

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Інститут філології**  
**Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації**

**«ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ»**

**Кваліфікаційна робота**  
освітнього ступня «магістр»  
студентки II курсу  
ОНП «Англійська мова та література»  
Галузь знань 03- гуманітарні науки  
Зі спеціальності 035 «Філологія»  
**Дереконь Анни Анатоліївни**

**науковий керівник:**  
к. філол. н., доц. **Каптюрова О.В.**

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри англійської філології

та міжкультурної комунікації

Протокол № 5 від 24.11.2020

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ д.філол. н., проф. Белова А.Д.

КИЇВ – 2020

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	4
<b>1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ</b>	7
1.1. Політичний дискурс як об'єкт сучасних лінгвістичних досліджень	7
1.1.1. Визначення політичного дискурсу	7
1.1.2. Основні риси політичного дискурсу	17
1.1.3. Функції політичного дискурсу	22
1.2. Дискурс аналіз як метод інтерпретації політичних текстів	25
1.3. Жанрова типологія політичного дискурсу	29
<b>Висновки до першого розділу</b>	35
<b>2. МОВНИЙ ПОРТРЕТ ВИДАТНИХ ПОЛІТИКІВ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ХХ-ХХІ СТ.</b>	37
2.1. Поняття «мовна особистість», «мовленнєва особистість» та «індивідуальний стиль»	37
2.2. Мовна особистість як елемент іміджмейкінгу	44
2.3. Лінгвістичні особливості реалізації концепту «мовна особистість»	48
2.3.1. Лексичний аспект реалізації концепту «мовна особистість»	48
2.3.2. Граматичний аспект реалізації концепту «мовна особистість»	57
2.3.3. Стилiстичний аспект реалізації концепту «мовна особистість»	66
<b>Висновки до другого розділу</b>	71
<b>3. КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ ВИДАТНИХ ПОЛІТИКІВ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ХХ-ХХІ СТ.</b>	73
3.1. Стратегія позитивної самопрезентації	73
3.2. Стратегія групової ідентифікації	78

	3
3.3. Стратегія переконання	81
3.4. Стратегія дискредитації опонента	87
3.5. Стратегія ухиляння	91
<b>Висновки до третього розділу</b>	94
<b>ВИСНОВКИ</b>	97
<b>SUMMARY</b>	100
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	104
<b>СПИСОК БІБЛЮГАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	115
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ</b>	115
<b>ДОДАТОК</b>	117

## ВСТУП

У межах антропологічної лінгвістики розвивається такий напрямок мовознавства, як соціолінгвістика, що займається вивченням взаємозв'язку мови та суспільства; процесів, характерних великим і малим соціальним групам; виникнення тих чи інших мовленнєвих особливостей, обумовлених екстралінгвістичними факторами. В антропологічній парадигмі велика увага приділяється використанню мови людиною та її впливу на індивідів.

Політичний дискурс як об'єкт дослідження сучасних гуманітарних наук є міждисциплінарним феноменом, вивчення якого належить до компетенції таких дисциплін, як політологія, соціальна психологія, а також окремих лінгвістичних дисциплін, таких як політична лінгвістика, теорія дискурсу, соціолінгвістика, когнітивна лінгвістика, лінгвокультурологія та лінгвоперсонологія.

Актуалізація досліджень у галузі політичної лінгвістики обумовлює появу низки досліджень, в яких аналізується власне явище політичного дискурсу. До таких відносяться праці Т. ван Дейка, Р. Водака, В. Белла, А.Н. Баранова, О.І. Шейгал, Л.П. Нагорної. Концепцію мовної особистості досліджували Л. Лассуел, Д. Грабер, Л. Вайсгербер, В.В. Виноградов, Ю.Н. Караулов, І.П. Сусов.

**Актуальність** дослідження зумовлена необхідністю проведення всебічного дослідження мовних та комунікативних особливостей мовного профілю британських політиків та виявлення маніпулятивних стратегій та тактик, що використовуються політиками Великобританії. Детальний аналіз тенденцій розвитку британського політичного дискурсу допоможе описати та визначити особливості мовних профілів політиків, встановити маніпулятивні стратегії та тактики, що використовуються для впливу на аудиторію.

**Метою** дослідження є створення узагальненого мовного портрета сучасного британського політика та виявлення специфічних особливостей його мовного стилю та методів впливу на аудиторію.

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

- обґрунтувати концептуальні основи дослідження політичного дискурсу;
- дослідити поняття «мовна особистість» та визначити аспекти реалізації цього явища на мовному рівні;
- визначити лексичні та граматичні аспекти індивідуального стилю політиків Великобританії та визначити функціонально-стилістичні риси мовних одиниць, що беруть участь у формуванні мовної особистості;
- встановити та описати типи для британського політичного дискурсу комунікативні стратегії та тактики та виявити засоби їх вербалізації.

**Об'єктом** дослідження є мовна особистість політиків Великобританії і параметри їх мовленнєвої поведінки в дискурсивному просторі політики.

**Предметом** дослідження є лексичні, граматичні та стилістичні засоби вербалізації комунікативних стратегій і тактик, що реалізуються у мовленні політиків Великобританії.

**Матеріалом** дослідження слугувало 9 промов трьох політиків Великобританії, які балотувалися, займали раніше або займають у момент виступу пост прем'єр-міністра. Задля об'єктивності дослідження було виключено такі чинники як гендер та час, а тому всі аналізовані промови належать чоловікам-політикам, діяльність яких припадає на кінець ХХ – першу чверть ХХІ століття. Загальний обсяг аналізованого матеріалу складає 24229 символів.

Основними **методами** дослідження, що використовувались у роботі, є описовий метод та метод спостереження для виявлення особливостей мовлення політиків. Крім того, були реалізовані такі методи: кількісний метод (для підрахунку частоти вживання мовних одиниць у виступах), порівняльний метод (для виявлення спільних та відмінних рис у виступах різних політичних лідерів), метод семантико-стилістичного аналізу (для виявлення особливих мовленнєвих прийомів) та аналітичний метод із прийомами риторичного аналізу (для інтерпретації та узагальнення висловлень у контексті).

**Новизна** дослідження полягає у дослідженні різних мовних аспектів виступів політиків Великобританії. Аналіз мовного профілю британських політиків дозволив окреслити стилістичний потенціал особливих мовних засобів, які беруть участь у формуванні узагальненого портрету британських політичних лідерів. Були визначені шляхи формування мовного профілю політика, а також досліджено стратегії й тактики, що використовуються задля впливу на аудиторію.

**Практичне значення** дослідження полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані у дослідженні політичного дискурсу, у вивченні граматичних та лексичних засобів, що використовуються політиками, та у вивченні ефективних маніпулятивних стратегій та тактик у політичній галузі.

**Структура й обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел (121 позиція, в тому числі 31 позиція іноземними мовами), переліку ілюстративного матеріалу, додатку та анотації англійською мовою. Загальний обсяг роботи становить 118 сторінок, обсяг основного тексту – 100 сторінок.

# РОЗДІЛ I

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

### 1.1. Політичний дискурс як об'єкт сучасних лінгвістичних досліджень

#### 1.1.1. Визначення політичного дискурсу

У ХХІ столітті дослідження дискурсу займає провідне місце в сучасній лінгвістиці, а актуальність таких досліджень виникла через зміну наукової парадигми: антропоцентричні моделі дослідження поступово витісняли системно-структурні та статистичні. Сучасні підходи до визначення дискурсу спираються на лінгвокультурологію, центральне місце в якій належить мові, культурі та культурно-мовній особистості.

Політичний дискурс відіграє значну роль у формуванні способу мислення та ставлення людей до певних явищ, подій або людей, оскільки політики за допомогою сили риторики та своїх навичок можуть формувати, контролювати або змінювати громадську думку. У зв'язку з цим постає значний лінгвістичний інтерес до дослідження цього явища.

Взагалі, незважаючи на значну кількість зарубіжних та вітчизняних робіт з дослідження дискурсу та зокрема політичного дискурсу, не існує загальноприйнятого визначення ані загального терміну «дискурс», ані специфічного – «політичний дискурс».

Власне дискурс розглядають як складне комунікативне явище, яке включає в себе не тільки акт створення конкретного тексту, а й як таке, що відображає залежність створюваного мовленнєвого твору від значної кількості екстралінгвістичних обставин – знань про світ, переконань, настанов та конкретних цілей мовця [87]. Відповідно до такого визначення, дискурс постає як зв'язний текст у сукупності з екстралінгвальними, соціокультурними,

психологічними та іншими чинниками; текст, узятий в аспекті змісту [4, с. 136]. Обидва визначення виходять за рамки буквального розуміння дискурсу як власне висловлення.

Різноманітність підходів до визначення цього поняття призводить до спроб лінгвістів виокремити загальні напрями у тлумаченні. У зв'язку з цим, П. Серіо розглядає декілька визначень, серед яких найбільше поширення в лінгвістиці отримали: 1) дискурс – це будь-яке конкретне висловлення; 2) дискурс (у рамках прагматики) – це вплив висловлення на адресата та його входження у ситуацію висловлення, що врахує суб'єкта й адресата, час і місце висловлення; 3) дискурс – це система обмежень, накладених на необмежену кількість висловлень, що виникають внаслідок певної соціальної або ідеологічної позиції [61, с. 26].

Класифікацію підходів до визначення дискурсу, що беруть до уваги різноманітні трактування та численні підходи, які були напрацьовані різними школами, наводить О.С. Кубрякова:

- структурно-синтаксичний підхід: дискурс розглядається як фрагмент тексту, тобто це утворення, що є вище за рівень речення – надфразова єдність, складне синтаксичне ціле;
- структурно-стилістичний підхід: дискурс розглядається як нетекстова організація розмовного мовлення, для якої характерним є нечіткий поділ на частини, значна роль асоціативних зв'язків, спонтанність, ситуативність, висока контекстність та стилістична специфіка;
- комунікативний підхід: дискурс розглядається як вербальне спілкування (мовлення, використання, функціонування мови), або як діалог, або як бесіда, тобто представляє тип діалогічного висловлення, або як мовлення з позиції мовця на противагу оповіді, яка не враховує таку позицію [45, с. 7-25].

Науковці пропонують численні визначення цього поняття, серед яких: дискурс – це рівень мови над реченням [96]; дискурс – це мова у її

використання, включаючи її форми, цілі та функції [80]; дискурс – це безперервний розріз мови (особливо розмовної), що є більшим за речення [112] та сукупність висловлювань, які складають будь-яку впізнавану мовленнєву подію [112]. Н.Д. Артюнова визначає дискурс як «мовлення, занурене в життя», та «зв'язний текст у поєднанні з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами» [5, с. 136-137].

Ф.С. Бацевич зазначає, що дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, потік мови, що має різні форми вираження (усне, письмове, паралінгвальне), що відбувається в межах певного каналу спілкування, яким керують учасники за допомогою стратегій та тактик; синтез когнітивних лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, які визначаються певним колом «форм життя», залежних від суб'єкта спілкування, і в результаті якого відбувається формування різних мовленнєвих жанрів [12, с. 138].

У результаті узагальнення численних підходів до визначення терміну дискурс, К.С. Серажим пропонує такий варіант визначення: дискурс – це складний соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, прямо чи опосередковано детермінується соціолінгвістичними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими чинниками; по-друге, має лінгвістичну та екстралінгвістичну структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який створюється автором у процесі розгортання дискурсу та інтерпретується його реципієнтом [59, с. 13].

Взаємодія мовлення, тексту й ситуації спілкування простежується у такому визначенні В.І. Карасика: «текст в ситуації реального спілкування». Дослідник також розглядає 4 основоположні типи ознак дискурсу:

1) конститутивні ознаки, які складаються із сукупності п'яти компонентів:

- людей (з точки зору спілкування і їхніх статусно-рольових і ситуативно-комунікативних іпостасях);

- сфери спілкування й комунікативного середовища;
- мотивів, цілей, стратегій, розгортання й членування спілкування;
- каналу, режиму, тональності, стилю, жанру спілкування;
- знакового компонента спілкування (текстів із невербальними елементами);

2) ознаки інституційності уточнюють конститутивні ознаки дискурсу по лініям учасників спілкування, по цілях і умовах спілкування, фіксують контекст у вигляді типових хронотопів, символічних і ритуальних дій, трафаретних жанрів і мовленнєвих кліше;

3) ознаки типу інституційного дискурсу характеризують тип суспільного інституту за його ключовим концептом;

4) до нейтральних ознак належать три різнорідні складові:

- конститутивний матеріал дискурсу
- особистісно-орієнтовані фрагменти спілкування;
- складові інституційного дискурсу, характерні більшою мірою для інших інститутів [33, с. 37-49].

Від моменту оприлюднення статті З. Харріса «Discourse analysis», в якій дискурс постулювався як міждисциплінарне явище, з'явилися спроби встановити зв'язок між усними висловленнями та письмовими текстами з одного боку й соціальною ситуацією – з іншого. Таким чином, уже тоді існували припущення, що, оскільки у формуванні дискурсу бере участь необмежена кількість факторів, таких як: типи усних висловлень і письмових текстів, різновиди соціальних ситуацій, на які не накладалися ніякі кількісні обмеження, то й кількість різновидів / типів дискурсу не може мати кількісних обмежень.

Відповідно до ідей М. Халлідея [95], акцент потрібно робити на соціальних функціях мови, а також на тематично-інформаційній структурі мовлення й письма.

Не менш невизначеним у лінгвістиці залишається й питання типології дискурсу. Відкритість цього питання підтверджується відсутністю єдиної

вичерпної системи типології. Вчені зазначають, що форми дискурсу різноманітні настільки, наскільки й форми життя людини, а тому класифікувати всі різновиди дискурсу на типи є вкрай складним завданням. Також зазначається, що в літературі щодо типів дискурсу існують абсолютно безвідносні один до одного підходи [37, с. 5].

Беручи до уваги такий параметр, як інтенсивність впливу на адресата, лінгвісти пропонують поділяти аналізований матеріал на звичайну розмову й персуазивний дискурс [98, с. 26]. Сучасна українська дослідниця дискурсу А.Д. Белова зазначає, що персуазивний (відповідно до іншої термінології – аргументативний) дискурс включає в себе наступні типи: діловий, побутовий, політичний, рекламний та юридичний [13, с. 13].

В основу типології дискурсу В.І. Карасик покладає його ціннісні ознаки і, у такий спосіб, виокремлює два типи дискурсу:

- прагмалінгвістичний
- соціолінгвістичний.

Відповідно до класифікації дослідника, перший тип (прагмалінгвістичний) поділяється на гумористичний та ритуальний, а другий (соціолінгвістичний) – на персональний та інституційний [34, с. 299-408]. У рамках нашого дослідження, нас цікавить саме інституційний дискурс, що представляє спілкування в межах статусно-рольових відносин, а підґрунтям для класифікації є соціальний статус комунікантів. Подальша класифікація інституційного дискурсу виявляє такі його підтипи, як військовий, дипломатичний, діловий, масово-інформаційний, медичний, науковий, педагогічний, політичний, рекламний, релігійний, спортивний, юридичний тощо [34, с. 286]. Деякі дослідники погоджуються із такою класифікацією інституційного дискурсу й пропонують подальший поділ його підтипів на усний та письмовий, масовий та індивідуальний [50]. Тобто, в основу такої класифікації покладено такі параметри, як сфера спілкування, канал та кількість комунікантів.

Найбільш всеохопною класифікацією типів дискурсу, на наш погляд, є підхід, запропонований Т.Н. Хомутовою. У своїй роботі дослідниця керується інтегральною природою дискурсу й розглядає текст як предметно-знакову модель сполучених комунікативних дій мовців, в якій відображено основні аспекти дискурсивної діяльності. Відповідно до цього, виокремлюються чотири сектора: когнітивний, соціальний, мовний та культурний [71, с. 17-18].

У когнітивному секторі розглядаються такі параметри для подальшої класифікації:

- предметна (тематична) галузь знань – дискурс може бути різноманітним, як і власне життя, тому виокремлюють дискурси на такі теми: «сім'я», «освіта», «інформаційні технології», «екологія» тощо;
- тип знання («своє» - «чуже») – дискурси бувають первинні (наприклад, стаття, монографія) й вторинні (наприклад, рецензія, анотація);
- спосіб отримання знання – дискурс може бути науковим (науково-технічним, природничо-науковим і науково-гуманітарним, із подальшим поділом відповідно до галузі знань) і ненауковим (повсякденним, псевдонауковим тощо);
- дискурсивні стратегії – дискурс може бути культурним, соціальним, інтерактивним, у тому числі прагматичним, семантичним, структурним, стилістичним і риторичним [88, с. 80-92];

У соціальному секторі, необхідно розглядати кількість учасників дискурсу та стосунки між ними, відповідно до чого виокремлюються такі параметри:

- кількість учасників комунікації – виокремлюють дискурси-монологи, діалоги та полілоги як в усному, так і письмовому мовленні;
- соціальні параметри комунікантів – дискурс може бути гендерним (чоловічими, жіночими, феміністськими тощо) і віковим (студентським, молодіжним тощо);
- географічна приналежність учасників комунікації – відповідно до цього параметру виділяють європейський, євразійський,

латиноамериканський, австралійський, регіональний, глобальний тощо дискурси;

- етнічна приналежність учасників спілкування – дискурс може бути афроамериканським, американським, китайським тощо;
- рольові стосунки – услід за В.І. Карасиком [34], відповідно до цієї класифікації, дискурс поділяється на персональний та інституційний;
- цільова аудиторія і відповідна прагматична функція – дискурс поділяють на фаховий (адресат і адресант – фахівці в цій галузі), учбовий (адресант – фахівець, адресат – майбутній фахівець), популярний (адресант – фахівець, адресат – нефахівець) і нефаховий (як адресант, так і адресат не є фахівцями);
- галузь (цілі) спілкування – дискурс поділяється на виробничий, технічний, релігійний, науковий, художній, публіцистичний, регулятивний (юридичний), адміністративний, політичний, педагогічний, побутовий тощо.

Відповідно до запропонованої Т.Н. Хомутовою класифікації, для подальшої типологізації дискурсу необхідно розглядати такі параметри у мовному секторі:

- мова – дискурс може бути вербальним і невербальним, у свою чергу вербальні поділяються на англomовні, китайськомовні тощо;
- форма представлення (канал зв'язку) – відповідно до цього параметру дискурс поділяється на письмовий/віртуальний (наприклад, книга, стаття, лист), усний/актуальний (наприклад, бесіда, лекція тощо) і змішаний/мультимедійний (наприклад, комп'ютерний, телевізійний, мережевий, інтернет-дискурс, які можуть бути як письмовими, так і усними);
- граматична структура – дискурси, як і текст, поділяються на описи, оповіді, міркування (наприклад, аргументативний, описовий, наративний, полемічний дискурс тощо);

- ступінь стереотипізації – як і текст, дискурс може бути жорстким, напівжорстким і гнучким [21];
- жанрова приналежність – дискурс, як і текст певного функціонального стилю, може бути автобіографічним, казковим, мелодраматичним, міфологічним, мемуарним, газетним, журнальним, рекламним, новинним, епістолярним, лекційним тощо.

Враховуючи культурний сектор, необхідно звертати увагу на такий параметр, як приналежність то тієї чи іншої культури та культурних цінностей. Відповідно до цього параметру, дискурс поділяється на універсальний (наприклад, привітання, інтерв'ю, лекція тощо) й культурно-специфічний (наприклад, конкретний або абстрактний, лінійний або нелінійний, агресивний або спокійний тощо) [71, с. 17-18].

Отже, особливим різновидом дискурсу з огляду на його інституційну належність є політичний дискурс. Для розуміння суті цього явища необхідно, на нашу думку, спершу розглянути дефініцію поняття «політика». Одним із найбільш поширених в західній літературі визначенням політики є: «*Politics is the process by which groups of people make decisions. The term is generally applied to behavior within civil governments, but politics has been observed in all human group interactions, including corporate, academic, and religious institutions. It consists of social relations involving authority or power, the regulation of political units, and the methods and tactics used to formulate and apply social policy*». [99, с. 121]. Філософський енциклопедичний словник надає наступне визначення цього поняття: політика – діяльність, що має своєю метою регулювання відносин між людьми для забезпечення певного стану деякої суспільної одиниці (суспільного утворення). Переважно терміном «політика» позначають діяльність, спрямовану на великі суспільні утворення, кордони яких збігаються з державними кордонами. Тому іноді визначають політику, ґрунтуючись на понятті держави чи участі в державному управлінні, домагання такої участі та здійснення впливу на державу. Але держава є тільки одним із типів політичних установ і, отже, поняття політика має бути

підставовим (базовим) щодо поняття держави, а не навпаки. [110, с. 318]. Таким чином, не дивлячись на різні підходи до визначення цього явища, можливо виокремити ключові спільні риси: соціальні групи, відносини між ними, влада, держава, управління.

Щодо політичного дискурсу, це поняття є таким же багатограним, як поняття дискурс, що пояснюється, з одного боку, численними підходами до визначення цього явища (як і власне дискурс), а з іншого, міждисциплінарним характером цього терміну. У будь-якому випадку, під політичним дискурсом розуміється загальна кількість усіх мовленнєвих актів, що використовуються в політичних дискусіях, а також правил державної політики, освячених традицією та перевірених досвідом [9, с. 33]. Як зазначає О.І. Шейгал, зв'язок між мовою та політикою проявляється, насамперед, у тому, що жоден політичний режим не може існувати без спілкування [77, с. 27]. Саме тому необхідно взяти до уваги те, що політичний дискурс включає в себе поняття політичної комунікації, яка, в свою чергу, розуміється як комунікація, головною метою якої є боротьба за владу.

Розглядаючи прагматичний аспект політичного дискурсу, І.В. Клименко надає таке визначення: політичний дискурс – це складний комунікативний феномен, який має на меті боротьбу за владу шляхом формування громадської думки, який включає текст як вербалізований результат мовлення, ситуативний та соціокультурний контекст, а також спеціальні мовні засоби, які відповідають як цілям, так і завданням дискурсу [39, с. 185].

Розглядати політичний дискурс з трьох перспектив запропонував вітчизняний дослідник А.Г. Кириллов. По-перше, це філологічний підхід, оскільки політичний дискурс представляє певний текст, що має певне політичне забарвлення (наявність політичних, ідеологічних концепцій); по-друге, з соціально-психолінгвістичної точки зору, оскільки мова йде про вимірювання ефективності досягнення прихованих або очевидних політичних цілей оратора; по-третє, крізь індивідуально-герменевтичну призму, тобто

пояснюючи розуміння автора чи того, хто інтерпретує дискурс, у певних умовах. [38, с. 15].

Один із підходів пропонує розглядати політичний дискурс як текст, визначений тематикою ствердження і вираження інтересів суб'єктів політики в процесі їх діяльності, боротьбі за політичну владу, і розглядається в ситуації відповідного спілкування [1, с. 293]. Отже, таке розуміння політики та політичного дискурсу включає інституційний і плюралістичний аспекти й визначається інтенцією боротьби за владу як центральним мотивом політичної діяльності. Політика як суспільний феномен, що реалізується в комунікації, знаходить своє вираження в комунікативних діях. Ю. Габермас визначає комунікативну дію як інтеракцію, в якій учасники узгоджують і координують плани своїх дій, при чому згода, що досягається, вимірюється інтерсуб'єктивним визнанням претензій на значимість [69, с.91].

Деякі вчені заявляють, що визначення поняття «політичний дискурс» тісно пов'язане з двома розуміннями політики – широким та вузьким, тобто більш конкретним. Широке визначення політики включає діяльність тих організацій, що відносяться до громадянського суспільства і які не обов'язково регулюються державою, але водночас конкурують за ресурси – профспілки, бізнес-асоціації, екологічні групи тощо. У найвужчому розумінні, політика обмежується діяльністю таких установ, як уряд, парламент та партії, що виконують свою роль у розподілі ресурсів.

Один з найвидатніших іноземних мовознавців, голландський професор Т.А. ван Дейк, стверджує, що «політичний дискурс визначається його акторами або авторами, а саме політиками» [84, с. 2]. Як представник критичного дискурс-аналізу, ван Дейк вважає, що дискурс завжди слід аналізувати в контексті даної ситуації, в існуючій культурній традиції та панівній ідеології того часу. Контекст відіграє фундаментальну роль в теорії політичного дискурсу Т. А. ван Дейка, який розглядає його як ментальну модель, за допомогою якої учасник політичного процесу сприймає отриману інформацію.

Необхідно зауважити, що політична лінгвістика формується на перетині таких різних галузей науки, як лінгвістика, політологія, соціологія, психологія, культурологія, етнографія та ін. Також для всеохопного глибокого аналізу лінгвісти послуговуються досягненнями когнітивної лінгвістики, риторики, стилістики, лінгвістики тексту, лінгвопрагматики та соціолінгвістики.

### **1.1.2. Основні риси політичного дискурсу**

Ефективність дослідження текстів політичної направленості можлива лише при застосуванні дискурсивного підходу, який полягає в аналізі кожного конкретного тексту з урахуванням політичної ситуації, в якій він був створений, його співвідношення з іншими текстами, особистісними рисами, політичними поглядами і цільовими настановами автора, а також специфікою сприйняття тексту. Ще одним фактором, який необхідно враховувати, є роль, яку текст відіграє в системі політичних текстів і в політичному житті країни [73, с. 12].

Під час дослідження особливих дискурсивних рис необхідно враховувати, що політичний дискурс – це специфічний різновид дискурсу, що представляє інституційне спілкування, яке, на відміну від міжособистісно-орієнтованого, використовує систему професійно-орієнтованих знаків, тобто має власну підмову (параміологію, фразеологію, лексику) [77, с. 15].

Оскільки політичний дискурс зорієнтований в першу чергу на завоювання та утримання влади, в тестах, що належать до цього типу дискурсу, переважатимуть не описи, а пробудження, переконання наміру, надання підґрунтя і заклик до дії [29, с.1271].

Такі риси політичного дискурсу, як маніпулятивний характер, боротьба за владу, полісуб'єктність детермінують вибір учасниками способу спілкування, а саме стратегій мовленнєвого спілкування [51, с. 54-55].

У промовах політиків постійно акцентуються такі цінності політичного дискурсу, які часто зводяться до обґрунтування і відстоювання свого права на

владу. Відстоювання права на владу в політичному дискурсі виражається в наступних його характеристиках: оцінність і агресивність, ефективність, відстоювання точки зору [25]. Розглянемо їх докладніше:

1) Оцінність і агресивність політичного дискурсу. Характеризуючи «тоталітаристський» дискурс, В.З. Дем'янков описує його за допомогою такого терміну, як ораторське мистецтво, до якого відносяться домінування декламаторського стилю; пропагандистський тріумфалізм; ідеологізація всього, про що йдеться; використання понять у широкому розумінні, що спотворює логіку; підвищена критичність; лозунговість; агітаторський запал; превалювання «над-Я»; претензія на абсолютну істину.

Ці властивості проявляють політичність, яка є характерною для політичного дискурсу і відрізняє його від інших видів мовлення. Ця політичність позначається на виборі слів і являє собою своєрідну театралізовану агресію. Політичність спрямована на навіювання негативного ставлення до політичних супротивників, т а кож на нав'язування інших цінностей і оцінок. Ось чому терміни, які оцінюються позитивно прихильниками одних поглядів, сприймаються негативно, часом навіть як пряма образа, іншими [25].

2) Ефективність політичного дискурсу. Суспільне призначення політичного дискурсу, на думку В.З Дем'янкова, полягає в тому, щоб переконати адресатів (громадян спільноти) в необхідності «політично правильних» дій і оцінок. Інакше кажучи, мета політичного дискурсу – не описати, а переконати, пробудивши в адресатові наміри, створити підґрунтя для переконання і спонукати до дії [25]. Деякі дослідники дотримуються думки, що переконання є основною характеристикою політичного дискурсу [20].

3) Відстоювання точки зору в політичному дискурсі. Для того, щоб бути ефективним, політичний дискурс, повинен конструюватися відповідно до певних вимог. Мовці зазвичай припускають, що адресат знає, до якого табору належить адресант, яку він грає роль, в чому вона полягає, за яке і проти якого

положення він виступає. Політичний дискурс націлений на знищення «бойової потужності» супротивника – озброєння (думок і аргументів) і особового складу (дискредитація особистості) опонента [25].

До суттєвих ознак політичного дискурсу дослідники також відносять його наступні характеристики:

- тематизація тексту, його тематична визначеність, пов'язана з реаліями політичної галузі;
- ствердження інтересів суб'єктів політики, боротьба за політичну владу як основна інтенція політичного дискурсу, переважно в інституційному контексті;
- наявність мовленнєвої ситуації (ситуації спілкування), в якій виявляються особливості жанру політичного дискурсу [1, с. 294].

Услід за О.І. Шейгал, ми вважаємо, що для політичного дискурсу базовою є інструментальна функція – боротьба за владу. Окрім того, вона виділяє також регулятивну, референтну і магічну функції. Систематизуючими ознаками політичного дискурсу є інституційність, специфічна інформативність, змістова невизначеність, фантомність, особлива роль фактору мас-медіа, дистантність і авторитарність, театральність, динамічність [76].

Взагалі, семантичний простір політичного дискурсу включає в себе три типи знаків: спеціалізовані вербальні (політичні терміни, антропоніми), спеціалізовані невербальні (політичні символи) і неспеціалізовані, які не були спочатку зорієнтовані на дану сферу спілкування, але внаслідок стійкого функціонування в ній набули змістовної специфіки (наприклад, використання особових займенників) [76].

Отже, існує багато підходів до аналізу політичного дискурсу, відповідно до одного з них, політичний дискурс досліджується з огляду на його лінгвокультурні та прагматичні аспекти. Відповідно до цього підходу, вчені виділяють такі особливі риси політичного дискурсу:

1) Інституційний характер та іллокутивна функція політичного дискурсу. Людина вступає до тієї чи іншої інституційної ситуації не тільки в певній соціальній ролі, але і з певною метою; іллокутивною силою політичного дискурсу є боротьба за політичну владу в різних її проявах, будь то прихід до влади або її консолідація, завоювання прихильників або перемога опонентів у різних сферах діяльності (таких, як виборчі кампанії тощо), регулювання розподілу ресурсів тощо.

2) Лінгвістична диглосія політичного дискурсу, що передбачає одночасне функціонування пропагандистської політичної та загальної підсистем мови. З одного боку, політична мова являє собою особливу, функціонально детерміновану мову, тоді як, з іншого боку, її можна трактувати як політичний жаргон ідеологічно об'єднаної групи людей. Отже, політична мова повинна виконувати функції, які на перший погляд є взаємовиключними: вона повинна бути зрозумілою для широких мас, але водночас, політичний дискурс повинен бути орієнтованим на адресата, тобто спрямованим на і зрозумілим лише певним соціальним групам людей.

3) Інформаційна комунікативна специфіка, що зумовлена його іллокутивною функцією та субінституційним типом. Таким чином, можливо виділити три комунікативні типи дискурсу політика:

- інформативний (у мовному сенсі цього терміну), орієнтований на актуальність інформації, що міститься в у виступі;
- конвенційно-фатичний, який носить стереотипний та ритуальний характер і не має на меті надати адресату нову інформацію (наприклад, виступ президента на церемонії інавгурації);
- емоційно-експресивний, іллокутивна функція якого полягає у впливі на суспільну думку (наприклад, емоційна експресивність політичного дискурсу вважається однією з передвиборчих стратегій політиків).

4) Полемічно-театральний характер політичного дискурсу. Політичні дебати часто перетворюються на вербальну війну. Полемічність та

театральний характер політичного дискурсу особливо чітко проявляється під час виборчих кампаній: перемога політика, що представляє ту чи іншу партію, визначається не стільки його політичною платформою, скільки тим, наскільки успішне шоу було влаштовано іміджмейкерами, та наскільки воно впливає на громадську думку.

5) Велика кількість гасел. Гасла можна розглядати як своєрідний тип соціально-політичної реклами. Політичне гасло має на меті регулювати ідеологічні відносини в суспільстві шляхом інформування людей щодо ідейно-концептуальних платформ політичних партій та інших суб'єктів політики. Ефективність політичного гасла залежить від того, наскільки ідеологія, що декларується в максимально стислій формі, апелює до суспільної свідомості.

6) Неоднозначність та езотеричність. Ці характеристики політичного дискурсу можна розглядати як комунікативно-прагматичні стратегії політика, спрямовані на маскування та нейтралізацію небажаної інформації та фактів; приховування правди та навмисне відволікання населення; уникнення відповідальності за допомогою анонімізації та знеособлення; збереження власного політичного рейтингу та іміджу; уникнення публічних конфліктів у комунікації.

7) Метафоризація та маніпулювання символами. Ці особливості політичного дискурсу створюють його емоційну виразність, яка має на меті посилити вплив політичного дискурсу на думку громадськості. Політики використовують образні символи для управління суспільною свідомістю, особливо під час політичних та економічних криз, коли вони намагаються переконати суспільство робити і вірити таким речам, в які вони б не повірили, або ж робили б. Існує пряма кореляція між соціально-економічною та політичною ситуацією в державі та ступенем метафоризації виступів політиків: ступінь метафоризації політичного дискурсу може розглядатися як мовний маркер або показник політичної та соціально-економічної кризи в країні.

8) Фактор адресата та інтерактивність. Політичний дискурс, як правило, спрямований на подвійну аудиторію: конкретну аудиторію, яка фізично присутня на політичній події та бере участь у дискурсі, і так звана імпліцитна аудиторія, до якої належать широкі маси людей, а іноді й усе населення держави. Що стосується інтерактивних особливостей адресата, вони проявляються через реакцію аудиторії, яка може бути переважно трьох типів: пасивною, активним вираженням солідарності та опозиційно-антагоністичною.

9) Особливий контакт з аудиторією та його залежність від засобів масової інформації. Це передбачає два типи контакту з адресатом: прямий та опосередкований через засоби масової інформації. Жоден з інших інституційних типів дискурсу не залежить настільки від засобів масової інформації, як політичний. Домінуючою серед основних функцій засобів масової інформації є інформування громадян про діяльність установ, реконтекстуалізація та переклад інституційної мови на власну мову. Тому засоби масової інформації можна розглядати як головний інструмент політичного впливу на громадську думку, що виступають посередниками між політичними суб'єктами та населенням. Таким чином, політика, яка з моменту свого створення була переважно мовною діяльністю, може відноситись до багатьох різних шарів дискурсу: діалог в та між установами, діалог між ЗМІ та установами, діалог між ЗМІ та партіями, а також діалог між ЗМІ та громадянами [97].

### **1.1.3. Функції політичного дискурсу**

Сфера функціонування політичного дискурсу, що визначається сферою політики, характеризується специфічним набором комунікативних ситуацій, типовими моделями мовленнєвої поведінки, певною темою, сукупністю намірів та мовленнєвих стратегій. Основна функція політичного дискурсу, як зазначає О.І. Шейгал, полягає у використанні його як інструменту політичної

влади, тобто політичний дискурс виступає інструментом боротьби за владу, її набуття, збереження, реалізації, стабілізації чи перерозподілу [77]. Ця глобальна функція політичного дискурсу реалізується завдяки наступним функціям:

- інформування (процес поширення інформації про стан справ у суспільстві);
- вплив та переконання (процес звітування про погляди, думки, судження та надання інформації політичними лідерами та владою, що супроводжується аргументованими доказами їх справедливості по відношенню до громадян та значення для населення);
- маніпуляція (процес нав'язування ідей, точок зору, думок, які адресат вважає неправдивими, але вигідними для себе) [77].

На думку Р. Дентона і Г. Вудварда, існують протиріччя у функціях, що властиві політичній комунікації. Дослідники вважають, що політична комунікація виконує функцію зв'язної ланки, що нерідко замінює власне фізичне насильство та робить можливими зміни в суспільстві в бік упорядкування, прокладає шлях до компромісів, робить факти та аргументи надбанням широкого загалу. У той самий час це є мовою фракційності (розділення), протиставлення суспільства на друзів та ворогів. Вона може загострити відмінні риси до невідворотного рівня або ж, навпаки, залагодити їх. Здатність політичної комунікації трансформувати суспільство в кращий бік сповнює оптимізмом, але широко поширене зловживання нею викликає відчай. Отже, політична риторика багатогранна: вона може інформувати, надихати, заспокоювати, розділяти і сіяти ворожнечу [82, с. 14].

Аналіз робіт, присвячених дослідженню цього питання [79; 81; 82; 89; 101; 102], дозволяє виокремити в межах інструментальної функції мови політики такі функції:

1) соціального контролю (створення передумов для уніфікації поведінки, думок, почуттів і бажань великої кількості індивідуумів, тобто маніпуляція свідомістю суспільства);

- 2) легітимізації влади (пояснення й виправдання рішень щодо розподілу влади й суспільних ресурсів);
- 3) відтворення влади (зміцнення прихильності системі, зокрема, через ритуальне використання символів);
- 4) орієнтації (шляхом формулювання цілей і проблем, формування картини політичної реальності в свідомості соціуму);
- 5) соціальної солідарності (інтеграція в межах соціуму або окремих соціальних груп);
- 6) соціальної диференціації (відчуження соціальних груп);
- 7) агональну (ініціювання та вирішення соціальних конфліктів, вираження незгоди й протесту проти дій влади);
- 8) акціональну (проведення політики шляхом мобілізації або «наркотизації» населення: мобілізація полягає в активізації й організації прихильників, тоді як під наркотизацією розуміється процес заспокоєння й відвертання уваги, присипляння пильності);
- 9) поширення інформації (сповіщення про стан справ у політиці);
- 10) висування (наприклад, висування деяких питань у центр суспільної уваги, контроль за поширенням інформації);
- 11) проєкції в минуле та майбутнє (прогнозування й відтворення минулого як прийом аргументації).

Таким чином, політичний дискурс займає значну частину публічного виступу з метою представлення фактів, думок та ставлення мовців до певної теми. Але необхідно також зазначити, що наслідки політичної комунікації не настають, тобто адресанти не досягають поставлених цілей, якщо аудиторія не сприймає інформацію та не піддається впливу. З цієї причини слід враховувати зміст повідомлення, історичний контекст чи навіть політичне середовище, а також позицію аудиторії.

## 1.2. Дискурс аналіз як метод інтерпретації політичних текстів

Дискурс-аналіз у сучасному вигляді й у сучасному розумінні виник в середині 1960-х - 1970-х років як новий напрям досліджень у гуманітарних науках, у тому числі в політичній аналітиці та політичній історії (серед класичних робіт цього напрямку: Соссюр 1977; Барт 1984; Дейк 1984; Ленуар 1998; Еко 1998; Ліч 2001; Леві-Стросс 2001; Майнхоф 2001). Одними з перших питання про поєднання структурно-лінгвістичних методів із політичною проблематикою поставили теоретики школи Л. Альтюссера [60, с. 549]. Згідно з Альтюссером, предметом дискурс-аналізу є «уявна деформація», якої зазнають «реальні стосунки» між людьми при перетворенні їх в ідеологічні позиції [78, с. 96]. Використання динамічного аспекту дискурсу дозволяє вивчати процес соціальних змін і пояснювати динамічні процеси в суспільстві, спрямовані на підтримку існуючих інститутів і породження нових, виходячи з топології соціальних структур [75, с. 12].

Предметом дослідження у дискурс-аналізі виступають висловлювання, спосіб структурування яких має значення для певного колективу. Таким чином, відбувається аналіз текстів, які містять певні переконання, що є спільними для членів окремо взятого колективу, породжують або підсилюють такі переконання і припускають ту або іншу позицію в дискурсивному полі. Корпус текстів при цьому розглядається не сам по собі, а як одна з частин визнаного соціального інституту, який «визначає для даної соціальної, економічної, географічної або лінгвістичної сфери умови дії актів висловлювання» [86, с. 234].

Дискурс-аналіз має на меті привести до позиційної єдності розсіяну безліч висловлювань, причому таке перегрупування здійснюється на підставі не формального критерію, а відношення до місця акту висловлювання, що дозволяє виявити так звану дискурсну формацію. Таким чином, об'єктом аналізу можуть виступати не власне політичні листівки, а сукупність листівок, яка вказує на історично окреслену ідентичність в процесі висловлювання.

Найчастіше дискурсна формація охоплює не якийсь один жанр, а об'єднує кілька (листівки, маніфести, газетні статті) [74].

Звертаючись до проблеми виокремлення одиниці дискурс-аналізу, необхідно звернути увагу на позицію Д. Крістала. Визначаючи дискурс як безперервний «відрізок» мови, що за розміром є більше за речення, Крістал вважає тексти одиницею дискурсу. Зрозуміло, що при такому підході принциповим для аналізу дискурсу стає дослідження мови в її актуальному вживанні на противагу мові як структурі [112].

Актуальність використання дискурс-аналізу при вивченні політичних медіа-текстів продиктована перш за все необхідністю зрозуміти механізми породження значень у подібних текстах, виявити їхні структури, приховані смисли, прийоми, що використовуються авторами задля переконання політичної аудиторії, тобто полягає в більш глибокому якісному дослідженні, аніж це дозволяє традиційний контент-аналіз [2, с 5].

На наш погляд, найбільш послідовною методикою дискурс-аналізу є методика, запропонована Т. ван Дейком в його роботі «Elite discourse and racism» [86]. У цій монографії описується техніка дискурс-аналізу новинних публікацій (news articles) британських газет, що по суті є універсальною й підходить для аналізу будь-яких медіа-текстів, у тому числі й політичних. По-перше, політичні тексти, подібно до новинних публікацій, можна розкласти на окремі складові, прийоми формування, що відповідають їхнім прагматичним завданням. По-друге, вони мають спільні з новинними публікаціями жанрові особливості (а саме: логічна, семантична та риторична впорядкованість). По-третє, такі тексти, як і новинні публікації, позначені певною інтенцією і мають такий само сильний і беззаперечний вплив на формування у населення соціальних і політичних знань і уявлень про світ. Таким чином, принципові для дискурс-аналізу характеристики новинних публікацій притаманні й політичним медіа-текстам.

Отже, ван Дейк виокремлює два основні напрямки дискурс-аналізу медіа-текстів: мікро- і макроаналізу. На його думку, дослідження на мікрорівні

представляє, по суті, вивчення семантичних елементів тексту, які вчений називає мікроструктурами статті. На цьому рівні передбачаються аналіз значень слів і речень, відносин і взаємозв'язків між реченнями, а також стилістичного і риторичного утворення значень. Відповідно до переконань ван Дейка, формування у читачів ментальних моделей (тобто суб'єктивних інтерпретацій подій) знаходиться під впливом не стільки загальної теми публікації, скільки використаних журналістами формулювань.

На необхідності дослідження підтексту під час дискурсу-аналізу політичних текстів наголошує вітчизняний науковець А.Г. Алтунян [2]. Ідеологічна та політична орієнтація авторів текстів, як зазначає дослідник, як правило, заздалегідь відома дослідникам. Тому вони зосереджують увагу на засобах – не на тому, «що мається на увазі», а на тому, «як це сказано», на змінах та нюансах трактування. Основною задачею, що постає під час дослідження тексту, є розуміння його ідеологічного плану, того набору ідей та уявлень, за допомогою яких автор пояснює дійсність. При цьому в ідеологічний комплекс, що підпадає під аналіз, входять не лише ті ідеї, які автор представляє відкрито, але й ті, з яких він виходить імпліцитно й які можна вичленити, проаналізувавши як прямі висловлювання (їх змістовну сторону), так і формальні прийоми, що були використані автором.

У своїй методиці проведення макроаналізу медіа-текстів ван Дейк пропонує розглядати будь-який медіа-текст як такий, що має ієрархічну структуру, що включає в себе такі компоненти, як заголовок, короткий огляд, основна подія, контекст, історія події. Семантичний зміст новин розкривається в ході тексту: спершу викладається найбільш важлива й актуальна інформація, далі використовується певна стратегія формування так званої релевантної структури викладу матеріалу. Послідовність викладення структурних компонентів може змінюватись в залежності від специфіки статті та журналістських інтересів.

На думку ван Дейка, кожна складова частина тексту потребує аналізу: «дискурс може вбачатися в кожній частині структури публікації» [86, с. 89].

Це твердження вчений ілюструє на прикладі заголовку статті з британської газети «Mail» - «Mendis' deportation sparked a storm of protest». У цьому заголовку він виокремлює дві теми, що конструюють дискурс: факт депортації і наявність людей, що активно виражають своє незадоволення подібним актом. Зазначені позиції узагальнюють основну інформацію тексту й вказують на важливість обох сюжетів, а тим самим і на місце, яке відводить газета соціальному й політичному фону подій. На особливу увагу в процесі дискурс-аналізу заслуговують цитати, що використовуються в публікаціях: вони показують, чия позиція є найбільш значимою для автора статті.

До ряду об'єктів дискурс-аналізу необхідно відносити також і стиль як результат вибору між альтернативними варіантами синтаксичної структури. Стилiстичні форми подачі матеріалу мають своє соціальне й ідеологічне підґрунтя й вказують на ставлення репортера до тієї чи іншої події та її дійових осіб, а також на особливості соціальної та комунікативної ситуації. Окрім вираження негативних або позитивних настанов автора, використання певних слів свідчить про специфіку культурного виміру повсякденної мови новин.

Таким чином, на різних рівнях аналізу (загальної та локальної семантики, схеми новин, стилю) можна досліджувати прояви дискурсивних конфігурацій, які висловлюють ідеологічну позицію автора статті щодо певної події, а у випадку нашого дослідження, позицію мовця (адресанта) щодо змісту висловлюваного.

Дискурс-аналіз не просто спрямований на вивчення структури тексту. Він покликаний виявити виражені за допомогою цих структур приховані (глибинні) значення, думки й ідеологію. Для того щоб показати, як ці приховані значення відносяться до тексту, потрібно проаналізувати когнітивний, соціальний, політичний і культурний контексти. Когнітивний підхід відштовхується від постулату, що тексти самі по собі не мають змісту, їх зміст утворюється в свідомості носіїв мови [85, с. 116].

Таким чином, детальний когнітивний аналіз дозволяє зв'язати соціальні та політичні знання автора тексту з дискурсом, а мікроструктури дискурсивної

дії й комунікації – з соціетальними макроструктурами груп (журналістів, демонстрантів, біженців) та інститутів (газет, уряду, судів).

Отже, дискурс-аналіз розглядає текст як складне утворення, що потребує окремого дослідження фонетичних, графічних, морфологічних, синтаксичних, мікро- і макросемантичних, стилістичних, гіперструктурних, риторичних, прагматичних та інших структур і стратегій. Кожен з цих рівнів має власні характерні риси, які можуть бути інтерпретовані на інших рівнях як в руслі традиційної лінгвістики, так і поза її межами.

### **1.3. Жанрова типологія політичного дискурсу**

Поняття «жанр» відіграє особливу роль у визначенні характеристик політичного дискурсу. Взагалі, жанр є одним із основоположних понять в сучасній лінгвістиці. Як і у випадку із дискурсом, науковці не можуть дійти спільної думки щодо єдиного вірного й всеохопного визначення цього поняття. У нашому дослідженні ми визначаємо жанр услід за М.М. Бахтіним як вербально-знакове оформлення типових ситуацій суспільної взаємодії людей, що відповідає конкретним комунікативним цілям, успішна реалізація якого неможлива без урахування апперцептивного фону адресата [10, с. 197-236]. Також М.М. Бахтін зазначає, що використання мови здійснюється у формі одиничних конкретних висловлень (усних або письмових) учасників тієї чи іншої сфери людської діяльності. Ці висловлення відображають специфічні умови й цілі кожної такої сфери не тільки за своїм змістом (тематичним) і мовним стилем, тобто набором словникових, фразеологічних і граматичних мовних засобів, а й перш за все за своєю композиційною побудовою. Усі ці три компонента: тематичний зміст, стиль і композиційна побудова – нерозривно пов'язані у цілому висловленні й однаково визначаються специфікою спілкування в даній галузі [11, с. 159]. Таким чином, особливими рисами висловлення є завершеність і цілісність, мовленнєва інтенція або ж мовленнєва воля мовця й типові композиційно-жанрові форми

завершення. Кожне висловлення є індивідуальним, а кожна окрема галузь використання мови напрацьовує свої відносно стійкі типи таких висловлень, які, відповідно до теорії М.М. Бахтіна, й називаються жанрами [10].

На думку О.І. Шейгал, багатогранність дискурсу в галузі політичної комунікації проявляється в тому, що його жанровий простір можливо класифікувати відповідно до окремих параметрів: ступінь прототипності, локалізація полій, соціокультурна специфіка, суб'єктно-адресні відносини й рівень інституційності [77, с. 232-243].

Варто зазначити, що Т.А. ван Дейк вважає, що політичний дискурс слід розуміти як клас жанрів, обмежений соціальною сферою, зокрема політикою. До жанрів, що належать до політичної сфери він відносить дебати представників влади, парламентські слухання, партійні програми, виступи політиків. Т.А. ван Дейк обмежує політичний дискурс професійними рамками, діяльністю політиків. На думку вченого, цей тип дискурсу слід розглядати як форму інституційного дискурсу. Наявність інституційного середовища (засідання парламенту, засідання уряду, засідання політичної партії) є передумовою існування такого дискурсу, як дискурсу політика. Крім того, необхідною умовою є те, що інформація, яку передає політик, була проголошена в інституційному середовищі. Власне, політичний акт, що відбувається в політичному середовищі, забезпечує існування політичного дискурсу [83, с. 243-285].

До політичного дискурсу лінгвісти відносять як особистісно-орієнтовану, так і статусно-орієнтовану комунікацію, а це дозволяє розташовувати жанри залежно від ступеню їхньої інституційності – від максимально інституційних до максимально неформальних: офіційні зустрічі представників держав, міжнародні переговори; політичні документи; промови політиків, публічні виступи; публічні політичні дискусії; прес-конференції; політичний скандал (знаходиться на межі персонального й особистого); листи й телеграми як знак підтримки або протесту; чутки, анекдоти; розмови в черзі

з незнайомими людьми, розмови про політику з друзями та членами сім'ї [70, с. 44-45].

У спілкуванні, в якому задіяні інститути, виокремлюють жанри, відповідно до сфери, в якій відбувається комунікація, та задіяних учасників:

- суспільно-інституційна комунікація:
  - по лінії «суспільство-інститут»: виступи на мітингах, листівки, звертання, петиції;
  - по лінії «інститут-суспільство»: наказ президента, радіозвернення, публічні виступи політиків, плакати, лозунги, закони, постанови уряду;
- комунікація між агентами в інститутах:
  - публічна сфера: програмний виступ на з'їзді партії, програма партії, доповідь на з'їзді, виступ прем'єр-міністра на засіданні уряду, круглий стіл, парламентські дискусії, зустріч політиків, переговори;
  - внутрішня сфера: закриті засідання, кулуарне обговорення, службове листування;
- комунікація між громадянином і інститутом: голосування на виборах, листи громадян до інститутів і політиків [67, с. 205].

Труднощі, які виникають під час спроб виокремлення жанрів політичного дискурсу, Н. Ферклаф пояснює неоднорідністю політичного дискурсу й широким розумінням політики як частини інституціалізованої сфери соціального життя, в якому різні соціальні групи діють у рамках своїх інтересів, потреб, прагнень і бажань. Жанри політичного дискурсу часто носять гібридний характер, що пов'язано із процесом соціальних змін, в яких задіяні політика та інші сфери буття. За допомогою сегментації жанрового простору політичного дискурсу відповідно до галузей діяльності й функцій дослідник виводить таку класифікацію:

- жанри, що мають відношення до політичної системи: політичні дебати, політичні маніфести й програми, парламентські й партійні промови діячів політики, нормативні документи тощо;

- медіатизовані політичні жанри: політичні новини, політичні інтерв'ю, бесіда або інтерв'ю із політичним діячем, радіопередача про політик, політична реклама;
- жанри, що відносяться до політичної публічної сфери: публічні зустрічі, матеріали кампаній, політичні форуми, фокус-групи [90, с. 33-34].

Розглядаючи жанр з функціональної точки зору, Х. Гіртт пропонує сегментувати сферу політичної діяльності відповідно до таких функціональних полей: законодавство, самопрезентація, створення громадської думки, досягнення згоди всередині партії, реклама, управління, виконання, контроль та вираження опозиційних настроїв [92, с. 66-80].

Одним із підходів до жанрової класифікації політичного дискурсу є типологія, запропонована О.Ю. Альшиною. Дослідниця пропонує виходити із розуміння жанру як цілеположної характеристики тексту, що визначається діяльністю людини в ситуації конкретного спілкування, і виокремлювати цілі групи жанрів політичного дискурсу:

- жанри інформування – основною метою тексту є інформування (публічні виступи, серед яких інавгураційні промови, послання конгресу, виступи в парламенті; прес-релізи, комунікація прес-конференції, круглого столу, ток-шоу; статті в ЗМІ тощо).

Ця група включає в себе численні жанри, відмінність яких полягає в ступені інституційності. Інформування реалізується головним чином через диктеми фактуального типу (диктемах-повідомленнях). Також варто відзначити, що інформування часто супроводжується оцінюванням, що актуалізується за допомогою фактуально-оцінної й оцінної інформації в диктемах відповідного типу. Наприклад, виступ, на відміну від прес-релізу, може відрізнитися певним ступенем агональності, що проявляється в таких мовленнєвих актах, як звинувачення та викриття.

- жанри переконання – основною метою текстів, що належать до цієї групи жанрів, є переконання адресата в правильності обраної стратегії в конкретній ситуації, що супроводжується наміром проінформувати його

щодо політичної ситуації, що склалася навколо, а також щодо своєї позиції й переконати адресата встати на бік адресанта (публічні виступи на з'їздах зборах; передвиборчі виступи; дебати; публікації в ЗМІ).

Прагматика переконання проявляється в диктемах-звинуваченнях, викриттях, висміюванні (в диктемах оцінного та фактуально-оцінного типів), в яких реалізуються відповідні мовленнєві акти.

- жанри-заклики – до цієї групи входять публічні виступи; публікації в ЗМІ; лозунги тощо.

Ця група жанрів визначається інтенцією заклику, що реалізується в диктемах настановчого типу (диктемах-закликах). Політичний текст, що відноситься до жанру-заклику, може містити ряд фактуальних та фактуально-оцінних диктем – стверджень, в яких представлена аргументація мовця, який має на меті зробити свій заклик більш переконливим. Заклик може супроводжуватись мовленнєвими актами агональності й аргументацією, основною метою якої є обґрунтування позиції мовця.

- жанри-виправдання / покаяння – ця група представлена публічними виступами, які позначені інтенцією визнання провини й пояснення ситуації.

У плані змісту, прагматика виправдання й покаяння проявляється в мовленнєвих актах покаяння й співчуття, що реалізуються у відповідних диктемах тексту, переважно, в диктемах оцінного й фактуально-оцінного типів. Мовленнєвий акт розкаяння може супроводжуватись викладом програми на майбутнє, закликом до сумісних зусиль, що реалізуються в диктемах фактуального та настановчого типів [1, с. 297-298].

В основу такої класифікації покладено не лише поділ залежно від цілі висловлювання, а й розуміння того, що діяльність є суттєвим фактором комунікації. Таким чином, стверджується те, що мовна діяльність визначає предметний тип змісту тексту. Комунікативна діяльність суб'єктів політики, серед іншого, включає в себе: інформування (повідомлення), переконання, заклик, виправдання (покаяння). При цьому пропаганда як поширення певної

політичної ідеології, поглядів й переконань може бути характеристикою усіх жанрів політичного дискурсу [1, с. 297].

Взагалі, для дослідження специфіки жанрових форм з точки зору їхнього співвіднесення до складних комунікативних подій політичного дискурсу варто звернутися до концепції В.Є. Гольдіна. Відповідно до його теорії, комунікативні політичні події необхідно розглядати як складні багатожанрові форми. Наприклад, така мовленнєва подія, як зустріч депутата з виборцями може бути представлена як сукупність таких жанрів: доручення виборців, відповіді на питання, виступ депутата, об'ява тощо [22, с.98].

У рамках жанрової класифікації доречно виділяти рівень маргінальності й прототипності жанрових форм. Одним із критеріїв для такого розшарування є відповідність головній інтенції політичного дискурсу, а також первинність тексту, боротьба за владу, відсутність або наявність перетину із іншими типами дискурсу. До прототипних жанрових форм відносять первинні, інституційні жанри: переговори, декрет, лозунг, публічна політична промова, парламентські дебати. Політичні периферійні жанри вважаються вторинними, вони перетинаються з іншими типами дискурсу. Такі жанри носять респонсивний характер: анекдот, пародія, політична карикатура, листи читачів, аналітичні статті, політичні мемуари й інтерв'ю. Відповідно до функціональної структури жанрового простору, можна виокремити ритуальні та орієнтаційні жанри. Основною інтенцією ритуальних жанрів є інтеграція, до них належать ювілейна промова, радіозвернення, інавгураційна промова, лозунг. А до орієнтаційних жанрів належать погодження, наказ і конституція [77, с. 244-245].

У рамках нашого дослідження ми вважаємо доречним розглядати жанр політичного дискурсу як складну мовленнєву подію або гіпержанр, в якому реалізується основна мета політичного дискурсу – боротьба за владу, що виокремлюється відповідно до таких критеріїв: функціональна складова, рівень прототипності, подієва локалізація, соціокультурна специфіка, суб'єктно-адресні відносини, рівень інституційності. Кожний гіпержанр

дискурсу в галузі політичної комунікації може бути поділений на менші за обсягом жанри, у складі яких можна виділити одноактні висловлення, які позначають поворот в межах внутрішньожанової інтеракції, тобто мовленнєві тактики і субжанри [67, с. 206].

### **Висновки до першого розділу**

Поняття «дискурс» є одним із центральних у сучасній лінгвістиці, і загалом, воно означає мову, занурену в життя. Незважаючи на велику кількість різноманітних визначень терміну «дискурс», це поняття залишається розмитим та неоднозначним. На підставі цього лінгвісти відносять це поняття до лінгвістичних універсалій, коло інтерпретацій якої розширюється з кожним днем.

Політична діяльність займає особливе місце в житті країни та суспільства, оскільки у широкому розумінні політика – це діяльність із вирішення життя суспільства або його частини. У свою чергу, політичний дискурс – це складне, соціально детерміноване, мовне та екстралінгвістичне явище з його прагматичним аспектом.

Політична лінгвістика знаходиться на перетині різних галузей науки, серед яких лінгвістика, політологія, соціологія, психологія, культурологія й етнографія. Аналіз політичних текстів передбачає необхідність використовувати досягненнями когнітивної лінгвістики, риторики, стилістики, лінгвістики тексту, лінгвопрагматики та соціолінгвістики.

Не викликає сумнівів доцільність використання дискурс-аналізу при дослідженні політичних медіа-текстів. Традиційний контент залишає невирішеним питання про механізми й форми впливу подібних текстів на аудиторію. Разом з тим, методика дискурс-аналізу ще недостатньо опрацьована. У зв'язку з цим постають проблеми, серед яких однією з найбільш складних є вибір одиниці аналізу. Найбільш плідною в цьому плані видається концепція Т.ван Дейка, який вважає, що одиницями дискурс-аналізу

повинні виступати макроструктури тексту, що відображають його загальний зміст.

До основних рис політичного дискурсу слід відносити його інституційний характер, полемічно-театральний характер, метафоризацію та маніпулювання символами, фактор адресата та інтерактивність, а також маніпулятивність та аргументативність.

Риси політичного дискурсу зумовлено низкою характерних для нього функцій, з-поміж яких необхідно виокремити такі: соціального контролю, легітимізації влади, відтворення влади, орієнтації, агональну, акціональну, поширення інформації, проєкції в минуле та майбутнє.

Різноманіття трактувань понять та підходів до визначення таких термінів, як «дискурс», «політичний дискурс», «політика» та «жанр» призводять до появи різнобічних підходів до жанрової класифікації політичного дискурсу. На нашу думку, доречно виокремлювати напрями комунікації (як макрожанри), а вже в їхніх межах відповідні жанри: суспільно-інституційну комунікацію («суспільство-інститут» або «інститут-суспільство»), комунікацію між агентами в інститутах (публічна сфера або внутрішня сфера) та комунікацію між громадянином і інститутом. Відповідно до іншого підходу, поділ на комунікативні жанри відбувається з урахуванням їхньої комунікативної мети (жанри-інформування, жанри-переконання, жанри-заклики, жанри-виправдання).

Необхідно враховувати й те, що політичний дискурс знаходиться під впливом різних соціокультурних чинників, до яких входять країна, в якій відбувається комунікація, мета висловлювання, комунікативний жанр, урахування фактору адресата й специфіки цільової аудиторії, а також індивідуальний стиль мовців.

## РОЗДІЛ II

### МОВНИЙ ПОРТРЕТ ВИДАТНИХ ПОЛІТИКІВ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ХХ- ХХІ СТ.

#### 2.1. Поняття «мовна особистість», «мовленнєва особистість» та «індивідуальний стиль»

Мова не існує поза культурою. Це одна з найважливіших її складових, форма мислення, специфічний прояв людського життя, який, у свою чергу, є справжнім буттям мови. Тому мова і культура нероздільні. Дослідники зазначають, мова – це культура, а культура – це мова. Однією з тенденцій розвитку мовознавства є детальна розробка проблеми людського фактору в мовленнєвій діяльності. Зважаючи на те, що людині належить ключова роль у процесі створення та використання мови, антропологічний підхід постає центральним у мовних дослідженнях.

Соціальна сутність мови полягає в тому, що вона існує насамперед у колективній та індивідуальній мовній свідомості. Таким чином, носії культури в мові представлені, з одного боку, мовним колективом, а з іншого, індивідом. На осі координат мовної свідомості на різних полюсах знаходяться колектив (як етнос або нація) та індивід.

Отже, носієм мовної свідомості є «мовна особистість», тобто людина, яка «живе» в мовному просторі – у спілкуванні, у стереотипах поведінки, зафіксованих у мові, у значеннях мовних одиниць та значеннях текстів. Отже, лінгвістична парадигма висуває поняття «мовна особистість» як об'єкт дослідження у мовознавстві, культурології, психології, соціології та філософії. З точки зору філософії, «особистість» - це «аспект внутрішнього світу людини, який характеризується унікальністю та відкритістю ...» [110, с. 457]. Психологічний аспект цього поняття включає в себе дослідження психічних процесів особистості. З огляду на це, особистість прийнято визначати як людину, що розглядається крізь призму психологічних характеристик, які є соціально детермінованими й

визначають її дії [54, с. 377]. Таким чином, соціологія вивчає особистість у різних соціальних системах.

Вважається, що появу поняття «мовна особистість» потрібно пов'язувати з іменем німецького вченого Лео Вайсгербера, який вперше використав його у своїй книзі «Muttersprache und Geistesbildung» (Рідна мова та формування духу (1927). На думку Вайсгербера, мова – це одна з найбільш універсальних культурних спадщин; ніхто не спілкується будь-якою мовою виключно через власну мовну самоідентифікацію; навпаки, людина розмовляє цією мовою завдяки тому, що вона належить до певної мовної спільноти.

Дослідник також зазначає, що у людини є мовні здібності, які допомагають упродовж життя зберігати в пам'яті враження, обробляти їх і порівнювати з іншими. Наступний спосіб реалізації такої мовної здібності відображається у вигляді процесів мислення та комунікації. Таким чином, ця здатність має вирішальний вплив на мислення та поведінку людини у всіх відношеннях. Науковець також вводить поняття «мовна картина світу» і заявляє, що мова стимулює формування мовної картини світу людини. Пізніше Лео Вайсгербер переглянув цю теорію та дійшов висновку, що для кожної мови характерний певний погляд на світ, і в кожній мові є точка зору, з якої нація (що створила цю мову) дивилася на світ. [17].

Для В.В. Виноградова поняття «мовна особистість» необхідно аналізувати з урахуванням його художньо-авторських образів. Вчений звертав увагу на взаємозв'язок «об'єктно-структурних властивостей» із «суб'єктивними рисами особистості письменника та його художньою манерою [18, с. 16]. На думку В.І. Карасика, мовна особистість завжди відображає національні риси і є частиною певного лінгвокультурного суспільства з властивими йому свідомістю та національними стереотипами, які ця мовна особистість використовує в процесі соціалізації [34]. Сучасні лінгвістичні дослідження питання мовної особистості характеризуються комунікативно-когнітивним напрямком, що бере теоретичні засади з праць Ю.М. Караулова. Відповідно до його трактувань, термін «мовна особистість» позначає сукупність здібностей та рис людини, що впливають на

процес продукування лінгвістичних творів (текстів), які відрізняються ступенем структурно-мовної складності, глибиною та точністю відображення дійсності, а також певною мовною орієнтацією [35, с. 38].

Зважаючи на розглянуті вище визначення, необхідно зазначити, що представлення дослідників сходяться в тому, що мовна особистість складається зі здібностей людини здійснювати різні види мовленнєво-мисленнєвої діяльності й використовувати різного роду комунікації для взаємодії з іншими людьми та з навколишнім світом [46, с.202].

Мовна особистість в сучасній науці постає як багатоплановий феномен, комбінація різноманітних умінь і навичок мовного спілкування, сукупність мовних здібностей і намірів до здійснення тих чи інших мовних дій, які можуть бути систематизовані як за видами мовленнєвої діяльності, так і відповідно до рівнів системи мови. Узагальнюючи підходи до дослідження мовної особистості, вчені виділяють три основних:

- структурний [14; 35];
- комунікативний [62; 42];
- стратегічний [28].

Поряд з поняттям «мовна особистість» дослідники можуть вживати такі терміни, як «мовленнєва особистість» [40; 44; 56], «комунікативна особистість» [66], «мовний портрет». Співвідношення понять «мовна особистість» і «мовленнєвий портрет» полягає у взаємозумовленості мови й мовлення [46, с. 98].

Так, мовна особистість, взята в контексті певних умов спілкування, розглядається як «комунікативна особистість», тобто узагальнений образ носія культурно-мовних і комунікативно-діяльнісних цінностей, знань, настанов і поведінкових реакцій [34, с. 26]. При цьому мовна особистість розуміється як проміжна ланка між мовною свідомістю – колективним і індивідуальним активним відображенням досвіду, зафіксованого в мовній семантиці, з одного боку, і мовною поведінкою – свідомою чи несвідомою системою комунікативних дій, які розкривають характер і спосіб життя людини, з іншого боку [34, с. 100]. Ю.Є. Прохоров розглядав питання відмінності мовної й мовленнєвої особистості і

зазначав, що якщо мовна особистість – це парадигма мовленнєвих особистостей, то мовленнєва особистість, навпаки, – це мовна особистість в парадигмі реального спілкування [56, с. 59]. На думку В.В. Красних, терміни «мовна особистість» і «мовленнєва особистість» можуть бути співвіднесені з уявленням А.А. Леонтєва про мову як здатність і про мовою як предмет. Він зазначає, що для теоретичного розуміння *Ното Лоquens* необхідно виділити чотири поняття, пов'язані з різними мовними особистостями: 1) «людина, що говорить» – людина, основна діяльність якої – мовленнєва, до якої належать як процеси створення, так і сприйняття мовленнєвих повідомлень; 2) мовна особистість – людина, яка реалізує себе у мовленнєвій діяльності на основі набору певних знань та ідей; 3) мовленнєва особистість – особистість, яка реалізує себе у спілкуванні, обираючи та реалізуючи ту чи іншу комунікативну стратегію та тактику, той чи інший репертуар засобів (як суто лінгвістичних, так і позамовних); 4) комунікативна особистість – конкретний учасник конкретного комунікативного акту, який бере участь у реальному спілкуванні [43].

Говорячи про особистість (у повсякденному контексті та в контексті психології), на перший план висуваються когнітивні аспекти людини, тобто її емоційні характеристики й воля, а не інтелектуальні здібності. Однак у випадку з мовною особистістю – ситуація зворотна, проте зробити обґрунтовані висновки про інтелектуальні властивості людини вдається не на всіх рівнях володіння мовою, саме через це Ю.М. Караулов виокремлює три рівня володіння мовою [35, с. 58-79]:

- нульовий рівень (структурно-мовний, семантичний) – рівень ординарної мовної семантики. Цей рівень мови виступає нульовим по відношенню до особистості й досить беззмістовним, оскільки зазвичай не дозволяє проявити індивідуальність. Однак цей рівень є необхідною передумовою для становлення і функціонування особистості. Зазвичай цей рівень розглядається лише у випадках, коли мова йде про володіння другою мовою;

- перший рівень (лінгво-когнітивний) – це рівень, на якому можливі виявлення та встановлення ієрархії смислів і цінностей у картині світу особистості. Ю.М. Караулов зазначає, що єдина картина світу, навіть в межах однієї мови, не існує. Становлення сформованого, несуперечливого світогляду можливе тільки в рамках встановлення ієрархії смислів і цінностей для окремої особистості. Однак світогляд особистості формується не у вакуумі, а ґрунтуючись на національно-культурних традиціях, цінностях, ідеологіях, які роблять можливим створення загальнозначущої домінанти, інваріантної частини. Таким чином, перший рівень вивчення мовної особистості, що спирається на дослідження сукупності породжених нею текстів неповсякденного змісту, передбачає виокремлення та аналіз змінної, варіативної частини в її картині світу, яка є унікальною для даної особистості. Це досягається лише за умови, що базова, інваріантна частина картини світу є єдиною і загальною для цілої епохи, а власне дослідник ознайомлений із нею;

- другий рівень (прагматичний) – це рівень, на якому відбувається виявлення і опис (характеристика) мотивів і цілей, що спонукають і керують розвитком мовної особистості, її поведінкою, створенням текстів і власне формуванням ієрархії смислів і світогляду в цілому.

Отже, кодування і декодування інформації відбувається під час взаємодії трьох рівнів «комунікативного простору особистості» – вербально-семантичного, когнітивного та прагматичного. Комунікативні потреби особистості поділяться на три типи: 1) контактостворюючі; 2) впливові; 3) інформаційні [35, с. 211]. Трирівнева модель мовної особистості певним чином співвідноситься з трьома типами комунікативних потреб, а також з трьома сторонами процесу спілкування – комунікативною, інтерактивною й перцептивною.

Відповідно до вчень різних дослідників, на перший план висуваються різні ознаки, на основі яких виділяються типи мовної особистості: від власне мовних, до когнітивних, соціальних, психоемоційних характеристик (роботи Г.І. Богина, В.П. Нерознака, Ю.М. Караулова, Н.Д. Голєва, К.Ф. Сєдова та ін.). К.Ф. Сєдов

пропонує типологію мовних особистостей, що базується на мовній компетенції мовця. У згаданій типології виділяється три типи мовної особистості (конфліктний, центрований та кооперативний типи). Для конфліктного типу характерне налаштування проти партнера, центрований тип ігнорує комунікативного партнера, а кооперативний комунікант зорієнтований на гармонізацію спілкування, виявляє повагу до співрозмовника [58, с. 300-307].

Досліджуючи поняття «мовна особистість» та мовленнєві характеристики людини, вчені також вводять таке поняття, як «ідіолект». Необхідно диференціювати терміни «ідіостиль», «індивідуальний стиль» і «ідіолект», оскільки ці три поняття активно використовуються мовознавцями. Поняття «індивідуальний стиль» та «ідіостиль» використовуються паралельно і можуть виступати як взаємозамінні. Також варто зазначити, що вони тісно пов'язані з такими термінами, як «мовна особистість», «індивідуальний мовосвіт», «художнє словомислення», «мовна картина світу автора» тощо [41, с. 27].

Вперше термін «ідіолект» був введений в американському мовознавстві в 40-х роках минулого століття, а його етимологія пояснюється таким чином: *ídios* (з грецької) «свій власний, своєрідний, особливий» + *lectós* «здатний говорити» [65, с. 3]. Для Л. Ставицької «ідіолект» постає як реалізація певної мови індивідом, тобто сукупність текстів, що генеруються мовцем та вивчаються лінгвістом з метою дослідження мовної системи. У вузькому розумінні, ідіолект – це специфічні мовленнєві особливості конкретного носія мови [65, с. 3]. Дослідниця також зазначає, що під час вивчення ідіолекту та його рис необхідно враховувати соціологічні характеристики мовця та комунікативні ситуації.

Відповідно до літературознавчого словника, ідіолект – це індивідуальне мовлення, що визначається місцем проживання, віком, професією, соціальним статусом, загальним рівнем культури певної людини. Ідіолект як лінгвістична характеристика особистості не лише визначає специфічне, а й розкриває різноманітні аспекти мови як загальнодержавного явища, її невичерпного потенціалу [23, с. 293]. Це визначення дає уявлення про те, що мова людини

ґрунтується не лише на чинниках, не пов'язаних з мовою, а й на колективній національній мовній спадщині.

Взагалі, деякі вчені зазначають, що існують певні відмінності між поняттями «ідіостиль» та «ідіолект». Так, Н.А. Вострякова зазначає, що «ідіолект – це унікальна індивідуальна система, що включає як вроджені, так і набуті, індивідуальні та групові характеристики» [19, с.8]. Мова йде не лише про окремі відмінні риси, характерні для мовної особистості, а й про весь набір мовних засобів, якими користується певна людина. Ідіолект також вважається основою для створення ідіостилю. На думку Д.С. Мухортова, ідіолект потрібно розглядати як перший рівень дослідження мовної особистості (відповідно до термінології та класифікації Ю.М. Караулова, структурно-лінгвістичний), а ідіостиль – як більш складну категорію, що розкриває мовну особистість на другому і третьому рівнях (лінгвокогнітивному та мотиваційному) [53]. Відповідно, ідіолект – сукупність індивідуальних, специфічних особливих рис мовлення конкретно взятої особистості, що проявляються в залежності від певних екстралінгвістичних факторів, тоді як індивідуальний стиль – це поєднання цих лінгвістичних виражальних засобів.

Ідіостиль, або індивідуальний стиль, у вузькому розумінні – це система характеристик і форм, властивих певному автору. Ці системи та характеристики роблять авторський стиль індивідуальним та особливим. Однак стиль не є тим, з чим народжуються люди. Терміном «ідіолект» позначають сукупність мовних та стилістичних особливостей, що характеризують творчість автора. В.П. Іванишин припускає, що індивідуальний стиль залежить від ідіолекту, оскільки національні, культурні, соціальні фактори складаються і утворюють те, що ми знаємо як ідіостиль [32, с. 133].

Взагалі, індивідуальний стиль (мовну особистість) можливо спостерігати та досліджувати на таких рівнях:

1. Графологічний – аналіз почерку. На цьому рівні досліджується також використання ком, крап, знаків запитання, знаків оклику, а також інших пунктуаційних знаків.

2. Фонологічний – звукова система мови. На цьому рівні досліджуються: звукові патерни, вимова різних слів та формування системного вживання звуку. Фонологічними засобами також вважаються алітерація, повтори, консонанс та асонанс тощо.

3. Лексикологічний – лексичні одиниці. На цьому рівні досліджуються окремі слова та ідіоми в різних мовних контекстах. На цьому рівні передбачається дослідження семантики, словотвору та морфології.

4. Семантичний – значення. Відповідно до цього рівня, значення оцінюються за допомогою аналізу контексту.

5. Граматичний – склад речень, словосполучень та слів у мові. Граматичний рівень включає граматику, частини мови, речення та фрази. Це допомагає нам з'ясувати час, місце, що зроблено, що буде і що було в минулому. Завдяки граматичному аналізу ми можемо зрозуміти передбачувані значення та події. Граматичний рівень включає морфологію та синтаксис.

6. Прагматичний – контекст. На цьому рівні досліджуються контекст задля розпізнавання прихованих значень у тексті, способів впливу на адресата, засобів привертання уваги потенційної аудиторії тощо.

Отже, кожний із рівнів має потенціал до відображення особливих, індивідуальних рис мовлення комунікантів, а також до виявлення загальнонаціональної специфіки політичного дискурсу. У рамках нашого дослідження ми вважаємо за доцільне зупинитися на вивченні лексичних, граматичних, стилістичних та прагматичних рис політичного дискурсу Великобританії.

## **2.2. Мовна особистість як елемент іміджмейкінгу**

Предметом політичного дискурсу як різноаспектного явища є мовна особистість політика. На думку М.Г.Цуцієвої, мовна поведінка мовної особистості політика як предмет політичного дискурсу є, з одного боку, унікальним досвідом його життя, індивідуальним набором мовних властивостей,

з іншого боку, мовна особистість політика як синкретичний феномен – це інституційна мовна особистість, яка здійснює свою дискурсивну діяльність у політичному (інституційному) дискурсі [72, с.76].

Отже, саме в сучасній антропологічній лінгвістиці вивченню мовної особистості відведено одне з центральних місць. В останні десятиліття все більше науковців, які проводять дослідження в галузі лінгвокультурології, соціолінгвістики та психолінгвістики, звертають особливу увагу на аналіз як індивідуальної, так і колективної мовної особистості.

Внаслідок детального вивчення проблем функціонування мовної особистості, виникає така особлива галузь лінгвістики, як лінгвоперсонологія, увага якої фокусується не лише на загальних закономірностях розвитку системи мови, а й на національно-культурній специфіці мови, психофізичних та індивідуальних особливостях мовців. Серед її завдань – створення типології мовних особистостей з урахуванням різних диференціальних особливостей. А.Г. Салахова зазначає, що за допомогою лінгвоперсонології можливо вивчати мовну особистість не тільки в синхронії, але й у діахронії, що, у свою чергу, допомагає виявити тенденції розвитку та передбачити закономірності поведінки індивідів залежно від їх соціального статусу [57, с.161].

Окрім поняття «мовна особистість», вчені також виокремлюють таке поняття, як «мовний паспорт», обов'язковими компонентами якого виступають наступні елементи: біологічний (стать і вік), психологічний (емоційний стан на момент виступу), соціальний (національність, соціальний статус, місце народження, професія) та індивідуальний [19]. Д.С. Мухортов звертає увагу на той факт, що аналіз останнього (індивідуально-лінгвістичного) передбачає дослідження лексики, ставлення до співрозмовників за принципом «ми-вони», набору риторичних засобів, фонологічних рис [53, с. 172].

Вивчення мовної особистості відбувається із застосуванням різноманітних підходів, які передбачають аналіз цього явища з урахуванням численних аспектів: дискурсивного, лінгвокультурного, лінгвоособистого, соціолінгвістичного,

психолінгвістичного тощо. Варто пам'ятати, що комунікативний та прагмалінгвістичний аспекти залишаються домінуючими.

Нещодавно до активного словникового запасу лінгвістів було додано такий термін, як «мовний профіль», який активно використовується для опису мовної реалізації мовної особистості. На думку О.В. Слободяна, у сучасних розвідках цей термін зазвичай використовується на позначення особливої стратегії лінгвістичних досліджень – стратегії портретування [64, с.1].

На думку Т.П. Тарасенко, мовний профіль – це сукупність мовно-мовленнєвих характеристик комунікативної особистості або навіть певного суспільства протягом певного періоду [68, с.8]. Відповідно до іншого підходу, мовний профіль визначається як сукупність мовних уподобань адресанта тексту в певних обставинах, метою яких є актуалізація прихованого впливу на конкретного адресата [48, с.14].

Мовний профіль може бути окреслений як сукупність мовних характеристик, що формуються внаслідок взаємодії різних рівнів мови та відображають комунікативні особливості окремої мови [3, с.21]. Таким чином, мовне профілювання є одним із способів опису мовної особистості, що відображає сукупність її особливих рис.

Узагальнюючи представлені дефініції, мовний профіль можна визначити як тип опису мовної особистості, що відображає певні мовні та екстралінгвістичні особливості, які є зумовленими певною жанровою та ситуативною специфікою.

За типом об'єкта дослідження мовні профілі поділяються на колективні та індивідуальні. Відповідно до першого типу, передбачається виявлення типових, загальних мовних особливостей групи людей, для яких спільними є певні характеристики: професія, стать, вік, територія проживання та ін. Відповідно до другого типу мовних профілів, необхідно характеризувати окремо взятую мовну особистість. Варто також зазначити, що вивчення мовної особистості може відбуватися на основі аналізу мовлення як реальних людей, так і вигаданих персонажів.

За рівнем узагальнення об'єкта дослідження розрізняють значущі та узагальнені мовні профілі. Перший тип охоплює мовні профілі окремих соціально значущих фігур, а другий – мовні профілі типових представників певної соціальної групи, що ґрунтується на вивченні мовлення одного з представників усієї групи.

Якщо класифікація базується на матеріалі дослідження, то мовні профілі поділяється на ті, які було складено в результаті вивчення писемного мовлення, усного мовлення або комбінації обох типів.

З огляду на повноту, мовні профілі поділяються на повні або неповні. Безсумнівно, мовна особистість як тривимірна змістова структура, потребує створення відповідної моделі для її опису, що є складним завданням. З огляду на це, повні мовні профілі зустрічаються вкрай рідко. У результаті цього, лінгвісти більшою мірою звертаються до вивчення одного з рівнів мовної особистості, і в такому випадку ми можемо говорити про створення скороченого варіанту мовного профілю.

Взагалі, єдиної моделі створення мовного профілю не існує. Варто відмітити, що вибір моделі дослідження залежить від цілей, які ставить перед собою вчений, дослідницького матеріалу та галузі досліджень (наприклад, соціолінгвістика, політична лінгвістика тощо).

Одним із об'єктів дослідження сучасної лінгвістики є механізми створення мовного профілю політика. Це пояснюється й значною мірою тим, що політики зазвичай мають великий досвід публічних виступів та усталений мовленнєвий імідж. Під час вибору моделі мовного профілювання, лінгвополітологи здебільшого спираються на структуру, розроблену Ю.М. Карауловим, що включає в себе аналіз трьох рівнів мовних особистостей: вербально-семантичного (структурно-системного) рівня; пізнавального (когнітивного) рівня; прагматичного рівня [35, с. 58-79].

Отже, мовний профіль є одним із методів опису мовної особистості. Мовний профіль відображає певні мовні та паралінгвістичні особливості, зумовлені певною жанровою та ситуативною специфікою. Мовний профіль політичного лідера охоплює опис комунікативних навичок та стратегій, механізмів повторення

певних фраз та клішованих форм, використання метафор, а також комунікативних стратегій та комунікативних цілей.

### **2.3. Лінгвістичні особливості реалізації концепту «мовна особистість»**

З огляду на представлені класифікації, у рамках нашого дослідження доречно розглядати узагальнений, колективний мовний портрет політиків Великобританії. Для більшої об'єктивності дослідження, на нашу думку, необхідно виключити із рамок дослідження діахронічний та гендерний чинники, а тому матеріалом нашого дослідження слугуватимуть виступи ключових фігур політичного життя Великобританії у період кін. ХХ ст. – ХХІ ст.

Сучасне суспільство постійно зіштовхується з такими явищами, як вплив, стимулювання, маніпуляція. Проблема вивчення факторів, що впливають на прийняття рішень та вибір, має особливе значення. Кожного дня людина чує промови інших людей, які мають потенціал змінювати її життєві настанови, коригувати систему цінностей. Вибір лексичних засобів, особливих граматичних структур, стилістичних засобів – все це відіграє ключову роль у формуванні оцінки соціально-політичних процесів.

#### **2.3.1. Лексичний аспект реалізації концепту «мовна особистість»**

Вибір лексичних одиниць, які використовуються для позначення явищ та подій у житті суспільства, не є випадковим, оскільки підбір певних лексичних одиниць з певним лексичним значенням виявляє контроль над семантичним рівнем мови є одним із способів впливу на та маніпулювання свідомістю людей.

Лексичний вибір одиниці вважається найбільш «мобільним» в інституційному дискурсі, оскільки саме лексичний склад активно та безпосередньо реагує на всі соціальні зрушення. Лексичний запас мови політика виявляє тенденцію до адекватності мови, тобто до встановлення відношення розуміння того, що слово повністю відповідає наміру.

Безумовно, в політичному дискурсі Великобританії, як і в дискурсі політиків інших країн, будуть присутні специфічні лексичні одиниці, що поділяються на дві групи:

- ✓ загальнополітична лексика, що охоплює філософські, соціологічні, культурологічні, релігійні терміни, які широко використовуються в засобах масової інформації, а також слова, що пов'язані із функціонуванням різних союзів, асоціацій, громадських організацій тощо, а також лексичні одиниці, що слугують на позначення процесів і подій у сфері просвіти та культурного життя країни [16];

- ✓ We stayed at home, protected the *NHS*, and saved thousands of lives. [121];

- ✓ Illegal *immigration* is an issue for all our nations, and a human tragedy for many thousands of people. [113];

- ✓ If Europe defaulted to Euroscepticism, or if European nations, faced with this immense challenge, decide to huddle together, hoping we can avoid *globalization*. [115];

- ✓ спеціально-політична лексика, що включає в себе назви посад, державних органів, політичних партій та рухів, терміни міжнародної політики, юридичні та економічні терміти, а також електоральну та військову лексику [16];

- ✓ You only have to read the *Lisbon Treaty* – whose *constitutional provisions* were rejected by three EU populations, the French, the Dutch and the Irish – to see how far this thing has moved on from what we signed up for in 1972. [120];

- ✓ The EU already has considerable powers to set rates of *indirect taxation* across the whole 28-nation territory, and of course it has total control of *monetary policy* for all 19 in the eurozone. [120];

- ✓ As *Chancellor* Merkel has said, if Europe today accounts for just over 7% of the world's population, produces around 25% of global GDP and has to finance 50% of global social spending, then it's obvious that it will have to work very hard to maintain its prosperity and way of life [116].

Варто зауважити, що частота використання певних лексичних одиниць вказує на те, що, на думку політика, дане явище є ключовим у веденні політики. Таким чином, якщо провести кількісний аналіз, можна виявити, наскільки

обговорення даного питання було актуальним у аналізованій період. У нашому дослідженні ми звернули увагу на частоту використання таких лексичних одиниць, що по суті відносяться до шару спеціальної політичної лексики, як *Europe, the European Union, the EU, the Eurozone, Brussels, Brexit*. Результати кількісного аналізу представлено в табл. 2.1. (див. Додаток) :

- ✓ Fourth, and here I tread carefully, get a macroeconomic framework for *Europe* that is disciplined but also flexible. It is not for me to comment on the *Eurozone* [115].
- ✓ The *European Union* that emerges from the *eurozone* crisis is going to be a very different body [116].
- ✓ In recent years *Brussels* has acquired its own foreign minister, its own series of *EU* embassies around the world, and is continuing to develop its own defence policy [120].
- ✓ We were told that we would be able to stop the *Eurozone* countries from using the *EU* institutions to create a fiscal and political union. Instead we gave up our veto [120].

Результати підрахунків показують, що для Тоні Блера як для прем'єр-міністра та просто політика основною цінністю є Європа взагалі, а не лише країни, які входять до Євросоюзу. Натомість, Девід Кемерон більшою мірою згадує саме союз країн, в його мовленні переважають такі геополітичні назви як *the European Union* (скорочений варіант *the EU*) та *the Eurozone*. Цікавим фактом є те, що Борис Джонсон користується аббревіатурою *the EU* – він єдиний з трьох політиків, у кого в мовленні значно переважає використання скороченої одиниці над усіма іншими. Така мовленнєва поведінка може бути пов'язана із політикою прем'єр-міністра на вихід із Європейського Союзу, оскільки переважне використання скороченої назви може свідчити про негативне ставлення до цього явища. Також цікавим фактом є те, що Борис Джонсон є єдиним із трьох політиків, хто використовує у своїх виступах лексичну одиницю *Brexit* – в нашому дослідженні представлена промова Кемерона після голосування щодо виходу із Євросоюзу, але сам політик

жодного разу не використовує таку лексичну одиницю. Також, саме для Бориса Джонсона характерне уособлене звертання до Євросоюзу – *Brussels*.

У рамках нашого дослідження ми також звернули увагу на частоту вживання таких лексичних одиниць як *Queen*, *Her Majesty* та *Her Majesty Queen* (Табл. 2.2., див. Додаток).

Також ми вирішили порівняти частоту згадки голови держави із частотою згадки британського парламенту - *the Parliament*, *the House of Commons*, *the House of Lords* (Табл. 2.3., див. Додаток):

Отже, проведений кількісний аналіз показує, що ані Королева як голова держави, ані Парламент як законодавчий орган не є головною цінністю для прем'єр-міністрів Великобританії кінця XX – XXI століття. Натомість, у промовах політиків часто повторюваними є такі лексичні одиниці:

*Britain* (87 повторів) – Between a dynamic liberal cosmopolitan open global free-trading prosperous *Britain*, or a *Britain* where we remain subject to a undemocratic system devised in the 1950s that is now actively responsible for low growth and in some cases economic despair [120].

*Nation* – і його похідні *national*, *national-wide* (59 повторів) – Some say this will unravel the principle of the EU – and that you can't pick and choose on the basis of what your *nation* needs [116].

*British* (46 повторів) – Union requires the working hours of *British* hospital doctors to be set in Brussels irrespective of the views of *British* parliamentarians and practitioners [116].

*Power* – і його похідні *powerhouse*, *powerful*, *powerless* (40 повторів) – It is that same spirit of determination and the *power* of community that should be the country's guide now in this year of challenge [114].

*Vote* (30 повторів) – A *vote* today between the status quo and leaving would be an entirely false choice [116].

*Our country/-ies* (27 повторів) – <...> and we can keep *our country* moving forward while we work together to suppress the virus [121].

*Leader* – і його похідне *leadership* (24 повтори) – If we leave on June 23, we can still provide *leadership* in so many areas [120].

*UK* (21 повтор) – There is the SNP; they want Scotland wrenched out of the *UK* and relations with England [114].

*Right* (20 повторів) – But if people don't follow the rules we have set out, then we must reserve the *right* to go further [121].

*Crisis* (16 повторів) – The European Union that emerges from the eurozone *crisis* is going to be a very different body [116].

*Economy* (16 повторів) – Such a Europe - its *economy* in the process of being modernised, its security enhanced by clear action within our borders and beyond - would be a confident Europe [115].

*Law* – і його похідне *law-making* (16 повторів) – What the government wants is for us to remain locked into the Single Market *law-making* regime, and to be exposed to 2500 new EU regulations a year [120].

*Treaty* (16 повторів) – We believe in a flexible union of free member states who share *treaties* and institutions and pursue together the ideal of co-operation [116].

*Value* (14 повторів) – To represent and promote the *values* of European civilisation in the world [116].

*Democracy* (12 повторів) – That is what happens when you destroy *democracy* [120].

*Money* (12 повторів) – <...> but with the *money* we put in must come modernization [114].

При вивченні мовної оцінки вчені зосереджуються на формуванні оціночного значення на різних мовних рівнях (словотворчому, морфологічному, лексичному, синтаксичному), функціонуванні одиниць оцінки в тексті, пошуку зв'язків між оцінкою мови та різні характеристики особистості – вікові, статеві, національні, психологічні, соціальні та інші.

Взагалі, іменники становлять найбільшу групу. Потрібно зазначити, що більшість із них належать до групи слів, що мають позитивне або нейтральне значення. До групи іменників з позитивним значенням, що використовуються

політиками у їхніх промовах, відносимо: *advantage, agreement, ambition, benefit, respect, freedom, friends, incredible, independence, opportunity, peace, practical, right, security, success*. Серед іменників з негативним значенням найбільш поширеними є *crisis, disagreement, opposition, poverty, problem, unemployment, violence*.

Другу групу слів, яку ми розглядали, становлять прикметники, які, у свою чергу, також поділяються на ті, що мають позитивне, й ті, що мають негативне значення. До групи часто повторюваних прикметників з позитивним значенням належать: *free, good, excellent, peaceful, prosperous, sensible, strong*; а група прикметників з негативним значенням представлена значно меншою кількістю прикметників: *outdated, poor, weak*. Взагалі, аналіз виступів показує, що прикметники в промові політиків Великобританії не є поширеними. Більшість речень містять виключно іменники та дієслова, а прикметники, які використовуються політиками часто позбавлені оцінного компоненту:

- ✓ When the sickness took hold in this country in March, we pulled together in a spirit of national sacrifice and community. We followed the guidance to the letter. We stayed at home, protected the NHS, and saved thousands of lives [121].
- ✓ The governor of the Bank of England is making a statement about the steps that the bank and the Treasury are taking to reassure financial markets. We will also continue taking forward the important legislation that we set before Parliament in the Queen's Speech. And I have spoken to Her Majesty, the Queen, this morning to advise her of the steps that I am taking [117].
- ✓ We have pride in what we have done, but we have the wisdom to accept there is much more to do. No longer novices in government, we carry more visibly its burdens and responsibilities. As Mario Cuomo once said: 'In politics we campaign in poetry, but we govern in prose.' [114].

До групи поширених дієслів належать: 1) з позитивним значенням: *to accept, to assure, to build, to create, to defend, to ensure, to lead, to promote, to protect*; 2) з негативним значенням: *to abandon, to compete, to fail, to refuse*. Як і у випадку з попередніми частинами мови, дієслова з позитивним значенням представляють

більш поширену й різноманітну групу. На нашу думку, така тенденція пов'язана із бажанням мовців конструювати позитивну картину світу в аудиторії.

Використання специфічної лексики, обумовленої політичною діяльністю мовців (професіоналізмів, термінів), не є єдиною особливістю дискурсу політиків. Унікальність такого дискурсу полягає також у специфічному відборі та організації певних виразних структур, що відповідають прагматичним цілям та умовам спілкування, що формуються в процесі професійної діяльності політиків.

Лексичний потенціал політиків полягає насамперед у використанні емотивних одиниць, що безпосередньо не виражають емоції, а називають їх. Підґрунтям для оцінки об'єктивного світу політиком виступає його суб'єктивне ставлення до навколишнього середовища, береться до уваги також ціннісний характер об'єкта оцінки – з урахуванням таких концептів, як добро й зло, краса та ворожість, вигода й шкода, правда й брехня тощо.

- ✓ I *believe* in Europe as a political project. I *believe* in Europe with a strong and caring social dimension [115].
- ✓ I am very *proud* and very *honored* to have been prime minister of this country for six years [117].
- ✓ That is why I am *in favour* of a referendum. I *believe* in confronting this issue – shaping it, leading the debate [116].
- ✓ And of course I am *deeply, spiritually reluctant* to make any of these impositions, or infringe anyone's freedom, but unless we take action the risk is that we will have to go for tougher measures later, when the deaths have already mounted and we have a huge caseload of infection such as we had in the spring [121].
- ✓ It is very *worrying* that the European Court of Justice – Luxembourg, not Strasbourg – should now be freely adjudicating on human rights questions, and whether or not this country has the right to deport people the Home Office believes are a threat to our security [120];

На думку І.Р. Гальперіна, словниковий запас англійської мови можна розділити на три основні шари – літературний, нейтральний та розмовний [91].

Лексичний аналіз виступів Тоні Блера, Девіда Кемерона та Бориса Джонсона свідчить про те, що вони використовують у своєму мовленні найрізноманітніші слова з різних шарів лексики.

Проведений аналіз допоміг встановити нам, що виступи політиків сприймаються легко та є зрозумілими широкому загалу завдяки тому, що використання спеціалізованої лексики в їх мовленні обмежене. Такі вузькоспеціалізовані терміни як, наприклад, *austerity*, *autocratic*, *campaign of subterfuge*, *ЕЕС*, *intergovernmentalism* зустрічаються рідко. Політики у своїх промовах звертаються до політичних та економічних термінів, які зрозумілі пересічному громадянину та які відображають загальні тенденції розвитку, пріоритетні напрямки та головні цінності, що траншують політики:

- ✓ Between a dynamic *liberal cosmopolitan* open global free-trading prosperous Britain, or a Britain where we remain subject to a *undemocratic system* devised in the 1950s that is now actively responsible for low growth and in some cases *economic despair* [120].
- ✓ As Chancellor Merkel has said, if Europe today accounts for just over 7% of the world's population, produces around 25% of *global GDP* and has to finance 50% of global *social spending*, then it's obvious that it will have to work very hard to maintain its *prosperity* and way of life [116].
- ✓ In this era, a new agenda: economies that compete on knowledge, on the creative power of the many, not the few; societies based on inclusion not division; countries that are *internationalist* not *isolationist* [114].

Також політики використовують у своєму мовленні слова, що належать до підвищеного стилю *decency*, *disillusionment*, *dogma*, *metamorphosis*, *prosperity*, *recession*, *redolent*, *status quo*, *tribute*. Взагалі мовлення політиків сповнено переважно лексичними одиницями, що належать до підвищеного та нейтрального шару. Але також необхідно звернути особливу увагу на поодинокі випадки вживання стилістично зниженої лексики:

- ✓ I believe we would be *mad* not to take this once in a lifetime chance to walk through that door because the truth is it is not we who have changed [120].

- ✓ Of course the Remain campaign dismisses this UK contribution as a mere *bagatelle* – even though you could otherwise use it to pay for a new British hospital every week [120].
- ✓ Only one thing I ask: don't let us *kid* ourselves that this debate is unnecessary <...> [115];
- ✓ It went well and I *got a bit cocky* and the next time I was with the French Prime Minister, I agreed to do the press conference in 'French. Half way through the conference I got my French *muddled up* <...> [114].

У нашому дослідженні ми спираємося на класифікацію, наведену в «Словнику лінгвістичних термінів» Т.В. Жеребіло; визначення для розмовної і просторічної лексики ми беремо з того ж джерела. Отже, просторічна лексика – розмовна лексика, що є синонімічною до нейтральних слів [107, с. 173]. Розмовна лексика – слова з розмовним стилістичним забарвленням, що виділяються на тлі нейтральної та книжкової лексики. При цьому необхідно розрізняти негрубу просторічну лексику й грубо-просторічну лексику (вulgаризми), використання якої є недопустимим в літературній мові [107, с. 173]. Розмовні лексеми надають мові розмовний характер. Розмовна лексика надає перевагу використанню лексичних одиниць, що знаходяться поза літературною нормою, що обумовлено її зниженим розмовним різновидом у цілому. Її поле – це невимушена, неофіційна ситуація, у її емоційному тлі присутні як позитивні, так і негативні відтінки емоцій. Просторічній лексиці, в свою чергу, характерне емоційно-мовленнєве поле дружніх, навіть фамільярних відносин [49, с. 149]. Використання таких лексичних одиниць в офіційно-публічному дискурсі порушує стилістичну єдність.

Ми беремо до уваги думку О.С. Ахманової, яка зазначала, що відносно розмовної лексики мова повинна йти про свободу й невимушеність вираження, що супроводжується підвищенням експресивності [7, с. 251].

Таким чином, ми можемо стверджувати, що в мовленні політиків Великобританії лексичні одиниці, що належать до стилістично зниженої лексики, використовуються не випадково. Головною метою цих одиниць є створення

відчуття рівного й невимушеного спілкування із потенційними адресатами, а також підкреслення підвищеної емоційності мовця.

Отже, аналіз мовного портрету політиків Великобританії показує, що на лексичному рівні для мовлення державних діячів характерне використання нейтральної та підвищеної лексики. Зустрічаються також поодинокі випадки використання стилістично зниженої лексики, що пояснюється бажанням мовців створити видимість рівних і дружніх стосунків, а також акцентувати на особливому емоційному стані адресанта. Кількісний аналіз вживання окремих лексичних одиниць показує, що в своїх промовах політики найчастіше звертаються до тих лексичних одиниць, які відображають основні цінності та загальну політику, які вони декларують.

### **2.3.2. Граматичний аспект реалізації концепту «мовна особистість»-**

Граматика вважається одним із наріжних каменів мови. Опис граматичних одиниць з детальним дослідженням правил їх функціонування дає більш цілісну картину політичного дискурсу. Використання певних граматичних структур ораторами допомагає скласти мовний профіль політиків Великобританії.

Використання граматично правильних структур у мовленні є настільки ж важливим, як і зміст мовлення людини. Граматично правильне мовлення сприймається як мовлення компетентної людини й викликає відчуття довіри. Взагалі, політики Великобританії представляють у своїх виступах приклади бездоганної граматики. У їх промовах використовуються різноманітні граматичні структури, які допомагають їм виділитись серед натовпу й роблять їх видатними ораторами. Проведене нами дослідження дозволяє виокремити нам десять найбільш поширених синтаксичних структур, які є характерними для мовлення одразу трьох політиків:

1) Прості розповідні речення, основної комунікативною метою яких є представлення теми розмови:

✓ Crime is now crossing borders more easily than ever before [115].

- ✓ Ed Miliband rang me this morning to wish me luck with the new government [118].
- ✓ The virus has started to spread again in an exponential way [121].

Ще однією комунікативною метою простих речень є наголошення на особливо важливій інформації:

- ✓ Organised crime costs the UK at least £20bn annually [115].
- ✓ I have always believed in governing with respect [118].
- ✓ And in delivering change we must change too [119].

2) Прості й складні речення у наказовому способі, основна мета яких – заклик до дії:

- ✓ But *tell me*: what type of social model is it that has 20m unemployed in Europe, productivity rates falling behind those of the USA; that is allowing more science graduates to be produced by India than by Europe; and that, on any relative index of a modern economy - skills, R&D, patents, IT, is going down not up [115].
- ✓ *Let's welcome* that diversity, instead of trying to snuff it out. *Let's stop* all this talk of two-speed Europe, of fast lanes and slow lanes, of countries missing trains and buses, and consign the whole weary caravan of metaphors to a permanent siding [116].
- ✓ *Let's unite* this country. *Let's spread* opportunity to every corner of the UK, with superb education, superb infrastructure, and technology [119].

Для промов британських політиків не є характерним використання негативних закликів, але можна зустріти поодинокі випадки в окремих промовах. Наприклад, Тоні Блер закликає не звертатися до нього й його прибічників у наступний спосіб:

- ✓ *Do not tell us* we are unprincipled and unjust, for there is no greater injustice to inflict upon a child than a poor education [114].

За допомогою негативної конструкції політики вибудовує власний імідж, вказуючи на те, що він і його політична сила не є тими, ким їх вважають ті, хто не погоджується з їх жорсткою політикою.

Девід Кемерон закликає не піддаватися оманливим судженням – необхідно звернути увагу на те, що політик вживає конструкцію *let us*, що містить займенник першої особи множини, що є сигналом того, що мовець прирівнює себе до аудиторії, намагається побудувати відчуття рівності та єдності:

✓ *Let us not be misled by the fallacy that a deep and workable single market requires everything to be harmonised, to hanker after some unattainable and infinitely level playing field [116].*

3) Переважна більшість речень – складні (складнопідрядні й складносурядні) – такі речення використовуються для надання причинно-наслідкових зв'язків, додаткового обґрунтування своїх поглядів тощо.

✓ One of the oddest things, talking about foreign countries, is that when you become Prime Minister, the first thing they do – that's after they tell you how to launch the nuclear bomb - is to take your passport away from you [114].

На особливу увагу заслуговують речення з однорідними членами речення (у тому числі однорідними підрядними реченнями), які активно використовуються політиками у їх мовленні. Така конструкція відповідає певній комунікативній задумці – створюється ефект градації та ампліфікації:

✓ For an EU without Britain, without one of Europe's strongest powers, a country which in many ways invented the single market, and which brings real heft to Europe's influence on the world stage, which plays by the rules and which is a force for liberal economic reform would be a very different kind of European Union [116].

Серед складнопідрядних речень поширеними є умовні, що є характерною ознакою політичного дискурсу, оскільки у такий спосіб політики доносять до виборців певні причинно-наслідкові зв'язки:

✓ If we follow these simple rules together, we will get through this winter together [121].

Умовні речення у промовах політиків також використовуються для пояснення настання негативних, на думку мовця, наслідків. Така мовленнєва поведінка є одним із засобів маніпуляції свідомістю:

- ✓ If we left the European Union, it would be a one-way ticket, not a return [116].

Варто також зазначити, що умовні речення з нереальною умовою (Conditional sentences Type II та Conditional sentences Type III) не є характерними для дискурсу політиків Великобританії

- ✓ There is the SNP; they want Scotland wrenched out of the UK and relations with England, can you believe it, run by a minister for external affairs, *as if we lived on separate planets* [114].

На нашу думку, нереальні умови не характерні для мовлення політиків, оскільки вони вимагають докладання додаткових мислинневих зусиль до конструювання гіпотетичних ситуацій. У прикладі наведено нереальне порівняння – а отже, адресант має у процесі сприйняття виступу Тоні Блера уявити собі, як мають поводитись представники різних планет. Більше того, такі нереальні умовні речення, які вимагають від адресантів самостійно уявляти й додумувати, можуть бути не ефективними, оскільки такий процес не контролюється адресатом, а вибудований логічний ланцюжок може не відповідати намірам політика.

4) Односкладні поширені речення – головна функція таких речень – додати інформацію до попереднього висловлювання.

- ✓ Let me start with the nature of the challenges we face. *First, the eurozone* [116].
- ✓ *Leaving the European Union as one United Kingdom, taking back control of our laws, borders, money, our trade, immigration system, delivering on the democratic mandate of the people* [119].

5) Еліптичні речення і підрядні / сурядні частини, в яких відсутні як підмет, так і присудок – такі речення створюють ефект градації, що виступає одним із засобів вираження піднесеного стану мовців, а також передачі такого стану аудиторії. Також такі конструкції свідчать про усний формат спілкування, оскільки саме еліпсис і є однією із його головних характерних рис:

- ✓ *Today, enough of talking — it is time now to do* [113].

✓ *To represent and promote the values of European civilisation in the world. To advance our shared interests by using our collective power to open markets. And to build a strong economic base across the whole of Europe* [116].

✓ *It is between taking back control of our money – or giving a further £100bn to Brussels before the next election. Between deciding who we want to come here to live and work – or letting the EU decide* [120].

6) Речення з однорідними членами – використання таких конструкцій відповідає такій стилістичній фігурі, як градація, що полягає в поступовому нагнітанні художньої виразності задля підвищення їхньої емоційно-змістової значущості [108, с. 135]. У промовах політиків Великобританії у реченнях використовуються різноманітні члени речення, а також цілі підрядні речення:

✓ *We cannot, must not, must not, let them down* [119].

✓ *For an EU without Britain, without one of Europe's strongest powers, a country which in many ways invented the single market, and which brings real heft to Europe's influence on the world stage, which plays by the rules and which is a force for liberal economic reform would be a very different kind of European Union* [116].

7) Розщеплене речення (англ. *cleft sentence*) – основною метою таких речень є створення додаткового наголосу на найбільш важливі частини, оскільки вони виокремлюються не тільки інтонаційно, а й структурно:

✓ *It is understanding the difference between the challenges that have to be managed and those that have to be confronted and overcome* [115].

✓ *It is to the Bundestag that Angela Merkel has to answer. It is through the Greek parliament that Antonis Samaras has to pass his government's austerity measures. It is to the British parliament that I must account on the EU budget negotiations, or on the safeguarding of our place in the single market.* [116].

✓ *It is the EU that has changed out of all recognition; and to keep insisting that the EU is about economics is like saying the Italian Mafia is interested in olive oil and real estate* [120].

Під час аналізу ми також звернути увагу на те, що частота вживання *it-cleft* конструкцій значно превалує над частотою використання речень з *wh-cleft*. На жаль, нам не вдалося встановити причини саме такої мовленнєвої поведінки, яка, на нашу думку, може бути пов'язана із загальними тенденціями функціонування англійської мови:

✓ *What the government wants is for us to remain locked into the Single Market law-making regime, and to be exposed to 2500 new EU regulations a year [120].*

8) Питальні речення – в основному, за своєю комунікативною спрямованістю ці запитання є риторичними, оскільки формат спілкування не передбачає відповіді аудиторії. Варто зазначити, що при перегляді відеозаписів деяких із виступів нами було встановлено, що більшість із цих запитань викликає жваву схвальну реакцію аудиторії, що наводить на висновок: такі питання заздалегідь продумуються таким чином, щоб потенційна аудиторія виражала згоду із оратором, що, відповідно до основних правил риторики, є одним із способів сподобатись співрозмовнику:

✓ *The minute you meet the head, you know if it is a good school. If a head teacher rises to the challenge of turning round a failing school, why should they not earn £60,000 or £70,000 a year? (Applause) [114].*

✓ *And I would ask: when the competitiveness of the single market is so important, why is there an environment council, a transport council, an education council but not a single market council [116]?*

Також у промовах політиків зустрічаються питання, на які вони самі надають відповідь. У цьому випадку, на особливу увагу заслуговують саме відповіді, оскільки мовці, з одного боку, задають аудиторії питання, а з іншого – не дають їй час обдумати це питання і пропонують одразу готову відповідь. Така фігура називається гіпофора, і її відносять до граматичних тропів:

✓ *How was it that a Tory party that in 1979 came to power as the party of law and order, of attacking welfare scroungers, of the family, ended up presiding over a crime rate that doubled, welfare spending that tripled and the family in greater*

decline than ever before? *Because they really did think there was no such thing as society. That is why* [114].

✓ Do we feel loyalty to that flag? Do our hearts pitter-patter as we watch it flutter over public buildings? *On the contrary. The British share with other EU populations a growing sense of alienation, which is one of the reasons turn-out at European elections continues to decline* [120].

9) Речення із поширеними прикладками, основна роль яких полягає в уточненні. Здебільшого такі конструкції використовуються для уточнення, про кого саме йдеться, коли мовець застосовує особовий займенник:

✓ And let me warn you - warn *us, the Labour Party* - when we make reform, people will oppose you [114].

✓ And all the other priorities that *you, the people of this country*, voted for [119].

10) Непрямий порядок підрядних частин речення, що використовується для додаткового наголосу, оскільки зміна звичного порядку членів речення в англійській мові відповідає емпатичній синтаксичній структурі:

✓ And today, *because we changed the law on how lottery money could be used*, we can announce an extra £400 million for specialist health, education and environment projects, starting with a nation-wide programme to make our cancer services the best anywhere in the world [114].

✓ And we would be much more comfortable *if the treaty specifically said so*, freeing those who want to go further, faster, to do so, without being held back by the others [116].

На особливу увагу заслуговує морфологічний аналіз промов політиків. Визначальною рисою є широке використання особових та присвійних займенників. Ми провели кількісний аналіз виступів, поррахувавши частоту вживання займенника першої особи однини (*I, me, my, mine*), першої особи множини (*we, us, our, ours*) та другої особи однини та множини (*you, your, yours*). Ми умовно називаємо ці групи: *I, we, you*. Результати дослідження представлено у Табл. 2.4. (див. Додаток).

За допомогою проведеного аналізу нами було встановлено, що найбільш часто вживаними є займенники першої особи множини. Така поведінка пов'язана в першу чергу з тим, що політики вибудовують в своїх промовах ідею рівності та єдності з народом, за допомогою займенника *we* відбувається маніпуляція свідомістю електорату, що має на меті змусити аудиторію відчувати себе причасним до того, про що йде мова.

На другому місці знаходиться займенник першої особи однини, що пояснюється тим, що політики часто виражають свої власну думку щодо висловлюваного, а також розкривають свої власні політичні погляди та переконання:

- ✓ *I am in favour of immigration; but I am also in favour of control, and of politicians taking responsibility for what is happening; and I think it bewilders people to be told that this most basic power of a state – to decide who has the right to live and work in your country – has been taken away and now resides in Brussels [120].*

Відносно низькою є частота вживання займенника другої особи однини / множини, що пояснюється бажанням політиків створити ефект єдності, а не протиставлення. Займенник *you* вживається в промовах політиків, коли вони наголошують на особливій ролі аудиторії в політичному процесі. Така стратегія створює ефект дистанціювання мовців від адресатів:

- ✓ *I say to the British people: this will be your decision. And when that choice comes, you will have an important choice to make about our country's destiny [116].*

Також займенник *you* використовується для підкреслення особливої уваги до та вдячності аудиторії. У наведеному прикладі вдячність аудиторії виражається не тільки на лексичному рівні, а й на синтаксичному, завдяки великій кількості повторів, які також вказують на піднесений емоційний стан мовця:

- ✓ *Thank you all, thank you all very much for coming, thank you all very much, thank you all, thank you, thank you [119].*

На особливу увагу заслуговує використання модальних дієслів у промовах політиків Великобританії. Взагалі, термін модальність визначається як категорія, що охоплює або мовленнєвий акт, або ступінь визначеності, з якою щось сказано. Деякі вчені кажуть, що модальність, яка використовується в логіці, семантиці та граматиці, стосується ставлення та точки зору мовців щодо висловленого ними твердження.

Існують різні класифікації модальності, але багато вчених приходять до висновку, що, як правило, існує два типи: епістемічна модальність і деонтична модальність [105]. Епістемічні інтерпретації пов'язані зі знаннями та розумінням [93]. Це стосується необхідності та можливості пропозиції, коли є чіткі докази. Тому епістемічна модальність виводиться з того факту, який може бути істинним із реальності [106, с. 880]. Деонтична модальність – це модальність, яка відображає ступінь вимоги, бажання чи прихильності до пропозиції мовця. Це стосується обмежень, що застосовуються у суспільстві: мораль, закони, правила тощо, а деонтична пропозиція часто стосується зобов'язань чи дозволів, надій чи вимог тощо [93].

В основному, модальність передається через модальні дієслова. Епістемічна модальність стосується можливості, необхідності, передбачуваності та здатності тощо. Часто в межах цієї модальності використовуються такі модальні дієслова, як *must / have to, should / ought to, will / must, would / should, may / might, can / could / be able to* тощо. Деонтична модальність стосується зобов'язань, волі та дозволу, і часто виражається через такі модальні дієслова, як *must / have to, will / must, may / can* тощо. Слід підкреслити, що визначення типу модальності також залежить від контекстного доповнення. Кількісний підрахунок частоти вживання модальних дієслів в промовах британських політиків подано в Табл. 2.5. (див. Додаток).

У політичному дискурсі категорія модальності широко використовується політиками для вираження таких понять, як: можливість, необхідність, неможливість, ймовірність, неймовірність та їх ступінь – а також їх наявність чи відсутність.

Широке використання дієслова деонтичної модальності *will* пояснюється необхідністю висловити волю, готовність та намір політика. Це дієслово в основному використовується в промовах, в яких вони представляють свою політичну стратегію та свої майбутні дії як партії, так і власне прем'єр-міністра: Let us listen to what is said, but be assured: this government *will* decide its response in the interests of the country, not in the interests of the Liberal Democrats [114].

Дієслово епістемічної модальності *can* використовується для того, щоб показати здатність та можливості оратора та країни: We must take action now because a stitch in time saves nine; and this way we *can* keep people in work, we *can* keep our shops and our schools open, and we *can* keep our country moving forward while we work together to suppress the virus [121]. Використання цього модального дієслова створює образ Великобританії як могутньої країни, здатної вирішувати свої внутрішні та зовнішні проблеми, навіть подолати світову пандемію власними силами.

У результаті дослідження виявлено, що модальні дієслова в заперечній формі (*couldn't, mustn't, shouldn't*) представляють найменшу частину вибірки. Основне пояснення полягає в тому, що вони вже мають негативний підтекст, і політики намагаються уникати їх використання, щоб не створювати негативного образу про нього у свідомості людей. Краще зосередитись на тому, що буде, можна і потрібно робити, а не на тому, що неможливо і не потрібно робити.

Отже, політичний дискурс політиків Великобританії демонструє широкий спектр різноманітних синтаксичних структур, використання яких обумовлено переслідуванням конкретних комунікативних цілей. Також виявляються особливі риси на морфологічному рівні, викликані особливим використанням особових займенників і модальних дієслів.

### **2.3.3. Стилiстичний аспект реалiзацiї концепту «мовна особистiсть»**

Специфіка політичного моделювання є предметом дослідження у сучасному мовознавстві. Політичне мовлення – це цілісний текст, що має свої

специфічні риси та функції. Директивна функція проявляється в категорії модальності та прагматичній спрямованості, тому використовується інформативна аргументація мовних дій. Ефективність комунікації конкретної мовної особистості полягає у її спроможності встановити контакти з електоратом, переконати, що політик розуміє потреби людей, і робить усе можливе, щоб про нього пам'ятали, щоб люди проголосували за його кандидатуру на виборах.

Набуття влади та її утримання вимагає все більших зусиль від політиків у сучасному мінливому та швидкоплинному політичному світі. Успіх виступу оратора залежить не тільки від вибору слів, достойних аргументів, але також від логічної побудови та викладу, а також й від ефективності стилю [103, с. 2]. Політичні лідери слідкують за своєю мовою і звертають увагу на різні риторичні засоби, щоб удосконалити свій стиль. Вони використовують ряд стилістичних прийомів, повідомляючи про свої наміри електорату: деякі з них носять пропагандистський характер, інші – суто стилістичний.

Політична публічна промова – це особливий вид маніпуляції громадською думкою, який створюється відповідно до практичних цілей адресанта. У зв'язку з цим, у політичному дискурсі рекомендується вдаватися до лінгвістичних риторичних засобів, оскільки вони є ефективними у вираженні прагматичних цілей комуніканта [104, с. 1]. На думку Р.А. Гарріса, існує 60 риторичних прийомів. Відомо, що за риторикою стилістичні засоби поділяються на стилістичні фігури та тропи.

Стилістична фігура – це вираз, в якому відбувається відхід від загальноприйнятого буквального сенсу або від звичайного порядку слів, або в якому акцент робиться за допомогою звукових шаблонів [111, с. 130]. Наведене визначення підкреслює, що існують певні модифікації порядку слів та значення елементів мови, що створюють певний стилістичний ефект. Інакше кажучи, такі фігури являють собою певний граматичний вибір, який полягає у визначенні синтаксичних моделей, таких як сполучення слів, повтори або непрямий порядок слів, тоді як тропи передбачають вибір окремих лексичних одиниць і можуть бути проаналізовані шляхом визначення лексичного значення полісемічних одиниць.

Обидві ці категорії впливають на персуазивність одиниць політичного мовлення [26, с. 53-54].

Одним з тропів, що має великий персуазивний потенціал, є метафора, оскільки вона базується на інтелектуальних асоціаціях. Вона широко використовується в політичному дискурсі, і деякі вчені стверджують, що це необхідно, оскільки політичні події є абстрактними та занадто численними для розуміння широкими масами. Тому метафори допомагають суспільству зрозуміти значення політичних подій та їх процес. Метафори разом із символічними уявленнями здатні привернути увагу громадськості на підсвідомому рівні. Наше дослідження показує, що у промовах трьох політиків наявні метафори, щоб представити нову тему, підкреслити важливість того, про що йде мова, створити ампліфікований виразний образ:

- ✓ The broad *sweep of history* is on the side of the EU [115].
- ✓ We are *tied by a complex web* of legal commitments [116].
- ✓ The tragic reality of having Covid is that your mild cough can be someone else's *death knell* [121].

У політичному дискурсі нерідко відбувається метафоричне порівняння країни з кораблем, управління державою прирівнюється до навігації кораблем, а головні особи держави уявляються капітанами цього корабля:

- ✓ I will do everything I can as prime minister *to steady the ship* over the coming weeks and months, but I do not think it would be right for me to try *to be the captain that steers our country to its next destination* [117].

Варто також зазначити, що для апеляції до образного мислення політики часто звертаються до порівняння. Так, наприклад, Борис Джонсон порівнює спроби переговорів із Євросоюзом із спробою осідлати коня, якого 28 людей тягнуть у різні напрямки. За допомогою цього стилістичного тропу в уяві аудиторії створюється певний негативний образ, який транлює їм адресант:

- ✓ Because negotiating on behalf of the EU is *like trying to ride a vast pantomime horse, with 28 people blindly pulling in different directions* [120].

Для політичного дискурсу Великобританії характерним є метонімічний перенос – політики часто говорять про країну, коли мають на увазі населення держави або органи влади:

- ✓ I know well what *this country has voted* for today [113].
- ✓ *Countries* are different. They *make different choices* [116].
- ✓ But we have to acknowledge this this is a great and *freedom-loving country* <...> [121].

До другої виокремленої нами групи належать фігури мови, і серед найбільш поширених необхідно зазначити риторичні питання. Зазвичай їх використовують для переконання або впливу на аудиторію, вони не потребують відповіді, оскільки вони є очевидними:

- ✓ The Laeken declaration which launched the constitution was designed "to bring Europe closer to the people". *Did it?* The Lisbon agenda was launched in the year 2000 with the ambition of making Europe "the most competitive place to do business in the world by 2010". We are half way through that period. *Has it succeeded?* I have sat through council conclusions after council conclusions describing how we are "reconnecting Europe to the people". *Are we?* [115].

Загальний тон промови та постановки питання вказує на те, що відповідь на ці три питання – ні. Також варто звернути увагу на особливу побудову цієї частини: твердження про те, що мало б бути, – риторичне запитання – імпліцитно закладена негативна відповідь. Тоні Блер не випадково використовує три риторичних питання – за допомогою цих питань відбувається градація, нарощується напруга і клімакс у цій частині промови – *It is time to give ourselves a reality check. To receive the wake-up call* [115].

Також у промовах політиків зустрічається така стилістична фігура, як гіпофора – фігура мови, що передбачує питання оратора до себе із подальшою відповіддю на нього. Гіпофора відноситься до граматичних фігур мови, тобто до таких, в яких в непрямому сенсі використовуються не слова, а граматичні форми. На відміну від риторичного питання, гіпофора передбачає відповідь самого

оратора на своє питання. Її характерними рисами є створення ефекту ампліфікації та тяжіння до монологічності [36].

✓ Do the Greeks feel warmer towards the Germans? Do they feel a community of interest? *Of course not* [121].

Основною метою використання цієї фігури є спроба привернути увагу аудиторії, а також створити ефект діалогу, оскільки зазвичай аудиторія не бере участі в промовах політиків. Також виникає ефект зближення з аудиторією за рахунок того, що гіпофора створює враження спроби мовця вгадати питання, яке з'явилося в аудиторії. Наведеному вище прикладу передують розповідь Бориса Джонсона про євроінтеграцію та про труднощі Греції у складі Євросоюзу. І з цього у адресатів промови може виникнути закономірне питання – *Do the Greeks feel warmer towards the Germans?* (як представників іншої нації, що входить до союзу).

Численну групу стилістичних фігур становлять різні повтори в промовах політиків. Часто в промовах політиків використовуються анафора, що полягає в повторі початкової конструкції:

✓ We believe in a flexible union of free member states who share treaties and institutions and pursue together the ideal of co-operation. *To represent and promote* the values of European civilisation in the world. *To advance our shared interests* by using our collective power to open markets. *And to build a strong economic base* across the whole of Europe [116].

У наведеному прикладі мовець вдається до повтору синтаксичної конструкції – інфінітивної фрази. Такий прийом створює ефект градації, нарощується інтенсивність та емоційність мовлення, створюється ефект емоційної залученості.

Отже, в промовах політиків на стилістичному рівні простежується тяжіння до використання стилістичних фігур, які, у порівнянні з тропами, становлять більш численну та різноманітну групу. Основною метою використання тропів та фігур у текстах промов є підвищення персуазивності промови та створення певного емоційного фону.

## Висновки до другого розділу

Аналіз політичного дискурсу Великобританії значною мірою спирається на дослідження мовної особистості, яка, за визначенням лінгвістів, відображає національні риси і є частиною певного лінгвокультурного суспільства з властивими йому свідомістю та національними стереотипами, які ця мовна особистість використовує в процесі соціалізації.

Отже, мовна особистість – сукупність здібностей і характеристик людини, що обумовлюють створення і сприйняття ним текстів, які відрізняються один від одного за ступенем структурно-мовної складності, глибиною і точністю відображення дійсності, цільовою спрямованістю.

Дослідження мовної особистості відбуваються на трьох основних рівнях: лексичному, граматичному та стилістичному.

Аналіз мовних елементів, які використовують британські політики, показує, що синтаксично-семантичні одиниці, що використовуються для створення текстів, орієнтовані на переконання аудиторії. Вибір мовних одиниць пояснюється намірами мовця та результатами, яких він бажає досягти.

Лексичний потенціал промов політиків полягає у використанні емоційно забарвленої лексики. Об'єктивний світ оцінюється політиком на основі його суб'єктивного ставлення з точки зору ціннісного характеру об'єкта оцінки. Оцінна лексика поділяється на дві групи: перша включає оцінки, засновані на аксіологічній інтерпретації, яка включає два полярні критерії – добро / зло, а друга ґрунтується на методі оцінювання та включає абсолютну оцінку та порівняльну оцінку.

Також для мовлення політиків характерне використання загальнополітичних та вузько-політичних термінів. Перша група представлена більшою кількістю лексичних одиниць, що пов'язано із тим, що широка аудиторія не завжди володіє вузькоспеціальною лексикою, а використання незрозумілих для більшості слів може підірвати популярність політика. Варто також зазначити, що в мовленні політиків представлені деякі часто повторювані слова, які відносяться

й до нейтрально забарвленої лексики. У результаті дослідження встановлено, що такі слова відображають основні цінності та проблемні питання усієї нації, до яких політики зумисно апелюють.

На граматичному рівні встановлено, що політики звертаються до ряду конструкцій, які також мають персуазивний потенціал. На найбільшу увагу заслуговує використання особових та присвійних займенників. Кількісний аналіз показує, що політики звертаються найчастіше до займенника першої особи множини, що викликано бажанням ораторів створити відчуття єдності з аудиторією.

Вираження намірів людини та ступінь впевненості щодо сказаного виражається за допомогою категорії модальності. Використання модальних дієслів дозволяє політикам виражати готовність, здатність, можливість, обіцянку. Варто зауважити, що модальні дієслова використовуються здебільшого у стверджувальній (не заперечній) формі, щоб уникнути створення негативного іміджу кроків, здійснених політиком, а отже, не формувати негативний імідж політика.

Політичний дискурс політиків Великобританії демонструє широкий спектр різноманітних синтаксичних структур, використання яких обумовлено переслідуванням конкретних комунікативних цілей – здебільшого впливу на аудиторію.

Серед стилістичних засобів метафора є одним із найефективніших засобів впливу на реципієнта, який здебільшого використовується в політичній комунікації як засіб номінації та позитивної чи негативної оцінки конкретної людини, країни чи події.

Інші стилістичні особливості виступів політиків Великобританії включають використання риторичних запитань, гіпофор, синтаксичного паралелізму та анафори з метою зробити промову більш виразною, змусити аудиторію запам'ятати найважливішу інформацію або переконати. Також стилістичні фігури покликані створювати ефект градації.

### РОЗДІЛ III

## КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ ВИДАТНИХ ПОЛІТИКІВ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ХХ-ХХІ СТ.

### 3.1. Стратегія позитивної самопрезентації

З лінгвістичної точки зору, комунікативна стратегія розглядається як спосіб організації мовленнєвої поведінки, що відповідає задумці та інтенції комуніканта [15, с. 89]; як загальний задум мовленнєвої поведінки, що проявляється у заздалегідь підготовленому мовцем виборі поетапних мовленнєвих дій, основною метою яких є досягнення фінальної комунікативної мети [63, с. 6]. О.С. Іссерс розглядає комунікативну стратегію як надмету [30, с. 52] – комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети [30, с. 54]. Отже, узагальнюючи наведені вище визначення, зазначаємо, що комунікативна стратегія – це заздалегідь продумана мовленнєва дія, орієнтована на досягнення бажаного й очікуваного адресантом результату. Варто також зазначити, що комунікативні стратегії співвідносяться із глобальними інтенціями мовленнєвої поведінки [30, с. 57].

При аналізі стратегій не можливо оминати увагою механізм їх дії, так як виконання стратегічного завдання вимагає звернення до певного набору послідовних дій. В даному випадку доцільно звернутися до понять мовної тактики і комунікативного ходу. При аналізі цих аспектних феноменів необхідно згадати військову справу, в якій тактика розглядається як сукупність засобів і прийомів для досягнення окресленої мети [109, с. 211]. Стратегія і тактика тісно пов'язані між собою як частина і ціле, як вид і рід, і, як наслідок, визначаються в співвідношенні одна з одною.

Мовленнєва тактика – це одна або кілька дій, які сприяють реалізації стратегії. Якщо стратегія – це надзавдання, то тактика – це конкретний шлях до вирішення цього самого надзавдання. Тактикам властива зміна в процесі

мовленнєвої взаємодії. Комунікативний хід – це мінімальна стратегічна одиниця, яка пов'язує репліку мовця і репліку слухача за принципом іллокутивного змушення [31, с. 17]. У такому ракурсі комунікативний хід розглядається як результат членування тактики.

При формуванні комунікативного ходу спочатку ієрархічно впорядковуються рівноцінні мовні засоби, реалізуються в максимально повній, розгорнутій формі. Т.А. Ван Дейк трактує тактику як хід, який можна визначити як таку функціональну одиницю послідовності дій, яка сприяє вирішенню локального завдання під контролем подібної стратегії [24, с. 274].

Стратегія самопрезентації відіграє важливу роль у формуванні політичного дискурсу, оскільки оратор має можливість чітко позначити свою позицію, висловити свої погляди і схилити на свою сторону виборців, які поділяють такі погляди. О.Н. Паршина, розглядаючи тактики, за допомогою яких реалізується стратегія самопрезентації, відносить до них: тактику ототожнення з ким-небудь або чим-небудь, тактику солідаризації з адресатом, тактику створення «свого кола» та ін. [55, с. 68]. Крім О.Н. Паршиної, деякі дослідники [27; 47] говорять про стратегію самопрезентації, вважаючи її невід'ємною частиною стратегічного репертуару політиків [6; 55].

Тактика ототожнення відбувається на двох рівнях: 1) політик звертається до інших відомих людей, чия думка є авторитетною, та проводить паралель між ними та собою; 2) політик активно використовує займенник першої особи множини, що дає поєднати власні дії з діями електорату.

У наступному прикладі Борис Джонсон трактує своє рішення та виправдовує своє негативне ставлення до членства Великобританії у Євросоюзі, посилаючись на ідеї його однодумців-громадян європейських країн:

- ✓ And so I want this morning to explain why the campaign to Leave the EU is attracting other liberal spirits and *people I admire such as* David Owen, and Gisela Stuart, Nigel Lawson, John Longworth – people who love Europe

and who feel at home on the continent, but whose attitudes towards the project of European Union have been hardening over time [120].

У своїх промовах політики вдаються до стратегії позитивної самопрезентації навіть у випадках, в яких це здається мало ймовірним. Наприклад, у своїй промові про боротьбу із коронавірусом Борис Джонсон говорить про необхідність вводити ряд непопулярних рішень: закриття закладів громадського харчування, введення штрафів за недотримання правил, носіння масок. Незважаючи на те, що таке рішення може зустріти супротив і нанести шкоду репутації політика, він представляє його як необхідну міру, оскільки до цього в промові політика йшлося про великі втрати, нанесені вірусом, а отже, запропоновані заходи – єдиний правильний вчинок, на який очікують самі британці:

✓ And I know that faced with that risk *the British people will want their government to continue to fight to protect them*, you, and that is what we are doing, night and day. And yet the single greatest weapon we bring to this fight is the common sense of the people themselves – the joint resolve of this country *to work together to suppress Covid now*.

So today *I set out a package of tougher measures in England* – early closing for pubs, bars; table service only; closing businesses that are not Covid secure; expanding the use of face coverings, and new fines for those that fail to comply [121].

Дотримуючись тактики ототожнення прем'єр-міністр продовжує наголошувати на тому, що потрібно вживати певних обмежувальних заходів, які є «нашою стратегією», таким чином, вживаючи займенники першої особи множини, видає власні рішення за такі, що були прийняті кожним громадянином країни:

✓ That is *our strategy*, and if *we can follow this package together*, then I know *we can succeed* because in so many ways *we are better prepared* than before [121].

Реалізація тактики солідаризації передбачає визначення спільних із аудиторією цілей. Саме так і робить Тоні Блер – він зазначає про необхідність об'єднання задля подолання проблем, при чому політик в межах цієї стратегії використовує займенник першої особи множини:

✓ The challenge *we* face has to *be met by us together*: one nation; one community; social justice; partnership; co-operation; the equal worth of all; the belief that the best route to individual advancement and happiness lies in a thriving society of others [114].

У межах стратегії позитивної самопрезентації Девід Кемерон вдається до тактики солідаризації, стверджуючи, що він є тим прем'єр-міністром, який знає, яке саме майбутнє необхідне країні:

✓ So I speak as *British prime minister with a positive vision* for the future of the European Union. A future in which *Britain wants, and should want*, to play a committed and active part [116].

Тактика опозиціювання дозволяє політику зайняти свою нішу в політичній системі суспільства. У такий спосіб, Тоні Блер звертається до себе та його прибічників у парламенті – *we*, коли говорить про досягнення уряду. За допомогою цього політик наголошує, що саме вони, а не хтось інший, «свої», а не «чужі» змогли представити такі зміни:

✓ *The present British government* has introduced the new deal for the unemployed, the largest jobs programme in Europe that has seen long-term youth unemployment virtually abolished. It has increased investment in our public services more than any other European country in the past five years. *We* needed to, it is true, but *we* did it. *We* have introduced Britain's first minimum wage. *We* have regenerated our cities. *We* have lifted almost one million children out of poverty and two million pensioners out of acute hardship and are embarked on the most radical expansion of childcare, maternity and paternity rights in our country's history. It is just that *we* have done it on the basis of and not at the expense of a strong economy [115].

За допомогою використання особових займенників першої та третьої особи множини (*we-they*) Борису Джонсону також вдається побудувати опозицію «свої» та «чужі»; саме від них («чужих») іде загроза та неприйнятні для прихильників виходу з Євросоюзу умов:

- ✓ The Five Presidents' report makes it clear that as soon as the UK referendum is out of the way, *they* will proceed with new structures of political and fiscal integration that this country should have no part in, but which will inevitably involve *us*, just as we were forced – in spite of promises to the contrary – to take part in the bail-out of Greece. *They* want to go ahead with new EU rules on company law, and property rights and every aspect of employment law and even taxation – and *we* will be dragged in [120].

Неможливо оминати увагою те, що для створення власного позитивного іміджу політики вдаються до тактики обіцянки. Наприклад, у своїй промові Девід Кемерон зазначає:

- ✓ And *I will do everything I can* in future to help *this great country succeed* [117].

Варто зазначити, що наведена фраза є заключною у промові. За допомогою лексичних одиниць із позитивною конотацією (*great, succeed*) політик створює позитивний образ цілої промови, відповідно, створює позитивне враження про самого політика.

Отже, стратегія позитивної самопрезентації у дискурсі політиків Великобританії реалізується за допомогою трьох основних тактик: ототожнення, солідаризації з адресатом та опозиціювання. Вербалізація цих тактик відбувається за допомогою використання особових займенників: *I, we, they*. Також, варто зазначити, що спостерігаються певні відмінності в індивідуальному арсеналі тактик політиків. Так, наприклад, Тоні Блер використовує займенник першої особи множини переважно задля реалізації тактики опозиціювання, яка передбачає використання займенника *we* задля окреслення кола «своїх», а не «чужих».

### 3.2. Стратегія групової ідентифікації

Стратегія групової ідентифікації базується на принципі протиставлення «своїх» та «чужих». Маніпулятивні тактики інклюзивності та дистанціонування використовуються для надання об'єкту чи явищу певного позитивного чи негативного значення. За допомогою інклюзивної та дистанційної функції займенників оратор може досягти максимального ефекту без особливих зусиль.

Аудиторії представляються ідеї, що переконання або погляди однієї групи є правильними, а погляди тих, хто належить до іншої групи, є докорінним чином неправильними. Більше того, стверджуються, що представники першої групи є кращими за представників іншої групи. За допомогою такої маніпулятивної стратегії у аудиторії формується позитивне ставлення до першої групи, і відповідно, негативне – до другої. Окрім цього, у адресантів виникає бажання належати до тієї групи людей, до якої озвучується краще ставлення, саме через це адресати таких промов можуть змінювати свої політичні погляди щодо того чи іншого діяча.

Отже, такий метод впливу ґрунтується на необхідності індивіда бути частиною соціальної групи. У межах цієї стратегії мовці використовують особові займенники першої особи однини та множини (*I, we*), а також збірні іменники (*people, country, government* тощо), які використовуються в промовах для позначення кола «своїх», однодумців.

У своїй промові Девід Кемерон використовує займенник першої особи множини, що говорить про те, що політик звертається до своїх прихильників та політичний соратників. На особливу увагу заслуговує використання іменника *country* у поєднанні із присвійним займенником *our*, що свідчить про те, що політик переймається майбутнім країни, громадянином та очільником якої він є.

✓ But the question *we* will have to ask ourselves is this: is that the very best future for *our country*? [116].

Як показало наше дослідження вживання номінативної одиниці *our country* є поширеним у мовленні політиків Великобританії. За допомогою цієї лексичної одиниці політики наголошують на їхній приналежності до країни, про яку вони говорять, а також на тому, що вони належать до групи «свої» – громадяни країни.

Окрім особистих займенників першої особи однини та множини (*I, we*) для групової самоідентифікації політики можуть використовувати у своїх промовах займенники третьої особи множини (*they*), що використовуються в межах тактики позитивної самопрезентації та тактики негативного представлення опонента:

✓ Equally, if *they* cannot run the school properly, *they* should not be running the school at all. When, alongside the money, *we* insist that schools that fail are shut down and reopened with a new head, that if education authorities are letting *our* children down *we* will send in rescue teams or even partnerships involving the private sector, I say, work with *us* to get it done. Do not tell *us* we are unprincipled and unjust, for there is no greater injustice to inflict upon a child than a poor education [114].

У промові Тоні Блер звертається до дихотомії «свої-чужі», яка вербалізується за допомогою займенника першої особи множини *we* та займенника третьої особи множини *they*. Політик зазначає, що ми (*we*) не дамо зруйнувати систему освіти й несправедливо ставитись до наших (*our*) дітей. У цій частині простежується одразу два кола «своїх» – 1) політичних лідерів, які працюють на покращення ситуації; 2) усіх громадян країни, що мають дітей шкільного віку.

Політик також чітко окреслює свого опонента – директорів шкіл, які не справляються із управлінням. Вербалізація протиставлення та окреслення кола

«чужих» відбувається за допомогою займенника *they*, що одночасно є засобом реалізації тактики дистанціювання.

До дещо іншої тактики звертається Борис Джонсон у своїй промові, присвяченій його обранню на посаду прем'єр-міністра. Окреслюючи коло «своїх», новообраний прем'єр-міністр називає їх *this government, this party*, додаючи, що цей парламент є обраним людьми (*you voted, this people's government*). Незважаючи на те, що у промові використовується займенник другої особи (*you*), який може використовуватись як механізм дистанціювання, у такий спосіб політик навпаки підкреслює єдність із народом і визнає свою залежність від нього і готовність працювати на користь людей та усієї країни:

✓ You voted for all these things and it is now *this government, this people's government*, it's *our* solemn duty to deliver on each and every one of those commitments and it is a great and a heavy responsibility, a sacred trust for me, for every newly elected Conservative MP, for everyone in this room and *everyone in this party* [119].

Групова ідентифікація реалізується за допомогою тактики об'єднання. У своїй промові він зазначає, що вони є однією нацією. Об'єднання відбувається не тільки за рахунок вживання номінативної одиниці *one-nation Conservative Party*, а й за рахунок перерахування різних міст країни: у такий спосіб прем'єр-міністр проводить паралелі й пов'язує різні міста країни в одну єдину націю:

✓ We must recognise the incredible reality that *we* now speak as *a one-nation Conservative Party* literally for everyone from *Woking to Workington, from Kensington I'm proud to say to Clwyd South, from Surrey Heath to Sedgefield, from Wimbledon to Wolverhampton* [119].

Отже, стратегія групової ідентифікації перегукується із стратегією позитивної самопрезентації, яка реалізується за допомогою тактики ототожнення та солідаризації. Аналізована стратегія вербалізується переважно за допомогою вживання займенників першої особи множини.

Також необхідно звернути увагу, що важливим інструментом для реалізації стратегії групової ідентифікації є створення дихотомії «свої-чужі», що вербалізується за допомогою займенників першої та третьої особи множини. В окремих випадках, займенник другої особи, який зазвичай використовується задля реалізації тактики дистанціювання, може використовуватись задля групової ідентифікації. Окрім займенників для вербалізації цієї стратегії також використовуються збірні іменники.

### **3.3. Стратегія переконання**

Стратегія переконання полягає в реалізації спроб схилити когось до якихось певних ідей або змусити когось виконати певну дію за допомогою переконання. Процес переконання – це процес тиску на людину. Отже, це маніпуляції та примусовий контроль над адресатом.

У процесі переконання аудиторії виявляється як когнітивний, так і емоційний вплив, співвідношення якого є різним в різних лінгвокультурах. Вчені зазначають, що для англійського політичного дискурсу в більшій мірі характерним є саме превалювання когнітивного впливу [52].

Феномен мовленнєвого переконання і подальшого впливу пов'язаний, в першу чергу, з цільовою настановою мовця, який переконує адресатів, впливаючи на їхні погляди, цінності, їх уявлення про світ та на прийняття ними рішень [56 (б)]. Наприклад, у промові щодо подолання коронавірусу, прем'єр-міністр Великобританії Борис Джонсон має на меті переконати громадян залишатись удома, дотримуватись маскового режиму та суворих карантинних обмежень.

Серед тактик, що застосовується в рамках стратегії переконання, необхідно виокремити такі: тактика контрастного аналізу, тактика обіцянки, тактика ілюстрації, тактика обґрунтування суджень, тактика єднання, тактика заклику тощо [56 (б)].

Розглянемо детальніше кожну окрему тактику. Так, наприклад, тактика контрастного аналізу часто використовується для того, щоб показати досягнення діючої партії, на протипагу тому, що було раніше:

✓ When I stood here *five years ago* our country was in the grip of an economic crisis. Five years on Britrain is so much stronger but the real opportunities lie ahead. Everything I've seen *over the last five years* and indeed *during this election campaign* has proved once again that this is country with unrivalled skills and creativeness, a country with such good humour and such great compassion, and I'm convinced that if we draw on all of this then we can take these islands with our proud history and build an ever prouder future: *together, we can make Great Britain greater*, still [118].

Наступний приклад також демонструє тактику контрастного аналізу. Варто звернути увагу на те, що політики для порівняння беруть п'ятирічний період (*over the last five years, five years ago*), оскільки це є непрямим посиленням на те, що відбувалось під час роботи попереднього уряду. Обидва приклади демонструють контраст між негативним проявом правління попередників (*our country was in the grip of an economic crisis; the politics of fairness were finished*) та досягненнями теперішнього (*13 have centre-left governments in politics to combat injustice; ending the century with the clock going forward again;*) або обіцянками нових звершень (*build an ever prouder future: together, we can make Great Britain greater*):

✓ *Five years ago*, people said the politics of fairness were finished, that only losers cared about social justice. *Today*, of 15 European Union countries, 13 have centre-left governments in politics to combat injustice; in power because their people support them and their countries need them; ending the century with the clock going forward again, not turning back [114].

Тоні Блер зазначає, що ситуація за останні п'ять років змінилась не тільки у Великобританії, а й у багатьох країнах Європи, що відбуваються

завдяки тому, що відбулася зміна влади, яка саме й є причиною таких позитивних зрушень.

Одним із засобів переконання аудиторії у власному успіху є тактика обіцянки. Аналіз показує, що така тактика використовується політиками не тільки у передвиборчій кампанії, а й після обрання.

У своїй промові після обрання на посаду прем'єр-міністра Тоні Блер спочатку висловлює вдячність, а після цього зазначає: *And this new Labour government will govern in the interests of all our people — the whole of this nation. That I can promise you. When I became leader of the Labour party some three years ago I set a series of objectives. By and large I believe we have achieved them. Today we have set objectives for new Labour Government – a world class education system. Education is not the privilege of the few but the right of the many* [113]. Політик починає із надання загальної обіцянки створити комфортні умови та відстоювати інтереси кожного представника нації, далі зазначає, що за попередні роки при владі ним було виконано поставлені раніше обіцянки, і наостанок переходить до того, що визначає нові конкретні цілі. Така побудова аргументації є достатньо ефективною, оскільки політик залучає тактику ілюстрації.

На початку своєї промови на честь перемоги Девід Кемерон дає досить загальну обіцянку – він вірить у те, що разом із урядом він зможе перетворити Британію на країну, в якій буде легко жити працьовитим і добросовісним громадянам: *The government I led did important work. It laid the foundations for a better future and now we must build on them. I truly believe we're on the brink of something special in our country: we can make Britain a place where a good life is in reach for everyone who is willing to work and do the right thing* [118]. Також варто зазначити, що політик і завершує свою промову досить абстрактною обіцянкою: *<...> and I'm convinced that if we draw on all of this then we can take these islands with our proud history and build an ever prouder future: together, we can make Great Britain greater, still* [118].

Борис Джонсон у своїй промові після обрання на посаду оголошує, що він дотримається своїх обіцянок, а виборці отримають те, за що вони голосували: *You voted to be carbon neutral by 2050 and we will do it. You also voted to be Corbyn neutral by Christmas by the way and we'll do that too* [119].

Тактика ілюстрації є одним із ефективних засобів впливу, оскільки наведення прикладів дозволяє політикам не звучати голослівними. Наприклад, Тоні Блер у своїй промові щодо формування бюджетів, ілюструє свою точку зору за допомогою конкретних цифр:

- ✓ Published by the European commission in 2003, it sets out in clear detail what a modern European budget would look like. Put it into practice. But a modern budget for Europe is not one that 10 years from now is still spending 40% of its money on the CAP [115].

Також тактика ілюстрації вербалізується через цитування. У такий спосіб Девід Кемерон наводить пряму цитату із документу, яка повністю відображає думку політика щодо питання, що розглядається:

- ✓ *The European treaty commits the member states to "lay the foundations of an ever closer union among the peoples of Europe"* [116].

Ілюстрація може використовуватись у промовах політиків задля додаткового пояснення та унаочнення того, про що йдеться у виступі. Використовуючи наведення прикладу як ілюстрацію до попереднього вислову, прем'єр-міністр зазначає, як саме відрізняються країни, та чому не буде ефективною уніфікація нормативних документів у різних країнах-членах Євросоюзу:

- ✓ Countries are different. They make different choices. We cannot harmonise everything. *For example*, it is neither right nor necessary to claim that the integrity of the single market, or full membership of the European Union requires the working hours of British hospital doctors to be set in Brussels irrespective of the views of British parliamentarians and practitioners [116].

Аналогічно до тактики ілюстрації, тактика обґрунтування суджень покликана надавати додаткову вагу словам політиків, шляхом аргументування їхньої позиції. Така тактика є поширеною, про що свідчить те, що в дев'яти аналізованих промовах сполучник *because* використовується 49 разів:

- ✓ But ours is a mission to modernise for a purpose; to build a Britain strong and prosperous. Strong *because* it is just, prosperous *because* it uses the talents of all the people. Confident *because* the challenge is being taken on not by each of us in isolation from each other, but together, one nation, sure of its values and therefore sure of its future [114].

Тоні Блер не тільки пояснює, чому країна може стати і бути сильною, процвітаючою та впевненою, він обґрунтовує свої судження, чому, на його думку, це можливо. Для більшого переконання оратор використовує паралельні конструкції: еліптична пропозиція, що містить характеристику, та сурядну частину, представлену сполучником *because*.

Тактика єднання полягає у створенні фону єдності із аудиторією. Окрім вираження думок, які відображають погляди більшої частини аудиторії, оратор має створювати спільний емоційний фон. Це досягається за рахунок вживання займенника першої особи множини:

- ✓ And as *our* children's prospects rise, so *our* country's prospects rise. As *our* children grow in confidence, so *our* country grows in confidence. And as *our* country grows in confidence, that challenge I described does not seem so daunting after all [114].

У цій частині промови неодноразово повторюється присвійний займенник *our* – політик наголошує на тому, що його діти, так само як і діти інших громадян країни, є рушійною силою майбутнього країни, в якій він проживає разом із усіма іншими громадянами.

Вербалізація тактики єднання відбувається також за рахунок використання прислівника *together*, який в аналізованих промовах використовується 37 разів:

✓ And yet the single greatest weapon *we* bring to this fight is the common sense of the people themselves – the *joint* resolve of this country to work *together* to suppress Covid now [121].

Отже, у наведеному вище прикладі тактика єднання відбувається за рахунок використання займенника першої особи множини *we*, прислівника *together* та прикметника *joint*. У такий спосіб Борис Джонсон наголошує на необхідності сумісної праці задля боротьби проти вірусу, а також закликає до єднання.

Останньою тактикою, яку ми розглядаємо в межах стратегії переконання, є тактика заклику. В аналізованих промовах тактика заклику вербалізується за допомогою наказового способу. Наприклад, у наступній частині виступу політик закликає не піддаватися омані, а з іншого, у той самий час стверджує, що окремі думки, що озвучуються іншими політиками, є хибними:

✓ *Let us not be misled by the fallacy that a deep and workable single market requires everything to be harmonised, to hanker after some unattainable and infinitely level playing field* [116].

Вираження заклику також відбувається за допомогою модального дієслова *must*, яке є використовується для позначення гострої необхідності вжити певних заходів:

✓ *We must take action now because a stitch in time saves nine; and this way we can keep people in work, we can keep our shops and our schools open, and we can keep our country moving forward while we work together to suppress the virus* [121].

Наведений вище приклад ілюструє поєднання одразу декількох стратегій в межах одного висловлення. Політик закликає до дії (*must take action*), наголошуючи на єдності із народом (*we*) і обґрунтовуючи необхідність таких дій (*because ..., and this way*).

Отже, однією із основних комунікативних стратегій в мовному арсеналі британських політиків є стратегія переконання, яка реалізується за допомогою численних тактик. До найбільш поширених із них належать тактика контрастного аналізу, тактика обіцянки, тактика ілюстрації, тактика обґрунтування суджень, тактика єднання, тактика заклику. Проаналізовані тактики можуть використовуватись окремо або у поєднанні з іншими задля досягнення поставленої комунікативної мети.

### 3.4. Стратегія дискредитації опонента

Вибір лексичних одиниць для інформування аудиторії, особливо задля опису соціальних та політичних процесів, впливає на те, як адресати сприйматимуть та реагуватимуть на ці процеси. Стратегія дискредитації вважається одним із засобів вербальної маніпуляції. Мовлення оратора не лише виражає ідеї політика, а й дає можливість інтерпретувати його уявлення. Дана стратегія використовується мовцем задля реалізації інтенцій адресанта, націлених на руйнування позитивного іміджу опонента [9] і в політичному дискурсі може відображати боротьбу за владу. Отже, стратегія дискредитації націлена на підрив довіри до опонента та зниження його значимості на політичній арені.

Проведений аналіз дозволяє нам виокремити певні засоби вербалізації цієї стратегії та виділити особливості її використання у британському політичному дискурсі. Перша тактика – найменування, що реалізується за допомогою слів із негативним значенням для позначення певного поняття, людини, ідеї тощо. Такі «назви» («ярлики») викликають негативне ставлення реципієнта та породжують негативні асоціації. Так, наприклад, Тоні Блер називає ідеї євроскептицизму та антиглобалізації провальними (*we risk failure*). Політик описує гіпотетичну ситуацію, використовуючи умовне речення, та називає такий розвиток подій провалом (*failure*) на стратегічному рівні. Саме

використання лексичної одиниці з негативним значенням (*failure*) допомагає мовцю вибудувати бажану реакцію адресатів по відношенню до описаних явищ: (*Euroscepticism; avoid globalisation; confronting the changes* тощо).

- ✓ If Europe defaulted to Euroscepticism, or if European nations, faced with this immense challenge, decide to huddle together, hoping we can avoid globalisation, shrink away from confronting the changes around us, take refuge in the present policies of Europe as if by constantly repeating them we would by the very act of repetition make them more relevant, then we risk failure. *Failure* on a grand, strategic, scale [115].

Виступаючи за необхідність виходу з Євросоюзу, політик активно навіщує ярлики на союз, звинувачуючи його в антидемократичності, нестабільності та відчуженні, що створює вкрай негативний образ і впливає на ставлення адресатів до обговорюваного питання:

- ✓ And it understates the sense in which it is the EU itself, and its *anti-democratic* tendencies that are now a force for *instability* and *alienation* [120].

У рамках стратегії дискредитації необхідно розглянути тактику дистанціювання. Головним чином, ця тактика реалізується за рахунок використання займенників третьої особи множини та вказівних займенників (*that, those*). Мовець вибудовує дихотимію «ми-вони» або «тут-там», «це-те», що відповідає поставленій меті асоціативно відокремитись від опонента та вибудувати його негативний образ в уявленні адресатів.

Так, наприклад, Борис Джонсон вдається до дискредитації опонентів, описуючи їх кроки як неправильні (*corrective behavioural therapy*), такі, що призводять до небажаних наслідків (*more legislation, more federal control*). Варто зауважити, що тільки вперше політик конкретно називає своїх опонентів – *the European elites*, у подальшому в промові оратора використовується займенник *they*, який представляє укорінену дихотомію «*we-they*», а отже вони – це завжди ті, хто про проти нас:

- ✓ In the face of that disillusionment, *the European elites* are doing exactly the wrong thing. Instead of devolving power, *they* are centralizing. Instead of going with the grain of human nature and public opinion, *they* are reaching for the same corrective behavioural therapy as Monnet and Schuman: more legislation, more federal control; and whenever there is a crisis of any kind the cry is always the same. “More Europe, more Europe!” [120]

Разом із дистанціюванням від супротивників (у аналізованому нижче прикладі використовується вказівний займенник *those*, який також наголошує на тому, що мова йдеться про групу «чужих») може вживатись перебільшення. Девід Кемерон зазначає, що найбільшою проблемою й загрозою для Європейського Союзу є ті, хто виступає проти нових ідей. Разом із тим, відбувається також і дистанціювання від двох груп людей: тих, хто виступає за зміни, і тих, хто проти, що на лексичному рівні виражається за допомогою вказівного займенника:

- ✓ The *biggest danger* to the European Union comes not from *those* who advocate change, but from *those* who denounce new thinking as heresy. In its long history Europe has experience of heretics who turned out to have a point [116].

На нашу думку, варто також звернути увагу на використання лексичних одиниць *heresy* та *heretics*, які використовуються політиком для вираження його негативного ставлення до певної групи людей, що поділяють окремі погляди. Вживання негативно забарвленої лексики для навішування ярликів є також маніпулятивним засобом, оскільки така поведінка передбачає те, що потенційна аудиторія поділятиме позицію мовця.

Дискредитація опонента відбувається за допомогою використання гіперболи. Так, наприклад, Тоні Блер використовує субстантивованій числівник *many thousands* – політик не надає конкретних цифр, а використовує апроксимацію, що не є достовірним аргументом. Також варто звернути увагу на такі дані, як *between 600,000 and 800,000 people* та *over 100,000 women* –

жодна з наведених цифр не є конкретною. Також бракує конкретики у твердженні *it is estimated that 70%*, оскільки мовець не зазначає, хто саме стверджує, а тому таку інформацію також не можливо вважати достовірною:

✓ Illegal immigration is an issue for all our nations, and a human tragedy for *many thousands of people*. *It is estimated that 70%* of illegal immigrants have their passage facilitated by organised crime groups. Then there is the repugnant practice of human trafficking whereby organised gangs move people from one region to another with the intention of exploiting them when they arrive. *Between 600,000 and 800,000 people* are trafficked globally each year. Every year *over 100,000 women* are victims of trafficking in the European Union [115].

Отже, попередній приклад демонструє, що для дискредитації політичних опонентів та висвітлення негативних подій у суспільстві політики можуть використовувати тактику перебільшення та викривлення фактичних даних.

Для політичного дискурсу Великобританії не є характерним використання таких тактик як звинувачення, насміхання та знуцання. Промови Тоні Блера та Девіда Кемерона є емоційно стриманими, особливо у порівнянні із виступами Бориса Джонсона щодо необхідності проголосувати за вихід із Європейського союзу:

✓ The EU has done trade deals with the Palestinian authority and San Marino. Bravo. But *it has failed* to conclude agreements with India, China or even America [120].

✓ If you want final and conclusive proof of our inability to “get our way” in Brussels – and the contempt with which we will be treated if we vote to Remain – look again at the UK deal and *the total failure* to secure any change of any significance [120].

Політик виступає із відкритими звинуваченнями по відношенню до уряду країни та Євросоюзу, на що вказують такі лексичні одиниці як *fail*,

*failure*. Перлокутивний ефект досягається за рахунок того, що мовець вказує на недоліки та неспроможність опонента досягнути обіцяного зростання.

Отже, стратегія дискредитації опонента представлена в британському політичному дискурсі такими тактиками: навішування ярликів, дистанціювання, перебільшення та викривлення фактів. Такі тактики як звинувачення, насміхання та знуцання не є характерними для мовлення політиків Великобританії.

### 3.5. Стратегія ухиляння

Політики часто намагаються ухилитися або зменшити свою очевидну відповідальність за свої слова чи вчинені дії, і тому використовують стратегію ухилення, яка у мовленні виражається за допомогою епістемічної модальності та використання модальних дієслів. Як правило, стратегія ухиляння від відповідальності, виражається за допомогою речень, що містять підмет, виражений займенником першої особи однини, та присудок, виражений дієсловом, що позначає мисленнєву діяльність мовця, а отже, позначають пропозиції як думки доповідача або передають особисті сумніви чи впевненість. На граматичному рівні, ця стратегія виражається складно підрядними реченнями із з'ясувальними підрядними (англ. *that-clause*) [94].

Дослідники зазначають, що дієслова і таких пропозиціях необхідно поділяти на ті, що позначають ухиляння від прямої відповіді, тобто виражають невпевненість мовця щодо істинності твердження, та ті, що виражають впевненість. До висловлень, що передають невпевненість належать: *I believe, I guess, I think, I expect, I feel, I hear, I hope, I presume, I assume, I understand, I suppose, I consider, I suspect, I can see, I may assume, I dare say, I venture to say, it is said, it is reported, it is claimed, it is rumoured, it has been claimed, it seems, it appears*. До другої групи (впевненість) належать такі фрази: *I know, I claim, I see, I remember, I agree, I admit, I'm sure, I'm convinced, I have no doubt, it's true,*

*it transpires, there's no doubt, it is clear, it is certain, I must say, I must admit, I must tell you, I have to say, it is probable, it is likely* [100].

Модальність виражає комунікативну інтенцію мовця в процесі спілкування. Використання виразів, що передають визначеність та впевненість, сприймається адресатами як маркер істинності й відвертості, а отже, посилює вплив на аудиторію.

Так, наприклад, Девід Кемерон зазначає, що політики мають дотримуватися волевиявлення народу Великобританії щодо виходу із Євросоюзу. Категоричність такого твердження виражається за допомогою модального дієслова *must*. Впевненість політика у результатах виражається за допомогою пропозиції *there can be no doubt*:

- ✓ The will of the British people is an instruction that *must* be delivered. <...> So *there can be no doubt* about the result [117].

З іншого боку, політики не завжди готові брати відповідальність за твердження й припущення, а тому використовують модальні дієслова, що виражають невпевненість:

- ✓ I have said simply two things: that *we cannot agree* a new financial perspective that does not at least set out a process that leads to a more rational budget; and that this *must allow* such a budget to shape the second half of that perspective up to 2013. Otherwise it *will be* 2014 before any fundamental change is agreed, let alone implemented. Again, in the meantime, *of course* Britain *will pay* its fair share of enlargement. I *might point out* that on any basis we *would remain* the second highest net contributor to the EU, having in this perspective paid billions more than similar sized countries [115].

Отже, Тоні Блер на початку твердження використовує модальні дієслова й фрази, що є маркерами впевненості, категоричності й рішучості мовця (*cannot, must, will, of course*). Але, коли політик переходить до передбачення майбутньої позиції країни на міжнародній арені, він змінює власний дискурс впевненості на хезитацію, маркером якої виступає пропозиція *I might point out*.

Проведений аналіз показує, що пропозиція невпевненості *I believe*, що виражає ухиляння від відповідальності за сказане, використовується у промовах 19 разів:

- ✓ After discussion with colleagues in the devolved administrations, *I believe* this broad approach is shared across the whole UK [121].
- ✓ And just as *I believe* that Britain should want to remain in the EU so the EU should want us to stay [116].
- ✓ The other explanation is that the constitution became merely the vehicle for the people to register a wider and deeper discontent with the state of affairs in Europe. *I believe* this to be the correct analysis [115].

Аналізована пропозиція виражає небажання мовця стверджувати, що його припущення докорінним чином є обґрунтованим та достовірним. За допомогою пропозиції *I believe* політики дистанціюються від істинності, зазначаючи те, що це виключно їхні припущення.

Натомість пропозиція *I know*, яка є маркером впевненості в істинності власних тверджень використовується в аналізованих промовах лише 11 разів:

- ✓ That is our strategy, and if we can follow this package together, then *I know* we can succeed because in so many ways we are better prepared than before [121].
- ✓ *I know* there will be those who say the vision I have outlined will be impossible to achieve [116].
- ✓ *I know* family life has changed, for good reasons as well as bad [114].

Варто зазначити, що ми виявили таку закономірність: політики звертаються до маркерів впевненості, коли говорять про загальні поняття, не зазначаючи ніяких конкретних цифр або фактів. І навпаки, вдаються до маркерів хезитаїї, коли передбачають певні досягнення або наводять цифри та показники або конкретні наслідки, досягнення та настання яких передбачається у майбутньому.

Отже, стратегія ухиляння вербалізується в дискурсі політиків Великобританії за допомогою пропозицій, що виражають хезитацію та невпевненість, а також модальних дієслів із відповідним значенням. За допомогою цієї стратегії політики ухиляються від відповідальності за висловлення, наголошуючи на тому, що їхні твердження є припущенням та вираженням власної точки зору.

### **Висновки до третього розділу**

За допомогою аналізу промов політиків Великобританії було визначено основні комунікативні стратегії та тактики, що використовуються для маніпулювання аудиторією. Зі зростанням важливості політичного дискурсу в 21 столітті реалізація маніпулятивного потенціалу мовлення стала вирішальним інструментом у політичних виступах. Маніпуляція перетворюється на один із засобів формування загальної суспільної думки, що реалізується за допомогою мовних одиниць.

Політичні лідери мають на меті досягнути певний комунікативний ефект, задля чого вони вдаються до ряду комунікативних стратегій: стратегії позитивної самопрезентації, стратегії групової ідентифікації, стратегії переконання, стратегії дискредитації опонента та стратегії ухиляння.

У дискурсі політиків Великобританії реалізація стратегії позитивної самопрезентації відбувається за допомогою трьох основних тактик: ототожнення, солідаризації з адресатом та опозиціювання. Вербалізація цих тактик відбувається за допомогою використання особових займенників: *I*, *we*, *they*. Особливість цієї стратегії простежується у виявленні певних відмінностей в індивідуальному арсеналі тактик політиків. Так, наприклад, Тоні Блер використовує займенник першої особи множини переважно задля реалізації тактики опозиціювання, яка передбачає використання займенника *we* задля окреслення кола «своїх», а не «чужих». На противагу цьому, Девід

Кемерон та Борис Джонсон переважно використовують займенник *we* в рамках стратегії ототожнення й солідаризації.

Стратегія позитивної самопрезентації (в рамках тактик ототожнення та солідаризації) частково перегукується із стратегією групової ідентифікації. Вербалізація стратегії групової ідентифікації відбувається переважно за допомогою використання займенника першої особи множини. Також необхідно звернути увагу на те, що важливим інструментом реалізації стратегії групової ідентифікації є відтворення у мовленні дихотомії «свої-чужі», що вербалізується за допомогою займенників першої та третьої особи множини (*we – they*). В окремих випадках, займенник другої особи (*you*), який зазвичай використовується задля вербалізації тактики дистанціювання, може фігурувати як інструмент групової ідентифікації. На лексичному рівні виявлено, що використання збірних іменників (*people, nation, country, government*) та прислівника *together* може сигналізувати про звернення мовця до цієї стратегії.

Встановлено, що найбільш поширеною комунікативною стратегією в мовному арсеналі британських політиків є стратегія переконання, реалізація якої відбувається за допомогою численних тактик. До найбільш поширених із них належать тактика контрастного аналізу, тактика обіцянки, тактика ілюстрації, тактика обґрунтування суджень, тактика єднання, тактика заклику. Проаналізовані тактики можуть використовуватись окремо або у поєднанні з іншими для досягнення бажаного перлокутивного ефекту.

Серед тактик, які використовуються британськими політиками в межах стратегії дискредитації опонента необхідно виокремити такі: навішування ярликів, дистанціювання, перебільшення та викривлення фактів. До особливих рис політичного дискурсу Великобританії необхідно віднести низьку частоту використання або ж повну відсутність тактик звинувачення, насміхання та знуцання.

У дискурсі політиків Великобританії стратегія ухиляння вербалізується за допомогою фраз-маркерів хезитації та невпевненості, а також модальних дієслів із відповідним значенням. За допомогою цієї стратегії політики намагаються уникнути відповідальності за висловлення, наголошуючи на тому, що їхні твердження є припущенням та вираженням їхньої точки зору.

## ВИСНОВКИ

Політичний дискурс – це складне багатовимірне мовне та комунікативне явище, яке характеризується певною соціокультурною спрямованістю та прагматичною семантикою, що виражається за допомогою набору вербальних засобів. Базовою функцією політичного дискурсу є інструментальна, а саме – боротьба за владу. До основних характеристик політичного дискурсу відносяться: інституційний характер, лінгвістична диглосія, інформаційна комунікативна специфіка, полемічно-театральний характер та інтерактивність.

Для всебічного аналізу політичного дискурсу дослідники застосовують дискурс-аналіз, в якому текст необхідно розглядати як складне утворення, що потребує окремого дослідження фонетичних, графічних, морфологічних, синтаксичних, мікро- і макросемантичних, стилістичних, гіперструктурних, риторичних, прагматичних та інших структур і стратегій. Кожен з цих рівнів має власні характерні риси, які можуть бути інтерпретовані на інших рівнях як в руслі традиційної лінгвістики, так і поза її межами.

Мовна особистість – це багатоплановий феномен, комбінація різноманітних умінь і навичок мовного спілкування, сукупність мовних здібностей і намірів до здійснення тих чи інших мовних дій, які можуть бути систематизовані як за видами мовленнєвої діяльності, так і відповідно до рівнів системи мови.

Мовну особистість досліджують на таких рівнях: графологічний, фонологічний, лексикологічний, семантичний, граматичний, прагматичний. У рамках нашого дослідження проводився аналіз мовної особистості політиків Великобританії на лексичному, граматичному, стилістичному та прагматичному рівнях.

Встановлено, що на лексичному рівні у промовах політиків простежується використання загальнополітичної та спеціально-політичної лексики. Використання вузько-спеціальної лексики не є характерним для

публічних виступів політиків, оскільки їх промови орієнтовані на широку аудиторію, а тому оратори уникають використання незрозумілих слів, що може стати причиною непорозуміння.

Також в результаті дослідження встановлено, що іменники, дієслова та прикметники із позитивним значенням є більш поширеним у порівнянні зі словами з негативним значенням, що пов'язано із прагматичними настановами та цілями мовців, в першу чергу із бажанням створити власний позитивний імідж.

На граматичному рівні виявлено конструкції, як є характерними для публічних виступів політиків Великобританії. До поширених синтаксичних конструкцій належать: прості розповідні речення (представлення теми розмови або наголошення на особливо важливій інформації), прості й складні речення у наказовому способі (заклик до дії), складнопідрядні й складносурядні речення (надання причинно-наслідкових зв'язків, додаткового обґрунтування тощо), еліптичні речення (ефект градації), речення з однорідними членами (ефект градації), розщеплене речення (додатковий наголос), питальні речення (риторичні питання), речення із поширеними прикладками (уточнення).

Категорія модальності в політичному дискурсі використовується для вираження можливості, необхідності, неможливості, ймовірності, неймовірності та їх ступеню. Встановлено, що у мовленні політиків найчастіше використовуються дієслово деонтичної модальності *will* та дієслово епістемічної модальності *can*. Така поведінка обумовлена необхідністю висловити волю, готовність та намір політика та для того, щоб виразити здатність та можливість оратора та країни. Модальні дієслова рідко використовуються у заперечній формі, що пов'язано із бажанням мовця уникнути створення негативного іміджу.

Характерною рисою мовлення політиків є широке використання особових та присвійних займенників. За допомогою кількісного аналізу встановлено, що політики звертаються найчастіше до займенників першої особи однини й

множини, що викликано необхідністю висловити власну точку зору та бажанням ораторів створити відчуття єдності з аудиторією.

До одного з найбільш ефективних засобів впливу на адресата відносять метафору. Цей стилістичний засіб здебільшого використовується в політичному дискурсі як засіб номінації та позитивної чи негативної оцінки. До інших стилістичних особливостей промов політиків Великобританії належать використання риторичних запитань, гіпофор, синтаксичного паралелізму, анафор та градації.

На прагматичному рівні встановлено, що політики Великобританії орієнтовані на досягнення певного комунікативного ефекту – ствердження влади, переконання аудиторії, схилення потенційних виборців на свою сторону, задля чого вони вдаються до ряду комунікативних стратегій: стратегії позитивної самопрезентації, стратегії групової ідентифікації, стратегії переконання, стратегії дискредитації опонента та стратегії ухиляння.

Реалізація стратегії позитивної самопрезентації відбувається за допомогою трьох основних тактик: ототожнення, солідаризації з адресатом та опозиціювання, вербалізація яких відбувається за допомогою використання особових займенників: *I, we, they*. Вербалізація стратегії групової ідентифікації відбувається за допомогою використання займенника першої особи множини, збірних іменників, а також вербалізації дихотомії «свої-чужі» за допомогою займенників першої та третьої особи множини.

Стратегія переконання є однією з найбільш поширених у мовленні політиків Великобританії, реалізація якої відбувається за допомогою тактики контрастного аналізу, обіцянки, ілюстрації, обґрунтування суджень, єднання, заклику. У рамках стратегії дискредитації опонента використовуються такі тактики: навішування ярликів, дистанціювання, перебільшення та викривлення фактів. До особливих рис політичного дискурсу Великобританії належить низька частота або відсутність використання тактик звинувачення, насміхання та знуцання. Стратегія ухиляння вербалізується у мовленні

політиків за допомогою фраз, що є маркерами хезитації та невпевненості, а також за допомогою модальних дієслів, що мають відповідне значення.

## SUMMARY

This paper deals with the issue of language personality in the British political discourse. Political discourse study and language personality analysis have become a central field of scientific interest as it helps to reveal the manipulative potential of political leaders.

The paper is devoted to the description of general features of political discourse, the notion of language personality and the tools and levels of language personality manifestation.

The relevance of the research is conditioned by the demand for a comprehensive research of linguistic and communicative features of British politicians' language personality and the communicative strategies they deploy to achieve manipulation potential.

The aim of the research is to depict a generalised language portrait of a contemporary British politician and state specific features of their speech style and tools of influence on potential audience.

The object of the study is the linguistic personality of British politicians and the parameters of their speech behaviour in the political discourse.

The subject of the study is the lexical, grammatical and stylistic means of communicative strategies and tactics implementation in the speech of British politicians.

The study was based on nine speeches of three British politicians who ran for office, held or are currently holding the position of the prime minister. Such factors as gender and time frames were excluded, and therefore the analysed speeches belong to male politicians, dating back to the end of the XX - first quarter of the XXI century. The total amount of analysed material is 24,229 characters.

The novelty of the research consists in the study of various linguistic aspects of the British politicians' speeches. The language profile allowed us to outline the stylistic potential of specific language tools involved in the formation of British political leaders' language profiles. The ways of forming the language profile of a

politician were identified, as well as the strategies and tactics used to influence the audience were studied.

The paper consists of three chapters with summaries to each of them, introductory and concluding parts, a list of analysed sources and an appendix containing quantitative analysis data.

Conducted analysis allows us to arrive at the following conclusions.

Language personality is a multifaceted phenomenon, which is a combination of various communication skills and abilities, a set of language abilities and intentions to perform certain language actions, which can be systematized according to the types of speech activity and according to the language system levels.

Language personality is studied at the following levels: graphological, phonological, lexicological, semantic, grammatical, pragmatic. Our study considered the British politicians' language personality at the lexical, grammatical, stylistic and pragmatic levels.

It is established that at the lexical level politicians' speeches are abundant in general political and special political lexicon. The use of advanced political vocabulary is not typical of politicians' public speeches, as their addresses are aimed at a wide audience, and therefore speakers avoid the use of inapprehensible words, which in its turn can lead to misunderstandings.

The study also found that nouns, verbs and adjectives with a positive meaning are more common than words with a negative meaning, which is due to the pragmatic guidelines and goals of speakers, primarily with the desire to create their own positive image.

At the grammatical level, constructions typical of British politicians' public speeches have been identified. Commonly used syntactic constructions include: simple narrative sentences (introduction of the conversation topic or emphasis on particularly important information), simple and complex sentences in the imperative mood (call to action), complex and compound sentences (providing causal links, additional justification, etc. ), elliptical sentences (gradation effect), sentences with homogeneous parts of sentence (gradation effect), split sentences (additional

emphasis), interrogative sentences (rhetorical questions), sentences with common affixes (clarifications).

The category of modality in political discourse is used to express the possibility, necessity, impossibility, probability, improbability and their degree. It is established that the verb of the deontic modality *will* and the verb of the epistemic modality *can* are most commonly used in the politicians' speeches. Such behaviour is explained by the politician's need to express his will, willingness and intention and to express his or country's abilities and capabilities. Modal verbs are rarely used in their negative forms, due to the speaker's desire to avoid negative image creation.

The prominent feature of politicians' speech is the extensive use of personal and possessive pronouns. Quantitative analysis shows that politicians often turn to the first person singular and plural pronouns, with the help of which they can express their own point of view and the speaker's desire to create a sense of unity with the audience.

One of the most effective means of influencing the recipient is metaphor. This stylistic device is mostly used in political discourse as a means of nomination and positive or negative evaluation. Other stylistic features of British politicians' speeches include the use of rhetorical questions, hypophores, syntactic parallelism, anaphoras and gradations.

It is established that British politicians aim to achieve a certain communicative effect - to assert power, persuade the audience, incline potential voters to take their side, and with this purpose in mind they resort to a number of communication strategies: positive self-presentation, group identification, persuasion, discrediting the opponent and evasion.

The implementation of the positive self-presentation strategy is achieved through three main tactics: identification, solidarity with the addressee and opposition, the verbalisation of which occurs through the use of personal pronouns: *I, we, they*. The group identification strategy is verbalised through the first person plural pronouns, collective nouns, as well as through *we* and *they* pronouns that reflect "friend-or-foe" dichotomy.

The persuasive strategy is one of the most wide-spread in the speech of British politicians. It is implemented through the tactics of contrast analysis, promise, illustration, judgments justification, unity and call to action. The strategy of discrediting the opponent uses the following tactics: labeling, distancing, exaggeration and facts distortion. Particular features of Britain political discourse include the low frequency or absence of such tactics as accusation, ridiculing and bullying.

The evasive strategy is verbalised in the speech of politicians with the help of hesitation and uncertainty markers (both clauses and lexical units), as well as with the help of modal verbs which express speaker's .

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алешина Е.Ю. Жанровая градация политического дискурса / Е.Ю. Алешина // Российский гуманитарный журнал. – 2016. – Том 5. – №3. – С. 293-301. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-gradatsiya-politicheskogo-diskursa/viewer>
2. Алтунян А.Г. От Булгарина до Жириновского: Идеино-стилистический анализ политических текстов / А.Г. Алтунян. – М., 1999 – 159с.
3. Алышева Ю.С. Речевой портрет современного политического лидера : дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : 10.02.01 „Русский язык” / Ю.С. Алышева. – Волгоград, 2012. – 231 с.
4. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
5. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
6. Атьман О.В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США / О.В. Атьман // Политическая лингвистика. – 2011. – № 1. – С. 96-102.
7. Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологии / О.С. Ахманова –М.: Учпедгиз, 1957. – 295 с.
8. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие / А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2003. – 347 с.
9. Баранов А.Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 63 с.
10. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров / М.М. Бахтин // Социальная психолингвистика. – М.: Лабиринт, 2007. – С. 197-236.

11. Бахтин М.М. Собрание сочинений / М.М. Бахтин. – Т.5. Работы 1940-х – начала 1960-х годов. – М.: Русские словари, 1997. – 730 с.
12. Бацевич Ф.С. Основы комунікативної лінгвістики : [підручник] / Ф. С. Бацевич – К.: Академія, 2004. – 344 с.
13. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации / А.Д. Белова. – К.: Логос, 2003. – 304 с.
14. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.20 / Г.И. Богин. – СПб., 1984. – 200 с.
15. Борисова И.Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге / И.Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры / Под ред. Т.В. Матвеевой. – Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 1996. – С. 21-48.
16. Буряковская А. Лексические особенности языка политики / А. Буряковская, Т. Туркова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – Тула, 2009. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-osobennosti-yazyka-politiki/viewer>
17. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа / Й.Л. Вайсгербер. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 232 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://textarchive.ru/c-1381971-pall.html>
18. Виноградов В.В. Проблема автора в художественной литературе / Виноградов В.В. // О теории художественной речи. – М., 1971. – 118 с.
19. Вострякова Н. А. Коннотативная семантика и прагматика номинативных единиц русского языка : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык” / Н. А. Вострякова. – Волгоград, 1998. – 22 с.
20. Гаврилова М.В. Лингвистический анализ политического дискурса / М.В. Гаврилова. – 2002. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.polytanalysis.narod.ru/gavrilova3.html-60k>.

21. Гиндин С.И. Внутренняя организация текста (элементы теории и семантический анализ): автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.И. Гиндин. – М., 1973. – 23 с.
22. Гольдин В.Г. Имена речевых событий, поступков и жанры русской речи / В.Г. Гольдин // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М., 2007. – С.90 – 102.
23. Гром'як Р.Т. Літературознавчий словник-довідник: Notabene / Р.Т. Гром'як. – К.: Академія, 2006. – 752 с.
24. Дейк Т.А. Когнитивные и речевые стратегии выражения этнических предубеждений / Т.А. ван Дейк. – 1989. – С. 274. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk1.htm>
25. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков. – 2002. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gumer.info/bibliothek/Buks/linguist/Article/DemPolDisk.php-52k>
26. Деренчук Н.В. Мовний портрет сучасного українського політика : дис. ... кандидата філол. наук: 10.02.01 – Українська мова / Н.В. Деренчук. – Луцьк: Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, 2018. – 228 с.
27. Дьяченко И.А. Функциональные особенности и коммуникативно-прагматические стратегии политического дискурса/ И.А. Дьяченко // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. – 2015. – № 8 (21). – С. 75-79.
28. Залевская А.А. Вопросы психолингвистической теории двуязычия / А.А. Залевская // Вопросы психолингвистики. – №10. – 2009. – С. 10–17.
29. Инжечик А.А. Персуазивная функция языковых средств немецкого политического дискурса / А.А. Инжечик // Молодой ученый. – 2016. – № 9. – С. 1270-1275.
30. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. — 5-е изд. — М.: URSS : ЛКИ, 2008. — 284 с.

31. Иссерс О.С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге / О.С. Иссерс. – М., 1999. – 104 с.
32. Іванишин В.П. Нариси з теорії літератури: навч. посіб / В.П. Іванишин. – К.: ВЦ —Академія, 2010. – 256с.
33. Карасик В.И. Этнокультурные типы институционального дискурса / В.И. Карасик // Этнокультурная специфика речевой деятельности: сборник обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 37-64.
34. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
35. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.
36. Кашкорова Г.П. Риторика / Г.П. Кашкорова, Л.А. Голышкина, Н.В. Отургашева // Учебное пособие НГТУ. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2008. – 232 с. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://aup.ru/library/ritorika-osnovy-teorii/5327>
37. Кибрик А.А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – М.: «Наука», 2009. - №2. – С. 3-21.
38. Кириллов А.Г. Политический нарратив: структура и прагматика (на материале современной англоязычной прессы): автореф. дисс. канд. филол. наук / А.Г. Кириллов – Самара: Самарский Гос. пед. ун-т, 2007. – 24 с.
39. Клименко І.В. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу / І.В. Клименко // Лінгвістичні студії: зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУ, 2009. – Вип. 19. – С. 182–186.
40. Клобукова Л.П. Структура языковой личности на разных этапах ее формирования / Л.П. Клобукова // Язык, сознание, коммуникация. – М., 1997. – С. 70-77.
41. Коткова Л. Ідіостиль, індивідуальний стиль і Ідіолект: Проблеми Розмежування / Л. Коткова. – 2012. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

[bin/irbis\\_nbu/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=Nzfn\\_2012\\_2\\_8](http://bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nzfn_2012_2_8).

42. Кочеткова Т.В. Проблема изучения языковой личности носителя элитарной речевой культуры (обзор) / Т.В. Кочеткова. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.portal.tpu.ru:7777/SHARED/e/ELLENNOV/four/Tab2/KochetkovaTV.pdf>

43. Красных В.В. Свой среди чужих: миф или реальность? / В.В. Красных – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.

44. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.

45. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике / Е.С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональный и структурный аспекты. – М., 2000. – С. 5-13.

46. Мамаева С.В. Речевой портрет коллективной языковой личности школьников 5-7 классов: дис. ... канд.филол. наук: 10.02.01 / С.В. Мамаева. – Лесосибирск, 2007. – 202 с.

47. Маркарян Е.В. Стратегии и тактики современного французского политического дискурса / Е.В. Маркарян // Университетские чтения: материалы научно-методических чтений ПГЛУ. – Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2016. – С. 166-172.

48. Матвеева Т.В. Уклончивый ответ / Т.В. Матвеева // Речевое общение и вопросы экологии русского языка: сб. науч. работ, посвящ. 80-летию докт. филол. наук, проф. А. П. Сковородникова. – Красноярск, 2009. – С. 229–239.

49. Микогазиева С.М. Разговорная и просторечная лексика в политическом дискурсе / С.М. Микогазиева // В мире научных открытий. – М.: ООО "Издательство "Спутник+", 2014. – С. 149-152.

50. Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей): автореф. Дис. ... канд. филол. наук / Е.В. Михайлова. – Волгоград: Изд-во Волгоград. гос. пед. ун-та, 1999. – 22 с.

51. Михалёва О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия / О.Л. Михалёва. – М.: Либроком, 2009. – 256 с.

52. Муслех Х. Стратегия убеждения в политическом дискурсе (на материале выступлений британских, российских и арабских политиков): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук: 10.02.01 – Русский язык / Х. Муслех. – М.: Российский университет дружбы народов, 2018. — 228 с. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/strategiya-ubezhdeniya-v-politicheskom-diskurse-na-materiale-vystuplenii-britanskikh-rossiis>

53. Мухортов Д.С. Об общем и частном в понятиях „языковая личность”, „речевой портрет”, „идиостиль” и „идиолект” (на примере вербального поведения современных политических деятелей) / Д.С. Мухортов // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы международной научной конференции. – Екатеринбург, 2004. – С. 167–174.

54. Николина Н.А. Новые тенденции в современном русском словотворчестве / Н.А. Николина // Русский язык сегодня: сб. статей. – 2003. – Вып. 2. – С. 376-387.

55. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дисс. ... д. филол. н. Специальность 10.02.01 – русский язык / О.Н. Паршина. – Саратов, 2005. – 325 с

56. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс / Ю.Е. Прохоров. – М.: Гос.ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина, 2003. – 266 с.

56 (б) Румянцева Е. А. Стратегии и тактики речевого убеждения (на материале речи Президента Украины Петра Порошенко в Конгрессе США) / Е. А. Румянцева // Записки з романо-германської філології. – 2014. – Вип. 2. –

С. 94-104. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf\\_2014\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/zrgf_2014_2_15)

57. Салахова А.Г. Лингвоперсонологический подход в исследовании профессиональной языковой личности / А. Г. Салахова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2015. – № 8 (50). – С. 159–162.

58. Седов К.Ф. Речевое поведение и типы языковой личности / К.Ф. Седов // Культурноречевая ситуация в современной России / Под ред. Н. А. Купиной. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. – С. 298-311.

59. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) / К.С. Серажим. – К.: Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2002. – 392 с.

60. Серио П. Анализ дискурса во Французской школе (Дискурс и интердискурс) / П. Серио // Семиотика: Антология. – М., Екатеринбург, 2001. – 702с.

61. Серио П. Как читают тексты во Франции / П. Серио // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. – М., 1999. – С. 12-53.

62. Сиротинина О.Б. Языковой облик г. Саратова / О.Б. Сиротинина // Разновидности городской устной речи. – М.: Наука, 1988. – С. 247-252.

63. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический приём», «стилистическая фигура», «речевая тактика» и «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А.П. Сковородников // Риторика ↔ Лингвистика: Сб. статей. – Смоленск, 2004. – Вып. 5. – С. 5-12.

64. Слободян О.В. Мовний портрет міста: соціолінгвістичні характеристики / О.В. Слободян // ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”. – 2012. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.rusnauka.com/10\\_DN\\_2012/Philologia/7\\_106781.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_DN_2012/Philologia/7_106781.doc.htm)

65. Ставицька Л.О. Про термін ідіолект / Л.О. Ставицька // Українська мова. – Київ, 2009. – № 4. – С. 3–17.

66. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А Стернин. – Воронеж, 2001. – 252 с.

67. Суханов Ю.Ю. Политический дискурс как объект лингвистического анализа / Ю.Ю. Суханов // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – Том 9. - №1. – 2018. – С. 200-212. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-diskurs-kak-obekt-lingvisticheskogo-analiza/viewer>

68. Тарасенко Т.П. Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 „Теория языка” / Т. П. Тарасенко. – Краснодар, 2007. – 26 с.

69. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2001. – 380с.

70. Халатян А.Б. Предвыборный дискурс: жанровое своеобразие и специфика языкового воплощения (на материале предвыборных кампаний 2008 г. в России и США): Дисс. ... канд. филол. наук, 10.02.19. – Теория языка / А.Б. Халатян. – Ставрополь, 2011. – 267 с.

71. Хомутова Т.Н. Типология дискурса: интегральный подход / Т.Н. Хомутова // Вестник южно-уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». – Том 11, №2. – 2014. – С. 14-19. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-diskursa-integralnyy-podhod/viewer>

72. Цуциева М. Г. Персуазивность языковой личности политика / М. Г. Цуциева // Политический дискурс в парадигме научных исследований: сб. статей международной научной конференции. – Тюмень, 2014. – С. 74–78.

73. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учебное пособие / А.П. Чудинов. – М.: Флинта; Наука, 2006. – 256 с.

74. Шевченко А.Ю. Дискурс-анализ политических медиа-текстов / А.Ю. Шевченко. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.politstudies.ru/files/File/2002/6/Polis-2002-6-Shevchenko.pdf>
75. Шевченко Е.С. Диалектика дискурса и текста в современной социо-гуманитарной парадигме: Дисс...канд.филол.наук / Е.С. Шевченко. – Владивосток, 1997. – 174 с.
76. Шейгал Е.И. Жанровое пространство политического дискурса / Е.И. Шейгал. – 2010. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.filologija.vukhf.lt/5-10/doc/1.2%20Sheigal%20RED\\_VM.doc](http://www.filologija.vukhf.lt/5-10/doc/1.2%20Sheigal%20RED_VM.doc)
77. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография / Е.И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2004. – 367 с.
78. Althusser L. Selected Texts / L. Althusser // Ideology. – L., N.Y., 1994. – 432 p.
79. Bergsdorf W. Politik und Sprache. / W. Bergsdorf, G. Olzog // Political science. – 1978. – 186 p.
80. Brown G. Discourse analysis / G. Brown, G. Yule. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 283 с.
81. Corcoran P. Political language and rhetoric / P. Corcoran. – University of Queensland Press, St. Lucia, Queensland, 1979. – 216 p.
82. Denton R. E. Jr., Woodward G. C. Political communication in America / R. E. Denton Jr., G. C. Woodward. – New York: Praeger, 1985. – 366 p.
83. Dijk T. A. van. Discourse Semantics and Ideology / T. A. van Dijk // Discourse and Society. – 1995. – Vol. 6. – № 2. – P. 243–285.
84. Dijk T. A. van. What is political discourse analysis / T. A. van Dijk – 1997. - [Electronic source]. – Access mode: [https://pdfs.semanticscholar.org/680a/8ba68935487bcb63aecc68b62be8fb216de0.pdf?\\_ga=2.165676030.1768819635.1578304873-484743753.1578304873](https://pdfs.semanticscholar.org/680a/8ba68935487bcb63aecc68b62be8fb216de0.pdf?_ga=2.165676030.1768819635.1578304873-484743753.1578304873)
85. Dijk T.A. van. Discourse Analysis of News / T.A. van Dijk // A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Media Research. – Vol. 5. – L., 1999. – P. 32–37.

86. Dijk T.A. van. *Elite Discourse and Racism* / T.A. van. Dijk. – London: SAGE Publications, 1985. – vol. 6. – 336 p.
87. Dijk T.A. van. *Politics, ideology and discourse* / T.A. van. Dijk – Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2004. - [Electronic source]. – Access mode: <http://www.hum.uva.nl/teun>
88. Dijk T.A. van. *Strategies of discourse comprehension* / T.A. van Dijk, W. Kintsch. – N.Y.: Academic Press, 1983. – 418 p.
89. Elder C. D. *The Political Uses of Symbols* / C. D. Elder, R. W. Cobb. – N. Y.: Longman, 1983. – 178 p.
90. Fairclough N. *Genres in political discourse* / N. Fairclough // *Encyclopedia of Language and Linguistics*. – Oxford: Elsevier, 2005. – P. 32-38.
91. Galperin I.R. *Stylistics* / I.R. Galperin. – Москва: Высшая школа, 1981. – 295 с.
92. Girth H. *Texte in politischen Diskurs. Ein Vorschlag zu diskursorientieren Beschreibung von Textsorten* / H. Girth // *Muttersprache*. – 1996. – № 106. – S. 66-80.
93. Griffiths P. *An Introduction to English Semantics and Pragmatics* / P. Griffiths. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. – 193 p.
94. Gustova I. *The ways of expressing epistemic (extrinsic) modality in spoken English* / I. Gustova. – 2011. - [Electronic source] – Access mode: [https://www.academia.edu/2479658/The\\_ways\\_of\\_expressing\\_epistemic\\_extrinsic\\_modality\\_in\\_spoken\\_English](https://www.academia.edu/2479658/The_ways_of_expressing_epistemic_extrinsic_modality_in_spoken_English)
95. Halliday M.A.K. 1977. *Text as semantic choice in social contexts* / M.A.K. Halliday // Reprinted in full in *Linguistic Studies of Text and Discourse*. – Volume 2 in the *Collected Works of M.A.K. Halliday* / Edited by J, J. Webster. – London and New York: Continuum, 1977. – P. 23–81.
96. Harris Z. *Discourse analysis* / Z. Harris. // *Language*. – 1952. – №28. – C. 1–30.

97. Kirvalidze N. Political Discourse as a Subject of Interdisciplinary Studies / N. Kirvalidze, N. Samnidze. // Journal of Teaching and Education. – 2016. – №5. – C. 161–170.
98. Lakoff R.T. Persuasive Discourse and Ordinary Conversation, with examples of advertising / R.T. Lakoff // *Analyzing Discourse: Text and Talk*. – Georgetown University Press, 1982. – P. 25-42.
99. Meier P. Experiencing God Outside the Box: Growing More Intimate with the REAL GOD / P. Meier – Morgan James Faith, 2015. – 236 p.
100. Quirk R. A comprehensive grammar of the English language / R. Quirk. S. Greenbaum, G. Leech, J. Svartvik. – Harlow: Longman, 1985. – 1779 p.
101. Schäffner C. Meeting the challenge on the path to democracy: discursive strategies in government declarations in Germany and the former GDR / C. Schäffner, P. Porsch // *Discourse and society*. – 1993. – № 4 (1). – P. 33-55.
102. Smith C.A. The rhetoric of political institutions / C.A. Smith K.B. Smith // *New directions in political communication; a resource book*. – Newbury Park: Sage, 1990. – P. 225-254.
103. Stepanyan L. Stylistic Peculiarities of Political Speeches in English and Armenian / L Stepanyan. - [Electronic source]. – Access mode: [http://publications.yasu.am/wp-content/uploads/2015/12/Lilit\\_Stepanyan.pdf](http://publications.yasu.am/wp-content/uploads/2015/12/Lilit_Stepanyan.pdf)
104. Vi-Thong N. A Comparative Analysis on Metaphoric Strategies in Presidential Inaugurals of Barack Obama and Donald Trump / N. Vi-Thong. - [Electronic source]. – Access mode: [https://www.researchgate.net/profile/Vi\\_Thong\\_Nguyen/publication/326755818\\_A\\_Comparative\\_Analysis\\_on\\_Metaphoric\\_Strategies\\_in\\_Presidential\\_Inaugurals\\_of\\_Barack\\_Obama\\_andDonald\\_Trump/links/5b9a661b299bf13e602a6199/A-Comparative-Analysis-on-Metaphoric-Strategies-in-Presidential-Inaugurals-of-Barack-Obama-andDonald-Trump.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Vi_Thong_Nguyen/publication/326755818_A_Comparative_Analysis_on_Metaphoric_Strategies_in_Presidential_Inaugurals_of_Barack_Obama_andDonald_Trump/links/5b9a661b299bf13e602a6199/A-Comparative-Analysis-on-Metaphoric-Strategies-in-Presidential-Inaugurals-of-Barack-Obama-andDonald-Trump.pdf)
105. Von Wright G. H. An Essay in Modal Logic / G. H. Von Wright. – Amsterdam: North Holland, 1951. – 90 p.

106. Zhang J. A Semantic Approach to the English Modality / J. Zhang // Journal of Language Teaching and Research. – 2019. – Vol.10. – № 4. – P. 879-885.

### СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

107. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5 - е, испр. и доп. / Т.В. Жеребило – Назрань: ООО «Пилигрим», 2016. – 610 с.

108. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. — Київ : ВЦ «Академія», 2007. — Т. 1 : А — Л. — 608 с.

109. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: А ТЕМП, 2006. — 944 с.

110. Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії імені Г. С. Сковороди; [редкол.: В. І. Шинкарук (голова) та ін.]. – Київ: Абрис, 2002. – VI. – 742 с.

111. Baldick Ch. The concise Oxford dictionary of literary terms. – Oxford University Press, 1996. – 280p.

112. Crystal D.A. 1985. A Dictionary of Linguistics and Phonetics / D.A. Crystal. - Vol. 6. – Oxford, 1985. [Electronic source]. – Access mode: <http://download.e-bookshelf.de/download/0000/5986/66/L-G-0000598666-0002339435.pdf>

### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

113. Blair T. General election victory speech / T. Blair. – 1997. - [Electronic source]. – Access mode: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=222>

114. Blair T. Leader's speech / T. Blair. – 1998. – [Electronic source]. – Access mode: <http://www.britishpoliticalspeech.org/speech-archive.htm?speech=204>

115. Blair T. Speech to the European parliament / T. Blair. – 24.06.2005. – [Electronic source]. – Access mode: <https://www.theguardian.com/politics/2005/jun/23/speeches.eu>

116. Cameron D. EU speech / D. Cameron. – 23.01.2013. - [Electronic source]. – Access mode: <https://www.theguardian.com/politics/2013/jan/23/david-cameron-eu-speech-referendum>

117. Cameron D. Speech After ‘Brexit’ Vote/ D. Cameron. – 24.06.2016. - [Electronic source]. – Access mode: <https://www.nytimes.com/2016/06/25/world/europe/david-cameron-speech-transcript.html>

118. Cameron D. Victory speech / D. Cameron. –09.05.2015. - [Electronic source]. – Access mode: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/generalelection/david-cameron-s-victory-speech-full-text-speech-delivered-downing-street-10236230.html>

119. Johnson B. Election victory speech / B. Johnson. – 13.12.2019. – [Electronic source]. – Access mode: <https://www.aljazeera.com/news/2019/12/13/transcript-boris-johnsons-election-victory-speech-in-full>

120. Johnson B. Speech on the EU referendum / B. Johnson. – 09.05.2016. – [Electronic source]. – Access mode: <https://www.conservativehome.com/parliament/2016/05/boris-johnsons-speech-on-the-eu-referendum-full-text.html>

121. Johnson B. The fight against Covid is by no means over / B. Johnson. – 22.09.2020. – [Electronic source]. – Access mode: <https://www.theguardian.com/politics/2020/sep/22/boris-johnsons-speech-in-full-the-fight-against-covid-is-by-no-means-over>

## ДОДАТОК

	Europe	the European Union	the EU	the Eurozone	Brussels	Brexit
Тоні Блер	77	8	5	1	0	0
Девід Кемерон	38	41	44	17	1	0
Борис Джонсон	21	7	61	5	8	6

Табл 2.1. «Кількісний підрахунок частоти вживання лексичних одиниць»

	Queen	Her Majesty	Her Majesty Queen
Тоні Блер	1	0	1
Девід Кемерон	2	0	1
Борис Джонсон	0	0	0

Табл 2.2. «Кількісний підрахунок частоти вживання лексичних одиниць»

	the Parliament	the House of Commons	the House of Lords
Тоні Блер	0	0	1
Девід Кемерон	12	1	0
Борис Джонсон	5	0	0

Табл 2.3. «Кількісний підрахунок частоти вживання лексичних одиниць»

	I	we	you
Тоні Блер	147	314	65
Девід Кемерон	123	246	14
Борис Джонсон	77	251	67

Табл. 2.4. «Кількісний підрахунок частоти вживання одиниць»

	Загальна кількість	Тоні Блер	Девід Кемерон	Борис Джонсон
Will	178	53	76	49
Can	82	22	32	28
Would	58	22	22	14
Need	57	17	28	12
Should	51	20	23	8
Must	38	7	14	17
Have to	25	8	12	5
Can't / Cannot	16	6	5	5
May	13	5	0	8
Might	7	2	1	4
Be going to	7	2	3	3
Shouldn't / Should not	6	4	1	1
Wouldn't / Would not	4	2	1	1
Mustn't / Must not	3	0	1	2
Shall	3	3	0	0
Have got to	3	0	0	3
Couldn't / Could not	2	1	0	1
Ought to	0	0	0	0

*Табл. 2.5.: Кількісний підрахунок частоти вживання модальних дієслів*