакових систем: декорації, одяг, освітлення, що має символічний характер. Даний дискурс виник на основі ритуального дискурсу, а тому ритуал живе в театрі.

- Кінодискурс. Шлях демонстратора в ньому пролягає від тексту до мови (у звичайній комунікації — від мови до тексту). Глядачі не можуть бути задіяні в кінодії. У межах кінодискурсу виявляється складний «синтаксис», зображення і слова. Він поліпшив людську ментальність новим типом семіотичної одиниці, яка створюється за законами невідповідності (монтажу), кадри, розташовані поряд, потребують віднайдення зв'язку між ними, творчої уяви. Кіно, як і театр, знає лише теперішній час; це зєднує глядача з дією.

- Газетний дискурс. Відмінність полягає у тому що, відбувається розрив у просторі й часі для автора та читача. Проте на відміну від усної комунікації, він повніший та аргументованіший; оскільки має писемну форму, то відбір слів відбувається за законами писемного (друкованого) спілкування. Словниковий запас газетного дискурсу складає приблизно 20 тис. (розмовного — 2—3 тис.) номінативних одиниць. Газетний дискурс включає в собі колективну працю (редактори, коректори впливають на його формування), а тому індивідуальний стиль адресанта значно знищується. Він базується на двох моделях подачі змісту — фактичній (головним є виклад факту) і авторській (факт являється лише приводом для викладу авторського погляду на подію). У західній масовій комунікації на першому місці реальна модель, у вітчизняній — авторська. Газетний дискурс має потенційну небезпеку маніпуляції людською свідомістю.

- Політичний дискурс. Скерований на майбутній контекст (тоді як літературний — на минулий, ЗМІ — на теперішній). Майбутні змісти вигідні: їх важко заперечити, неможливо перевірити. Свої ідеї

дискурс проголошує найкращими. Як зазвичай, творить образ і навіть модель ворога. Саме він увесь час винен у тому, що ситуація є не такою, як мала б бути. Ворог завжди цементує громадкість, якою легко керувати. Політичний дискурс створює інтереси суспільства, тобто він формується авторами і «споживачами», оскільки їх очікування і бажання «закладені» в нього. Часто дискурсивні вміння політика вартують більше, ніж його особистісні риси.

- Дискурс у сфері публік релейшнз (PR). Відносно новий тип дискурсу, скерований на встановлення зв'язків між інституціями, партіями, окремими політиками тощо і суспільством загалом. Такі зв'язки створюють діяльність організації, політика прозорішою, зрозумілою решті громадкості. Завдяки йому: здійснюють плановий і постійний зв'язок між організацією і суспільством, підтримують нормальні відносини; пророблюють моніторинг свідомості, думок, ставлень і поведінки як усередині організації, так і поза нею; розглядають вплив політики на спільноту; перевіряють нові прийоми політики, дій і впливів на спільноту; реалізують зміни в ставленнях, поведінці всередині організації й поза нею; створюють нові чи/або закріплюють старі зв'язки між організацією і спільнотою. Для виконання цих функцій PR-дискурс застосовує різноманітні засоби, прийоми, інструменти, найдієвішими серед яких є виставки, презентації, інтерв'ю, прес-конференції, буклети, статті, вебсторінки в Інтернеті. PR-дискурс може утворювати позитивний імідж не лише певній інституції чи політику, а й цілій країні. PR у зовнішній політиці держави — функція управління, яка вивчає настрої і ставлення міжнародної спільноти, створює та реалізує програму дій, скеровану на досягнення кращого розуміння міжнародною спільнотою і позитивного ставлення до держави на міжнародній арені. Важлива участь PR у руйнуванні стереотипів та упереджень щодо держави, її керівництва, зовнішньої, внутрішньої політики.

- Літературний дискурс. Являється одним із найстаріших. У ньому форма має важливіше значення, ніж зміст, а тому в його рамках істотну роль відіграють засоби полегшення сприйняття: ритм, рима. Літературний текст створюється з урахуванням принципів недотримання законів автоматизму руху звичайного спілкування. Художній текст стає деавтоматизованим, значною мірою завдячуючи своїй багатозначності: кожен читач відшукує власний зміст. У цій комунікації найважливішу роль має особа автора. Нині літературний текст персоналізований. Однак так було не завжди: раніше автор намагався не висвітлювати індивідуальної манери, «ховався» за традицію, канон. У сприйнятті й «дешифруванні» художнього тексту велике значення має читач, який приає йому особистісних смислів, перетворює на дискурс.

- Релігійний дискурс. Деякі науковці подають його як рівнозначний іншим, а інші вказують на відмінність фідеїстичної комунікації від інших видів спілкування. Американський соціолог Роберт Белла окреслив релігію як особливу систему комунікації — «символічну модель, яка формує людський досвід — як пізнавальний, так і емоційний». У вирішенні проблем буття. Основою релігійної комунікації є обмін життєво важливих для людини і суспільства етичних смислів. Вони сприймаються як заповіді, які Бог відкрив людям

- Рекламний дискурс. Перед собою ставить завдання — привернути увагу покупця до одного з багатьох, як правило, спільних товарів, створити йому хороший імідж, щоб він запам'ятався надовго, а найкраще — назавжди. Цей дискурс скерований не на товар, а на продаж психологічних уподобань покупців. Продається не сам товар, а його відповідник.

Звідси ми може прослідкувати, що науковці мають свої критерії для класифікації дискурсу за різними аспектами та підходами. Тому в сучасній науці не

існує точної єдиної класифікації типів дискурсу, але політичний дискурс виділяють у всіх вищезгаданих класифікаціях.

Політичний дискурс стає всебічно популярним об'єктом досліджень на матеріалі різноманітних мов. Інтерес до даного дискурсу спричинений не лише посиленням ролі політиків у світі, їхнім перебуванням у центрі уваги засобів масової інформації, співпрацею політичних структур та ЗМК, а й створенням і розвитком низки нових дисциплін – іміджології, політології, конфліктології.

Уже з початку ХХ ст. науковці почали глибше вивчати та досліджувати політичний дискурс. Тільки в цей період виникає його трактування, котре звичне для сучасної науки. Проаналізувавши різні підходи, можна стверджувати, що політичний дискурс представляє себе як певну символічну дійсність, в межах якої різні елементи політичної дійсності наділяють сенсами.[33, с. 128].

Витлумачення політичного дискурсу саме як одного з інституційного різновиду дискурсивної діяльності людини існує актуальним для праць числених вчених, зокрема: В. І. Карасика, М. Л. Макарова, М. В. Піменова, К. С. Серажим, О. Й. Шейгал та ін. На думку О. Шейгал, такі терміни як: «політичний дискурс», «політична комунікація», «мова політики» є цілком взаємопов'язані між собою. По-перше, вона ототожнює терміни «політичний дискурс» та «політична комунікація», а по-друге, останнє з них розглядає як структуровану сукупність знаків, які утворюють семіотичний простір політичного дискурсу. Виходячи з цього О. Шейгал визначає, що політичний дискурс – це будь які мовленнєві утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких корелює зі сферою політики [44, с. 23];

У сучасних умовах політичний дискурс виступає як один з важливих інструментів соціальної та політичної влади в суспільстві, включаючи встановлення порядку денного, ранжування значущості політичних подій, визначення «ваги» соціальних проблем. З одного боку, це спосіб, завдяки якому суспільству нав'язується політична воля правлячого класу (уряду, правлячої еліти, медіакратії,

парламентської більшості, ін.). З іншого боку, політичний дискурс відображає наявні масові уявлення, стереотипи, упередження громадян щодо політики.

Політичний дискурс є складним об'єктом дослідження, який є вивчений соціологами, психологами, культурологами, істориками, лінгвістами та психолінгвістами, тими, хто вивчав семантику та семіотику, політологію й філософію. Кожна наука використовує свої методи, підкреслюючи різні аспекти функціонування політичного дискурсу. Кожен з них у певний спосіб аналізує політичну мову, використовуючи дискурс-аналіз як метод дослідження, адже, як зазначили М. Пеше та К. Фукс, дискурсивні процеси лежать в основі породження сенсу, а мова – це матеріальна субстанція, в якій цей сенс втілюється [32, с. 112].

Існує достатньо велика кількість визначень політичного дискурсу. Вони, природно, відрізняються в залежності до представників різноманітних наукових напрямків, так само як і розуміння ролі та місця політичного дискурсу у встановленні порядку денного. Якщо звернутись до визначення політичного дискурсу в «Енциклопедії постмодернізму», то дискурс визначається як «наділений значенням фрагмент усної або писемної мови; фрагмент мови, що віддзеркалює соціальну, епістемологічну та риторичну практику групи; або спроможність мови віддзеркалювати й обмежувати цю практику в групі, а також впливати на неї» [11, с.126].

Зокрема, Баранов А.М. стверджує, що політичний дискурс – це також сукупність дискурсивних практик, що визначають всіх членів політичної комунікації або формують її конкретну тематику. [2, с. 246]

Деяке інше трактування даного терміну подає Н. В. Кондратенко, він зазначає: «Політичний дискурс – це конкретний вияв політичної комунікації, що передбачає актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб'єкта (політика, політичної сили, влади) та політичного об'єкта (аудиторії, електорату, виборця)» [17, с. 12]. Саме його визначення терміну ми

беремо за основу в нашому дослідженні, адже воно дає найповніше трактування в загальному.

Варто зазначити, що багато науковці розглядали і той аспект, що мова як інструмент може впливати і дійсно впливає на політику. Наприклад, М. Едельман запевняє, що «політична мова і є політична реальність, мова є інтегральним елементом політичної сцени - не просто інструментом для опису подій, але й частиною подій, яка здійснює сильний вплив на формування їх значення, сприяючи оформленню політичних ролей, що визнають і політичні діячі, і суспільство в цілому»[68].

Мета політичного дискурсу полягає в цілковите спонукання або ж переконання слухачів до дії, та й з іншого боку, маніпулювання їхньою свідомістю, а також включає навіювання та пропаганду певного набору цінностей, ідеалів та поглядів промовцем з метою досягнення політичних цілей.

У своїх дослідженнях О. Шейгал виділяє 3 підходи до вивчення політичного дискурсу:

1) описовий підхід зводиться до класичної методики риторичного аналізу публічних виступів; розглядаються мовна поведінка політиків, мовленнєві засоби, риторичні прийоми та маніпулятивні стратегії;

2) критичний підхід, спрямований на критичне вивчення соціальної моралі, яка виражається у мові чи дискурсі; мовлення розглядається як засіб влади та соціального контролю;

3) когнітивний підхід дає можливість перейти від опису одиниць та структур дискурсу до моделювання структур свідомості учасників політичної комунікації.

Слід зазначити, що в ході вивчення політичного дискурсу за допомогою описового підходу науковець залишається незалежним, нейтральним експертом, а за допомогою критичного аналізу наявна ангажованість дослідження,

тобто науковець відкрито займає сторону тих, хто втратив владу та пригнічених. [44, с. 9]

Однією з найважливіших функцій політичного дискурсу, яка виокремлює його із загального мовного контексту, вважається функція переконання. На думку П.Б. Паршина: «будь-який текст впливає на свідомість адресата з семіотичної точки зору. Але для політичного тексту мовленнєвий вплив є основною метою комунікації, на досягнення якої орієнтується вибір лінгвістичних засобів». [30]

Д. Грейбер у своїй праці визначає найбільш поширені функції політичного дискурсу:

- 1) поширення інформації – не менш важлива одиниця політичного дискурсу (information dissemination) по відношенню до народу;
- 2) визначення порядку денного (agenda setting). Суть цієї функції полягає в контролі за поширенням інформації;
- 3) проєкція в майбутнє та минуле, що заключається у прогнозуванні політики на майбутнє, аналізуючи позитивний чи негативний досвід минулого [44, с. 35].

Багато вчених, які досліджують політичний дискурс, виокремлюють ще таку функцію як функцію конструювання мовленнєвої реальності.

Б.Ю. Норман визначає цю функцію креативною, описуючи її як таке становище справ, при якому мовленнєва сутність стверджується первинною по відношенню до позамовленнєвих.

Тісно зв'язана з креативною функцією магична функція, яка виявляється у формах табу: молитви, клятви, присяги. Віра в магію слова доречна й сучасній людині, яка є основою не лише релігійного дискурсу, а й політичного.

Варто звернути увагу, що мовленнєва реальність може виявлятися двома шляхами: тоталітарним і демократичним. Саме тоталітарно-політичний дискурс за деякими властивостями наближається до релігійного. Також ще одним аспектом

такого прояву є сприйняття політичного лідера, вождя як божество, який має надприродні можливості.

Також наголошують на важливості функції політичної пропаганди, переконання та впливу. Дискурс, це – суттєва основа соціокультурної взаємодії, характерними рисами якої є інтереси, цілі, стилі і створення такої суспільної думки, що потрібна для автора дискурсу.

Враховуючи вищесказане, до функцій політичного дискурсу відносимо наступні:

- Функція політичної пропаганди, переконання та впливу.
- Інструментальна функція, пов'язана з боротьбою за владу, приймаючи зберігання та збереження.
- Інформативна функція — інформування населення про політичні проблеми.
- Функція контролю — контроль за поширенням інформації.
- Прогностична функція зводиться до розвитку політичних процесів на основі аналізу досвіду минулого досвіду.

Проаналізувавши всі функції політичного дискурсу варто звернути увагу, що процес комунікації суспільства базується на плануванні мовленнєвих дій та виборі оптимального способу досягнення цілей комунікантів. «Кожен конкретний крок реалізується, як правило, через різні заходи та дії, які можуть розтягнутися на значний відрізок часу». Тобто комунікацію визначають стратегічним процесом, який реалізується через конкретні комунікативні стратегії. [37, с. 321]

Отож стратегії, які використовуються в дискурсі, О. С. Іссерс вважає комплексом мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної цілі. Вона наголошує на певних передумовах виникнення стратегій і групує їх наступним чином:

1. комунікативні передумови, які в себе включають наступні характеристики: а) варіативність (корекція) мовленнєвої поведінки, що проявляється в застосуванні різних комунікативних ходів; б) недотримання мовцями принципу кооперації Грайса, що проявляється у намаганні мовців нав'язати свою думку, переслідуючи власні інтереси;

2. когнітивні передумови, що передбачають здійснення впливу на адресата, у ході якого відбувається зміна когнітивної моделі світу останнього;

3. лінгвістичні передумови, що пов'язані з необхідністю ретельного відбору мовних засобів усіх рівнів з метою досягнення поставлених завдань;

4. соціальні та психологічні передумови, що проявляються у дотриманні певних соціальних конвенцій та врахуванні психологічних особливостей особистості, наслідком чого може стати використання непрямих мовленнєвих актів у якості мовленнєвих стратегій і тактик;

5. риторичні передумови, що покликані оптимізувати процес спілкування з метою вирішення проблеми ефективності комунікації;

6. естетичні передумови, що полягають в отриманні естетичної насолоди від володіння технікою непрямой комунікації, яка передбачає закладення адресантом і декодування адресатом імпліцитних смислів [14, с. 51-54].

Інша дослідниця Т. Янко визначає, що стратегія це перш за все як усвідомлений вибір комунікативних намірів та розподіл квантів інформації за комунікативними складовими. Вона вважає, що стратегія включає в себе: «вибір глобального мовленнєвого наміру, вибір компонентів семантики речення та екстралінгвістичної конституції, визначення обсягу інформації, співвіднесення квантів інформації про ситуацію зі станами свідомості комунікантів і фактором емпатії, визначення послідовності комунікативних складових, налаштування комунікативної структури висловлювання на певний комунікативний режим і жанр.» [36, с. 28-53].

Стратегії у політичному дискурсі визначаються цілями, які ставить перед собою той чи інший політик. Зазвичай, політичний діяч намагається: а) спонукати адресата проголосувати на виборах за певного кандидата, партію, блок, рух тощо; б) завоювати авторитет чи закріпити свій імідж, «сподобатися народу»; в) переконати адресата погодитися з виступаючим, його думкою, прийняти його точку зору тощо; створити сприятливу емоційну атмосферу, викликати певний емоційний стан адресата; д) надати адресату нові знання, нові уявлення про предмет розмови, інформувати адресата про свою позицію з будь-якого питання [31, с. 34].

Стратегії реалізуються через тактики. Існує багато підходів до трактування комунікативної тактики. Комунікативну тактику розглядають як сукупність практичних способів реалізації комунікативного наміру в реальному процесі мовленнєвої взаємодії. На відміну від комунікативної стратегії, комунікативна тактика співвідноситься, передусім, не з комунікативною ціллю, а з набором комунікативних намірів, які зумовлені різними чинниками [10, с. 50].

Тобто досягнення поставленої мети комунікативної стратегії можливе за умов імплементації визначених мовленнєвих тактик. Стратегія й тактика співвідносяться як рід та вид. Мета опису комунікативної стратегії полягає у виборі типових тактик, що реалізують конкретні комунікативні стратегії.

Фуко зазначає, що комунікативна тактика — конкретні мовленнєві дії для реалізації поставлених завдань з метою здійснення впливу на адресата. [42, с. 168-170]. Тобто тактика це як етап реалізації комунікативної стратегії, для якого характерний набір прийомів, що визначають використання тих чи тих мовних засобів. У межах однієї стратегії можна виокремити кілька тактик.

Таким чином, ефективність комунікативної стратегії визначається необхідною кількістю комунікативних тактик.

Вибір комунікативних стратегій та тактик обумовлений жанром політичного дискурсу (політична реклама, теледебати тощо) та намірів визначеного суб'єкта дискурсу.

Особливу увагу займає політична промова, в якій і реалізуються стратегії та тактики, які ми будемо аналізувати далі. Варто зазначити, що політична промова – це заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ із позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін [22, с. 4]. Тобто, має чітко визначену мету, завдання, структуру, усвідомлений вибір вербальних та невербальних засобів, екстралінгвістичних чинників у поєднанні з обраними комунікативними стратегіями та тактиками їх реалізації відповідно до поставленої комунікативної мети та досягнення певного ефекту.

1.3. Особливості політичного дискурсу Франції

Засновниками досліджень дискурсу вважають французьких лінгвістів Е. Бенвеніста і З. Харріса (50-ті роки ХХ століття). Завдяки первісній багатозначності цього терміна з часом розширилася і його семантика. Серед перших робіт, присвячених дискурсивному аналізу, були дослідження М. Фуко (1960-1970 рр.), пізніше виникнув критичний лінгвістичний підхід Р. Фаулера (1991), П. Чілтона (1985). Дослідження політичного дискурсу активно проводять й інші науковці: Ф. Коббі, К. Гобен, О. Йанен, П. Шародо.

Франція, як відомо, пройшла довгий шлях від монархії та диктатури до встановлення демократичної держави. Тому у французькому політичному дискурсі вкоренилося безліч своєрідних традицій.

Науковець Оксфордського університету Т. Зелдін у книзі «Все про французів» пише, що «французи, експериментатори за природою відрізняються особливою любов'ю до всяких вигадок і фантазій... Їм подобаються будь-які нові ідеї та концепції, вони постійно бавляться з такими серйозними речами, як демократія, ядерна енергія, залізниці та всякі технічні штучки... їм подобається відчуття швидкоплинності життя, його шалена швидкість, її енергетика, стиль, мінлива мода». [13]

Для французької політичної культури в загальному визначальне створення живого емоційного діалогу між народом та політичними діячами.

Сьогодні у політичному дискурсі найчастіше використовуються експресивні епітети, метафора, метонімія, порівняння, гіпербола та фразеологічні конструкції.

Слід помітити, що виступи французьких політиків відрізняються від виступів політиків інших країн світу своїм досить вільним, навіть ліберальним викладом повідомлення. Французький офіційний тон припускає вживання експресивних епітетів, каламбурів і навіть образливих арготизмів.

Французькі дипломати ставляться до структури публічних виступів максимально демократично, що дозволяє вживати завуальовані символи, які легко розуміються електоратом. Це, наприклад, метафоричні конструкції, які насичують повідомлення образністю, збагачують його різними значеннями, додають яскравості та пікантності.

Говорячи про сам політичний дискурс, варто розглянути трактування його французькими науковцями.

Згідно Ф. Коббі, ми маємо таке визначення: «Політичний дискурс у вузькому значенні – це форма дискурсивності, за допомогою якої мовець (індивідуальний чи колективний) переслідує мету отримання влади» [53]

В свою чергу, Кристіан Ле Барт трактує по-іншому: «Політичний дискурс – це сукупність промов, виголошених публічно професіоналами від політики. Політичний дискурс має погану репутацію, він регулярно протиставляється діям. Політичний дискурс тісно пов'язаний з риторикою, тобто з мистецтвом переконання за допомогою аргументів, які у першу чергу ефективні, а у другу – правдиві. Оскільки він потребує сильного обмеження того, що можливо сказати чи не сказати, політичний діяч регулярно наближається до феномену «дерев'яної мови», тобто говорити так, щоб нічого не сказати. Мета політичного дискурсу не описати реальність, а мобілізувати громадян до голосування». [72]

1.4 Аналіз найпоширеніших стратегій політичного дискурсу

На сьогоднішній день ще не створено загальноприйнятої типології комунікативних стратегій, оскільки через різноманітність комунікативних ситуацій існує проблема вибору оптимальних критеріїв. Попри це, сучасні науковці виокремлюють низку різноманітних комунікативних стратегій в політичному дискурсі.

До прикладу, О. Яшенкова виділяє різновиди стратегій відповідно до жанрів політичного дискурсу та конфігурації інтенцій у конкретного суб'єкта дискурсу в певній ситуації. У своєму підручнику «Основи теорії мовної комунікації», вказує на такі основні стратегії політичного дискурсу: «самопрезентації, агітаційна, формування емоційного контролю, інформаційно-інтерпретаційна, аргументативна, маніпулювання, дискредитації, нападу, самозахисту тощо» [41, с. 168-170].

Інша ж, російська дослідниця О.М. Паршина, [31] розробила свою класифікацію стратегій політичного дискурсу, до яких належать наступні: стратегія самопрезентації, боротьби за владу (стратегії дискредитації та нападу), самозахисту, стратегія втримання влади (інформаційноінтерпретаційна стратегія), стратегія формування емоційного настрою адресата та аргументативна стратегія.

Кожна стратегія має свої принципи застосування також і в інших дискурсах. Досить часто ці стратегії використовуються у промовах, доповідях, статтях, політичних дебатах та ін.. Однією з найбільш впливовою та ефективною стратегією є самопрезентація. Як бачимо, що дану стратегію виділяють у декількох класифікаціях.

Метою самопрезентації є те, що людина певним чином представляє себе оточуючим людям, у свою чергу люди формують про неї певне враження на основі цієї інформації. Це представлення включає те, що усвідомлено створює сама людина, тобто самопрезентація.

Проблема вивчення самопрезентації хвилює вчених з різних галузей знання: психології, соціології, мовознавства, когнітивістики, психолінгвістики та ін.

Самопрезентація – це складне питання, яке наразі недостатньо вивчають лінгвісти. Тому в першу чергу проаналізуємо, що ж таке самопрезентація.

Самопрезентація – це процес представлення себе відносно соціально й культурно прийнятих способів дії і поведінки за допомогою зовнішнього вигляду, мовлення, міміки і жестів, вчинків та дій, що передбачає використання певних стратегій, розроблених для того, щоб сформувати думку інших про себе [28; 29; 70].

Самопрезентація різними авторами розглядається по-різному. Кожен з науковців має своє трактування таке як:

- Засіб організації взаємодії з іншими людьми для досягнення своїх цілей (І. Гофман);
- Форма соціальної поведінки (Дж. Тедеші і М. Ріес);
- Засіб підтримки самооцінки (Б. Шленкер і М. Вейголд, М. Лірі і Р. Ковальські; Д. Майерс);
- Засіб формування образу "Я" і самооцінки (Дж. Г. Мід і Ч. Кулі);
- Засіб самовираження (Р. Баумейстер і А. Стейхлбер);
- Прийом усунення когнітивного дисонансу (Ф. Хайдер і Л. Фестінгер)
- Реалізація мотивації досягнення або ж уникнення невдач (Р. Аркін і А. Шутц);
- Створення стану об'єктивного самосвідомості в результаті сприйняття чужих оцінок (Р. Вікланд);
- Наслідок підвищення мотивації в результаті фокусування уваги на собі (Г. Глейтман);
- Прояв прагнення до влади в міжособистісних відносинах (І. Джонс і Т. Пітман);
- Особистісна риса (А. Фестингер, М. Шеріер і А. Басс, М. Снайдер);

- Представлення своїх особистісних якостей у зв'язку з потребою в довірчих відносинах (Л. Б. Філонов) або для встановлення взаємодії (Р. Парфьонов);

- Рекламна діяльність (А. Н. Лебедев-Любимов) та ін..[35]

Розглянувши ймовірні визначення терміну, варто згадати що процес самопрезентації починається з формування першого враження. На перших етапах спілкування значну роль відіграють різні узагальнені схеми, стереотипи сприйняття вчинків і почуттів іншої людини. В цій ситуації об'єкт сприймається як носій певної ролі, ставиться задача наділення об'єкта певними ознаками, на основі яких може бути побудовано первинний контакт. В ситуації формування першого враження про людину виникає ряд ефектів, які зумовлюють особливості сприйняття суб'єктом об'єкта. В процесі тривалого спілкування відносини між людьми стають індивідуальними, які важко певним чином схематизувати і дослідити [25].

З'являючись перед іншими людьми, де людина зацікавлена (глядачами), промовець повинен мобілізувати свою діяльність, щоб справити потрібне враження. Це робиться задля такого результату:

- Щоб викликати бажану реакцію;
- Щоб постати «тим самим обличчям»;
- Бо подібного аудиторія очікує від представника даної групи;
- Тому що цього вимагає соціальна роль;
- Тому що інакше він ризикує бути зрозумілим неправильно, отчого зміниться ситуація в цілому;
- Щоб прийти до «розуміння» і таким чином досягти своїх цілей [69].

Маючи на меті ці «завдання» та виконуючи їх можливо досягти бажаного результату, а саме, показати себе у найкращому світлі.

Необхідно згадати що існує два основних види «самопрезентації»: «природна» і «штучна». «Природна самопрезентація» властива всім людям без

виключення, причому вона одержується людиною з народження. Процес «природної самопрезентації» можна описати як неусвідомлювану, неконтрольовану особою презентацію самої себе.

Головний «мінус» «природної самопрезентації» – це те, що людина не може контролювати і коригувати процес в межах саме цієї презентації. Тобто, індивідуум не вибирає, чи позитивною буде його «природна самопрезентація», або ж вона неситиме негативне забарвлення.

Головна мета «штучної самопрезентації» – завоювання індивідом лояльності до своєї особи з боку референтнозначимої для нього групи людей. По-іншому – для того, щоб завоювати прихильність важливих для нас людей, і немає значення, важливі вони в даній конкретній ситуації, або ж завжди мають значущість для нас, ми вибудовуємо алгоритм комунікативного процесу з так званою «потенційною аудиторією», тобто з людьми, на яких спрямовуємо самопрезентацію. [23]

У цілому самопрезентація служить трьома основним завданням:

- вона дозволяє нам отримати те, що потрібно;
- за допомогою самопрезентації ми підтверджуємо, розвиваємо та вдосконалюємо свій образ «Я»;
- за допомогою самопрезентації ми налагоджуємо та підтримуємо соціальні відносини.

Тобто комунікативна стратегія самопрезентації передбачає створення певного враження про мовця та соціально прийнятну, допустиму суспільством поведінку.

Варто звернути й особливу увагу на стратегію, яку досить часто виділяють поміж усіх стратегій політичного дискурсу, а саме дискредитації.

Досить часто у своїх промовах політики звертаються до агресивних мовленнєвих стратегій, які розраховані на формування деструктивних почуттів: невдоволення, гніву, обурення, ненависті, помсти й таке інше.

Застосовуючи стратегію вербальної (мовленнєвої) агресії, політик ставить перед собою завдання – насамперед запламувати, ослабити свого суперника в очах публіки за допомогою відвертої «брехні», очевидних наклепів, непристойних, образливих асоціацій, заяв та висловлювань. Як правило, політик, що застосовує цей прийом, відкрито протиставляє себе конкурентам.

Створюючи негативний фон іншому, він робить усе можливе задля сприйняття його особи як фігури позитивної. Під впливом фактора «наявність протиборчих сторін» мовець змушений обрати такий план оптимальної реалізації мовних намірів, у результаті застосування якого можна максимально зменшити значимість статусу співрозмовника, тобто розгорнути позиції свого політичного супротивника й максимально збільшити значимість свого статусу, тобто підняти себе [44, с. 128]. Мовець прагне зробити процес спілкування більш видовищним, викликати емоційні відгуки й тим самим заволокти адресата – спостерігача, що сприймає «політичні події як якесь дійство, що розігрується для нього» [45, с. 23], у процес гри, зробити його співучасником.

Стратегія дискредитації – це одна з конфронтативних дискурсивних стратегій, що є сукупністю певних зумисних мовленнєвих дій, спрямованих на підрив авторитету, іміджу чи довіри [39, с. 47].

Комунікативна сутність дискредитації полягає в підриві довіри до когонебудь, применшення авторитету, значення когонебудь і т.д.

Популярність цієї стратегії в сучасній політичній комунікації, перш за все, викликана тим, що створення позитивного образу «своїх» через очорнення «чужих» вважається традиційним прийомом, що дозволяє досягти бажаних результатів в гострій політичній боротьбі.

Досягненню заданої мети сприяють і використання метафор, нейтрально забарвлених слів, прийоми іронії та сарказму. Прийнято вважати, що використання даної стратегії зазвичай обумовлює звернення до прийомів мовної агресії. Цю думку важко заперечити, тому що комуністична опозиція, маючи на меті

дискредитацію своїх політичних противників (згідно з термінологією цієї партії, «політичних ворогів»), дійсно, часто звертається до тактикам прямої образи, розрахованим на пробудження сильних почуттів: люті, помсти.

Вона реалізується за сценарієм «я – хороший, ти – поганий», який може бути втілений повністю або частково. Коли означена стратегія реалізується частково, то імплементується друга її частина: «ти – поганий». Дискурсивна стратегія дискредитації втілюється в мовленнєвих стратегіях та / або тактиках.

Отже, узагальнюючи ми можемо сказати, що стратегія самопрезентації та дискредитації виступають ключовими у політичній комунікації. Саме завдяки використанню даних стратегії вдається продемонструвати свої найкращі якості, сформувати позитивний імідж політика, підірвати довіру народу до свого супротивника, його дій, слів, авторитету. Прагнення учасників комунікації презентувати себе в певному світлі, створити бажане враження про себе в аудиторії незмінно наявне під час спілкування і реалізується воно шляхом використання різноманітних комунікативних тактик, які ми розглянемо детальніше в наступному розділі.

РОЗДІЛ 2. Особливості використання мовленнєвих тактик у політичному дискурсі

2.1. Стратегія самопрезентації у промовах французьких, американських та українських політиків

Політичний дискурс розглядається лінгвістами як об'єкт лінгвокультурологічного вивчення, як вторинна мовна підсистема з функціями, словником та комунікативним впливом. У політичному дискурсі репрезентується майже весь комплекс взаємозв'язків між людиною та суспільством, його аналіз передбачає, передусім, дослідження текстів у сукупності з екстралінгвальними чинниками та показує, як у різних мовних колективах моделюються культурні цінності, як пропагується соціальний порядок, які елементи мовної картини світу лишаються поза межами свідомих мовленнєвих стратегій мовців, як формується концептуальна картина світу, властива кожному мовному колективові.

Стратегія, обрана учасниками спілкування в тій чи тій комунікативній ситуації, передбачає застосування відповідної *комунікативної тактики*, тобто визначеної лінії поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на отримання очікуваного результату чи запобігання небажаного. Комунікативна тактика – це спосіб втілення стратегії спілкування, який передбачає виконання однієї чи кількох дій, які сприяють реалізації стратегії. [46]

1. Стратегія самопрезентації є сукупністю поведінкових актів особистості, розділених в часі і просторі, спрямованих на створення певного образу в очах оточуючих. Тактика самопрезентації - це певний прийом, за допомогою якого реалізується обрана стратегія. Стратегія самопрезентації може включати в себе безліч окремих тактик. Тактика самопрезентації є короткочасним явищем і спрямована на створення бажаного враження в конкретній життєвій ситуації [46].

Т. ван Дейк стверджує, що стратегія передбачає організацію послідовності дій та охоплює цілі взаємодії. За допомогою стратегії відбувається вибір, який дає

змогу досягнути таких цілей. У ході спілкування може існувати одна загальна стратегія, наприклад, стратегія «бути ввічливим», що впливатиме на кожен хід у процесі розгортання діалогу, або ж кілька стратегій [6].

Наявність тактик у самопрезентації повністю описує ідею та мету цієї стратегії. Саме через них можна чітко виявити всі елементи позитивної та негативної сторони як опонента так і самого себе. Дуже часто ці тактики використовують політичні діячі, зокрема і президенти Америки в своїх виступах, доповідях та в різних дебатах.

Е. Джонс та Т. Пітман виділяють п'ять прямих тактик самопрезентації, кожна з яких передбачає отримання певного типу влади. До них належать: 1) тактика здобування прихильності (*ingratiation*): людина, яка використовує цю тактику, прагне сподобатись іншим; 2) тактика самопросування (*self-promotion*): тактику використовують, коли людина має на меті створити враження особи вмілої та кваліфікованої; 3) тактика залякування (*intimidation*): ціллю цієї тактики є демонстрація влади; 4) тактика екземпліфікації (*exemplification*): метою людини, яка використовує цю тактику, є створення враження людини з високими моральними принципами; 5) тактика прохання (*supplication*): ціллю цієї тактики є презентувати себе безпомічним для отримання допомоги. [71]

Також Жижина Алла визначає самопрезентацію як суперстратегію, до якої відносять менші стратегії. Тому суперстратегія самопрезентації має наступну модель, що складається з трьох базових стратегій, яким відповідає певний набір тактик: 1) стратегія позитивного образу себе, до якої відносяться тактики самовихваляння, виправдання і оскарження; 2) стратегія позиціонування інтегрованого образу (президент + нація), яка представлена тактиками єднання, лестощів до виборців і визнання існування проблем; 3) стратегія опозиціонування «свій - чужий», яка створюється за допомогою тактик образи, звинувачення і глузування. [12]

У нашому дослідженні ми будемо послуговуватись думкою і класифікацією Жижиної, бо визначаємо самопрезентацію як суперстратегію, яка включає менші стратегії.

Далі розглянемо реалізацію комунікативних тактик стратегії самопрезентації у промовах Франсуа Оланда, Еманюеля Макрона, Дональда Трампа, Джо Байдена, Володимира Зеленського та Петра Порошенка під час двох французьких, трьох американських дебатів, українських, а також промова президента Джо Байдена 27 серпня 2008 року, Дональда Трампа 25 лютого 2018 року та 1 липня 2018 року, промова П. Порошенка після поразки на виборах 2019 року, інавгураційна промова В. Зеленського.

1. Стратегія позитивного образу себе, за допомогою якої, політик намагається показати свої хороші сторони, досягнення, дії, поставити себе в хорошому світлі перед слухачами. Дана стратегія включає такі тактики:

- тактика самовихваляння;
- виправдання;
- оскарження.

Тактика самовихваляння базується на бажанні адресанта представити себе в найбільш вигідному світлі, окреслити свої позитивні риси.

Варто згадати теледебати Оланда і Саркозі, протягом яких Оланд позиціонує себе як «турботливий батько». У прикладі нижче він хоче дорікнути Саркозі, що той переймається лише привілейованим населенням, тоді як він, Оланд, захищає усіх без винятку французів: «Moi, je protège les enfants de la République, vous, vous protégez les plus privilégiés». [52]

Крім цього ця тактика застосовується при цілеспрямованому відборі лексичних одиниць з позитивною оцінкою, тому давайте проаналізуємо і англомовних діячів, наприклад:

«First of all, *I've already done* something that nobody thought was possible. Through the legislature, *I terminated* the individual mandate. That is the *worst* part of Obamacare, as we call it. The individual mandate where you have to pay a fortune for the privilege of not having to pay for bad health insurance, *I terminated*. It's gone. Now, it's in court, because Obamacare is no good. But then I made a decision, run it as well as you can, to my people, great people, run it as well as you can. *I could have gone the other route and made everybody very unhappy. They ran it. Premiums are down. Everything's down. Here's the problem. No matter how well you run it, it's no good. What we'd like to do is terminate it. We have the individual mandate done. I don't know that it's going to work. If we don't win, we will have to run it and we'll have Obamacare, but it'll be better run. But it no longer is Obamacare, because without the individual mandate, it's much different.*»

[64] В наведеному уривку, ми можемо побачити, що тактика заснована на асоціюванні себе з важливими або позитивними подіями чітко використана в промові президента. Дональд Трамп задля успішного завершення фінальних дебатів наголошує про один із його важливих здобутків. Він зробив те, що ніхто не вважав за можливе: через законодавчий орган Трамп скасував індивідуальний мандат. На лексичному рівні можна прослідкувати часте використання займенника першої особи однини «*I*», тобто наголошення на своїх діях, що саме він зробив це.

Дональд Трамп як ніхто інший наголошує в першу чергу про свої досягнення, перемоги. За рахунок невдач політик намагається піднести себе, як хорошого дипломата, тому використовує у своїй промові прислівники, такі як «*worst*» для опису невдалої програми, котру зробив попередній президент.

Якщо звернути увагу на граматичні засоби, представлено використання перфектної форми «*I've already done*», «*We have the individual mandate done*» за допомогою якої семантично підкреслюється виконання дії, її результативності. Також наявне використання дієслів «*terminated*», що вказує на результат:

«*Because there has never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a half years. And that's despite the impeachment*

hoax and you so what happened today with Hillary Clinton, where it was a whole big con job. But despite going through all of these things where *I had a fight*, both flanks and behind me and above there has never been an administration that's done what *I've done*. The greatest, before COVID came in the greatest economy in history, lowest unemployment numbers, everything was good. Everything was going». [63] Трамп наголошує, що саме за часів його правління країною, вона стала найбільш розвиненою, сильною в економічному плані, саме він домогся цього успіху. В цитаті використовується перфект «*I've done*», що і позначає виконання дій, її результат, що вселяє більшу віру народу в політика.

Так, використання дієслів та дієслівних словосполучень, наприклад, «*I had a fight*», доводить та чітко окреслює дії політика, що він робить все заради країни, народу, вживання в переносному значенні дієслова «*fight*» показує що це не на ринзі, а боровся за долю країни. Безперечно можна побачити наявність займенника «*I*», що завжди притаманний тактиці самовихваляння.

Крім того, чітко прослідковується і порівняння «*there has never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a half years*». Політик таким чином показує суспільству, що він був кращим ніж інші, він вказує на це порівнюючи результативність під час правління державою.

Проаналізуємо виступи українських політиків, зокрема П. Порошенка, його промова після поразки на виборах 2019 року : «*Я піду з офісу. Але хочу твердо наголосити - я не йду з політики. Я залишаюся в політиці і буду боротися за Україну. І хочу окремо пояснити чому.*» [27]

«Наша команда має захистити ті здобутки, які ми з вами спільно з українським народом *вибороли* в надзвичайно складних умовах за ці 5 років – *захистити* європейську та євроатлантичну стратегію, ті принципи, ті цілі, ті очевидні рубежі, на які ми *вийшли* за ці 5 років. І які тепер, на жаль, поставлені під загрозу. Наша команда буде їх захищати.» [27]

«Але, я наголошую, сьогодні країна набагато сильніша і в набагато кращому стані, ніж п'ять років тому. Це факт. Очевидно, що люди розраховували на більше, і прагнули більшого. І прийняли те рішення, яке прийняли.» [27]

Ми можемо прослідкувати, що перш за все політик хоче представити народові себе у «гарному світлі». Тому політик для цього використовує такі дієслова як «вибороли», «вийшли», що чітко дають ознаку того, що час правління експрезидента не був марним, є результат. Так як це промова після його поразки під час виборів 2019 року, Порошенко наголошує про свої досягнення у політиці, що він зробив для українців протягом п'яти років керування державою.

В даній промові Порошенко користується тактикою вихваляння. Ми бачимо це через часте використання займенника «Я», що чітко характеризує цю тактику. Тим самим політик хоче наголосити про його важливість для країни, що саме він, ніхто раніше з президентів не зробив ці кроки.

На лексичному рівні в даному уривку, ми бачимо використання ступеню порівняння прикметників «сильніша», «кращому», що характерно саме для цієї тактики. Також використання дієслів «боротися», «захистити».

Варто звернути увагу й на використання порівняння «...сьогодні країна набагато сильніша і в набагато кращому стані, ніж п'ять років тому». [27] Часто дипломати саме цим чином підкреслюють свої здобутки, адже в порівнянні пізнається істина.

Отож, тактикою вихваляння часто послуговуються як американські, так і українські політики. Дональд Трамп та Петро Порошенко, зокрема вживають займенник «я», прикметники у формах ступенів порівняння, дієслова, що вказують на їх результати під час керування державою та порівняння. Також американський експрезидент часто використовує перфектні форми.

Також варто розглянути **тактику виправдання**. Дана тактика часто використовується під час виступів політиків. Наприклад, коли відбуваються дебати,

політики часто повідомляю різну нову інформацію про суперника, намагаються звинуватити його в чомусь, заради того, щоб піднести себе перед виборцями. Тоді ж суперник, який почув негативні відгуки у свою адресу намагається спростувати цю інформацію, використовуючи тактику виправдання.

Таким прикладом може бути і промова Макрона, як відповідь на звинувачення Марін Ле Пен на його бездіяльність:

«Le défi consiste à trouver le moyen de briser un système qui n'est pas en mesure de répondre aux problèmes de notre pays depuis plus de 30 ans» [73]

Макрон зазначає, що проблеми були створені не ним, а владою що керувала 30 років тому. Хоча відповідь досить сумнівна, адже він не використав доказів для підтвердження своїх слів.

Якщо говорити про цю тактику то вона часто використовується у промовах всієї дипломатії. Адже кожен з політиків має свої помилки у роботі уряду та з народом. До прикладу фінальні президентські дебати 2020 року між Джо Байденом та Дональдом Трампом. Віце-президент звинуватив Трампа у дружбі з Росією та Путіним, на що політик відреагував:

«They both want you to lose because there has been nobody tougher to Russia between the sanctions, nobody tougher than me on Russia, between the sanctions, between all of what I've done with NATO. I've got the NATO countries to put up an extra \$130 billion going to \$420 billion a year. That's to guard against Russia. I sold, while he was selling pillows and sheets, I sold tank busters to Ukraine. There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump.» [64]

Своєю чергою, Дональд Трамп сказав, що він є жорстким до Росії. І наголосив, що його адміністрація, на відміну від адміністрації інших президентів, надала летальну військову допомогу Україні. Трамп використовує для переконання порівняльні конструкції, як «there has been nobody ... than me», «There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump», що змушує виборців переконатися у

його словах. Також як підтвердженням того, що він проти Росії є антитеза «I sold, while he was selling pillows and sheets, I sold tank busters to Ukraine», що засвідчує допомогу Україні під час АТО. [64] Тобто протиставлення не тільки на рівні змісту, а й на рівні лексичних одиниць: «*подушки-танки*».

Повтори «*nobody tougher*», за допомогою яких Трамп наголошує про результати своїх дій, а також відкидання пустих звинувачень щодо співпраці з Росією. З цією ж метою він вживає перфектну форму «I've got the NATO countries to put up an extra \$130 billion going to \$420 billion a year». [64]

Елементи виправдання часто використовуються у промовах політиків, діячів різних напрямів та публічних осіб. Адже тільки таким чином можливо зняти з себе неправдиві звинувачення, факти та докази. Давайте проаналізуємо дану тактику в україномовному дискурсі, адже він також часто використовується у промовах політиків. Наприклад, президентські дебати 2019 року, а саме промова президента Володимира Зеленського:

«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*. З приводу Путіна, я ніколи у своєму житті не розмовляв з Путіним. А мені відомо, скільки разів ви розмовляли з паном Путіним телефоном, через Медведчука, чи напряду, починаючи від 2014 року. Я не був у Росії з початку війни, і це *брехня* знову. І що стосується головнокомандувача, пане Порошенку, зараз війна.» [7]

Дана промова є відповіддю Зеленського на звинувачення Порошенка. Останній вважає, що чинний президент, коли ще не був ним, намагався уникнути повістки, відвідував країну-агресора та спілкувався з Путіним.

Зеленський використовує тактику виправдання, вказуючи на те, що інформація не є правдивою, а також намагається звинуватити у цьому самого Порошенка, використовуючи такі слова як «брехня», «ви знов брешете».

Задля того щоб переконати глядачів у правдивості слів, Зеленський використовує прості речення, а особливо риторичні питання, щоб повністю відвести від себе неправду. Такими фразами як «Я публічна людина» політик намагається впевнити народ, що йому можна довіряти, що якби дійсно він отримував повістку про це знав би кожен з громадян.

Отож, Дональд Трамп у своїх промовах також використовує тактику виправдання. Реалізує він її вживаючи повтори, антитези та порівняння. Український президент Володимир Зеленський використовує риторичні питання та окреслює себе як публічну людину, котра не могла зробити ті дії, в яких його було звинувачено.

2. Стратегію позиціонування інтегрованого образу (президент + нація) в свою чергу представлена наступними тактиками:

- тактиками єднання;
- лестощів до виборців;
- визнання існування проблем;

Однією з найважливіших стратегій позиціонування є **тактика єднання**, тобто ідентифікація політиків з людьми. Використовуючи цю стратегію у своїх виступах, політики звертають увагу на проблему суспільства культурних та моральних цінностей. Яскравим прикладом патріотичної промови стала передвиборча промова Франсуа Оланда 22 січня 2012 року:

«Chacune, chacun, ici, plus loin, en metropola, en Outremer a son histoire, ses racines, son parcours, ses préférences, sa singularité. Mais nous appartenons à la même Nation, avec ses valeurs, ses principes, sa culture, sa langue, ses institutions et nous aspirons donc au même avenir...» [60]

В промові чітко прослідковується ця тактика, адже слова наче просочені духом патріотизму та єдності з державою. Він наголошує на тому, що всі громадяни країни різні, але їх поєднує одне – батьківщина.

Говорячи про інших французьких політиків варто згадати Макрона, у своїй промові про нову коронавірусну інфекцію, вжив займенник *nous* 74 рази, а займенник *je* 51 раз:

«C'est pourquoi, en votre nom, je tiens avant toute chose à exprimer ce soir la reconnaissance de la Nation à ces héros en blouse blanche, ces milliers de femmes et d'hommes admirables qui n'ont d'autre boussole que le soin, d'autre préoccupation que l'humain, notre bien-être, notre vie, tout simplement». [49]

Таким чином, він використовуючи займенник *nous* дає зрозуміти громадянам, що збереження здоров'я – це результат спільної роботи, що він в першу чергу турбується про них. Під час виборчих кампаній кандидати, з одного боку, прагнуть переконати виборців у власній виключності, а з іншого – залишитися в їхніх очах звичайною людиною. Вважається, що люди більше довіряють тим політикам, які схожі на них, і тому кандидати прагнуть створити імідж пересічного американця, прагнуть переконати аудиторію в тому, що політик – «своя», близька до народу людина. [21, с. 147] «And *this is the time as Americans*, together, we get back up». [61]

У своєму виступі Дж. Байден наголошує на тому, що він та його партія, як частина американського суспільства, прагнуть того самого що і всі американці – сприяти добробуту і процвітанню своєї країни. Емоційно забарвлені аргументи Дж. Байдена передані емпатичною конструкцією (*this is the time...*), за допомогою порівняння (*as Americans*), а також у використанні прислівника *together* який передає єдність політика з народом. Не менш важливим елементом є і вживання займенника множини «*we*». [47]

Ще одним ефективним прийомом наближення до народу є згадування у промовах членів власної родини, друзів, людей, які допомогли досягти успіхів у

житті та кар'єрі. Демонстрація любові до дружини, піклування про дітей, вдячність за підтримку друзям свідчать про людяність кандидата, що справляє значний вплив на виборців. [41, с. 368]

«And I'm so proud of my *son Hunter*, my *daughter Ashley*, and my *wife Jill*, the only one who leaves me breathless and speechless at the same time». [61]

Тим самим Байден називає всіх своїх членів сім'ї «son Hunter», «daughter Ashley», «wife Jill».

У своїх виступах кандидати часто використовують розмовну лексику, щоб зробити свою промову більш зрозумілою для аудиторії та допомогти створити образ простих, пересічних американців, наприклад: «Americans have been knocked down, climb out, dug us into a very deep hole». [61]

Використана лексика властива розмовному стилю але не у промовах. Завдяки цьому президент ніби хоче показати, що він також людина з народу, звичайний громадянин держави, з метою створити довіру до виборців.

Дана тактика властива також і для вітчизняних політиків. За допомогою неї діяч демонструє близькість своїх поглядів, порад тим людям, на яких направлена самопрезентація. Існує дуже велика кількість прийомів. Це, зокрема, прийом «споріднені душі», який відразу ж зближує промовця з будь-яким слухачем. Для демонстрації споріднення використовують висловлення захоплення, поглядів на ті чи ті події життя. Інший схожий прийом – «земляцтво» – полягає в підкресленні спільності походження. Ще один прийом – використання спільних дій для досягнення взаєморозуміння. Тож проаналізуємо інавгураційну промову В. Зеленського, де чітко прослідковується часте використання цієї тактики:

- «*Кожен з нас* президент. Не 73%, які за мене голосували, а всі 100 % українців. Це не моя, це наша спільна перемога. І це – *наш* спільний шанс... Відсьогодні *кожен з нас* несе відповідальність за країну, яку *ми* залишимо своїм дітям».

- «Європейська країна починається з *кожного*. Ми обрали шлях до Європи, але Європа – не десь там. Європа ось тут (у голові – ред.). І коли вона буде ось тут – тоді вона з’явиться і ось тут – в усій Україні. І це – *наша спільна мрія*».

- «Але у нас є і *спільний біль*. *Кожен з нас* загинув на Донбасі... І *кожен з нас* – переселенець... І *кожен з нас* – заробітчанин».

- «Але *ми* все це подолаємо! Бо *кожен з нас* – українець... *Ми* маємо бути *єдині*. Адже тільки тоді – *ми сильні*». [16]

Перш за все ми бачимо, що політик використовує короткі, прості речення задля більшого впливу та розуміння поставлених цілей, а також вживання спонукальний речень. Але найбільш чітко виражено використання займенника «ми». Цим самим Зеленський намагається зблизитися з народом, показати, що вони є і будуть єдиним цілим, що державою керуватиме не тільки він, а цілий народ. Зокрема, він часто говорить «кожен з нас», «наша», «нас».

Попри це тактика реалізується також за допомогою використання прикметників «сильні», «єдині» та «спільна». Політик даною лексикою намагається вплинути на суспільство з метою показати, що разом вони зможуть побороти все і досягти бажаних цілей, що і викликає довіру у виборців.

3. Стратегія «свій» – «чужий»

Самопрезентація може також відбуватися шляхом дискредитації свого опонента, для того, щоб на контрасті, протиставленні самому виглядати «білим і пухнастим». Позиція «я – свій», «я з народу» завжди має гарні результати. У політичному дискурсі такою є стратегія «свій» – «чужий», що за основу бере протилежні позиції «добре» – «погано», «друг» – «ворог», «прийнятно» – «неприйнятно», адже кожне політичне об’єднання створює свої ознаки, які б ідентифікували «своїх» і «чужих». Тому стратегія «свій - чужий» створюється за допомогою таких тактик:

- тактика образи;

- звинувачення;
- глузування;

Дані тактики найкраще та найповніше можна проаналізувати саме як стратегії дискредитації, що буде розглядатися в наступному підрозділі.

Отже, проаналізувавши промови політиків, можемо підсумувати, що кожен із кандидатів використовує чітку стратегію самопрезентації у своїх промовах. Політики використовують такі тактики для виконання своїх намірів, планів: самовихваляння, виправдання, єднання.

Найбільш часто використаними є тактика самовихваляння та єднання. Саме завдяки цим тактикам, Джо Байден та Дональд Трамп могли чітко охарактеризувати свої виконанні дії, плани, перемоги та важливі події, задля впливу на думку американців, що зробили свій вибір на президентських виборах 2020 року. На лексичному рівні можна прослідкувати часте використання займенника першої особи однини «I», тобто наголошення на своїх діях. Також якщо звернути увагу на граматичні засоби представлено використання перфектної форми, за допомогою якої семантично підкреслюється виконання дії, її результативності. Дональд Трамп особливо використовує тактики стратегії самопрезентації, зокрема вихваляння та єднання з народом.

Джо Байден намагається показати свої позитивні риси, створити собі імідж активного та демократичного президента. Розкриваючи пасивність опонента, президент опосередковано говорить про невдачі супротивника. Дональд Трамп в свою чергу використовує тактику виправдання, згадуючи про свої перемоги, важливі події виконанні під час правління країною, вживаючи різні конструкції та антитезу. Джо Байден також часто використовує тактику єднання, реалізуючи за допомогою емфатичної конструкції, порівняння, а також у використанні прислівника together.

Що ж до вітчизняних політиків, зокрема Порошенка та Зеленського, варто відмітити використання стратегії самопрезентації за допомогою таких тактик: самовихваляння, виправдання та єднання.

Володимир Зеленський часто використовує тактики єднання та виправдання, використовуючи займенник «ми», часто говорить «кожен з нас», «наша», «нас».

Петру Порошенку особлива притаманна тактика самовихваляння. Під час виступів він окреслює та наголошує на своїх досягненнях за час правління державою, використовуючи відповідну лексику, зокрема прикметники та особовий займенник.

Французькі політики, такі як Франсуа Оланд та Емануель Макрон також використовують цю стратегію у своїх промовах. Усі вищезгадані тактики передбачають експресивну мовленнєву поведінку, яка досягається через використання лексичних засобів.

Для Оланда притаманно використання тактики вихваляння, задля перемоги на виборах. Що ж до Макрона то він намагається виправдатися перед виборцями вказуючи на помилки попередніх президентів, тим самим відводить від себе «погану репутацію».

2.1. Способи реалізації тактик стратегії дискредитації у промовах французьких, американських та українських політиків

Стратегія дискредитації передбачає використання різних прийомів і способів. Її мета полягає в тому, щоб дискредитувати опонента, порушити його рівновагу, змусити захищатися і тим самим позбавити можливості висловити свою позицію.

Стратегія дискредитації використовує певний набір тактик, що відповідають конкретній меті, серед яких найбільш активними є тактики обвинувачення, погрози, докору, викриття, образи, критики діяльності опонента, насмішки, іронії та інших. Усі ці вищезгадані тактики передбачають експресивну мовленнєву поведінку, яка

досягається через використання таких стилістичних засобів, як риторичні та окличні речення, порівняння, синтаксичний паралелізм та інші.

Кожна з тактик використовується політиками, діячами з різною метою. Деякі намагаються звинуватити опонента, тим самим показуючи себе з хорошої сторони або ж принизити чи образити адресата. Тому ми розглянемо використання деяких з тактик дискредитації, якими користуються американські та українські політики. Використовуючи наступні промови: дебати між Саркозі та Оландом 2012 року президентські вибори 2017 року та їх промови на дебатах, а також, перші та фінальні дебати президентських виборів 2020 року між Джо Байденом та Дональдом Трампом, прес-конференція в Ханой та складання присяги Петром Порошенко.

Першою, частовживаною тактикою є тактика аналіз – «**мінус**». Дана тактика полягає в описі ситуації, що базується на негативному ставленні до неї, проте автор відкрито не заявляє про своє невдоволення. Важливу роль тут відіграє використання лексичних засобів, що імпліцитно виражають відношення мовця.

Давайте розглянемо президентські вибори 2017 року, що продемонстрували значну зміну електоральних уподобань. Головними опонентами у 2 турі стали кандидати від опозиційних партій: Е. Макрон (партія «Вперед, Республіка!») та М. Ле Пен (партія «Національний фронт»). Остання з них виголосила таку промову:

«Vous pouvez choisir une solution de rechange à un gouvernement actuel qui ne réussit pas ou qui ne change rien.» [75]

Марін Ле Пен вирішила самоствердитися за рахунок невдач противника. Вона чітко проголосила, що під час правління державою Макрон нічого не змінив у державі, а тим паче навіть не встигає зробити користь для народу.

В свою ж чергу, ми проаналізували й вищезгадану промову Макрона, де він звинувачує у бідах та проблемах владу, що керувала країною останні 30 років. Тим самим кандидат використовує одночасно тактику аналіз-мінус, за рахунок якої показує що він не винен у проблемах, але водночас і тактику виправдання:

«Le défi consiste à trouver le moyen de briser un système qui n'est pas en mesure de répondre aux problèmes de notre pays depuis plus de 30 ans» [73]

Дональд Трамп як ніхто інший з американських політиків часто емоційно висловлює думку не тільки про свої досягнення, а й про невдачі інших політиків. Зокрема вживаючи тактику аналіз - «мінус». Найчастіше застосовується з метою підриву сформованого іміджу конкурентів, тим самим досягаючи власної переваги. Трамп періодично використовує однакове слово, з метою привернення уваги аудиторії на проблеми, робить чіткий акцент на цьому з метою пониження:

«But the fact is, there is no *collusion*. And I call it the «*witch hunt*». This should never happen to another President. This is so *bad* for our country. So *bad*. You look at this whole *hoax* - I call it the Russian *witch hunt*. I now add the word «*hoax*». It's a *very, very bad* thing for our country. But I was impressed with the fact that he - when - you know, because the most important question up there was the one on *collusion*. And he said he saw no *collusion*». [79]

В цьому виступі політик застосовує дану тактику для зниження віри суспільства в супротивників. Таким чином він описує, а також наводить факти для цього, зміцнюючи свої позиції. Можна чітко прослідкувати дану тактику через вживання негативно забарвлених слів таких як «*hunt*», «*bad*», «*hoax*», «*collusion*» та інші.

В ту ж саму чергу повторення прислівника «*very*» для більш сильнішого позначення проблеми. Активне використання певних слів з метою впливу на слухача та наголошенні на проблемі чи поразки суперника, зміцнюючи свою ситуацію ось що хотів виконати Дональд Трамп.

Варто звернути увагу і на метафори, що присутні у даній промові. «*Witch hunt*» - полювання на відьом, так Трамп назвав політику, яка відбувається у Росії, зокрема під правлінням Путіним. Тобто політик вводить нову назву для позначення змови, таким чином привертаючи увагу слухачів на одну з важливих проблем країни.

Тактика аналіз - «мінус» одна з найуживаніших в арсеналі також і В. Зеленського. У своїх промовах він представляє наявну ситуацію, спираючись на достовірні факти, і висловлює негативне ставлення до описуваного і до людей, які пов'язані з аналізованою подією, їхній дій та вчинків. Наприклад, засуджує свого опонента:

«У мене запитання, попросили запитати громадяни України в Інтернеті. 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? Петре Олексійовичу, оберіть будь-яке запитання та відповідайте». [7]

Констатуючи факти, аргументи, які так чи так демаскують чийось злочинність, вину. Набуває слави «політичного кілера», який нещадно критикує свого опонента та стару політичну систему.

Таким чином, ми можемо у цьому висловлюванні побачити дискредитацію політичного опонента тактикою аналіз - «мінус», котра реалізується наступним чином. Перш за все це запитання в яких присутні докази бездіяльності експрезидента «Чому підпалювачів магазину Roshen знайшли за 4 години, а підпалювачів військових складів і підричників автомобіля Шеремета не можуть знайти кілька років?». [7] Дії що стосуються бізнесу чи оточення Порошенка вирішуються вмить, а щодо проблем інших громадян такої рішучості дій не існує.

Тобто, Зеленський робить акцент на проблемі про не швидке реагування супротивника за допомогою порівняння. Крім того, частим є використання звертання і риторичних запитань.

Як і Дональд Трамп так і Володимир Зеленський часто у своїх промовах використовують дану тактику. Попри це останній реалізує її через вживання звертань, риторичних питань, а також питань в яких присутні порівняння. Американський экс-президент, в свою чергу, використовує метафору та негативно забарвлені слова, для підкреслення проблеми, що створили попередники, таким чином дискредитуючи їх.

Не менш ефективною являється **тактика звинувачення** зі вказівкою на суб'єктів. Тактика звинувачення полягає в приписуванні будь-кому провини, представлення ситуації і опонента в негативному світлі. Мовець намагається викрити противника, розкрити його негативні якості і наміри.

Згадуючи французьких дипломатів то варто звернути увагу знову ж на дебати Саркозі та Оланда. Обидва представники часто критикували під час ефіру, лунали напади, робилася спроба майже в кожній репліці зганьбити один одного перед виборцями. «Vous avez nommé vos proches partout» [52], звинувачує Франсуа Оланд пана Саркозі в його неправомірних діях, тим самим наголошує про своє доволі негативне ставлення до супротивника.

Проте Оланд знаходить зауваження аби достойно відбити відсіч супернику, відповідно не сприймаючи образ у свій бік:

«C'est un leitmotiv qui devrait pour moi être insupportable mais qui dans votre bouche finit par être une habitude» [55].

Звертаючись знову до дебатів ще до початку їх, Ніколя Саркозі, відомий своєю впевненістю, своїм ораторським умінням переконувати глядачів та прихильністю до «гострого слівця», пообіцяв своїм виборцям, що він зробить усе можливе аби зруйнувати авторитет свого суперника та отримати перемогу як у дебатах, так і на виборах. «Je vais le débusquer» [52], «faire la preuve de son

incompétence et de son inexpérience internationale» [52], «je vais l'atomiser» [52], ми спостерігаємо досить емоційні уривки з промови Саркозі стосовно Оланда, вживаючи лексеми з негативним забарвленням.

Для реалізації тактики звинувачення використовуються лексичні засоби з негативним оцінним значенням. Найчастіше звинувачення буває бездоказовим і голослівним, однак така стратегія використовується багатьма політиками в їхній комунікації. Наприклад, висловлювання Дональда Трампа, де спрямовує увагу слухача на суперника і на ті проблеми, які вони створили для Америки:

«They kill us. I *beat* China all the time. All the time... They send their cars over by the millions, and what do we do? When was the last time you saw a Chevrolet in Tokyo? It doesn't exist, folks. They beat us all the time... They're laughing at us, at our stupidity. And now they are beating us economically. They are not our friend, believe me. But they're killing us economically». [65]

Аналізуючи ми бачимо, що Трамп використовує короткі прості речення, які акцентують увагу слухача на кожному пункті промови. Він не виокремлює винуватців даних проблем, які було згадано у промові, чи точних прикладів суперництва США та вказаних країн. Але в цьому уривку спостерігається спроба домінування самого Трампа. Він зазначає, що своєю роботою намагається перемогти всіх конкурентів.

Така тактика була використана для переконання слухачів у спроможності Трампа подолати всі можливі проблеми, зокрема використовуючи повторення: «...all the time. All the time». [65] Таким чином за допомогою повторів політик наголошує не тільки на проблемі, а й на її тривалості. Крім цього повтори окремих слів, таких як «beat».

Риторичні запитання, також є елементом цієї тактики. Адже за допомогою них Трамп виділяє, що проблема немає навіть вирішення.

Або ж інший приклад, де Трамп на основі помилок, невдач та поразок опонентів часто намагається, показати ці помилки та на фоні цього створити довіру до себе:

«Our labor participation rate was the worst since 1978. But think of it, GDP below zero, horrible labor participation rate. And our real unemployment is anywhere from 18 to 20 percent. Don't believe the 5.6. Don't believe it». [65].

Дана тактика притамана і Джо Байдену. Під час останніх дебатів президентських виборів, він часто наголошував та звинувачував Трампа у багатьох проблемах, які він «створив» за час правління державою. Давайте розглянемо декілька з них:

«The fact is that when we knew it was coming, when it hit, what happened? What did the President say? He said, «Don't worry. It's going to go away. It'll be gone by Easter. *Don't worry. Warm weather. Don't worry. Maybe inject bleach.*» He said he was kidding when he said that, but a lot of people thought it was serious. A whole range of things the President has said, even today, he thinks we are in control. We're about to lose 200,000 more people.» [64]

В першу чергу це наявність повторів «don't worry». Також політик закликає нас звернути увагу на обіцянки, які давав Трамп народові, цитуючи його ж слова. Обіцянки не були виконані. Для цього він називає конкретні факти, а саме кількість людей, що померли від коронавірусу.

Перейдемо до наступного висловлювання Байдена:

«What I would say is, I'm going to shut down the virus, not the country. It's his ineptitude that caused the country to have to shut down in large part, why businesses have gone under, why schools are closed, why so many people have lost their living, and why they're concerned. Those other concerns are real.» [64]

Також і тут ми простежуємо дану тактику, яка викриває невдачі Трампа, підтверджуючи це фактами. Це підкреслюється використанням таких слів як «ineptitude» та риторичних питань.

Не менш використованою ця тактика є і в промовах українських політиків. До прикладу:

«Що найцікавіше, я сам був за пана Порошенка. 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.» [7]

Можемо прослідкувати прямі звинувачення Зеленського у бездіяльності та не виконання обіцянок Петром Порошенком за часи керування державою. Володимир Олександрович для повноти та підтвердження своїх слів використовує цитування, в той же час і порівняння. Він називає те що було обіцяним, і те що насправді отримали громадяни країни.

Отож, дана тактика є однією з найпоширеніших у промовах американських політиків, зокрема Трампа та Байдена. Обидва використовують риторичні питання, вказують на факти, під час звинувачення, а також використовують повтори. В свою чергу, Зеленський використовує цитування та порівняння.

В свою чергу тактика звинувачення, що здійснюється зі вказівкою на суб'єктів, також вживається у формі **безособового звинувачення**. Використовуючи дану тактику дипломат робить звинувачення, проте не каже про кого йде мова, проте аудиторія може здогадатись. [24]

Тактика безособового звинувачення є ситуацією, за якою відкрито не називається людина, яку звинувачують. Мовець може представити ситуацію в негативному світлі, однак не називає винного в цьому, використовуючи граматичні

конструкції і лексичні одиниці з дуже широким значенням, тобто ті, що потенційно одразу стосуються багатьох людей. Використання подібних синтаксичних і лексичних засобів вкрай вигідно для політика, адже за рахунок цього йому вдається посилити вплив від протиставлення двох груп: «свої» і «чужі». При цьому автоматично група «свої» отримує всі позитивні якості, а група «чужі» представляється в негативному світлі, включаючи дуже широке коло людей, а не лише певну партію або політика-опонента. Така опозиція обумовлена наявністю спільних інтересів у представників певної групи. Таким чином, політик, звертаючись до аудиторії як до членів свого кола, викликає у адресатів відчуття єдності, і, як результат, видає свої інтереси як загальні. Частота використання цієї опозиції пояснюється ефективністю і легкістю її застосування: політичний діяч для кожної цільової аудиторії може знайти ту або іншу характеристику, яку можна використовувати як об'єднуючий фактор. [15]

Знову ж звернемося до теледебатів Оланда і Саркозі. Останній викриває нещирість пана Оланда, реалізуючи тактику безособового обвинувачення. Саркозі у промові використовує неозначений займенник *on*, що дозволяє йому прямо не вказувати на винуватця осуду, але тим самим дає чітко зрозуміти, про кого йде мова:

«On ne respecte pas les Français quand, pour esquiver les débats, on dit tous les jours le contraire de ce que l'on dit la veille.» [55]

Або ж до прикладу промова Дональда Трампа:

«*They're controlled fully – they're controlled fully by the lobbyists, by the donors, and by the special interests, fully*». [65]

Як завжди Трамп «обожнює» дискредитувати своїх супротивників, але в даному прикладі він не називає конкретних осіб, що якраз і є характерним для тактики. Політик звинувачує владу в загальному, не конкретизуючи на комусь. Тому використовує займеник «*they*» скрізь аби оминати імена винних у проблемі.

Також в даному висловлюванні наявні повторювання «they're controlled fully», з метою наголошення на поставленій проблемі, що були зроблені іншими політиками, зокрема прислівника «fully» для вираження повноти становища.

«For too long, *a small group* in our nation's capital has reaped the rewards of government while the people have borne the cost». [67]

«*Washington* flourished, but the people did not share in its wealth». [67]

Підриваючи довіру до опонентів політик зміцнює свої позиції. Своїх опонентів він намагався не називати відкрито, замінював ім'я політиків, назви партій більш загальними лексичними одиницями «Washington» та «a small group».

В тому числі й активно використовував Петро Порошенко тактику дискредитування попередньої влади без вказівки на особистості. Наголошував експрезидент тільки в загальному на пригніченні прав та свобод населення, соціальній несправедливості, неправильній зовнішній політиці, до прикладу:

«*Диктатура*, що панувала останніми роками в Україні, прагнула позбавити нас цієї перспективи вступу до ЄС – народ повстав». [40]

Петро Порошенко називає владу, що керувала країною до нього «диктатурою», тим самим наголошуючи про їхні методи правління державою.

З цього випливає висновок, що обидва користуються даною тактикою, реалізуючи через позначення осіб, партій більш загальними лексичними одиницями.

Мовленнєва тактика викриття. Вживаючи дану тактику стратегії дискредитації політик наводить факти та аргументи, які підтверджують вину чи злочинність опонента, з метою його викриття [24].

Дана тактика має на меті розкрити негативні сторони об'єкта дискредитації шляхом надання фактів. Наприклад, критикуючи Барака Обаму, Дональд Трамп стверджує таке:

«We have a disaster called the big lie: Obama care. Obama care ...And remember the \$5 billion website? \$5 billion we spent on a website, and to this day it doesn't work. A \$5 billion website. I have so many websites, I have them all over the place. I hire people, they do a website. It costs me \$3. \$5 billion website». [65]

Obamacare – це неофіційна назва політики, що проводилась Бараком Обамою протягом його керівництва країною. Його дії були спрямовані на підтримку медичної та освітніх програм і установ, звідси і назва. Однак, Д. Трамп докорінно не згоден з цими реформами і, говорячи про те, що керівництво нинішнього уряду США привело країну до великої кризи, посилається на прецедентний феномен назви програми.

Тактика викриття є не менш важливою та часто використаною у промовах і українських політиків. Проте в промові Володимира Зеленського крім наведення фактів, наявні цитування «Перший Петро Порошенко каже: «Я бізнес передав у сліпий траст»» та інші. Тим самим Зеленський викриває «справжню суть» експрезидента.

Характерним для тактики викриття є використання розмовної лексики у даному уривку, зокрема «привіткі».

«Ми з вами голосували за одного Порошенка, а обрали іншого. Це правда. Бо існує два Порошенко. Перший – прекрасний оратор, спеціаліст, фінансист, економіст, у всьому знається. Він зазвичай з'являється тоді, коли є камери. Але коли камери вимикаються з'являється інший Петро, другий. 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. Скажіть мені, будь ласка, так, може, бюджет

України передамо у сліпий трост? Може, воно нормально працює? Перший каже нам, що долар буде по 10, а другий робить по 30.» [7]

Що ж тактика реалізується в промовах як Зеленського так і Трампа. Американський експрезидент вказує тільки на докази, український президент використовує також і цитування та розмовну лексику, для викриття бездіяльності Порошенка та його дружбі з російськими політиками.

Тактика образи. Використовуючи цю тактику дипломат може словесно зачепити, образити чи навіть принизити опонента, замість того щоб наводити докази [24].

Тактика образи має на меті «зачепити» імідж об'єкта дискредитації. Вона містить відтінок особистого ставлення дипломата до адресата й полягає у згадуванні об'єкта дискредитації, його вчинків у зневажливому тоні, висміюючи або іронізуючи. Цей хід передбачає безпосередню негативну характеристику об'єкта дискредитації чи негативну його оцінку. Реалізується за допомогою лексичних засобів із негативною семантикою у прямих асертивних мовленнєвих актах.

Відразу ж, хочеться згадати знову з теледебати, де найчастіше політики у своїх промовах використовують стратегію дискредитації, а часто і тактики образу. Саркозі відповідаючи на звинувачення що лунали від экс-Президента, не забуваючи свій доволі експресивний ораторський стиль, звинувачує Оланда у «брехні», та реалізує тактику образи, називаючи свого комунікативного партнера «un petit calomniateur», а його фрази «une belle bêtise». «Ça, c'est un mensonge, c'est une calomnie, vous êtes un petit calomniateur» [55]. У наведених уривках вживаються слова з негативною оцінкою, проте у цьому контексті вони сприймаються як лайка.

Явно, що для реалізації вищеназваної тактики кандидат використовує так званий прийом створення «образу ворога» – негативних уявлень про певну націю, державу або групу держав – з метою контролю над масовою свідомістю, а також культивування почуття страху:

«When Mexico sends its people, they're not sending their best. They're sending people that have lots of problems, and they're bringing those problems with them. They're bringing drugs. They're bringing crime. They're rapists» [46].

Проявом агресивної реалізації стратегії дискредитації опонента є тактика образи, подана експліцитно чи імпліцитно:

«How stupid are our leaders? How stupid are these politicians to allow this to happen? How stupid are they?» [65]

У своїх промовах Трамп використовує не лише дискредитацію суперника, а й взагалі суспільства, окремих груп осіб. Він ображає жінок, насміхається над конкурентами й перетворює таким чином передвиборну боротьбу в США на взаємний риторичний агресивний перепал, а не етичне змагання.

«So, we have the queen of corruption, she's the *queen of corruption*. She is a *disaster*. I said before, if *crooked* Hillary Clinton becomes president, terrorism will *destroy* the inner workings of our country.» [80]

У наведеному вище фрагменті Дональд Трамп, прослідковується пряма образа, політик дискредитує свого суперника в президентських перегонах. Лексичний рівень реалізації яких представлений вживанням метафор: «*queen of corruption*», «*disaster*», «*crooked*», «*destroy*».

Тактика образи притаманна і Джо Байдену. Під час перших президентських дебатів Байден двічі назвав Трампа «*clown*»:

«It's hard to get any word in with this *clown*, excuse me, this person.» [63]

«Folks, do you have any idea what this *clown* is talking about?» [63]

Політик звинувачує Трампа у безкорисливій роботі, роботі, яка немає жодних результатів. Він використовує зменшувальні прикметники такі як: «*weaker*», «*sicker*», «*more divided*» та «*more violent*», чим саме і наголошує про нездатність Трампа керувати країною. Джо Байден дискредитує свого опонента, використовуючи лексичний рівень реалізації якої представлений вживанням

стилістично забарвлених слів: «caused the recession». Також Байден назвав Трампа «Putin's puppy», «racist» та «liar»:

«Under this president, we become *weaker, sicker, poor, more divided* and more violent. When I was vice president, we inherited a recession. I was asked to fix it. I did. We left him a booming economy and he *caused the recession*. With regard to being weaker, the fact is that I've gone head to head with Putin and made it clear to him we're not going to take any of his stuff. He's *Putin's puppy*. He still refuses to even say anything to Putin about the bounty on the heads of American soldiers.» [63]

«Nobody's doing that. He's the *racist*.» [63]

«Everybody knows he's a *liar*.» [63]

Часто такі зневажливі слова демонструють емоції мовця, які не підкріплюються доказами проти звинувачуваного. На жаль, опоненти не соромляться називати свого опонента лайливими словами. Цитати цих виступів швидко поширюються через Інтернет. Вульгарні слова є своєрідними маркерами, що характеризують розумову діяльність, зовнішній вигляд або поведінку адресата. І оскільки постаті обох кандидатів на найвищу посаду неоднозначні як серед колег-політиків, так і в народі, кожен із них здобув цілу низку прізвиськ переважно виразної негативної конотації.

Тому щодо даної тактики то в українському суспільстві часто політики за час правління державою отримують певні прізвиська, які часто вживаються в промовах не тільки політиків, а й народу: П. Порошенко – Порох, ПеПе, шоколадний заєць, Шоколадний, Шоколадний Петя, Вальцман, барига, Пеця та інші; В. Зеленський – Зе, слуга народу, слуга уroda, презЕдент, ЗеВова, блаЗень, клоун, маріонетка Коломойського, наркоман, кіт у мішку, голограма, зеля, ВАЗ, ваЗелін, артикль та ін.

Наявна така тактика і в промові Петра Порошенка під час президентських дебатів. Він називає Зеленського «мішок»:

«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.» [7]

Звідси випливає, що дана тактика образи є найпоширенішою у використанні в промовах як американських, так і українських політиків. Кожен з них називає суперників різними словами, навіть образливими та комічними.

Отже, проаналізувавши промови Джо Байдена, Дональда Трампа, Франсуа Оланда, Ніколя Саркозі, Володимира Зеленського та Петра Порошенка, ми можемо підсумувати, що кожен з політичних діячів використовує чітку стратегію дискредитації у своїх промовах, її використання зумовлено не лише зневагою до опонента, його приниженням, «навішуванням на нього ярликів», а й має на меті зіпсувати репутації урядів ворожих держав та політичних конкурентів.

Стратегія дискредитації використовує певний набір тактик, серед яких найбільш активними у промовах французьких політиків є тактики аналіз-мінус, звинувачення, безособового звинувачення та образи. Політики мають за мету створення позитивного образу «своїх» через обмову «інших», котрий і вважається традиційним прийомом, що дозволяє досягнути бажаних результатів у політичному протистоянні.

Марін Ле Пен самостверджується за рахунок невдач противника, використовуючи тактику аналіз-мінус.

Крім цього, найпоширенішою є тактика обвинувачення, що має на меті визнати винним свого опонента та викрити його в непорядних діях, намірах, якостях або бездіяльності, дискредитувати в очах виборців, що і робить Франсуа Оланд.

Проте Саркозі не менш часто вживає цю тактику, крім того політик водночас і використовує беособове звинувачення. У промові використовує неозначений займенник *он*, котрим він не позначає особу, але дає вказівку про кого він говорить.

Варто й зазначити, що тактика викриття не була використана французьким діячами у дослідженні промовах.

Д.Трампа намагається показати свої позитивні риси, створити собі імідж активного та демократичного президента, викриваючи недоліки своїх опонентів, використовуючи прийом обмовляння, зображуючи будь-які ситуації в негативному світлі. Тому він найчастіше використовує тактику викриття у своїх промовах. Екс-президент опосередковано говорить про свою активність, з метою зіпсувати репутацію урядів (лідерів) ворожих держав і політичних конкурентів.

Джо Байден має за мету, в першу чергу викрити недоліки та помилки попереднього президента, а саме Трампа. В своїх промовах часто користується такими тактиками як тактика звинувачення та образи. Неодноразово під час виборчих дебатів 2020 року він вживав їх, задля бажаної мети, а саме за рахунок недоліків Трампа показати себе в хорошому світлі.

Володимир Зеленський не є бурхливим «фанатом» використання тактики образи та інших, проте часто використовує тактику аналіз – «мінус». Тим самим зміцнює свої позиції.

В промовах Петра Порошенка відбивається його намагання максимально наблизити владу до пересічних громадян і показати, що всі її дії, порівняно з діями інших політичних діячів, спрямовані на добробут громадян. Політик вживає тактику безособового звинувачення, не називаючи конкретні особистості.

РОЗДІЛ 3. Актуалізація експресивного контенту у дискурсі політичних діячів

3.1. Мотиваційна спрямованість лексико-стилістичних одиниць у політичних текстах та промовах

Слово характеризується насамперед одним чи кількома лексичними значеннями. Лексичне значення слова - це його реальний зміст, тобто те, що це слово називає. Наприклад, лексичне значення слова портрет - це «зображення або опис людини чи групи людей».

Варто ще й згадати, що лексика (від гр. *lexicos* - той, що відноситься до слова) - це сукупність слів, які вживаються у мові. А от наука, яка вивчає словниковий склад мови - значення слів, їх походження, зв'язок з іншими словами, має назву лексикологія (від гр. *lexis* - слово і *logos* - вчення).

Лексичний розбір тексту - це всебічний лексико-семантичний і функціональний аналіз лексичних одиниць тексту (переважно художнього), а також їх ролі в даному тексті.

При розборі тексту варто звернути увагу на тропи, що є засобами увиразнення мови, які реалізуються в словах чи словосполученнях. Вони використовуються не лише в літературі, наукових джерелах, а й у мовленні людей. Тому ми розглянули та проаналізували загальні відомості про тропи, котрі найчастіше використовуються у мовленні. Хоча деякі з них варті більшої уваги та вживання у нашій лексиці та у промовах, виступах політичних діячів. Крім цього ми провели аналіз та наявність лексичних одиниць у промовах політиків.

1. Анафора

Ана́фора (грец. *ἀναφορά*, букв. — піднесення), єдинопочаток — стилістична фігура, утворена шляхом повторення однакових звуків, складів, слів, синтаксичних конструкцій на початку речень, віршових рядків чи строф. [20]

Тобі одній, намріяна царівно,

Тобі одній дзвенять мої пісні,

Тобі одній в моєму храмі дивно

Пливуть молитви і горять огні...[34]

Anaphore n. f. Répétition d'un mot (ou d'un groupe de mots) au début d'énoncés successifs, ex.: *Oradour n'a plus de femmes, / Oradour n'a plus un homme / Oradour n'a plus de feuilles / Oradour n'a plus d'église / Oradour n'a plus d'enfants (Tardieu)*. [84]

Зазвичай, анафора є для політиків ключем, який допомагає «відкрити двері» до свідомості народу. Тому давайте розглянемо приклад:

«Il y a eu une grande polémique lorsque j'ai annoncé devant le Congrès que nous allions organiser un grand emprunt au moment où la France était elle-même endettée. Ce grand emprunt va nous permettre de dégager pour vous une enveloppe d'1,5 milliard d'euros qui va permettre d'avancer pour le nouvel hélicoptère de 4 tonnes, d'être en avance sur le moteur d'avion de nouvelles générations qui ne pourront pas être financé uniquement avec les fonds de l'entreprise et pour travailler sur les nouvelles technologies de matériaux composites. C'est cela le rôle qui est le nôtre. 1,5 milliard d'euros du grand emprunt seront uniquement mobilisés pour la filière aéronautique française» [82].

«Songeons à ce que représente l'apport des satellites pour la prévision météo, qui a d'innombrables applications économiques. Songeons à ce que représentent les services d'observation de la Terre et de localisation pour l'agriculture, les transports, la logistique, la sécurité. Songeons à ce que représente l'espace pour les télécommunications, l'audiovisuel» [83]

«Songeons à ce que», «un grand emprunt» - анафористичні конструкції, що збуджують інтерес аудиторії до змісту промови та виконують функцію оформлення композиційно-логічної структури висловленого, яка спирається на тенденції облегшити сприймання смислових вузлів і тематичних блоків.

Барака Обаму можна безсумнівно назвати любителем анафори, адже проаналізувавши лише дві його промови, а саме першу і другу інавгураційну промови, ми знайшли 7 випадків вживання цієї фігури. Нижче подані деякі з них:

«We will bring back our jobs. We will bring back our borders. We will bring back our wealth. And we will bring back our dreams.» [85]

«We Will Make America Strong Again. We Will Make America Wealthy Again. We Will Make America Proud Again. We Will Make America Safe Again And, Yes, Together, We Will Make America Great Again.» [85]

«All this we can do. And all this we will do.» [85]

«So it has been. So it must be with this generation of Americans.» [85]

Важливу роль в промові Трампа на з'їзді Республіканської партії займають анафори, ось деякі приклади:

«We will end our reliance on China once and for all. We will continue to reduce taxes and regulations at levels not seen before. We will create 10 million jobs in the next 10 months.» [85]

В українській політиці таким любителем використання анафори є президент Володимир Зеленський:

«Ми, українці, зберегли державу. Ми, українці, зберегли і створили міжнародну солідарність на підтримку України. Ми, українці, зробили прорив в Європейський союз. Ми, українці, замістили втрачені ринки Росії поглибленою та всеохоплювальною зоною вільної торгівлі з ЄС.» [7]

«Кожен з нас поклав руку на Конституцію і кожен з нас присягнув на вірність Україні... Відсьогодні кожен з нас несе відповідальність за Україну, яку ми залишаємо своїм дітям. Кожен з нас, на своєму місці, зможе зробити все для розвитку України.» [16]

«Кожен з нас загинув на Донбасі.

Кожного дня ми втрачаємо кожного з нас.

І кожен з нас – переселенець.» [16]

«Ті, хто не знайшов себе вдома, а знайшов заробіток на чужині... Ті, хто в боротьбі із бідністю змушений втрачати власну гідність.» [16]

2. Антитеза

Антитеза (грец. antithesis — суперечність) — стилістична фігура в художній літературі та в ораторському мистецтві, що полягає у драматичному запереченні певної тези чи у вмотивованому контрастуванні смислових значень бінарних образів [20]:

Випала ж зима! —
Що тепер всім воля,
врізала вам поля,
в головах тополя,
а голів нема! (П. Тичина).

Antithèse n. f. Figure consistant à opposer dans le même énoncé deux mots, ou groupes de mots, de sens contraire, ex.: *On peut naître vieux comme on peut mourir jeune (Cocteau)*. [84]

Антитеза робить речення не тільки багатим за змістом, але й винятково милозвучним і принадним. Тому давайте звернемося до нашої промови:

«Mesdames, Messieurs

Les Français ont choisi, vous l'avez rappelé, le 7 mai dernier, l'espoir et l'esprit de conquête.

Le monde entier a regardé notre élection présidentielle. Partout, on se demandait si les Français allaient décider à leur tour de se replier sur le passé illusoire, s'ils allaient rompre avec la marche du monde, quitter la scène de l'Histoire, céder à la défiance démocratique, l'esprit de division et tourner le dos aux Lumières, ou si au contraire ils allaient embrasser l'avenir, se donner collectivement un nouvel élan, réaffirmer leur foi dans les valeurs qui ont fait d'eux un grand peuple.

Le 7 mai, les Français ont choisi. Qu'ils en soient ici remerciés». [62]

«Французи обрали надію й дух перемоги». В уривку наявна антитеза, що натякає, що раніше не було ні надії, ні перемоги, ні розуму, чи їх не було в інших депутатів, яких обрали.

«...охопити майбутнє, дати собі колективний підйом, знову підтвердити свою віру у цінності, які зробили з них великий народ». Також антитеза, поганий – хороший вибір, пов'язаний з ствердженням національних цінностей, гра на самосвідомості, щоб відчувати себе частинкою великого народу.

Ще однією стилістичною фігурою, яку часто вживають американські політики є антитеза. В основі антитези часто лежать антоніми. Наприклад, в мові Б. Обама зустрічаємо наступне:

«And we are going to continue to seek to mobilize the international community to say to Russia that Ukraine desires to have a good relationship with all of its neighbors, both east and west,» [81]

У цьому прикладі, взятому із промови Б. Обама, виділяються частини України – схід та захід (east and west).

Політик намагається позначити два кінці України, які, на його думку, Україна повинна об'єднати, адже вона прагне до добрих відносин з усіма своїми сусідами як на сході, так і на заході.

«And we have consistently said that not only do we support Ukraine's sovereignty and independence in words, but we've also been supporting it in deeds.» [81]

Антитеза виражена у вигляді антонімів «на словах – на ділі» (in words – in deeds).

«The good news is that today, the economy is growing again; wages, incomes, home values, and retirement accounts are all rising again; poverty is falling again.» [77]

Антитеза досягається завдяки вживанню дієслів-антонімів, а саме двох дієслів зі значенням «зростання» – growing – збільшуватися і rising – підніматися, і дієслова зі значенням «зменшення» – falling – знижуватися. Звітуючи спочатку про

зростання економіки та пенсійних накопичень, політик наголошує на тому, що рівень бідності падає, поставивши цю заяву в кінець перерахування.

Також зустрічається антитеза і в інавгураційних промовах Барака Обами. Пропонуємо звернути увагу на такі приклади, знайдені у інавгураційних промовах:

«...that fidelity to our founding principles requires new responses to new challenges; that preserving our individual freedoms ultimately requires collective action. Now, more than ever, we must do these things together, as one nation and one people.» [85]

«The words have been spoken during rising tides of prosperity and the still waters of peace.» [85]

«We do not seek to impose our way of life on anyone, but rather to let it shine as an example for everyone to follow.» [85]

Також є антитеза притаманна і Дональду Трампу. Політик вживає її як підтвердженням того, що він проти Росії: «I sold, while he was selling pillows and sheets, I sold tank busters to Ukraine», що засвідчує допомогу Україні під час АТО. [64] Тобто протиставлення не тільки на рівні змісту, а й на рівні лексичних одиниць: «подушки-танки»:

«They both want you to lose because there has been nobody tougher to Russia between the sanctions, nobody tougher than me on Russia, between the sanctions, between all of what I've done with NATO. I've got the NATO countries to put up an extra \$130 billion going to \$420 billion a year. That's to guard against Russia. I sold, while he was selling pillows and sheets, I sold tank busters to Ukraine. There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump.» [64]

Якщо розглянути інавгураційні промови Петра Порошенка та Володимира Зеленського то можна побачити, що президент Порошенко у своїй промові спрямований передовсім на зовнішньополітичний аспект належності до Європи, а Зеленський – на внутрішньоментальний аспект:

«Ми обрали шлях до Європи, але Європа – не десь там. Європа ось тут (показує пальцем на голову). І коли Європа буде ось тут – тоді вона з’явиться і ось тут – у всій Україні. І це – наша спільна мрія.» [16]

В. Зеленський, намагаючись зачепити почуття людей, вдається до контрасту і надає своїй промові виразного пафосу. Задля такого переходу він послуговується антитезою.

Президент Зеленський кращому майбутньому протиставляє тяжке сьогодення:

«Це наша спільна мрія. Але у нас є і спільний біль». [16]

«Протягом свого життя я намагався робити все, щоб українці усміхалися.

Це була моя місія.

Тепер я робитиму все, щоб українці принаймні більше не плакали.» [16]

3. Гіпербола

Гіпербола (грец. *hyperbolē*— перебільшення) — різновид тропа, що полягає в надмірному перебільшенні характерних властивостей чи ознак певного предмета, явища або дії задля особливого увиразнення художнього зображення чи виявлення емоційно-естетичного ставлення до нього[20]:

Поет став морем. Далеч степова,

І хмарочоси, й гори — ним залиті.

Бунтують хвилі — думи і слова,

І сонце генія над ним стоїть в зеніті (І. Драч).

Hyperbole n. f. Figure de style qui consiste à attribuer à certains mots d’une phrase ce qui convient à d’autres mots de la même phrase, ex.: *Elles échangent des balles distraites (Duhamel)*. L’épithète «distraytes» qui se rapporte dans cette phrase à «balles», logiquement devrait se rapporter à «elles». [84]

Використання гіперболи як способу умисного посилення та підкреслення виразності є ще одним специфічним засобом, властивим французькому політичному дискурсу. Використовуючи гіперболу, умілі маніпулятори можуть привернути увагу слухачів або читачів до цієї проблеми.

«Or il se trouve que tout l'argumentaire qui a été développé contre ce projet républicain et que nous avons entendu mille fois: «c'est ringard», cela ne marche pas «le soi-disant modèle social français», les tonnes d'éditoriaux sympathiques bien inspirés qui ont été écrits sur ce sujet, les mètres cubes d'encre que l'on a fait couler pour nous persuader que l'on avait tort dans la recherche de cet idéal, et que l'on avait tort dans la recherche de cet idéal». [56]

У разі акцент знову робиться на порушенні демократичних принципів у пресі. Визначаючи становище надмірно прикрашеними засобами, виступаючий має на меті мобілізувати електорат для якихось подальших дій.

Частотність використання гіперболи притаманне і в промовах американських президентів, для навмисного перебільшення з метою посилення виразності:

«But in the wake of the cold war, in a world where we are the only remaining superpower, it is the role of the United States to marshal its moral and material resources to promote a democratic peace» [51]

«And spent trillions of dollars overseas while America's infrastructure has fallen into disrepair and decay.»

«Our Founding Fathers, faced with perils we can scarcely imagine.» [85]

Гіперболи як художній засіб знаходимо і в мові П. Порошенка, наприклад:

«Життєво важливо відновити співпрацю з Росією в галузі поставок газу і забезпечити найважливіше питання енергетичної безпеки для всієї Європи.» [81]

4. Епітет

Епітет (*грец. epitheton — прикладка*) — троп поетичного мовлення, призначений підкреслювати характерну рису, визначальну якість певного предмета або явища і, потрапивши в нове семантичне поле, збагачувати це поле новим емоційним чи смисловим нюансом. (Д. Чередниченко: «Покличу тебе / По зеленого шлюбу»). [20]

Epithète ce qu'on adjoint à un nom, à un pronom pour le qualifier (adjectif qualificatif, nom, expression en apposition).

nom féminin et adjectif Grammaire Se dit d'un adjectif qualificatif qui n'est pas relié au nom par un verbe (opposé à *attribut*). Dans «une grande maison», «grande» est *épithète de «maison»*. [84]

З нашого дослідження виявлено, що епітети одні з найуживаіших у промовах політиків. То ж давайте перейдемо до прикладів:

«Mesdames, Messieurs

Les Français ont choisi, vous l'avez rappelé, le 7 mai dernier, l'espoir et l'esprit de conquête.

Le monde entier a regardé notre élection présidentielle. Partout, on se demandait si les Français allaient décider à leur tour de se replier sur le passé illusoire, s'ils allaient rompre avec la marche du monde, quitter la scène de l'Histoire, céder à la défiance démocratique, l'esprit de division et tourner le dos aux Lumières, ou si au contraire ils allaient embrasser l'avenir, se donner collectivement un nouvel élan, réaffirmer leur foi dans les valeurs qui ont fait d'eux un grand peuple.

Le 7 mai, les Français ont choisi. Qu'ils en soient ici remerciés». [62]

Використання для характеристики минулого експресивних прикметників-епітетів з значенням нереальності «ілюзорний, примарний». А також фраза «Завдання важливе та захоплююче» –прикметники- епітети з позитивним значення для характеристики завдання президента.

І зовсім інший приклад: «Dans notre pays où les clivages sont si marqués, les passions si vives, il est essentiel que le président de la République ait la sagesse de ne pas s'entourer que de ses seuls partisans, de ne pas récompenser que ses seuls amis ou de ne pas chercher à nommer que ceux qui ont toujours été en accord avec lui». [86]

Використання експресивних **епітетів**, які можуть виражати як позитивне положення, так і негативне ставлення, оцінку, емоції, підкреслювати характерні риси явища, також є ефективним стилістичним елементом політичного дискурсу Франції. В промові використовуються такі епітети: «розколи настільки сильні, а пристрасті такі бурхливі». Вони описують могутність та сили країни, що будь-який Президент повинен стримати та підтримувати цю характеристику. Функція епітетів з експресивним значенням - створення емоційного насичення тексту та збільшення впливу на реципієнтів.

Тут Макрон використав емоційно забарвлені слова та фрази на кшталт «новий імпульс» («une impulsion nouvelle»), прорив у винаходах та інноваціях (des ellans d'inventivité, d'innovation).

Крім того, Макрон заявляє, що імміграції не уникнути, вона буде тільки зростати в найближчі роки, тому скористайтеся цим:

«Nous ne devons pas mentir à nos concitoyens: l'immigration n'est pas quelque chose dont nous pourrions nous départir. De surcroît, l'immigration se révèle une chance d'un point économique, culturel, social. Dans toutes les théories de la croissance, elle fait partie des déterminants positifs. Mais à condition de savoir la prendre en charge. Quand on sait les intégrer, les former, les femmes et les hommes renouvellent notre société, lui donnent une impulsion nouvelle, des élans d'inventivité, d'innovation». [74]

«...Ces élus sont les vôtres, peuple de France. Ils portent vos aspirations, défendent vos intérêts et ceux supérieurs de notre patrie. Ils seront suivis de bien d'autres élus, d'autres victoires nous attendent, de grandes et belles victoires,

évidemment en premier lieu lors des élections régionales de décembre prochain...».
[59]

Зближення з виборцями закріплюється і використанням інших епітетів «grandes et bellesvictoires»

«...Chers amis, en ce 1er mai, nous fêtons la France éternelle et le Travail. Deux notions menacées d'extinction par nos pseudo élites qui se sont jurées de les détruire pour réaliser leurs funestes projets...» [59]

Цікаво, що від початку виступи політиків мають на меті образити та дистанціюватися від інших політичних еліт. Використовуються яскраво забарвлені епітети «pseudo» (псевдо-) і «funestes» (смертоносний, згубний) разом з деякою опозицією до всього цього «зла» вічної (éternelle) Франції. Таким чином, Марін Ле Пен однозначно говорить про те, що для порятунку країни потрібно і можна довіряти тільки їй, Національному фронту.

«...UMP après PS, PS après UMP, ils semblent n'avoir plus aucune prise sur les choses, ils laissent tout filer et de fait la France est hors contrôle, immigration, dette, déficit, mondialisation sauvage, politique pénale, impôts, école, santé, frontières, indicateurs économiques. La France est hors contrôle, économiquement, socialement, c'est la bérézina...» [59]

У цьому уривку глобалізацію Ле Пен називає «дичайшою» (sauvage), політику – злочинною (pénale).

«Dirigeants maltraitants, ceux qui ont refusé d'arrêter cette immigration alors même que leur propre peuple se retrouve en butte au chômage, au mal logement, au déficit de soins, à une école à la dérive, à l'aggravation vertigineuse des déficits et de la dette, à l'effondrement de notre système de protection sociale, ou de notre système pénitentiaire...». [59]

Вона каже, що люди на піку безробіття («peuple se retrouve en butte au chômage») і відразу вживає епітет «vertigineuse».

Серед лексичних засобів найчастіше вживаним у англомовному дискурсі є епітети, якими вдається підкреслити певний факт чи ситуацію.

Розглянемо приклади з першої інавгураційної промови американського президента Рональда Рейгана:

«To a few of us here today this is a solemn and most momentous occasion, and yet in the history of our nation it is a commonplace occurrence» [85]

Епітет допомагає слову набути нового значення або смислового відтінку, підкреслюючи характерну рису, визначальну якість певного предмета чи явища. Так, спостерігаємо епітети в мові Б. Обама, Дж. Байдена та П. Порошенка:

«And so, President Poroshenko, congratulations on the excellent work that you've done. You have a strong friend not only in me personally, but I think, as you saw in Congress today, you have strong bipartisan support here in the United States.» [81]

У цьому прикладі Б. Обама використовує слово «чудова» для опису зробленої роботи (excellent work) свого ділового партнера – П. Порошенка, називаючи його «сильним другом» (strong friend), а його підтримку – «потужною» (strong bipartisan support).

Або ж інші приклади промов Барака Обама:

«Today we continue a neverending journey» [81]

«America's possibilities are limitless» [81]

«...an endless capacity for risk» [81]

Засобом лексико-семантичного рівня, який найчастіше вживає колишній президент США, є епітет, за допомогою якого Дональд Трамп додає емоційності своїм висловлюванням і викликає реакцію аудиторії. Для характеристики людських якостей своїх колег, знайомих і сімейних політиків він використовує такі епітети: distinguished guests, wonderful people, magnificent First Lady, military mom, amazing daughter, great brother, beloved wife.

У своїй промові Дональд Трамп розповідає про важливі історичні події Америки та її досягнення, а також за допомогою епітетів прославляє американський народ:

«What united generations past was an unshakable confidence in America's destiny, and an unbreakable faith in the American People» [85]

«...and anyone who believes in greatness the of America and the righteous heart of the American People» [85]

Важливу роль у зверненні політика до американців грають епітети за допомогою яких він підсилює емоційний вплив на виборців. Говорячи про Америку сьогодення він використовує такі епітети:

«A time of real peril, but of extraordinary possibilities». [85]

В цьому уривку Джо Байден стверджує те, що США зараз переживають складні часи, але, як майбутній президент, він змінить ситуацію на краще. Також мова П. Порошенка багата на епітети, ось деякі найяскравіші приклади:

«Для українського народу глибоко символічно те, що я перебуваю сьогодні тут, і що ми отримали таку потужну підтримку на всіх рівнях.» [81]

«Це приклад істинного лідерства на захист демократії і свободи.» [81]

«Я глибоко вдячний президенту Обамі за надзвичайно продуктивний, відкритий і щирий діалог і за те рішення, яке ми сьогодні прийняли.» [81]

«Наша команда має захистити ті здобутки, які ми з вами спільно з українським народом вибороли в надзвичайно складних умовах за ці 5 років – захистити європейську та євроатлантичну стратегію, ті принципи, ті цілі, ті очевидні рубежі, на які ми вийшли за ці 5 років. І які тепер, на жаль, поставлені під загрозу. Наша команда буде їх захищати.» [27]

Що ж проаналізуємо промову президента України Володимира Зеленського:

«Ми з вами голосували за одного Порошенка, а обрали іншого. Це правда. Бо існує два Порошенко. Перший – прекрасний оратор, спеціаліст, фінансист,

економіст, у всьому знається. Він зазвичай з'являється тоді, коли є камери. Але коли камери вимикаються з'являється інший Петро, другий. 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. Скажіть мені, будь ласка, так, може, бюджет України передамо у сліпий траст? Може, воно нормально працює? Перший каже нам, що долар буде по 10, а другий робить по 30.» [7]

В уривку представлено епітет «сліпий траст», що і підкреслює бездіяльність Петра Олексійовича.

Проте інавгураційна промова В. Зеленського багата на епітети такі як «шокуючі тарифи», «принизливі зарплати і пенсії», «хворобливі ціни», «неіснуючі робочі місця», «міфічні дороги»:

«Це шокуючі тарифи, принизливі зарплати і пенсії, хворобливі ціни, неіснуючі робочі місця. Це медицина, про поліпшення яку говорять в основному ті, хто ніколи не лежав з дитиною у звичайній лікарні. Це міфічні українські дороги, які будуються і ремонтуються лише в чиїсь бурхливій уяві» [16]

«Але у нас є і спільний біль. Кожен з нас загинув на Донбасі... І кожен з нас – переселенець... І кожен з нас – заробітчанин». [16]

5. Метафора

Метафора (грец. теіаркога — перенесення) — троп поетичного мовлення. В метафорі певні слова та словосполучення розкривають сутність одних явищ та предметів через інші за схожістю чи контрастністю. [20]

Métaphore n. f. Présentée sous forme d'une comparaison abrégée, sans recours à aucun terme introducteur tel que comme, ainsi que, pareil à, de même que, la métaphore

substitue le mot-image au mot-objet de la comparaison, ex.: *Une pluie de larmes ne peut rien contre la séchresse du cœur (Prévert)*. [84]

Політичний дискурс повен метафорами і відкривають знавцю лише звичаїв та традицій Франції, що і притаманно наступним прикладам:

«Mesdames, Messieurs

Les Français ont choisi, vous l'avez rappelé, le 7 mai dernier, l'espoir et l'esprit de conquête.

Le monde entier a regardé notre élection présidentielle. Partout, on se demandait si les Français allaient décider à leur tour de se replier sur le passé illusoire, s'ils allaient rompre avec la marche du monde, quitter la scène de l'Histoire, céder à la défiance démocratique, l'esprit de division et tourner le dos aux Lumières, ou si au contraire ils allaient embrasser l'avenir, se donner collectivement un nouvel élan, réaffirmer leur foi dans les valeurs qui ont fait d'eux un grand peuple.

Le 7 mai, les Français ont choisi. Qu'ils en soient ici remerciés». [62]

«Дух перемоги», «Сцена історій» – метафора.

Метафора, як відомо, розкриває символізм мови, а це одна із головних особливостей французького політичного дискурсу, яка базується на непорушних традиціях французького суспільства.

Наприклад: «Je suis heureux d'être avec vous parce que nous avons fait ensemble de grandes réformes, parce que nous avons fait passer la France au travers de violentes tempêtes, parce que nous avons toujours choisi l'audace contre la prudence, les routes de crêtes contre les chemins de ronde». [54]

За Макроном, прийом біженців – борг країни. Плутати біженців з терористами – це моральна, історична та політична помилка, тому щоб висловити свою думку він в промові використовує метафору:

«L'Europe n'a pas réagi comme elle aurait dû à ce moment-là. Pour les demandeurs d'asile qui obtiennent le statut de réfugié politique, c'est le devoir qui est le nôtre. Confondre les terroristes, avec les demandeurs d'asile, avec les réfugiés, toute forme de migrations, est une erreur morale, historique et politique profonde» [48]

Загалом політичний дискурс Макрона характеризується запереченням перебільшених і тому логічно помилкових порівнянь біженців з терористами, які він приписує своїм активним опонентам. Природно, що Макрон негативно оцінює думку своїх опонентів. Він кричить на французів, а насправді грає в мовну гру, використовуючи метафору і порівняння, а також апелює до економічного та соціокультурного «оновлення» суспільства як до цінності та вищої мети. соціального розвитку:

«Confondre les terroristes, avec les demandeurs d'asile, avec les réfugiés, toute forme de migrations, est une erreur morale, historique et politique profonde» [48]

Слід зазначити, що політичні промови Дональда Трампа завжди наповнені величезною кількістю метафор. Перевіривши твердження лінгвіста М. Нордлунга про використання метафор для пробудження суспільного інтересу та чіткого висловлення власної думки, ми з'ясували, що вони також служать цим цілям у Дональда Трампа, який надає своїй промові художньо колоритного характеру:

«Because we understand that America is not a land cloaked in darkness, America is the torch that enlightens the entire world». [85]

Метафорами він характеризує американців, який сильний народ:

«Americans have steel in their spines, grit in their souls, and fire in their hearts». [85]

Крім того, Трамп використовує метафору, щоб усунути конкурента, створивши про нього негативну думку. Він хоче, щоб перспектива обрання іншого

кандидата в президенти змусила виборців боятися за свої робочі місця та майбутнє Америки в цілому:

«Joe Biden is not the savior of America's soul – he is the destroyer of America's Jobs, and if given the chance, he will be the destroyer of American Greatness». [85]

Або ж інші приклади:

«But the fact is, there is no collusion. And I call it the «witch hunt». This should never happen to another President. This is so bad for our country. So bad. You look at this whole hoax - I call it the Russian witch hunt. I now add the word «hoax». It's a very, very bad thing for our country. But I was impressed with the fact that he - when - you know, because the most important question up there was the one on collusion. And he said he saw no collusion». [79]

Варто звернути увагу і на метафори, що присутні у даній промові. «Witch hunt» - полювання на відьом, так Трамп назвав політику, яка відбувається у Росії, зокрема під правлінням Путіним. Тобто політик вводить нову назву для позначення змови, таким чином привертаючи увагу слухачів на одну з важливих проблем країни.

Метафора вважається найпоширенішим художнім засобом у політичних промовах, оскільки перенесення понять на основі схожості є цікавими вкрапленнями у текст. У другій інавгураційній промові Рональда Рейгана налічується чимало метафор, наприклад:

«...for the first time in history, government, the people said, was not our master, it is our servant» [85]

Інший англомовний приклад:

«So, we have the queen of corruption, she's the queen of corruption. She is a disaster. I said before, if crooked Hillary Clinton becomes president, terrorism will destroy the inner workings of our country.» [80]

У наведеному вище фрагмент, Дональд Трамп дискредитує свого суперника в президентських перегонах. Лексичний рівень реалізації яких представлений вживанням метафор: «queen of corruption», «disaster», «crooked», «destroy».

За основну мету метафор у тексті політичної промови є створення образу, який переконає реципієнта у сказаному та додавання експресивності до промови:

«Poland is the geographic heart of Europe, but more importantly, in the Polish people, we see the soul of Europe» (Donald Trump) [87]

І ще до прикладу Барак Обама:

«This American carnage stops right here and stops right now.» [85]

«The words have been spoken during rising tides of prosperity and the still waters of peace.» [85]

«...a charter expanded by the blood of generations.» [85]

Аналізуючи метафори у виступі політика, ми помітили, що їх небагато, але вони досить яскраві. Наприклад, цей художній прийом використав Джо Байден для характеристики політичних дій Дональда Трампа:

«The current president has cloaked America in darkness for much too long» [85]

Для того, щоб наголосити на відмінності між своїм конкурентом, Джо Байден вжив таку метафору:

«I will be an ally of the light not of the darkness». [87]

В. Зеленський за допомогою метафори використовує той самий «колективний» прийом стверджуючи, що «кожен з нас загинув на Донбасі», що «кожен з нас – переселенець», що «кожен з нас – заробітчанин». Суть тверджень В. Зеленського полягає в наступному: відповідальність одного – це відповідальність усіх, коли йдеться про майбутнє України; біда одного – це біда всіх, коли йдеться про українську сучасність.

«Кожен з нас загинув на Донбасі.

Кожного дня ми втрачаємо кожного з нас.

І кожен з нас – переселенець.

Ті, хто втратив власний дім... І ті, хто відчинив двері власного дому, розділивши біль.

І кожен з нас – заробітчанин.

Ті, хто не знайшов себе вдома, а знайшов заробіток на чужині...

Ті, хто в боротьбі із бідністю змушений втратити власну гідність.» [16]

«Тих, кого народила українська земля.» [16]

Або ж приклади використання метафор у промовах Петра Порошенка таких як «перезавантаження влади», «гратися з країною», «виставити за дужки», «лежить ключ від війни»:

«Важливою частиною суспільного запиту на повне перезавантаження влади є дострокові вибори парламенту.» [40]

«І я твердо переконаний, ми спільні, і ми цього не дозволимо, і коли говорить пан Володимир про те, що може виставити за дужки, може вийти з політики нам і моїм сторонникам, мільйони українців будуть боротися за майбутнє України, будуть захищати ті здобутки, які ми отримали за останні 5 років, будуть боронити українську землю і не дадуть цим котам ,або навіть чортам у вашій обгортці, зруйнувати нашу державу, яку ми любимо понад усе.» [7]

«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, нам треба державу і фундамент державності, нам треба захищати мову, нам треба боронити Україну, нашу націю, 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»?» [7]

«Сьогодні засвідчений потужний запит на оновлення, і оновлення треба і можна зробити під час парламентських виборів, але не можна гратися з країною під час виборів президентських: ціна може бути надзвичайно високою.» [7]

6. Метонімія

Метонімія (грец. теїбпутіа — перейменування) — різновид тропа, близького до метафори, в якому переноситься значення слів з певних явищ та предметів на ін. за суміжністю. В. Сосюра «Місто взяло в ромби і квадрати / всі думки, всі пориви мої...» [20]

Métonymie n. f. Trope par lequel une notion est désignée par un terme autre que celui qu'il faudrait, les deux notions étant liées par une relation de cause à effet, de matière à objet, de contenant à contenu, de la partie au tout, ex. *Paule était élevée dans l'horreur des soutanes (Mauriac)*. [84]

Серед стилістичних прийомів варто виділити також метонімію, тобто здатність заміни значення слова на ознаку або найменування іншого предмета, який знаходиться в тому чи іншому зв'язку з предметом, що позначається словом, що замінюється.

Наприклад: «À sa jeunesse la France réserve aujourd'hui le chômage de masse, les stages interminables, un impossible accès au logement et l'humiliant refus de l'autonomie quand ce n'est pas la discrimination et la discrimination et la relegation. Il est temps que cela cesse. Il est temps que soit reparee cette injustice». [66]

Метонімія, що є близький до метафори, тобто перенесення значення на основі суміжності. Пропонуємо звернути увагу на такі приклади метонімії, знайдені у інавгураційних промовах президента США Барака Обами:

«Because today we are not merely transferring power from one Administration to another, or from one party to another – but we are transferring power from Washington, D.C. and giving it back to you.»

«Washington flourished – but the people did not share in its wealth.» [85]

«We will get our people off of welfare and back to work – rebuilding our country with American hands and American labor.» [85]

«No challenge can match the heart and fight and spirit of America.» [85]

«...and that America must play its role in ushering in a new era of peace.» [85]

«To the Muslim world, we seek a new way forward.» [85]

Порошенко та Зеленський часто використовує метонімію, вживаючи слово «(У)країна» замість «українці». До прикладу, дебати 2019 року:

«А вам може й доведеться зустрітися. Що хочу сказати, Україна обрала шлях до Європи. І це - найголовніше.» [7]

«Ви не пророк і я не Мойсей, ми не можемо кудись вести Україну, Україна йде до Європи.» [7]

«Я готовий стати на коліна, тільки не ставте Україну на коліна.» [7]

«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.» [7]

«А у мене відповідь абсолютно чітка. І от цим людям ця відповідь не потрібна. А я впевнений, що Україні вона потрібна.» [7]

Тут ідеться не про країну/державу, а про людей.

7. Повтори

Повтор, або Повторення, — найпростіша стилістична фігура, яка вживається у фольклорній творчості, передусім у народній пісні та поезії, зумовлена емоційними та смисловими чинниками [20]:

[...] Що тепер всім воля, —
врізали вам поля,
в головах тополя,
а голів нема (П. Тичина).

Répétition

Action de reproduire plusieurs fois, dans un texte, la même idée, le même mot. (Il peut s'agir d'une tournure jugée fautive [redite, doublon] ou d'un effet de style volontaire [allitération, assonance, anaphore].) [57]

У промовах французьких політичних діячів взагалі часто трапляється велика кількість пафосних повторів, які використовуються для воання до почуття патріотизму нації. Адже, як відомо, французи по-справжньому закохані у свою батьківщину та глибоко віддані їй:

«Si nous voulons la liberté, l'égalité et la fraternité. Si nous voulons la croissance. Si nous pensons que le bonheur est encore une idée neuve en Europe...» [86]

Використовуючи повтори, Саркозі тим самим хоче підбурити виборців до любові до своєї країни, симулюючи над ними.

Що ж до українських політиків використання повторів характерне для Петра Порошенка:

«Я піду з офісу. Але хочу твердо наголосити - я не йду з політики. Я залишаюся в політиці і буду боротися за Україну. І хочу окремо пояснити чому.» [27]

«Але, я наголошую, сьогодні країна набагато сильніша і в набагато кращому стані, ніж п'ять років тому. Це факт. Очевидно, що люди розраховували на більше, і прагнули більшого. І прийняли те рішення, яке прийняли.» [27]

В даній промові Порошенко користується частим використанням займенника «Я», що чітко характеризує цю тактику. Тим самим політик хоче наголосити про його важливість для країни, що саме він, ніхто раніше з президентів не зробив ці кроки. Або ж на дебатах він також використовував цей маркер:

«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. Де в цей час були ви? У Росії? Де в цей час були ви?» [7]

Інавгураційна промова Володимира Зеленського також багата на повтори. Він декілька разів повторює «кожен з нас» в промові, для того, щоб показати і пояснити українцям, що вони всі рівні і однакові та мають такі ж права та обов'язки:

«Кожен з нас поклав руку на Конституцію і кожен з нас присягнув на вірність Україні... Відсьогодні кожен з нас несе відповідальність за Україну, яку ми залишаємо своїм дітям. Кожен з нас, на своєму місці, зможе зробити все для розвитку України.» [16]

«Кожен з нас загинув на Донбасі.

Кожного дня ми втрачаємо кожного з нас.

І кожен з нас – переселенець.» [16]

Або ж англомовні приклади:

«They both want you to lose because there has been nobody tougher to Russia between the sanctions, nobody tougher than me on Russia, between the sanctions, between all of what I've done with NATO. I've got the NATO countries to put up an extra \$130 billion going to \$420 billion a year. That's to guard against Russia. I sold, while he was selling pillows and sheets, I sold tank busters to Ukraine. There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump.» [64]

Повтори «nobody tougher», за допомогою яких Трамп наголошує про результати своїх дій, а також відкидання пустих звинувачень щодо співпраці з Росією

«They kill us. I *beat* China all the time. All the time... They send their cars over by the millions, and what do we do? When was the last time you saw a Chevrolet in Tokyo? It doesn't exist, folks. They beat us all the time... They're laughing at us, at our stupidity. And now they are beating us economically. They are not our friend, believe me. But they're killing us economically». [65]

Така тактика була використана для переконання слухачів у спроможності Трампа подолати всі можливі проблеми, зокрема використовуючи повторення: «...all the time. All the time». [65] Таким чином за допомогою повторів політик наголошує не тільки на проблемі, а й на її тривалості. Крім цього повтори окремих слів, таких як «beat».

«The fact is that when we knew it was coming, when it hit, what happened? What did the President say? He said, «Don't worry. It's going to go away. It'll be gone by Easter. *Don't worry. Warm weather. Don't worry. Maybe inject bleach.*» He said he was kidding when he said that, but a lot of people thought it was serious. A whole range of things the President has said, even today, he thinks we are in control. We're about to lose 200,000 more people.» [64]

В першу чергу це наявність повторів «don't worry». Також політик закликає нас звернути увагу на обіцянки, які давав Трамп народові, цитуючи його ж слова. Обіцянки не були виконані. Для цього він називає конкретні факти, а саме кількість людей, що померли від коронавірусу.

Або ж до прикладу промова Дональда Трампа:

«*They're controlled fully – they're controlled fully* by the lobbyists, by the donors, and by the special interests, *fully*». [65]

Також в даному висловлюванні наявні повторювання «they're controlled fully».

8. Порівняння

Порівняння — троп, який полягає у поясненні одного предмета через інший, подібний до нього, за допомогою компаративної зв'язки, тобто єднальних сполучників: як, мов, немов, наче, буцім, ніби та ін. {«Блукай та їж недолі хліб і вмри, / Я к гордий флоренцієць, у вигнанні», Юрій Клен) або предиката — подібний, схожий, нагадує, здається та ін. [20]

Comparaison n. f. Trope qui établit une ressemblance entre deux objets d'une façon explicite, grâce à un mot-outil spécifique (comme, tel, pareil, etc.). la présence de cet élément formel distingue la comparaison de la métaphore. [84]

Французький політичний дискурс також дуже багатий на порівняння. Це словесні висловлювання, у яких уявлення про зображуваному предметі конкретизується шляхом співставлення з іншими предметами, які містять у собі необхідні конкретизації уявлення ознаки у більш концентрованому прояві. Порівняння як стилістичний прийом служить засобом передачі мовного зображення особи, предмета, явища чи дії через характерні ознаки, які органічно притаманні іншим.

Наприклад : «La République n'est pas un drapeau dans lequel il fait bon se blottir si c'est pour, aussitôt après, s'essuyer les pieds sur ses valeurs comme sur un paillason». [50]

Використовуючи порівняння, оратор може викликати у свідомості слухача виразні, надзвичайно яскраві образи. Загалом, можна говорити, що такі порівняння демонструють оцінне значення, що дозволяє оратору висловити власну думку і непомітно нав'язати його слухачам. Очевидно, що у французькому політичному дискурсі негативного ставлення набувають усі чинники, які суперечать демократичним принципам та традиціям французького вільного суспільства.

Варто звернути увагу й на використання порівняння в промовах вітчизняних діячів:

«Але, я наголошую, сьогодні країна набагато сильніша і в набагато кращому стані, ніж п'ять років тому. Це факт. Очевидно, що люди розраховували на більше, і прагнули більшого. І прийняли те рішення, яке прийняли.» [27]

Порівняння «...сьогодні країна набагато сильніша і в набагато кращому стані, ніж п'ять років тому» [27] Петро Олексійович використовує саме для того, щоб свої здобутки, адже в порівнянні пізнається істина.

Давайте розглянемо інавгураційну промову 45 президента США Дональда Трампа, 20 січня 2017 р.:

«...rusted-out factories scattered like tombstones across the landscape of our national» [85]

«America will start winning again, winning like never before.» [85]

«They have something to tell us today, just as the fallen heroes who lie in Arlington

whisper through the ages.» [85]

Варто проаналізувати і наступний уривок:

«Because there has never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a half years. And that's despite the impeachment hoax and you so what happened today with Hillary Clinton, where it was a whole big con job. But despite going through all of these things where I had a fight, both flanks and behind me and above there has never been an administration that's done what I've done. The greatest, before COVID came in the greatest economy in history, lowest unemployment numbers, everything was good. Everything was going». [63]

Крім того, чітко прослідковується і порівняння «there has never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a

half years». Політик показує суспільству, що він був кращим ніж інші, використовуючи порівняння вказує на це порівнюючи результативністю під час правління державою.

«They both want you to lose because there has been nobody tougher to Russia between the sanctions, nobody tougher than me on Russia, between the sanctions, between all of what I've done with NATO. I've got the NATO countries to put up an extra \$130 billion going to \$420 billion a year. That's to guard against Russia. I sold, while he was selling pillows and sheets, I sold tank busters to Ukraine. There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump.» [64]

Своєю чергою, Дональд Трамп сказав, що він є жорстким до Росії і що саме його адміністрація надала летальну військову допомогу Україні. Трамп використовує для переконання порівняльні конструкції, як «there has been nobody ... than me», «There has been nobody tougher on Russia than Donald Trump», що змушує виборців переконатися у його словах.

«And *this is the time as Americans*, together, we get back up». [61]

У своєму виступі Дж. Байден наголошує на тому, що він та його партія, як частина американського суспільства, прагнуть того самого що і всі американці – сприяти добробуту і процвітанню своєї країни за допомогою порівняння (as Americans).

Задля кращого розуміння і сприйняття давайте переведемо всі дані в графічний шлях. Для цього ми підрахували кожен стилістичну одиницю відповідно до мови і маємо наступні дані:

- З додатку А ми бачимо, що наше дослідження показало, що в проаналізованих політичних промовах французьких діячів найбільше використовувалися такі стилістичні одиниці, як метафора, антитеза та анафора. Проте найчастотнішим тропом є епітет. Використання цього

маркеру означає, що політики задля досягнення певної мети забарвлюють своє мовлення використовуючи саме їх.

- На діаграмі з додатку Б можна зробити наступний аналіз. Американські політики використовують в промовах найрізноманітніші стилістичні одиниці, задля впливу на суспільство. Тому з діграми ми можемо зрозуміти, що найпоширенішими є епітет та метафора. Остання з них часто прослідковується і в інших проаналізованих мовах, проте така частотність притаманна тільки англійському дискурсу.

- Варто проаналізувати і додаток В. Українські політики дуже стриманні у висловлюваннях, промовах, агітаціях. Вони вкрай рідко вживають у своїх дискурсах фразеологічні одиниці та неологізми. Проте їхнє мовлення багате на метафори, метонімію та відповідно як і в інших досліджених мовах епітет.

Тому варто підсумувати і зробити висновок, що в проаналізованих промовах політичних діячів найпоширенішими стилістичними одиницями являються метафора, антитеза, анафора та повтор. Проте тропом, котрий найчастіше з'являється у промовах є епітет, його частотність перевищує навіть вдвічі, а то і втричі в порівнянні з іншими мовними одиницями.

3.2. Номінативні особливості різнорівневих лексичних одиниць

Політичні програми як жанр мовлення характеризуються активним використанням лексико-граматичних засобів, поданих у політичних текстах. Для найменування цих лексичних одиниць використовуються терміни «суспільно-політична лексика», «суспільно-політична лексика» та «політична лексика», серед яких останній набув поширення в сучасній політичній лінгвістиці. До політичної лексики відносяться насамперед позначення органів влади, суспільно-політичних об'єднань, політичної системи, а також лексеми, що називають поняття сфер, пов'язаних із політикою – економіка, фінанси, юриспруденція, державна безпека чи дві з представлені тематичні групи – номінації явищ внутрішньої та зовнішньої політики.

При аналізі політичного дискурсу на матеріалі виступів франко-, англо-, україномовного дискурсу, помічаємо частоту вживання різної термінології та лексики різних рівнів.

Крім цього, часто використовується в французькому мовленні лайливі слова, інвективна лексика, лексика зниженого порядку, наприклад: Tout d'abord qu'est-ce qu'un «gros mot»? Un synonyme pourrait être «mot vulgaire», ou encore «mot grossier». Ce qui ne nous avance guère (on le savait déjà). En fait, sont qualifiés ainsi les mots se rapportant à une notion communément admise comme vulgaire et que l'on veut mentionner en conservant cet aspect. C'est le cas par exemple lorsqu'on parle de sa merde, de quelqu'un de chiant (l'image est assez explicite), etc.

De là, on pourra remarquer le rôle d'emphase que revêt souvent le gros mot, lui donnant plus de poids et faisant ressortir l'idée. Par exemple, vous ne relèverez pas de la même manière la phrase «untel m'ennuie» ou, même si le sens est sensiblement le même, «untel me fait chier». On peut d'ailleurs supposer que c'est cette emphase basée sur des images souvent elles-mêmes vulgaires qui a fait de ces expressions et locutions des «gros mots», que l'on apprend aux enfants à ne pas prononcer. Enfin, et pour finir cette introduction, on notera aussi que, souvent, les gros mots se rattachent à des notions scatologiques étant, dans l'esprit traditionnel, les images les plus «honteuses» et «rabaissantes».

Ainsi, celui qui «me fait chier» n'est capable de motiver chez moi qu'une envie de déféquer, tel objet que je qualifierais de «merdique» me fait penser (à l'origine, depuis les sens ont évolué mais c'est ce que nous verrons par la suite) à mes déjections...

Con (nom masculin)

En voilà un «gros mot» courant. Vous l'avez d'ailleurs sans aucun doute déjà employé à de multiples reprises («Mais quel con!», «Je suis con», etc.) pensant en connaître le sens. Connard (nom masculin). Étant donné que nous venons de voir le mot «con» et que «connard» est un dérivé (synonyme du précédent), je ne m'y attarderai pas. Je souhaitais seulement mentionner une petite particularité orthographique concernant ce mot. En effet,

«connard» peut s'écrire soit «connard» soit «conard» (d'usage moins fréquent de nos jours cela dit). Vous noterez au passage que le féminin est «connasse» et que lui s'écrit toujours avec deux *n*. Si le masculin peut s'écrire «salop», vous pourrez aussi rencontrer (sans doute même d'usage plus fréquent) «salaud» avec un -d. Le féminin quant à lui ne pose aucun problème puisqu'il s'agit sans alternative possible de «salope».

Le nom commun «salaud» signifie, d'après la définition du C.N.R.T.L. «Personne méprisable, dénuée de toute moralité; personne capable d'actes contraires à tous les principes moraux». Et c'est en effet le sens qu'on lui connaît le plus souvent aujourd'hui. Cependant, là encore, ce mot tire en partie son origine de... la femme! Eh oui, quand on vous dit que leur statut n'a pas toujours été facile à vivre... En fait, ce mot a changé plusieurs fois de sens. Aux XVIe et XVIIe siècles, «salaud(e)» (ça s'écrivait comme ça à l'époque) désignait un homme ou une femme très sale.

Une analyse des gros mots (leur existence et leur évolution dans le temps, leur fonction symbolique, leur fonctionnement linguistique - niveaux de langue, dérivation) peut aider à prendre de la distance, à analyser les pulsions et à leur résister.

Проте варто звернути увагу, що у політичних промовах найчастіше зустрічається така лексика: загальнополітична, економічна, медична, суспільно-політична, військова, юридична лексика. Тому давайте розглянемо їх приклади вживання у промовах.

Власне політична лексика. Вона охоплює найменування органів влади (Верховна Рада, парламент), керівних осіб держави (президент, прем'єр-міністр), політиків і посадовців (депутат, держслужбовець), політичних об'єднань (партія, альянс), загальних політичних понять (державна, євроінтеграція). Ці терміни використовуються для позначення понять влади, її спрямованості, діяльності. Давайте наведемо приклади франко-, англо- та україномовного контексту:

«Moi, je protège les enfants de la République, vous, vous protégez les plus privilégiés.» [52]

«Vous pouvez choisir une solution de rechange à un gouvernement actuel qui ne réussit pas ou qui ne change rien.» [75]

«First of all, I've already done something that nobody thought was possible. Through the legislature, I terminated the individual mandate.» [64]

«Because there has never been an administration or president who has done more than I've done in a period of three and a half years.» [63]

«But the fact is, there is no collusion. And I call it the «witch hunt». This should never happen to another President. This is so bad for our country.» [79]

«Я піду з офісу. Але хочу твердо наголосити - я не йду з політики. Я залишаюся в політиці і буду боротися за Україну. І хочу окремо пояснити чому.» [27]

Досить багато прикладів з проаналізованих промов містять у собі дану лексику, адже власне політична найбільше притаманна промовам політиків. Такі слова як «République», «gouvernement» в французьких промовах, чи «mandate», «administration», «president» в англійській мові, чи «політика» в українській і підтверджують широке використання даної лексики у промовах політиків. Використання суспільно-політичної лексики дозволяє оратору занурювати своїх слухачів у процес політичного спілкування. Особливо у промовах інавгурації Франсуа Олланда та Ніколя Саркозі досить багато таких слів: l'Etat, le mandat, la demographie, l'unite de la Nation, le president de la Republique, la Constitution, le gouvernement, la democratie, La Declaration des droits de l'homme, la modernisation de la societe.

Менш чисельною, проте важливою є економічна термінологія. Економічна лексика – це найменування економічних процесів, банківської діяльності, макроекономічних понять.

Давайте розглянемо у яких випадках політики використовують цю лексику:

«Our labor participation rate was the worst since 1978. But think of it, GDP below zero, horrible labor participation rate. And our real unemployment is anywhere from 18 to 20 percent. Don't believe the 5.6. Don't believe it». [65]

«We're going to start the engine rolling again because right now our country is dying at 1 percent GDP» [87]

«The good news is that today, the economy is growing again; wages, incomes, home values, and retirement accounts are all rising again; poverty is falling again.» [77]

«Скажіть мені, будь ласка, так, може, бюджет України передамо у сліпий траст? Може, воно нормально працює? Перший каже нам, що долар буде по 10, а другий робить по 30.» [7]

З даних промов можна виділити наступні слова: «GPD», «unemployment», «wages», «incomes», «economy», «retirement accounts», «траст», «долар». Тобто чисельність використання економічної лексики досить помітна, адже політика завжди пов'язана з економікою, оскільки будь-які перемови державного рівня чи закордоном, мають місце обговорення економічних питань.

До іншої категорії відносимо медичну термінологію.

Що ж є безпосередньо важлива тема обговорення політичними діячами. В промовах політики керуються більш загальними терміни медичної лексики, що ж розглянемо деякі приклади:

«C'est pourquoi, en votre nom, je tiens avant toute chose à exprimer ce soir la reconnaissance de la Nation à ces héros en blouse blanche, ces milliers de femmes et d'hommes admirables qui n'ont d'autre boussole que le soin, d'autre préoccupation que l'humain, notre bien-être, notre vie, tout simplement». [49]

«Par exemple, contre le vin rosé, nous qui sommes des amoureux du vin rosé... «rosé» mais pas «coupé» parce que, pour nous, le vin rosé, ce n'est pas un peu de blanc, un peu de rouge, cela, c'est l'ancien centrisme... Nous ne sommes pas pour les hybrides, parce que la caractéristique des hybrides, comme vous le savez c'est

qu'ils ne peuvent pas se reproduire, et nous nous avons bien l'intention de nous reproduire... Nous sommes pour du pur-sang, du pur-sucre, de la pure-vie, bref... des citoyens qui se mobilisent». [56]

«The greatest, before COVID came in the greatest economy in history, lowest unemployment numbers, everything was good. Everything was going». [63]

«It's gone. Now, it's in court, because Obamacare is no good. But then I made a decision, run it as well as you can, to my people, great people, run it as well as you can.» [64]

Слова, котрі зустрічалися у проаналізованих промовах: «héros en blouse blanche», «reproduire», «sang», «COVID», «Obamacare».

Частотність вживання цієї лексики була менш помітна у проаналізованих промовах. Адже політики можуть керуватися тільки загальними темінами з медичної лексики у свої виступах.

Юридична лексика. Дана лексика включає найменування законодавчих актів, явищ судової діяльності, юридичних процесів.

Політики, особливо президенти країн, також використовують юридичну лексику. Оскільки жодні перемови між державами, політиками, організаціями не проходять без підсиння різного виду угод, співпраць. Тому ми проаналізували промови та виділили деякі з них:

«Or il se trouve que tout l'argumentaire qui a été développé contre ce projet républicain et que nous avons entendu mille fois : «c'est ringard», cela ne marche pas «le soi-disant modèle social français», les tonnes d'éditoriaux sympathiques bien inspirés qui ont été écrits sur ce sujet, les mètres cubes d'encre que l'on a fait couler pour nous persuader que l'on avait tort dans la recherche de cet idéal, et que l'on avait tort dans la recherche de cet idéal». [56]

«Léon Blum a, à juste titre, clamé, en 1920, dans un geste prémonitoire face au communisme, que la liberté individuelle et collective ne se marchandait pas, que la fin ne pouvait justifier les moyens». [60]

«Чому не покарані прибічники Януковича? Скільки особисто вам занесли з «Роттердам+»? Чому ви скасували закон про незаконне збагачення? Чому не знята недоторканність депутатів? Петре Олексійовичу, оберіть будь-яке запитання та відповідайте». [7]

Ця лексика зустрічається рідше у політичних текстах, але все ж таки ми виділили наступні слова: «l'argumentaire», «projet», «juste», «Роттердам+».

Війська лексика - це найменування військових формувань, бойових дій, понять державної безпеки.

Тексти були проаналізовані та вибрані деякі з використанням цієї лексики:

«Mesdames, Messieurs

Les Français ont choisi, vous l'avez rappelé, le 7 mai dernier, l'espoir et l'esprit de conquête.» [62]

Або ж промови американських політиків:

«I sold, while he was selling pillows and sheets, I sold tank busters to Ukraine», що засвідчує допомогу Україні під час АТО. [64]

«He still refuses to even say anything to Putin about the bounty on the heads of American soldiers.» [63]

А також промови вітчизняних політиків:

«Чи могли ми тоді уявити, що ваше «я закінчу війну за два тижні», стане наше Іловайськ і Дебальцеве.» [7]

«З приводу того, що я ховаюсь, я був дуже багато разів в АТО. ... І що стосується головнокомандувача, пане Порошенку, зараз війна.» [7]

Можна дійти висновку, що в промовах політиків військова лексика вживалася найчастіше через війну в Україні.

На думку сучасних лінгвістів, саме завдяки вербальній діяльності політика створюється його позитивний чи негативний образ. Мова політика дуже різноманітна і залежить від посади, яку він обіймає, рівня його розвитку та інших особистих і професійних факторів. Вважаємо, що перш за все віртуозне володіння мовою політичним лідером є гарантом і запорукою успіху його політичної діяльності. Перебуваючи при владі, політик дуже часто створює власну мову, власний спосіб спілкування з електоратом, журналістами та опонентами, часто обираючи стиль, позбавлений слів і виразів, характерних для професії.

Отже, за результатами аналізу можна впевнено стверджувати, що значної частотності вживання лексичних одиниць, які б репрезентували вузькоспеціальну термінологію, немає. Такий підхід політиків у контексті вибору лексичних одиниць при вербалізації власного наміру пояснюється бажанням бути зрозумілим максимальній кількості реципієнтів. Водночас кількісні показники свідчать про використання термінологічних лексичних одиниць, які характеризують ті чи інші суспільні явища та називають політичні, економічні, медичні, військові, юридичні аспекти, що і є актуальні на даному етапі розвитку суспільства.

ВИСНОВКИ

У цій роботі була спроба виявити лексико-стилістичні особливості політичного дискурсу та провести аналіз тактик стратегій дискредитації та самопрезентації політичного дискурсу у промовах політичних діячів. Для досягнення та реалізації мети було виконано низку поставлених завдань.

На початку дослідження було проаналізовано визначення терміну «дискурс» різними дослідниками. Розглянувши і дослідивши кожен з них ми дійшли до висновку, що дискурс - це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву, відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників.

Крім цього ми проаналізували різновиди дискурсу та виділили політичний дискурс, котрий доцільно вважати конкретним виявом політичної комунікації, що має за тему актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб'єкта та політичного об'єкта. При розгляді даного дискурсу виділили, що він підпорядковується стратегіям, котрі перш за все, являються усвідомленим вибором комунікативних намірів та розподіл квантів інформації за комунікативними складовими. В свою чергу, стратегії реалізуються через тактики, що є конкретними мовленнєвими діями для реалізації поставлених завдань з метою здійснення впливу на адресата.

В другому розділі нашого дослідження ми дійшли до висновку, що політики користуються найпоширенішими серед політичного дискурсу стратегіями самопрезентації, яка включає в себе тактики «самовихваляння», «виправдання», «єднання» та дискредитації, що керується тактикою «аналіз-мінус», «звинувачення», «безособового звинувачення», «викриття», «образи».

В результаті вивчення тактик стратегій дискредитації та самопрезентації було виявлено, що головними тактиками у промовах французьких політиків були «вихваляння», «аналіз-мінус», «звинувачення», американські політики

використовували «виправдання», «звинувачення», «викриття», образи», українські - «єднання», «аналіз-мінус», «звинувачення».

У ході дослідження промов політиків Франції, США та України було виявлені такі стилістичні одиниці як анафора, антитеза, гіпербола, епітет, метафора, метонімія, повтор та порівняння. Кожен з маркерів був проаналізований та було дібрано найточніше визначення терміну на українській та французькій мовах. Після цього ми дослідили промови та отримали наступні висновки:

- мовлення у промовах французьких політиків прослідковується часте використання метафор, що становить 17%, антитез та анафор по 7%. Проте 26% становить вживання епітетів у політичних промовах.
- американські політики дуже емоційні у своїх промовах, вони використовують різні тропи, але найпоширенішими є метонімія, порівняння, метафора та епітета. Останні з перелічених становлять аж 22% та 26% відповідно.
- українські політики навпаки дуже стримані у своїх висловленнях. Їх мовлення багате також на метафори та метонімію. Проте такий високий відсоток використання епітетів наявний саме у промовах українських політиків. Цей відсоток складає 35%, що становить третину від виявлених стилістичних одиниць.

Всі отримані дані під час дослідження було переведено у діаграми та подано у додатках, задля кращого аналізу та розуміння про наявність та частотність використання стилістичних одиниць.

Крім цього ми розглянули лексику політичних діячів. Ми проаналізували промови політичних діячів і виділили таку лексику, як економічну, медичну, юридичну та військову. Проте найпоширенішою лексикою у досліджених промовах стала політична.

Можна дійти висновку, що результати повністю відповідають завданням, мета дослідження була досягнута. Перспективи дослідження розглядаються в

подальшому аналізі політичного дискурсу, його тактик, стратегій та лексично-стилістичних одиниць, оскільки політика відіграє велику роль у житті суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н.Д. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. 2-е изд. 1998. — 685 с.
2. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: монографія. УРСС: МГУ им. М.В. Ломоносова. Филос. фак., 2001. 358 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: книга. Академія, 2004. 344 с.
4. Борботько В.Г. Элементы теории дискурса: Учеб. пособие / В. Г. Борботько. - Грозный: ЧИГУ, 1989. 81 с.
5. Ван Дейк Т.А. К определению дискурса: книга. Сэйдж пабликэйшнс, 1998. 384 с.
6. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация : монографія /пер. с англ. Т. А. Дейк ван / за ред. В. И. Герасимова: Прогресс, 1989. 312 с.
7. 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>
8. Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца XX века. - М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. - С. 239-320.
9. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / Під заг.ред. Шевченко І.С. Харків: Константа. 2005. 356 с.
10. Дубских А.И. Средства реализации коммуникативной стратегии саморепрезентации личности в массово-информационном дискурсе. Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2008. Вып. 35. С. 50–54.
11. Енциклопедія постмодернізму / за ред. Ч. Вінквіста та В. Тейлора; пер. з англ. В. Шовкун; наук. ред. Пер. О. Шевченко. Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2003. С. 126
12. Жижина А. Е. Филологические науки. Вопросы теории и практики (входит в перечень ВАК). Тамбов: Грамота, 2018. № 7. Ч. 1. С. 127-133. URL: <https://www.gramota.net/materials/2/2018/7-1/29.html>

- 13.Зелдін Т. Все про французів. М.: Прогрес, 1989 С. 251.
- 14.Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Издательство ЛКИ. 2008. Изд. 5-е. С. 288.
15. Иссерс О.С. Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов. Москва, 2011. 224 с.
- 16.Інавгураційна промова Зеленського. Повний текст. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-promova-zelenskoho/29952433.html>
17. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності : монографія. Одеса : Чорномор'я, 2007. 156 с.
- 18.Косенко Ю. В. Основи теорії мовленнєвої комунікації : навч. посіб.. Суми: Сумський державний університет, 2013. 292 с.
- 19.Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональный и структурный аспекты : монографія. 2000. С. 7–25.
20. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. — Київ : ВЦ «Академія», 2007.
- 21.Маркович А. А. Аргументативная коммуникация / Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов : сб. науч. трудов. / под общ. ред. И. Ф. Ухвановой-Шмыговой. Минск. Вып. 1. 1998. С. 144-150.
- 22.Мацько Л. І. Лінгвістична риторика // Наука і сучасність: Зб. наук. праць. Ч.4: Логос, 1999. С. 3-16.
- 23.Михайлова Е. В. Обучение самопрезентации: учеб. пособие. Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. 224 с.
- 24.Михалева, О.Л. Политический дискурс: способы реализации агональности : книга. URL: <http://rus-lang.isu.ru/about/group/mikhaleva/state2/>
- 25.Москаленко В. В. Соціальна психологія : книга. Видання 2-ге, виправлене і доповнене : Центр учбової літератури, 2008. 688с.
- 26.Николаева Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики. - М.: Прогресс, 1978. -480 с.

27. "Ніколи не здавайся. Ніколи, ніколи". Повна промова Порошенка після поразки на виборах. URL: <https://desn.kyivcity.gov.ua/news/11678.html>
28. Оксфордський толковий словарь по психології. В 2-х т. Т. 1. / Под ред. А. Ребера / Пер. с англ. Чеботарева Е. Ю. Москва : Вече АСТ, 2003. 592 с.
29. Оксфордський толковий словарь по психології : в 2-х т. Т. 2. / Под ред. А. Ребера / Пер. с англ. Чеботарева Е. Ю. Москва : Вече АСТ, 2003. 592 с.
30. Опарина Е. О. Метафора в політичному дискурсі / Політичний дискурс: історія і сучасні дослідження : Збірник наукових. – Москва, 2002. 184 с.
31. Паршина О. Н. Стратегії і тактики речевого поведіння сучасної політичної еліти Росії / Влада і мова в засобах масової інформації: наук. докл. Саратов : Из-во Саратовського ун-та, 2005. С. 24–37.
32. Пеше М. Результати і перспективи по відношенню до автоматичного аналізу дискурсу. *Квадратура значення: французька школа аналізу дискурсу* / К. Фуко. ОАО ІГ «Прогрес», 1999. С. 105–123.
33. Почепцов, Г. Г. Теорія комунікації : книга. «Рефл-бук», «Ваклер», 2001. 656 с.
34. Рильський М. Т. Моя царівна // Рильський М. Т. Зібрання творів : у 20 т. Київ : Наукова думка, 1983. Т. 1: Поезія 1907–1929; Проза 1977–1925. 123 с.
35. Самопрезентація. Основні стратегії самопрезентації. URL: https://stud.com.ua/49669/psihologiya/samoprezentatsiya_osnovni_strategiyi_samo_prezentatsiyi
36. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.
37. Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. ВЦ "Академія", 2010. 240 с
38. Степанов Ю.С. Альтернативний світ, Дискурс, Факт і принцип Причинності // Язык и наука конца XX века: Сб. ст. / Под ред. Ю.С. Степанова. - М.: РГГУ, 1995. - С. 35-73.

39. Судус Ю. В. Лінгвопрагматичні засоби реалізації стратегії дискредитації в американському дипломатичному мовленні (на матеріалі промов Дж. Р. Пайетта). *Вісник Львів. у-ту. Сер. «Філологічні науки»*. № 23. 2016. С. 47–56.
40. Урочисте засідання Верховної Ради України, присвячене складанню присяги новообраним Президентом України Петром Порошенком. URL: https://www.rada.gov.ua/news/Novyny/Plenarni_zasidannya/94013.html
41. Фоменко О. С. Політична реклама в телевізійних дебатах: лінгвістичні аспекти // *Мовні і концептуальні картини світу : збірник наукових праць Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка*. К. : „Логос”, 2000. С. 365-369.
42. Фуко М. *Археологія знання*. Пер. с франц. С. Митина и Д. Стасова под общей редакцией Бр. Левченко. 1996.
43. Хабермас Ю. *Комунікативна дія і дискурс – дві форми повсякденної комунікації / Першоджерела комунікативної філософії*. К.: Либідь, 1996. С. 84–90
44. Шейгал Е. И. *Семиотика политического дискурса : монография*. ИТДГК «Гнозис», 2004. 326 с.
45. Шейгал Е. И. Структура и границы политического дискурса. *Филология*. № 14. Краснодар, 1998. С. 22–29.
46. Шкуратова, И.П. *Самовыражение личности в общении. Психология личности: учеб. пособие / под ред. П.Н.Ермакова, В.А.Лабунской*. М. : ЭКСМО, 2007. С.241 -265.
47. Яновець А. І. Лінгвокогнітивні засоби реалізації тактик стратегії аргументації в політичному дискурсі американських політиків. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 2(70), червень. С. 247–250.
48. Accueil des réfugiés: «Un devoir» pour Macron. *leParisien*. URL:<http://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/candidats-et-programmes/accueil-des-refugies-un-devoir-pour-macron-10-01-2017-6550497.php>

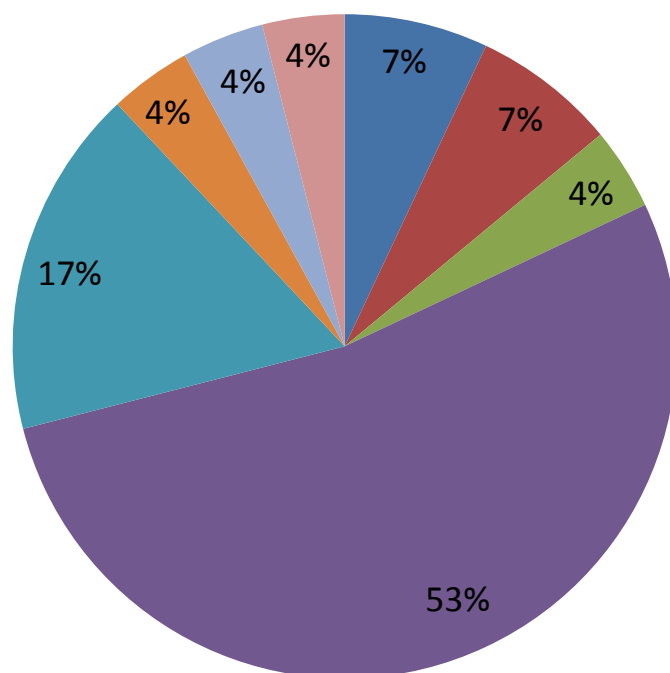
49. Adresse aux français de Président Emmanuel Macron, le 12 mars 2020. URL: <http://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/12/adresse-aux-francais>.
50. A Marseille, Pierre Laurent lance un appel à refonder la République. URL: <http://paris14.pcf.fr/sujets/3919>
51. Bush G.H.W. Presidential Inaugural Address, delivered 20 January 1989. URL: <https://americanrhetoric.com/speeches/georgehwBushinauguralspeech.htm>.
52. Ce qu'il faut retenir du débat Sarkozy-Hollande. URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com/politique/election-presidentielle>
53. Cobby F. Le discours politique / Franc Cobby URL: www.analyse-du-discours.com;
54. Conseil National UMP: Discours de François Fillon. URL: <http://58www.philippevitel.com/les-grands-discours/conseil-national-ump-discours-de-francois-fillon.html>
55. Débat : Hollande vainqueur aux poings, Sarkozy évite le KO. URL: <http://www.huffingtonpost.fr/2012/05/02>.
56. Déclaration de M. François Bayrou, président du Mouvement Démocrate. Le Site Officiel de Mouvement Démocrate. URL : <http://www.mouvementdemocrate.fr>.
57. Définitions : répétition - Dictionnaire de français Larousse. URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/repetition/68384>
58. Dijk T. A. van. Ideology : A Multidisciplinary Approach. London : Sage, 1998. P 147
59. Discours de Marine Le Pen (Vendredi 1er mai 2015). URL: <http://84www.frontnational.com/2015/05/discours-de-marine-le-pen-vendredi-1er-mai-2015/>
60. Discours-programme de François Hollande au Bourget, le 22 janvier 2012. URL: <http://www.lejdd.fr/Election-presidentielle-2012/Actualite/L-integralite-du-discours-de-Francois-hollande-au-Bourget-467953>.
61. DNC Speech – 27 August 2008 Campaign. URL: http://uspolitics.about.com/od/campaign2004/a/quatable_dnc.htm

62. Dodet R. . Le premier discours de Macron président : ce qu'il faut lire entre les lignes /RemyDodet.URL:www.nouvelobs.com/presidentielle-2017/20170514.OBS9368/le-premier-discours-de_macron-president-ce-qu-il-faut-lire-entre-les-lignes.html;
63. Donald Trump & Joe Biden 1st Presidential Debate Transcript 2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020>
64. Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020>
65. Donald Trump's Presidential Announcement Speech. URL : <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/>
66. François Hollande: «Ces cinq années auront été la présidence de la parole». URL: http://www.liberation.fr/france/2012/01/03/francois-hollande-ces-cinq-annees-aurent-ete-la-presidence-de-la-parole_785622
67. Full text: 2017 Donald Trump inauguration speech transcript. URL: <https://www.politico.com/story/2017/01/full-text-donald-trump-inauguration-speech-transcript-233907>
68. Geis M.L. The Language of politics. - NY. etc.: Springer Verl., 1987. P 189.
69. *Goffman*. Relations in public. Microstudies of the public order. New York: Basic Books, 1971.
70. Grossi A. M. Piercing, tattoos and branding: Latent and Profound Reasons for body manipulations // Katz J. Machines that become us: the social context of personal communication technology. New Brunswick : Transaction Publishers, 2006. P. 285–289
71. Jones E. E. Pittman T. S. Toward a general theory of strategic self-presentation. Psychological perspectives on the self. 1982. Vol. 1. P. 231–262.
72. Le Bart Cristian Le discours politique / Cristian le Bart. URL:www.le-politiste.com;

73. Le discours d'Emmanuel Macron après les résultats du 1er tour. URL: https://www.youtube.com/watch?v=gcs_9hrqQ0A
74. Macron: «Le sujet de l'immigration ne devrait pas inquiéter la population française»(электронный ресурс). FDESOUCHE. URL: <http://www.fdesouche.com/828099-macron-le-sujet-de-limmigration-ne-devrait-pas-inquieter-la-population-francaise>
75. Marine le Pen s'exprime à la suite des premières estimations. URL: https://www.youtube.com/watch?v=p4CJ_dH1zak
76. Notes on lecture course in 'discourse analysis' delivered by N.I. Andreychuk, 2007.
77. Obama M. Address at West Point Graduation Banquet, delivered 20 May 2011, West Point, NY. URL: <https://americanrhetoric.com/speeches/michelleobamawestpointbanquet.htm>.
78. Pocheptsov G. Language and Humor. Kiev, Russia: Vyscha Skola, 1982.
79. President Trump judges Cohen testimony in Hanoi. URL: <https://protectdemocracy.org/timeline/president-trump-judges-cohen-testimony-in-hanoi/>
80. Remarks at the KI Convention Center in Green Bay, Wisconsin. URL: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=123199>
81. Remarks by President Obama and President Poroshenko of Ukraine after Bilateral Meeting: 22.09.2014. URL: <https://japan.mfa.gov.ua/en/news/2366-vistupi-prezidenta-obami-i-prezidenta-poroshenka-pislya-zustrichi-v-bilomu-domi>
82. Sarkozy N. Discours de vœux du Président Nicolas Sarkozy aux forces économiques à Toulouse [Электронный ресурс] / Nicolas Sarkozy // Discours de M. le Président de la République. – Toulouse, 13 janvier 2011. URL: <http://www.elysee.fr/president/lesactualites/discours/2011/discours-de-voeux-du-president-nicolas-sarkozy-aux.10428.html>.
83. Sarkozy N. 50 ans du Centre National d'Etudes Spaciales [Электронный ресурс] / Nicolas Sarkozy // Discours de M. le Président de la République. – Toulouse, 22 novembre 2011. URL: <http://www.elysee.fr/president/les-actualites/discours/2011/50-ans-du-centre-national-d-etudesspatiales.12497.html>.

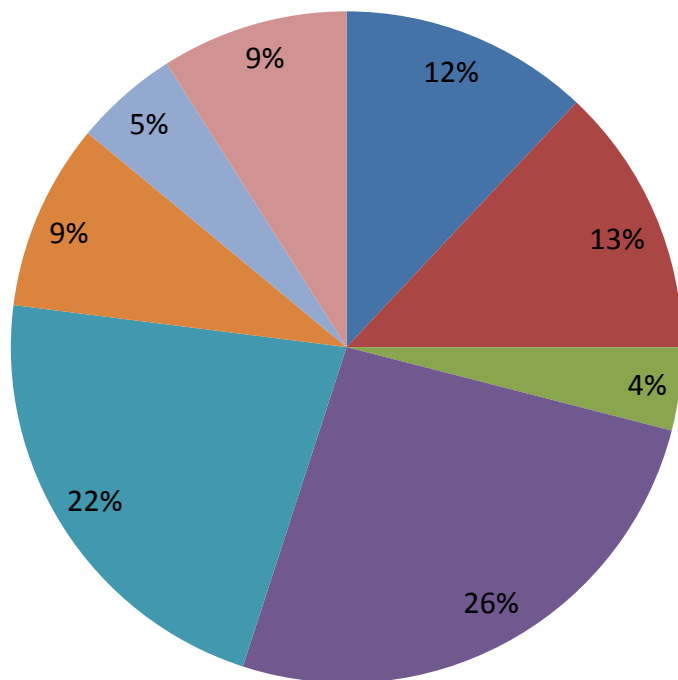
84. Stylistics of the French language. [URL:https://studfile.net/preview/8347642/](https://studfile.net/preview/8347642/)
85. The Presidency/Presidential speeches: веб-сайт. URL: <https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches>
86. Trinquet M. ABCD'R du Sarkozysme: Nicolas Sarkozy en 26 discours. Paris, Bo-D-Books on Demand, 2015. P. 33.
87. Trump D.J.. Address to the people of Poland, delivered 6 June 2017, Krasinski Square, Warsaw, Poland. [URL:https://americanrhetoric.com/speeches/donaldjtrumpwarsawspeech.htm](https://americanrhetoric.com/speeches/donaldjtrumpwarsawspeech.htm).

Додаток А
Використання стилістичних одиниць в промовах французьких політиків



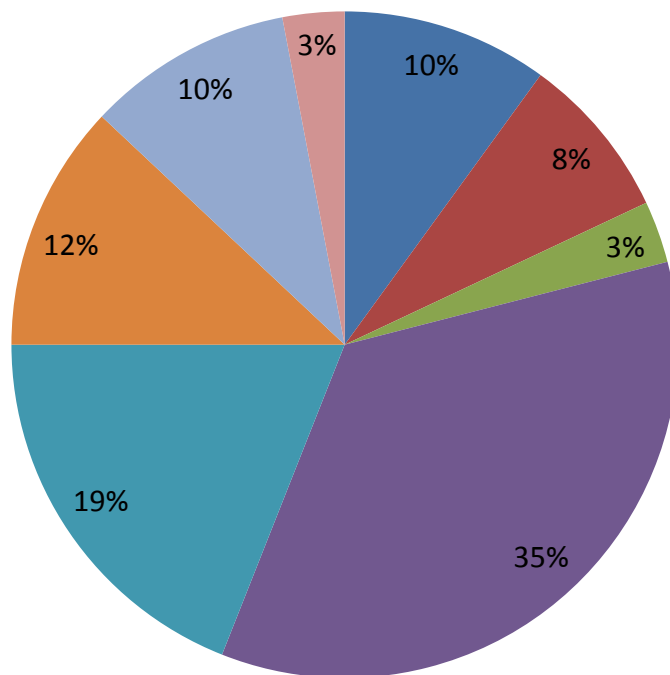
- | | | | |
|------------|-------------|-------------|--------------|
| ■ Анафора | ■ Антитеза | ■ Гіпербола | ■ Епітет |
| ■ Метафора | ■ Метонімія | ■ Повтор | ■ Порівняння |

Додаток Б
Використання стилістичних одиниць в промовах американських політиків



■ Анафора ■ Антитеза ■ Гіпербола ■ Епітет
■ Метафора ■ Метонімія ■ Повтор ■ Порівняння

Додаток В
Використання стилістичних одиниць в промовах українських політиків



- | | | | |
|------------|-------------|-------------|--------------|
| ■ Анафора | ■ Антитеза | ■ Гіпербола | ■ Епітет |
| ■ Метафора | ■ Метонімія | ■ Повтор | ■ Порівняння |