

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
Кафедра галузевої соціології

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ДЕБАТІВ ПІД ЧАС ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ КАМПАНІЇ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА»

Галузь знань 6.030101 «Соціологія»
Освітня програма «Соціологія»
Освітній рівень: бакалавр
Кваліфікація: бакалавр соціології

Виконавець:

Савчук Христина Миколаївна,
студентка 4 курсу

Науковий керівник:

Чудовська Ірина Анатоліївна
доктор соціологічних наук, доцент

Бакалаврська робота допущена до захисту
рішенням кафедри *галузевої соціології*

Протокол № 12 від «2» травня 2020 р.

В. о. зав. кафедри _____ доцент Безрукова О. А.
підпис

Київ 2020

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано

до захисту

підпис наукового керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

ініціали, прізвище

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СОЦІОЛОГІЇ	7
1.1. Вектори дослідження дискурсу в суміжних науках	7
1. 2. Соціологічні підходи до аналізу дискурсу	13
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	30
РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИЧНІ ДЕБАТИ ЯК КОМПОНЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ	32
2.1. Політичні дебати як політичне явище	32
2. 2. Теоретизування щодо вивчення політичного дискурсу	46
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	55
РОЗДІЛ 3. ПОЛІТИЧНІ ТЕЛЕДЕБАТИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА ПРИКЛАДІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИНИХ ТЕЛЕДЕБАТІВ КАНДИДАТІВ У ПРЕЗИДЕНТИ УКРАЇНИ 2019 РОКУ)	57
3. 1. Програма емпіричного соціологічного дослідження.....	57
3.2. Інтерпретація результатів дослідження.....	65
ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ	73
ВИСНОВКИ	75
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78
ДОДАТКИ.....	82

ВСТУП

Політичні дебати досить нове явище для українського суспільства, хоча ми вже маємо свою невелику та цікаву історію їх проведення. Відтак, це формує дослідницькі практики навколо нього. Новизна досить приваблива, і тому є актуальною тематикою для досліджень. Адже, політичні теледебати є своєрідними провісниками дій? можуть слугувати площадкою для здійснення подальших прогнозів політичної діяльності кандидатів у Президенти України.

Як комунікативна практика, політичні дебати занурені в політичний дискурс українського суспільства, і вже мають свою історію досліджень в соціології. Так, поняття дискурс характеризується своєю багатозначністю та дискусійним ставленням до його інтерпретації. Його досліджували як певний мовленнєвий конструкт саме в лінгвістиці, зокрема, М. Бахтін, Е. Бенвеніст, О. Кубрякова, Дж. Лакофф; семіотичні аспекти вивчали Р. Барт, Ж. Бодріяр, У. Еко; політичні аспекти вивчали М. Ільїн, Я. Торфінг, П. Чілтон, К. Шаффнер; теорію медіадискурсу досліджували Т. Дейк, Н. Феркло, Л. Чоуліаракі; в межах теорії філософського підходу Ж.–Ф. Ліотар, М. Фуко та Ю. Габермас. В Україні цією проблематикою займаються В.Ф. Іванов, С.О. Макеєв, Н.В.Костенко, М.Ю.Наумова здійснюючи аналіз різноманітних дискурсивних практик. Досить поглиблено, аспекти мовленнєвих конструктів політичного дискурсу досліджує Костенко Наталія Вікторівна.

Варто зазначити, що ми маємо міждисциплінарний характер цього поняття, що зумовлює його використання при характеристиці різноманітних сфер суспільного життя, є тому числі політичної. Адже саме цей дискурс багато в чому визначає політико–ідеологічні преференції тих чи інших груп населення нашої країни, їхню політичну участь, у тому числі протестну активність, у кінцевому рахунку, політичну ситуацію в Україні.

Соціологічне вивчення специфіки політичного дискурсу є дуже актуальним для сьогодення, оскільки політичний дискурс активно задіяний у формуванні громадської думки українського суспільства. Дослідження політичного дискурсу дозволяють виявляти приховані інтенції, які політики спрямовують на громадськість. У трансформаційний період становлення політичного устрою України соціологічне дослідження політичного дискурсу набуває все більшої актуальності. Найбільш вдалим, все ж таки, для даного дослідження, виявилися напрацювання П'єра Бурдьє, який досить детально розробляє такі поняття як «поле політики», «практика», «агент» та інші, що є важливими для розкриття означеної теми.

Не дивлячись на те, що проблематика політичного дискурсу досить потужно представлена в соціологічній науці, дебати як його складова все ж залишаються мало досліджуваним явищем, а особливо під час останніх президентських виборів, які ще не набули належного осмислення.

Політичні дебати стали засобом донесення програми двох представників. Цю подію транслювало більше 100 телеканалів, за нею спостерігала не лише більшість українців, а й світ, тому, безперечно, виникає потреба у поглибленні знань щодо політичних дебатів, це і формує проблему даного дослідження, оскільки існує невідповідність між наявними знаннями щодо політичних дебатів і новими контекстами, смисловими посланнями, які мають місце під час дебатів, зокрема під час останніх дебатів між кандидатами в президенти – Петром Порошенком і Володимиром Зеленським.

Об'єктом роботи є політичні дебати як складова політичного дискурсу.

Предметом – специфіка політичних теледебатів в структурі політичного дискурсу.

Метою роботи є виявлення специфіки політичних теледебатів як комунікативної практики.

Досягнення мети можливе через постановку та реалізацію таких дослідницьких завдань:

- розглянути місце політичних теледебатів в соціологічній науці;
- проаналізувати політичні теледебати як засіб впливу на вибір електорату;
- дослідити особливості політичних теледебатів шляхом аналізу медіаринку та засобів масової комунікації;
- розглянути специфіку функціонування політичних теледебатів як засобу впливу на електорат за часів незалежної України;
- провести інтент–аналітичне дослідження політичних теледебатів кандидатів в Президенти 2019 року.

Структура роботи. Робота містить вступ, 3 розділи, кожен з яких містить 2 підрозділи, висновки, перелік використаних джерел (45), додатки (3 одиниці).

Ключові слова: дискурс, політичний дискурс, політичні дебати, електорат, інтент–аналіз, політичне поле, практика, комунікативна практика, агент.

Key words: discourse, political discourse, political debate, electorate, intent analysis, political field, practice, communicative practice, agent.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В СОЦІОЛОГІЇ

1.1. Вектори дослідження дискурсу в суміжних науках

Термін “дискурс” зародився понад дві тисячі років тому. У ті часи в Римі так називали бесіди, діалоги, мовлення вчених. Саме в цьому значенні слово увійшло в сучасні європейські мови: французьке *diskours* і англійське *discourse* мають значення “діалог, міркування, лекція, доповідь”.

Дискурс – це складний феномен, вивчення якого пройшло багато стадій: від розгляду його, виключно, як рівня мови до включення оціночної інформації, особистісних характеристик комунікантів, соціокультурної ситуації. Поняття, що позначає цей феномен, характеризується високим ступенем невизначеності і теоретичної дискусійності, що зумовлено його одночасною приналежністю до лінгвістики, філософії, соціології та інших галузей гуманітарного знання [Битко, 2015, с. 67].

Уперше як термін у цьому значенні він почав використовуватися в епоху Відродження. Тоді «дискурс» мав негативний зміст і означав: «вести не зовсім зрозумілий і довгий монолог», «говорити багато і нічого при цьому не сказати». Філософія, риторика й теологія Відродження зробили чималий внесок у розвиток терміну «дискурс» [Шерстюк, 2013, с. 51].

Внесок епохи Відродження поступово вплинув на сприйняття поняття «дискурс» та, власне, принципи його застосування. Саме завдяки цьому на початку Нового часу із дискурсом почали пов’язувати обговорення наукових проблем у типовому для цієї епохи есеїстському стилі з використанням національної (не латинської) мови. Ця зміна стилю йшла паралельно із руйнуванням середньовічної картини світу та жорсткої дисциплінарної

культури середньовічної вченості, з відмовою від анонімності й набуттям значущості індивідуального авторства тексту.

Новий час став переломним періодом у сприйнятті дискурсу, який відійшов від трактування і ототожнення дискурсу як прояву дисципліни, певного порядку, чи то правового, чи то суспільного начала.

«Дискурсивним» почало називатися таке систематичне, методичне, понятійне мислення, яке послідовно, частинами є певним цілим і тим самим робить це ціле придатним для пізнання. Нове мислення було покликане компенсувати брак гносеологічної здатності людини приходити до необхідного знання шляхом безпосереднього споглядання. Дискурсивне пізнання трактувалося як антитеза до інтуїтивного пізнання, дискурс як монологічно побудована мова, як письмо, як систематичний трактат протиставлявся усній мові, діалогу [Касавін, 2008, с. 351–354].

Історія дослідження дискурсу наукою розпочалася в 20–х роках ХХ століття, коли Лев Володимирович Щерба вжив термін “складне синтаксичне ціле”, описуючи єдине комплексне висловлювання, що поєднує в собі різні види синтаксичного зв’язку між компонентами [Д’яков, 2000, С. 155].

У 50–х роках ХХ століття поняття “дискурс” почали вживати як термін лінгвістики. У 1952 році З.Харріс, описуючи мову реклами, вперше вжив термін “дискурс”. Він вважав, що дискурс виступає в якості надфразової одиниці в контексті інших одиниць, таких як фрази та послідовність фраз, і яка пов’язана з певною комунікативною ситуацією [Лайонз, 2004, с. 156].

Таким чином, у ХХ столітті розвиваються підходи, згідно з якими, дискурс створюється в певному смисловому полі і покликаний передавати певні смисли, спрямований на комунікативні дії зі своєю граматиною. Вирішальним критерієм дискурсу визначалося особливе мовне середовище, в якому створюються мовні конструкції. Відповідно до з цього розумінням

дискурс – це «мова в мові», тобто певна лексика, семантика, прагматика і синтаксис, які проявляються в актуальних комунікативних актах, мовленні й текстах. Дискурс не характеризується тривалою замкнутістю або, тим більше, завершеністю. Змінюваність мови призводить до того, що ми не можемо говорити про однозначне фіксоване значення понять [Філіпс, 2004, с. 56].

У 1970–х роках із виникненням лінгвістики тексту, термін “дискурс” набув більшого поширення, вживаючись у значенні функціонального стилю. На сьогодні відсутнє ждине, визнане усіма науковцями визначення терміну “дискурс”. Сфера вживання цієї термінологічної одиниці дуже широка: лінгвістика, соціолінгвістика, психолінгвістика, теорія комунікації, семіотика, логіка, соціологія, філософія тощо.

Вже до кінця 80–х років ХХ століття під дискурсом починають розуміти складне комунікативне явище, складну систему ієрархії знань, що містить, крім тексту, ще й екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, установки, цілі адресата та ін.), необхідні для розуміння тексту [Ван Дейк, 1989, с. 8].

Ці вимоги корелюють із принципами, які Ю. Габермас наводить в іншій своїй праці, запозичуючи їх у Роберта Алексі та солідаризуючись із ним:

- 1) кожен, хто володіє мовою та є дієздатним, може взяти участь у дискурсі;
- 2) 2а) кожен може ставити під питання будь–яке твердження; 2б) кожен може вводити в дискурс будь–яке твердження; 2в) кожен може висловлювати свої настанови, бажання та потреби;
- 3) жоден примус, що панує всередині дискурсу чи поза ним, не має нікому з мовців заважати реалізовувати свої права, визначені в попередніх пунктах [Хабермас, 2001, с. 140].

Ці правила фактично присутні в будь-якому дискурсі (що завжди є аргументаційним); при цьому вони не конститутивні [4, 143– 144], а радше процедурними (як можна помітити, тут філософ суперечить сам собі, оскільки в іншому місці називає їх таки конститутивними [пор.: 1, 50]).

Визначення дискурсу має різноманітні інтерпретації: як послідовність взаємопов'язаних висловлювань, об'єднаних спільністю цільового завдання; як когнітивний процес, пов'язаний із формуванням мовленнєвої поведінки; як мовленнєве утворення, одиниця вищого, ніж речення, рівня; як форма мовленнєвого спілкування, яка передбачає зв'язок між мовцем та адресатом у конкретній комунікативній, соціальній та прагматичній ситуаціях; його визначають через текст або текст через нього, як засіб бесіди та мислення [Антрушина, 1999, с. 204].

Вчені різних напрямів лінгвістики у різні часи відстоювали своє бачення дискурсу. Як вказує французький літературознавець та філософ Роланд Барт, під дискурсом розуміється сукупність пропозицій. У його трактуванні дискурс є одне велике речення, складові одиниці якого не обов'язково є самі речення, а речення є, відповідно, невеликий дискурс.

За Бартом, дискурс – це будь-який кінцевий відтинок мовлення, що є певною єдністю з погляду змісту, передається з вторинними комунікативними цілями та має відповідну до цих цілей внутрішню організацію, причому є пов'язаним з іншими культурними факторами, аніж ті, що відносяться власне до мови [Барт, 1987, 393].

У монографії **В. Дресслера і Л. Барбарез** читаємо: «Дискурс може бути визначений як ряд взаємопов'язаних текстів. Розмір тексту не є критерієм для його дефініції, а значить він може варіювати від однословного вигуки до цілої книги або від короткої репліки в розмові до розлогого висловлювання і т.д. Розмова повинна бути кваліфікований як дискурс, оскільки він складається з

двох або більше взаємопов'язаних текстів (тобто реплік) »(Курсив наш. – В.М.) [Дрессел, 1994, с. 6].

Домінік Мангено подає такі значення лексеми дискурс:

- 1) еквівалент поняття мовлення, тобто будь-яке конкретне висловлювання;
- 2) одиниця, яка за розміром перевершує фразу, висловлювання в широкому сенсі; те, що є предметом дослідження граматики тексту;
- 3) те, що називають впливом висловлювання на адресата;
- 4) бесіда, яка розглядається як основний тип висловлювання;
- 5) мовлення, яке присвоюється мовцем, на противагу розповіді, яка розгортається без експліцитної участі суб'єкта висловлювання;
- 6) у протиставленні мова й дискурс;
- 7) система обмежень, які накладаються на необмежену кількість висловлювань з огляду на конкретну соціальну або ідеологічну позицію;
- 8) за традицією аналіз дискурсу визначає свій предмет дослідження, розмежовуючи висловлювання й дискурс, де висловлювання — це послідовність фраз між двома семантичними пробілами; дискурс — це висловлювання, що розглядається з позицій дискурсного механізму, який ним керує [Бацевич, 2003, с. 90]

На думку українського філософа Анатолія Єрмоленка, дискурсом є спосіб діалогічноаргументативного перевірення спірних домагань значущості стверджувальних та нормативних висловлювань (а також дій) з метою досягнення універсального (тобто значущого для всіх, хто здатний до розумної аргументації) консенсусу [Єрмоленко, 1999, с. 47].

У цьому випадку можна виділити різні аспекти дискурсу:

- семіотичний, що включає в себе як «знакові системи» (мова, жести, образи, символічні системи), так і форми знання, що відповідають певному часовому і соціокультурному контексту;
- діяльнісний, що являє собою різні соціальні дії, спрямовані на підтримку існуючих знакових систем і на створення нових смислів;
- матеріальний, що являє собою «навколишнє середовище» соціальної взаємодії: час, місце, умови;
- політичний, що формує і відтворює владні відносини в суспільстві. Виділення цього аспекту як самостійного впливає з розуміння політики як особливої сфери соціального життя, пов'язаної з феноменом влади, що пронизує всі сфери і рівні соціальної взаємодії; – соціокультурний, що являє собою взаємодію персонального, соціального і культурного знання, цінностей, ідентичностей, що включає в себе знання про «знакові системи», соціальні та політичні дії, матеріальний світ.

Виокремлюючи останній, політичний аспект дискурсу, дослідник зацентровують увагу на формуванні, прояві й відтворенні владних відносин у певному суспільстві. Таким чином, у першому розділі ми систематизували та охарактеризували основні підходи до визначення поняття дискурсу, зокрема з'ясували структурні характеристики цього багатовимірного явища; встановили типологію дискурсу, а також виявили основні універсальні та специфічні властивості окремих типів дискурсу. У наступному розділі розглянемо підходи до вивчення політичного дискурсу як особливого типу дискурсу.

1. 2. Соціологічні підходи до аналізу дискурсу

Дослідження та вивчення політичного дискурсу набуває все більше популярності як на теренах нашої країни, так і за кордоном.

Вивчення зарубіжної наукової літератури, яка присвячена політичному дискурсу показує, що провідними напрямками в дослідженні політичного дискурсу сьогодні є критичний дискурс–аналіз (Т.А. Ван Дейк) і постмодерністський дискурс–аналіз (Е. Лакло і Ш. Муфф, Я. Торфінг, С. Жіжек, Я. Ставраксіс, ін.). Незважаючи на відмінності, в критичного та постмодерного дискурс–аналізу є точки дотику. Це пояснюється історичними причинами, адже джерела дослідження дискурсу спільні: М. Бахтін, А. Грамші, представники декількох генерацій Франкфуртської школи соціальних досліджень Л. Альтюссер, М. Горкгаймер, Т. Адорно, Ю. Габермас, ін. Також взаємне інтелектуальне збагачення відбувалось у ході дискусій з представниками французького структуралізму та постструктуралізму, зокрема це М. Фуко, Ж. Деріда, Р. Барт, П. Бурдьє, ін.

Політичний дискурс є феноменом, який можна розглядати як мінімум в трьох аспектах: філологічному, як і будь–який інший текст, при цьому дослідник зважає на «фон» – політичні та ідеологічні концепції, що панують в світі інтерпретатора; соціопсихолінгвістичному – при оцінюванні досягнення прихованих чи чітко виражених цілей мовця, які є безумовно політичними; індивідуально–герменевтичному – при виявленні особистісних смислів автора та/чи інтерпретатора дискурсу в певних умовах. Окрім цього, з культурологічної точки зору, політичний дискурс виявляється найважливішим соціальним ідентифікатором та ретранслятором суспільних цінностей [Гальперін, 1981, с.1].

Перш за все, політичний дискурс виступає як соціально–культурний та політичний феномен. К. Серажим вважає, що «дискурс – це складний соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по–перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично–ситуативними, психологічними та іншими (конституючими чи фоновими) чинниками, по–друге, має «видиму» – лінгвістичну (зв’язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та «невидиму» – екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, мету адресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по–третє, характеризується спільністю світу, який упродовж розгортання дискурсу «будується» його репродуцентом (автором) та інтерпретується реципієнтом (слухачем, читачем тощо)» [Серажим, 2003, с. 7]. По–друге, за право контролювати зміст політичного дискурсу відбувається боротьба з використанням різних за своєю природою важелів впливу – державних ресурсів та інформаційних і комунікативних технологій. При цьому очевидно посилюється роль комунікативних технологій встановлення порядку денного. Мас–медіа та PR–агенції змушують політиків грати за правилами «рейтингу» та «формату». Варто погодитись, що «в сучасному дискурсі образ «лицаря на роздоріжжі», що ілюстрував ситуацію вибору у традиційному суспільстві, змінюється моделлю «людини з пультом» (або з іншим гаджетом), яка «перегортає» канали, сайти, комп’ютерні ігри, послуги, товари, партії, лідерів, ідеології. Один із основних викликів – це медіатизація інтеракції, що несе в собі потенційну загрозу перетворення ситуації вибору на *simulacrum* (П. Козловський, Ж. Дельоз, Ж. Бодріяр)» [Яковлєв, 2012, с. 158].

Як зазначила Ломейко, політичний дискурс як владний ресурс виконує важливу роль: він перевизначає соціальні проблеми відповідно до політичних інтересів, ранжує їх відповідно до завдань політичних акторів. У процесі

встановлення порядку денного політичний дискурс виконує функції конструювання та реконструювання уявлень про світ політичного, регулює, розподіляє та перерозподіляє владу, сприяє формуванню політичних ідентичностей, артикулює соціальні потреби, інтереси та цінності.

Фактично функція артикуляції виступає важливим етапом встановлення пріоритетів та формування порядку денного, адже політичний дискурс не визначає соціальні проблеми, а перевизначає вагу наявних (реальних) проблем для соціуму, виходячи з тактичних та егоїстичних інтересів політичних акторів [Ломейко, 2017, с. 30].

Основною метою політичного дискурсу виявляється потреба, по–перше, висловити своє бачення світу, та, по–друге, переконати адресатів в тому, що бачення мовця є єдиним правильним, тобто, змусити адресатів повірити мовцю.

Політичний дискурс існує в усній та письмовій формах. Усна форма (публічний виступ політиків високого рангу, їх інтерв'ю, виступ на радіо та телебаченні, пресконференції, парламентські дебати, блоки політичних новин в теле– і радіопередачах) оформлених на основі риторичних традицій, розроблених в античні часи. Усна форма політичного дискурсу особова, оскільки за нею стоїть індивідуальність. Аргументація в такому випадку приймається в єдності вербального, невербального і екстралінгвістичного. Письмова форма охоплює не тільки обширну документацію (договори, домовленості, протоколи), а також і пресу (секції, відведенні для розміщення політичних фактів), а також політичну рекламу (головним чином, плакати).

Головна різниця політичного дискурсу від інших видів аргументативних дискурсів (юридичного, академічного, рекламного, побутового, виробничого) полягає в його явно вираженій апеляції до цінностної системи, існуючої в данному суспільстві. Спеціалізованою технікою переконання в політичному

дискурсі є пропаганда – засіб маніпулювання свідомістю людей за допомогою мови. Ціннісна орієнтація обумовлює широке використання лексичних одиниць з оціночним (здебільшого позитивним) значенням, що позначають, головним чином, систему політичних цінностей (свобода, демократія, вибір, рівність і таке інше). Метою аргументації в політичному дискурсі є часткова корекція ціннісної системи адресата [Акінчиць, 2007, С. 73].

Наприкінці ХХ століття в умовах зростаючої ролі політики й переговорного процесу у світі, а також пошуку прийнятної й максимально ефективного «упакування» знань, тобто їх соціологізації, все вагомішим стає усвідомлення того факту, що політичний дискурс – проблема не тільки політична, але й у неменшій мірі лінгвістична й культурна. «...говорити про мову й не говорити про стан суспільства й суспільної свідомості неможливо». У цей період зростає зацікавленні в політичному дискурсі як соціальному феномені, для вивчення якого необхідне врахування стану суспільства в певний період та вплив політичного стану та ситуації в певній країні, яка перебуває в центрі дослідження.

Політичний дискурс під час виборчих кампаній являє собою синтез проблем і образів, слоганів, символів і ідеологем, що надають виборцям можливість хоча б загально визначити розходження між двома або більше кандидатами / партіями. Але політична реклама повинна при цьому залишатися короткою й переконливою. Політична реклама на телебаченні є одним з видів політичного дискурсу, що концентрується або на іміджі претендента, або на актуальних питаннях політики й економіки. «Політична реклама націлена більше на емоційне сприйняття, ніж на доведення й виявляє собою сплав вербальних і невербальних компонентів» [Белова, 1997, с. 113].

Найважливіша причина актуальності дослідження політичного дискурсу – його здатність до переконання та спонукування аудиторію (електорат) до дій,

вчинків шляхом мовленнєвого впливу акторів (політиків, кандидатів на пост Президента тощо) та пропаганди, трансляції свого бачення вирішення проблем народу, курсу розвитку району, міста, держави.

Оскільки політичний дискурс – це явище комунікації, то існування лінгвістичних досліджень в межах політичної науки стає неминучим. Політики прагнуть боротися за захоплення влади. Саме цей процес боротьби і є головним мотивуючим фактором для участі в політичному дискурсі, та політичних теледебатах зокрема.

Оскільки ця боротьба реалізується за допомогою мови, більшість праць, присвячених аналізу політичного дискурсу, належать до галузі лінгвопрагматики. У цих роботах аналізується специфіка застосування різноманітних мовних засобів для маніпулятивного впливу на реакції, дії електорату.

Політичний дискурс розглядається лінгвістами як об'єкт лінгвокультурологічного вивчення, як вторинна мовна підсистема з функціями, словником та комунікативним впливом. У політичному дискурсі репрезентується майже весь комплекс взаємозв'язків між людиною та суспільством, його аналіз передбачає, передусім, дослідження текстів у сукупності з екстралінгвальними чинниками та показує, як у різних мовних колективах моделюються культурні цінності, як пропагується соціальний порядок, які елементи мовної картини світу лишаються поза межами свідомих мовленнєвих стратегій мовців, як формується концептуальна картина світу, властива кожному мовному колективові [Романюк, 2012, с.202].

Інтерес до вивчення політичного дискурсу виявляють представники різних професій і різних наукових дисциплін – соціологи, політологи, філософи, фахівці в галузі теорії комунікацій, журналісти, а також лінгвісти. Одним із перших журналістів, що звернули увагу на комунікаційну діяльність

в її функції опосередкування політичної реальності, був, безумовно, А. Ф.Бентлі, який вважав аналіз мовної діяльності найважливішою умовою дослідження політики і суспільної думки. Він ніколи не залишав поза увагою ключовий зв'язок між комунікацією і політикою, а також між комунікацією й соціальною діяльністю.

Політичний дискурс актуалізується у таких жанрах, як промова політика, інаугураційне звернення президента, політичний документ (указ президента, зміст закону, комюніке), звіти уряду у парламенті, затвердження або обговорення бюджету, політичні дебати тощо.

Зацікавлення та збільшення популярності політичного дискурсу, насамперед пов'язано з активізації політичного життя, виникненням нових держав, і, відповідно, питань, а інколи й конфліктів, які потребують вирішення.

Політичний дискурс може мати наступні цілі: підтримка або руйнування позицій, нав'язування тієї або іншої ідеологічної орієнтації масовій свідомості, досягнення суспільної згоди, прийняття й обґрунтування політичних і соціально-ідеологічних стратегій тощо. Основними функціями політичного дискурсу є: створення переконливої картини кращого майбутнього, функція переконання; маніпулятивна; інформативна; аргументативна.

Багато лінгвістів, які досліджують політичний дискурс, виділяють ще таку функцію як функцію конструювання мовленнєвої реальності. Б.Ю. Норман називає цю функцію креативною, характеризуючи її як таке становище справ, при якому мовленнєва сутність виявляється первинною по відношенню до позамовленнєвих [Шейгал, 2004, с. 35].

У теорії дискурсу науковців Е. Лакло та Ш. Муфф велика увага надана аналізу політики. Вони залучають політику до дискурсивної практики, оскільки це є способом конструювання, відтворення і перетворення

соціального світу. Вся політика розглядається як сфера боротьби певних дискурсів. Політичні артикуляції визначають нашу поведінку і думки, будучи способом владарювання і розподілу влади.

На нашу думку, політичний дискурс, як різновид публіцистичного стилю мовлення, характеризується водночас вмотивованістю мовленнєвої діяльності та прагматичною спрямованістю. Під політологічним (політичним) дискурсом розуміється зв'язаний текст, зумовлений ситуацією політичного спілкування у сукупності з прагматичними, соціологічними, психологічними та іншими факторами [Сотников, 2009, с. 218].

Використовуючи цей підхід при аналізі політичного дискурсу, необхідно розглядати роль суб'єкта дискурсу. Суб'єкт, відповідно до Е. Лакло і Ш. Муффа, концепції, не виступає автономною одиницею. Суб'єктивна позиція є детермінованою конкретним дискурсом. Велика кількість дискурсів зумовлює фрагментарність суб'єкта. Суб'єкт має одночасно безліч позицій в різних дискурсах, він наддетермінований [Філіпс, 2004, с. 115].

Під час передвиборчих перегонів наочно простежується використання наддетермінованості людини, коли конкуруючі дискурси (дискурс влади і дискурс опозиції), які прагнуть одночасно організувати один і той же політичний простір, впливають на людську свідомість, актуалізуючи одну із соціальних ролей суб'єкта, значимість якої визначається як найвища.

Політичний дискурс важке і важливе для осмислення поняття, оскільки оточує нас протягом всього життя. Існує багато підходів до трактування та окреслення політичного дискурсу.

Політичний дискурс є складним комунікативним явищем, метою якого є боротьба за владу способом формування суспільної думки, яке включає текст як вербалізований результат мовлення, контекст – ситуативний і соціокультурний, а також спеціальні мовні засоби, які відповідають цілям і

завданням дискурсу. Соціокультурний контекст політичного дискурсу характеризується орієнтацією на масову аудиторію, об'єднану спільними цінностями і настановами, якими можна керувати; національнокультурною специфікою; ідеологічністю (дискурс відображає погляди, переконання, ціннісні орієнтації певної соціальної групи) [Клименко, 2009, с. 183].

Як багатожанровий різновид публічного мовлення, політичний дискурс характеризується цілою наукою специфічних засобів. І суть тут не лише у вживанні специфічної детермінованої політичною діяльністю лексики, а й у своєрідному виборі й організації певних структур вираження відповідно до прагматичних настанов, цілей та умов спілкування, що склалися в процесі професійної діяльності політиків.

До політичного дискурсу можна зарахувати публічні виступи політиків, заяви політиків, політичних оглядачів та коментаторів, публікації у ЗМІ, матеріали спеціалізованих видань, що мають справу з різними аспектами політики. Політичний дискурс – це дискурс політиків. Він формується в контексті функціонування політичних інститутів (засідання уряду, сесія парламенту, з'їзд партії тощо) і є політичним, якщо супроводжує політичний акт у відповідній інституційній атмосфері. Враховується, перш за все, те, що основною функцією політичного дискурсу є функція впливу за допомоги мовлення, а лінгвістів цікавить те, які мовні та мовленнєві засоби використовуються для нав'язування політичних уявлень.

Політики усвідомлюють необхідність оволодіння таким стилем мовлення і нормами літературної мови, які здатні дати найвищий коефіцієнт корисної дії. Будь-який політик стикається з необхідністю правильного розташування, компоновання мовних одиниць, тобто всього того, що становить суть та специфіку побудови промови [Селіванова, 2002, с.86].

Для кращого розуміння та можливості порівняння окреслю деякі з них. Зазначимо, що теоретичну інтерпретацію поняття «політичний дискурс» можна знайти, як в енциклопедичних словниках, так і в працях науковців, які займаються вивченням цього питання.

Ми вважаємо, що в публіцистичному дискурсі, а особливо в політичному дискурсі, відбувається заміщення лексичного значення мовних одиниць концептуальним значенням. В цілому, мовний знак характеризується такими функціями, як репрезентативна, номінативна, дейктична, експресивна, функція інтерпретації та прагматична.

В політичному дискурсі переважають прагматична, дейктична, експресивна та функція інтерпретації. Адже мовець використовує мовний знак для впливу на аудиторію, висловлює модально–оцінні відношення соціуму щодо об'єкту найменування, при цьому аудиторія використовує мовний знак для осмислення відображеного в свідомості поняття; як результат, мовне значення виходить за межі понятійного відображення предмету/об'єкту, що збагачує таке тлумачення мовного знаку різними асоціативно–образними смислами. Значення знаку як елементу мовної системи, або системне значення є сукупністю всіх вживань слова [Алефіренко, 2005, с.65–66].

О. Шейгал доводить, що основною функцією політичного дискурсу, є *інструментальна* –боротьба за владу, володіння нею та її збереження. Ця функція проявляється в прагненні до дій та їхніх здійснень у формі лозунгів, закликів, звернень, створюючи відповідний емоційний настрій (надія, гордість за країну, впевненість, ворожість, ненависть). Мовленнєві акти також стимулюють відповідні дії, наприклад, погрожуючи застосуванням сили, можна припинити страйк. Найважливішими стимулами політичної діяльності виступають такі мовленнєві акти, як вираження підтримки та довіри [Шейгал, 2004, с. 345].

Оскільки існує безліч підходів і трактувань «політичного дискурсу», то й розуміння цього поняття викликає перепони та відсутність одностайності у цьому питанні. Проте, багатогранність дозволяє виокремити той підхід, який сприяє науковому сприйняттю того чи того індивіда.

Різноманітність краще ніж односторонність, оскільки перша дає змогу всебічно вивчити обрану тему та дослідити специфічність, особливість трактування кожного науковця. Багатогранність цього поняття свідчить про те, що воно – відносно нове в науковому полі. Для того, щоб утвердився та поширився в більшому колі один підхід, потрібен час. Час на осмислення, дослідження, обговорення теми «політичного дискурсу» на тематичних конференціях, наукових з'їздах. Поглиблене вивчення та детальний аналіз цього поняття в науковому полі сприятиме покращенню чіткості визначення та інтерпретації, що призведе до чіткості та доступності розуміння поняття «політичний дискурс».

Політичний дискурс може бути визначений як:

- сукупність усіх мовленнєвих актів у політичних дискусіях, а також правил публічної політики, які оформилися відповідно до існуючих традицій і отримали перевірку досвідом [Баранов, 2001, с. 6]
- політичний дискурс – це комплекс мовленнєвих структур у певному лінгвістичному контексті – контексті політичної діяльності, політичних поглядів і переконань разом з її негативними проявами (наприклад, ухилянням від політичної діяльності, відсутністю політичних переконань та ін.) [Опарина, 2002, с. 20];

- політичний дискурс – це будь-які мовленнєві утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких корелює зі сферою політики [Шейгал, 2004, с. 23].

Політичний дискурс являє собою таку форму соціокультурної практики, що бере участь у формуванні соціокультурних явищ і одночасно формується ними. Політичний дискурс не виникає в соціальному вакуумі, і очевидно, що взаємодія між соціумом та політичною діяльністю характеризується взаємним впливом.

В аналізі соціальних і політичних явищ дискурс буде визначати не соціальний діалог, що відбувається між індивідами, групами, а також між самими соціальними інститутами, задіяними в цьому діалозі. Згідно з таким підходом політичний дискурс це дискурс політиків, який формується в контексті функціонування політичних інститутів (засідання уряду, сесія парламенту, з'їзд партії) і відповідно є політичним.

Формуванні загальної картини соціальної дійсності – основна мета дискурсу. Це допомагає сформувати тимчасову закритість, яка б дала можливість узяти гору при конструюванні необхідного політикам соціальної реальності. Адже саме авторитет, який досягається дискурсивно, виступає головною інстанцією щодо визначення реальності, усунення суперечливих питань у визначенні істинності чи хибності презентації тих чи інших подій.

Суть аналізу дискурсу полягає у виявленні того контексту, в якому розгортаються дискурсивні події, описі всього різноманіття відносин, які складаються в ньому і поза ним. Виключаючи контекст, ми маємо справу з фразою, яку можна аналізувати тільки з точки зору лінгвістики, розбираючи її граматичну структуру. Науковий аналіз політичного дискурсу передбачає фіксацію всієї специфіки контексту, в якому він розгортається: історичних, географічних, культурних тощо умов. Врахування контексту висловлювань

має особливе значення під час виборчих кампаній, коли певні політичні сили прагнуть «сформулювати» істину в межах конкретного дискурсу.

Певні ідеї і теорії приймаються в суспільстві і розглядаються як правильні не апріорі, а внаслідок множинного повторення і відтворення дискурсивних практик, які спрямовані на встановлення і збереження певної системи відносин [Фуко, 1996, с. 107].

У політичній сфері зміна дискурсивної структури найчастіше супроводжується кардинальними змінами, які можуть бути пов'язані з соціальними трансформаціями та змінами в соціальних інститутах. Грунтуючись на ідеях М. Фуко, ми можемо припустити, що дискурс нерозривно пов'язаний з відтворенням усталеного порядку, а отже, з владою. «Переможці» і «переможені» актори стають конструкторами домінуючого дискурсу в політичній сфері.

Метою дискурсу стає формування тимчасової закритості, яка б дала можливість узяти гору при формуванні загальної картини соціальної дійсності. Адже саме авторитет, який досягається дискурсивно, виступає головною інстанцією щодо визначення реальності, усунення суперечливих питань у визначенні істинності чи хибності презентації тих чи інших подій.

Розкриваючи мету цієї роботи важливо зазначити про важливість розгляду політичного поля загалом, яке детально розкрив соціолог П'єр Бурдьє. Соціальний простір, за П. Бурдьє, являє собою ансамбль різного типу полів, у тому числі політичних, релігійних, економічних, культурних, етнічних, які живуть за своїми власними законами. П.Бурдьє трактує простір як поле сил, а точніше – «сукупність об'єктивних відносин сил, які нав'язуються всім, хто входить до нього і котрі не зводяться до намірів індивідуальних агентів, рівно як і до їх взаємодії» [Бурдьє, 2005, с. 217].

Категорія поля позначає специфічну систему об'єктивних зв'язків між різними позиціями, що знаходяться у злагоді або конфлікті, у конкуренції чи кооперації.

Поле політики у П.Бурдьє – не щось статичне, незмінне, об'єктивно дане і не залежне від нас, а те, що постійно формується і відтворюється за допомогою політичної практики, більше того, умова і результат даної практики. Соціолог розглядає поле політики як ринок, в якому існує виробництво, попит і пропозиція. Це місце, де в конкурентній боротьбі між агентами, які виявляються в неї втягнутими, проводиться політична продукція – політичні партії, ідеології, програми, думки, позиції, концепції, події і коментарі. При розгляді політичного поля у логіці попиту і пропозиції звичайні громадяни постають у положенні споживача. Ризик помилитися і вибрати неякісний «товар» тим більший, чим далі людина знаходиться від місця виробництва, розуміння і осмислення державної монополії на «культурно–історичне» сприйняття політичного поля [Пержун, 2013, с. 72].

Це свідчить про необхідність розщуміння суспільно–політичного життя, особливостей, чкі притаманні йому у певний проміжок часу. Це відображається на спроможності осмислено та усвідомлено зробити вибір на користь того чи того кандидата, політичної партії під час виборів. У випадку, якщо громадяни не цікавляться політичним життям, не простежують ілі, наміри кандидаів на певний пост, то й їх вибір переважно нестиме неосмислений характер, та буде вчинений під впливом або ж реклами, або ж від так званою «допомоги» – часто це матеріальні речі, на кшталт дешевих продуктів харчування, які видають людям пенсійного віку задля покращення рейтингу. В українських реаліях такі ходи справді працюють.

Становлення державної монополії на легітимне фізичне і символічне насильство призводить до утворення поля політики – простору боротьби за

монопольне володіння вигодами, пов'язаними з цією монополією. Боротьба політичних сил в рамках поля – нормальний процес у демократичному суспільстві. При цьому, у центрі уваги політиків і політичних угруповань знаходиться електорат. Звідси, мета боротьби у політичному полі – голоси виборців, мобілізація активного електорату, залучення сталого електорату і «спонсорування» пасивного електорату. Для досягнення успіху в цій боротьбі конкурентні одна одній сторони використовують різні методи впливу на тих, за ким залишається право остаточного вибору [Пержун, 2013, с. 72].

Люди як біологічні індивіди і соціальні агенти виступають породжуючим елементом у соціальній топології П.Бурдьє. Вони переміщуються у соціально-фізичному просторі, стикаються, притягуються і здійснюють інші дії. Як біологічні істоти, люди розміщуються у фізичному просторі, займаючи певне місце і обсяг. «Займане місце може бути визначено як площа, поверхня і об'єм, який займає агент або предмет, його розміри чи, ще краще, його габарити (як іноді кажуть про машину або про меблі)» [Бурдьє, 2005, с. 73].

Таким чином, П.Бурдьє вперше у соціологічній науці вводить поняття агента на протигагу суб'єкта чи індивіда, щоб відійти від структуралістського та феноменологічного підходів стосовно вивчення соціальної реальності. У нього простежується постструктуралістський підхід у вивчення соціології політики. Соціолог звертає увагу на те, що поняття "суб'єкт" використовується у поширених уявленнях про «моделі», «структури», «правила», коли дослідник відстоює об'єктивістську точку зору, вбачаючи у суб'єкті маріонетку, якою управляє структура і позбавляє його власної активності. У цьому випадку суб'єкт розглядається як той, хто реалізує свідому цілеспрямовану практику, підкоряючись певним правилам. На відміну від

суб'єктів, агенти у П.Бурдьє «не є автоматами, налагодженими як годинник відповідно до законів механіки, які їм невідомі» [Шматко, 2003, с. 118].

Агенти здійснюють стратегії – своєрідні системи практики, рухомі метою, але не направляються свідомо цією метою.

Практика – це все те, що соціальний агент робить сам і з чим він зустрічається у соціальному світі; вона являє собою зміну соціального світу, вироблену самим агентом. Політичний дискурс – один із видів дискурсу, до якого входять різноманітні практики – такі як політична реклама/телереклама, зустрічі з виборцями, політичні теледебати.

Для політичного дискурсу, як і для будь-якого іншого (наприклад, медичного, ІТ) характерне використання певної лексики, мовних одиниць.

Особливості „спеціального словника політики” досить детально досліджені німецькими лінгвістами. Вони зазначають, що цей словник за своєю внутрішньою структурою дуже неоднорідний. Звертається увага на те, що в політичній мові використовується не тільки спеціальна політична лексика й термінологія (так звані „ідеологічно пов'язані слова”), а й інші, в принципі політично не забарвлені мовні одиниці. Так, Р. Фрайтанг пропонує таку структуру „суспільно-політичної лексики”: власне політична лексика (до якої вчений відносить і терміни, і слова гасел, і жаргонізми) та потенційна політична лексика, що охоплює лексику загального словникового запасу, мовні явища, які мають характер слів гасел, назви організацій, партій, держав тощо [Крючкова, 1983, с. 68].

В. Дікман наголошує на тому, що особливістю словника мови політики є його тісний зв'язок із словником загальнонародної мови. Політична термінологія проникає в загальнонародну мову через засоби масової інформації. Крім того, В. Дікман виокремлює ще й таку, на його думку, головну особливість мови політики, як її тісний зв'язок з панівною ідеологією,

тобто семантичну детермінованість слів політичної мови їх приналежністю до термінологічної системи певної ідеології та їх місцем у ній [Горюнов, 1983, с. 155].

Політичні теледебати – особлива комунікативна практика, якій притаманні такі характеристики:

- 1) Практика, яка характерна для демократичних суспільств. Це відображається навіть в історії проведення політичних теледебатів на території України. Перші теледебати були проведені навіть не тоді, коли Україна стала незалежною державою.
- 2) Політичні теледебати чітко регульовані законодавством України (яке детально проаналізовано нижче). Цього не можна сказати про такі складові політичного дискурсу як політична реклама/телереклама, зустрічі політиків з виборцями тощо.
- 3) Політичні теледебати перетворюються в іміджеву програму, театралізоване дійство. З одного боку, у висловлюваннях кандидатів повинні переважати факти та підтверджені аргументи. З іншого боку, кандидати можуть перетворювати свій виступ та відповіді на певне театралізоване дійство, шоу.

Про останню зазначену особливість політичних теледебатів детально розписав Ірвінг Гоффман у роботі «Представлення себе іншим у повсякденному житті». У Е. Гоффмана світ взаємодії людей – поле гри, задум якої треба встановити за допомогою соціологічного дослідження. В основі соціодраматургічеської перспективи лежить порівняння повсякденного світу з театральною дією.

У драматургічній концепції вихідним пунктом служить метафора соціальної зіграності людей: суспільство – це величезний театр. При спілкуванні люди намагаються справити враження один на одного. Як

правило, це відбувається несвідомо. Разом з тим ролі, які грають люди, пози, які вони приймають, можуть бути розглянуті як типові соціальні уявлення, тобто символічні позначення домовленостей між людьми про спосіб поведінки. Зіграність членів суспільства проявляється як одна велика символічна спільна акція, а суспільство – як ряд ситуацій, в яких люди взаємодіють, справляють враження і пояснюють свою поведінку собі і іншим.[Гофман, 2000, с. 25].

Орієнтуючись на драматургічну концепцію І. Гоффмана можна визначити політичні теледебати як театралізоване дійство, під час якого актори (кандидати на пост Президента) прагнуть здійснити вплив на суспільство, таким чином схиливши громадян на свою сторону, і збільшивши рейтинг.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Таким чином, у представлених вище концепціях специфіка аналізу дискурсу зумовлена загальною спрямованістю наукових поглядів авторів (питання гендерних відносин, прав етнічних меншин, гегемонії влади тощо). Проте ми можемо констатувати, що в даних концепціях, які носять міждисциплінарний характер, значний акцент робиться на тому, що дискурс можна розглядати і аналізувати, тільки беручи до уваги соціокультурні, історичні, темпоральні характеристики ситуації. Саме ця особливість і дозволяє досліджувати політичний дискурс з точки зору не тільки лінгвістики, а й соціології. Незважаючи на суттєві відмінності даних концепцій, їх аналіз дозволяє нам виділити такі значущі елементи, на які необхідно звернути увагу при характеристиці політичного дискурсу.

Перш за все, це контекст або соціальна ситуація, в рамках якої «оживляється», «пригнічується» або розвивається певний дискурс. Контекст, у свою чергу, зумовлює значення, яке надається вузловим, найбільш важливим точкам, у рамках певного дискурсу. Крім того, різне сприйняття тих самих категорій зумовлено іншими категоріями, серед яких вони вживаються, способом використання і застосування, роллю та функціями, які вони виконують. Змінюється не саме слово, а смисл, який в нього вкладають, у рамках того або іншого дискурсу. Особливість сприйняття і формування сенсу багато в чому зумовлюється тією роллю, яка в рамках кожної концепції віддається суб'єкту.

У науковій літературі представлено величезний спектр підходів до вивчення дискурсу, які, звичайно, не обмежуються трьома, представленими у цій роботі. Тому, у подальших наукових пошуках свою увагу сфокусуємо на інших теоретичних студіях дискурсу, акцентуючи на тих із них, які спрямовані, в тому числі, на аналіз політичного дискурсу, зокрема найбільш

значущих чинників, що зумовлюють його сутність, особливості конструювання та розвитку в тих чи інших соціокультурних умовах.

Проаналізувавши різноманітні підходи до дослідження політичного дискурсу, найбільш вдалим підходом для досягнення поставлених завдань виявився підхід П'єра Бурдьє, щодо аналізу політичного дискурсу. У межах постструктуалістського напрямку досить щільно може бути представлено та поглиблено поняття «практика», оскільки навколо нього можна формувати і розуміння поняття «дебати» як комунікативної практики, так і розглядати кандидатів в Президенти через інтерпретацію їх як «агентів».

РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИЧНІ ДЕБАТИ ЯК КОМПОНЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

2.1. Політичні дебати як політичне явище

Політичні дебати є важливою складовою сучасного політичного дискурсу. У часи розвитку телебачення, Інтернету, соціальних мереж політичні теледебати виступають однією з найдієвіших та найефективніших форм донесення інформації, поглядів кандидатів на певну посаду до надзвичайно великої кількості громадян, а то й цілої країни. Інколи саме вони є ефективним способом схилити на свій бік громадян, показати наміри, які відповідатимуть політичним поглядам, цінностям потенційному електорату.

Політичні дебати як різновид публічної дискусії, реалізацію мовленнєвої інтеракції в контексті міжособистісних та соціальних відносин аналізували у своїх роботах О.С. Фоменко, проте недостатньо уваги приділялося аналізу взаємовідносин поняття політичного дискурсу та поняття політичних дебатів як його різновиду, а також простеженню ієрархії дискурс політичний дискурс – політичні дебати.

О.С. Фоменко розглядає політичні дебати як чітко структурований і спеціально організований публічний обмін думками між двома сторонами з актуальної теми; різновид публічної дискусії, спрямованої на переконання третьої сторони, у якому вербальні і невербальні засоби, що використовуються учасниками дебатів, мають на меті отримання певного результату – сформуванню у слухачів позитивне враження від власної позиції [Фоменко, 1998, с. 20].

Науковець В.А. Ущина зазначає про те, що суттєвою ознакою політичних дебатів є персуазивність, яка проявляється у тій чи іншій моделі мовленнєвої, інтеракціональної та стратегічної персуазивної поведінки

політиків в конвенційно–інституційних умовах публічного політичного дискурсу [Ущина, 2003, с.6].

Таким чином, проаналізувавши політичний дискурс як тип дискурсу та політичні дебати як підтип політичного дискурсу, можемо зробити висновок, що виділення політичного дискурсу відбувається за ознакою сфери комунікації (функціонування); під політичним дискурсом розуміємо зв'язаний текст, зумовлений ситуацією політичного спілкування у сукупності з прагматичними, соціологічними, психологічними та іншими факторами, характерною ознакою якого є офіційність та інституціональність; політичні дебати являють собою чітко структурований і спеціально організований інституціональний підтип екзотеричного аргументативного політичного дискурсу, що передбачає публічний обмін думками між двома сторонами, який спрямовано на переконання третьої сторони та має на меті отримання певного результату, що досягається за допомогою реалізації певних комунікативних стратегій. Щодо перспективи подальших досліджень, плідним є аналіз цільових установок комунікантів у політичних дебатах.

Закон України про проведення політичних теледебатів

Процедура структурування, затвердження та проведення передвиборних теледебатів чітко описана в законі України, а саме в статті 62. Дотримання цього закону сприяє уникненню непорозумінь, неправильного трактування та порушення чіткою структури.

Оскільки балотування на пост Президента України – формалізований та чіткий процес, порядок організації та проведення теледебатів повинен бути чітко описаний у чинному законодавстві.

Слідувати закону повинен кожен учасник теледебатів, оскільки дотримання чіткого регламенту стандартизує, регулює таку частину виборчої кампанії як теледебати. Порушення чинного регламенту, вимог повинне нести відповідальність з боку порушника.

Стаття 62. Процедура і строки проведення передвиборних теледебатів передбачає дотримання наступних вимог та критеріїв:

1. Передвиборні дебати з використанням електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації (теледебати) за рахунок коштів Державного бюджету України, що виділяються на підготовку і проведення виборів, проводяться у разі призначення Центральною виборчою комісією у порядку, встановленому цим Законом, повторного голосування між кандидатами на пост Президента України, включеними до виборчого бюлетеня для повторного голосування.

2. Теледебати за рахунок коштів Державного бюджету України проводяться в останню п'ятницю перед днем повторного голосування між 19 та 22 годинами в прямому ефірі, тривалістю не менше 60 хвилин.

3. Теледебати за рахунок коштів Державного бюджету України транслюються на Першому Національному каналі Національної телекомпанії України та Першому каналі Національної радіокомпанії України, а також можуть безкоштовно транслюватися іншими каналами мовлення. Кандидати на пост Президента України беруть участь у теледебатах особисто. У разі відмови одного з кандидатів на пост Президента України взяти участь у теледебатах або неможливості його участі в них виділений для теледебатів час надається іншому кандидату на пост Президента України для проведення передвиборної агітації.

4. Оплата за наданий ефірний час для проведення теледебатів за рахунок коштів Державного бюджету України здійснюється Центральною виборчою

комісією в межах коштів Державного бюджету України, що виділяються на підготовку і проведення виборів, за відповідною угодою, що укладається між Центральною виборчою комісією і Національною телекомпанією України.

5. Проведення теледебатів за рахунок коштів Державного бюджету України, що виділяються на підготовку і проведення виборів, між кандидатами на пост Президента України, включеними до виборчого бюлетеня для повторного голосування, організовується Національною телекомпанією України. (зміни до частини п'ятої статті 62, передбачені абзацами п'ятим та шостим підпункту 1 пункту 3 розділу IV Закону України від 17.04.2014 р. N 1227–VII, внесені не будуть у зв'язку з некоректністю змін)

6. Телеорганізація може організовувати теледебати між кандидатами на пост Президента України як цикл передач з дотриманням вимог цього Закону та цієї статті. Телерадіоорганізація може створити лише один цикл таких передач під час виборчого процесу. Такий цикл передач може транслюватися виключно в прямому ефірі. (зміни до частини шостої статті 62, передбачені абзацом сьомим підпункту 1 пункту 3 розділу IV Закону України від 17.04.2014 р. N 1227–VII, внесені не будуть у зв'язку з некоректністю змін)

7. Зазначені в частині шостій цієї статті теледебати можуть проводитися за рахунок коштів виборчих фондів кандидатів на пост Президента України у строки, передбачені цим Законом для проведення передвиборної агітації, у проміжку між 19 та 22 годинами. (зміни до частини сьомої статті 62, передбачені абзацом восьмим підпункту 1 пункту 3 розділу IV Закону України від 17.04.2014 р. N 1227–VII, внесені не будуть у зв'язку з некоректністю змін)

8. Теледебати, зазначені у частині шостій цієї статті, повинні бути організовані в цикл передач однакового формату з метою забезпечення

можливості участі в них усіх кандидатів на пост Президента України за їх бажанням.

9. В одній передачі циклу теледебатів, зазначених у частині шостій цієї статті, одночасно можуть брати участь не більше двох кандидатів на пост Президента України. Кандидати беруть участь у теледебатах, зазначених у частині шостій цієї статті, особисто. Обсяг ефірного часу, що надається кандидатам для участі в дискусії або для відповіді на запитання, має визначатися за однаковими правилами.

10. Проведення під час теледебатів інтерактивного голосування та оприлюднення його результатів можуть включатися до формату передачі тільки за згодою усіх учасників циклу теледебатів, зазначених у частині шостій цієї статті.

11. Графік поширення циклу передач, перелік учасників та черговість участі кандидатів у теледебатах, зазначених у частині шостій цієї статті, відповідна телеорганізація публікує в газетах "Голос України" та "Урядовий кур'єр" у триденний строк з дня їх затвердження, однак не пізніш як за один день до початку циклу передач.

12. Кількість передач в одному циклі теледебатів, зазначених у частині шостій цієї статті, має бути такою, щоб забезпечити кожному з кандидатів на пост Президента України можливість участі в них не більше одного разу.

13. Тривалість кожної передачі циклу теледебатів, зазначених у частині шостій цієї статті, має бути не меншою, ніж 60 хвилин безперервного ефірного часу.

14. Переривання трансляції теледебатів комерційною рекламою забороняється (стаття 62 у редакції Закону України від 13.03.2014 р. N 879–VII).

Таким чином, законодавство регулює та регламентує теледебати як офіційну частину передвиборчої кампанії, в якій має можливість взяти участь кожен претендент на пост Президента України.

Загальна історія політичних дебатів: світовий аспект

Історія виникнення дебатів в Європі, США сформувала своєрідну культуру, що передбачає дотримання правил ведення публічних дискусій. Тепер теледебати в демократичних країнах слугують механізмом контролю громадянського суспільства над владою, тобто реалізують функцію професійної журналістики як «четвертої влади» [Гресько, 2015, с. 199].

Як демократичний метод обговорення законів дебати народилися в античній Греції, де громадяни Афін відкрито висловлювалися щодо переваг і недоліків нововведень. Демократичний устрій зумовлює широку участь громадян у політичному житті, що потребує вміння зрозуміло висловлювати свої думки, аргументовано і переконливо відстоювати свою позицію. Ораторське мистецтво, що свідчить про демократичну основу ладу суспільства, цінувалося в Україні з діда–прадіда ще в козацькому середовищі. Кандидат у гетьмани обов'язково виступав з промовою про організацію війська, а його бойовий заклик вирізнявся особливим красномовством, адже адресований був не лише до козацтва, а й до всього православного населення України. У Середньовіччі в Європі дебати стали частиною системи освіти й основою для розвитку ораторського мистецтва. Тепер дебати як форма соціальних комунікацій набули свого поширення і розвитку в більшості демократичних країн світу» [Гресько, 2015, с. 200].

Перші в історії публічні дебати між кандидатами в президенти відбулися в США в 1858 році, учасниками яких стали Авраам Лінкольн і Стівен Дуглас. Причому опоненти зустрічалися неодноразово, була ціла серія із семи виїзних

дебатів у різних містах. Основною темою стало обговорення скасування рабства.

Усього дебати тривали 2 місяці. Кандидати відвідали 7 міст. В аудиторії, де відбувались дебати, приходили сотні людей, які були готові 4 години слухати позиції опонентів. Це свідчить про те, що дебатами як формою політичної боротьби були зацікавлені свідомі представники, які були зацікавлені в долі країни. Окрім того, разом із кандидатами по містах їздили двоє фонографістів (1 від демократів та 1 від республіканців), які записували кожне слово кандидатів і реакцію аудиторії. Ці стенограми оперативно друкувались в газетах, ба більше, в 1860 році вони були опубліковані окремою книгою.

Тут, знову ж таки, простежується значна роль ЗМІ в формуванні політичної свідомості та ставленні до кандидатів у президенти.

Опоненти обговорювали багато проблем, але ключовими були обговорення теми рабства, зокрема, прийняття білля “Канзас–Небраска”, метою якого було не заборонити рабство або встановити рабство на тій чи іншій території/штаті, а надати право населенню самостійно вирішувати позицію штату в цьому питанні у відповідності з Конституцією США.

Дуглас стверджував, що рабство вже існувало на момент створення американської держави. Союз Півдня та Півночі початково був “розділений” батьками–засновниками на рабовласницькі та вільні штати і нічого не заважало йому залишатись таким же розділеним і надалі.

Згодом, через білля “Канзас–Небраска” між північними та південними штатами США почались конфлікти щодо поділу територій, що призвело до Громадянської війни.

Лінкольн опонував тим, що рабство є інститутом, який дестабілізує політичну ситуацію в США. Він вважав, що білля “Канзас–Небраска” став

відправною точкою проведення політики поширення рабства на всю територію держави. Лінкольн не отримав сенаторське крісло, але завдяки цим дебатам він здобув велику популярність як політик, що згодом привело його до перемоги на президентських виборах.

Відтак, це були перші політичні (в дотелевізійну еру) дебати, на які був великий попит у громадян США. Не дивлячись на те, що єдиними способами отримання інформації були – прийти особисто послухати, прочитати в газеті або почитати зведену книгу з промовами, громадяни США відчували гостру потребу почути позиції політиків, які висувались на державні посади, щодо важливих соціальних та політичних тем.

Дебати Ніксона та Кеннеді. Перші теледебати

Перші теледебати відбулись в США 26 вересня 1960 року. Тоді в студії чиказької філії телеканалу CBS під наглядом модератора Говарда Сміта і ще чотирьох журналістів зійшлися Річард Ніксон і Джон Кеннеді. Зійшлися, правда, – гучне слово. Ніксон ті дебати провалив, поставивши акцент на свої напрацювання в економіці та внутрішній політиці, але не на свій зовнішній вигляд і стан. Кеннеді впевнено «поклав на лопатки» свого опонента.

Завдяки телетрансляції ці дебати побачили 70 мільйонів американців. Телебачення вивело теледебати на нових рівень. Політичні дебати виходять на новий рівень. Якщо раніше увага зосереджувалась на тому, що політики скажуть, то тепер зауважують на зовнішній вигляд та поведінку. Ніксон лідирував у цій гонці, але дебати усе змінили. Ніксон відмовився відвідати репетицію теледебатів. У першому раунді дебатів Ніксон, який давно закріпив за собою звання гарного оратора, поводить себе невпевнено та сильно нервує, на що вплинуло травмоване коліно; під час ефіру з нього стікає піт, що створює “нетелевізійну” картинку. Кеннеді ж у своєму виступі поводить себе переконливо; головний його посил –

надихнути американців на зміни. Його рейтинг стрімко росте. Наступні раунди дебатів Ніксон провів набагато краще за перший, але це вже не допомогло переломити ситуацію на свою користь і він програє вибори.

Яскравим прикладом стали дебами між кандидатами в президенти США – Дональдом Трампом і Хіларі Клінтон, які відбулися у листопаді 2016 року. На думку ряду американських видань (газета "Wall Street Journal", телеканал CNBC), мова Хіларі Клінтон звучала стрункішою і переконливіше мови Дональда Трампа, і справа тут, можливо, не стільки в «домашньої роботи», виконану перед дебатами штабом кандидата від демократів, скільки в вмільому використанні класичних риторичних прийомів.

У 1988 році в теледебатах беруть участь демократ Майкл Дукакіс і республіканець Джордж Буш–старший. Вони були провальними для першого, який продемонстрував стереотипну в США слабкість і м'якотілість демократів в порівнянні з традиційно сильним республіканцем. Дукакіса поховало одне єдине питання, присвячене смертній карі: "Якби вбили вашу дружину, ви б хотіли подібної долі для вбивці?". Демократ відповів негативно (а як інакше?), але перед тим, як сказати "Ні", зам'явся і зблід. Симпатії глядачів виявилися на стороні Буша. І він увійшов в Овальний кабінет [Пелех, 2017, с. 62].

У Польщі перші передвиборні телевізійні дебати відбулись у 1995 р. і мали дуже великий вплив на результати виборів. Для поляків, які вперше у 1995 р. мали можливість побачити у прямому ефірі розмову, шоу, яким стали президентські дебати, це була атракційна подія.

Глядачі мали можливість пізнати погляди кандидатів, порівняти їх, а також оцінити поведінку кандидатів під світлом прожекторів. Для глядачів, які мали віддавна усталені політичні погляди, перегляд дебатів став нічим іншим, як часом, що дав можливість утвердитися їм у власному виборі. Серед них була і певна група палких прихильників, котрі своєю поведінкою нагадували

фанів відомих людей, а їхнє ставлення до конкретного політика мало багато спільного з певного типу захопленням. Таких не потрібно переконувати шляхом дебати, вони завжди становитимуть залізне ядро електорату цього кандидата [Гайковські, 2014, с. 183].

Хілларі Клінтон перемогла у всіх дебатах з Трампом: у першому турі Клінтон підтримали 62% глядачів, Трампа – 27%, у другому турі дебатів Клінтон підтримали 57% опитаних, Трампа – 34%, а у третьому – у Клінтон було 52% голосів, а у Трампа – 39%, але це не завадило Дональду Трампу виграти президентські перегони у 2016 році, що підтверджує той факт, що дебати не грають вирішальної ролі у гонці за президентське крісло. Хоча значна більшість американців не задоволена вибором своїх співгромадян і організовує акції протесту, безсумнівно залишається той факт, що Сполучені Штати Америки чекає нова сторінка в історії на чолі з екстравагантним президентом [Пелех, 2017, С. 64–65].

Історія українських політичних теледебатів

Досліджуючи історію проведення політичних теледебатів за часів незалежної України, то вони відбувалися двічі:

1. у 1994 році між Леонідом Кучмою та Леонідом Кравчуком
2. у 2004 між Віктором Ющенком та Віктором Януковичем.

Результат першого туру президентських виборів 1994 року був наступний: Кравчук отримав 38,3 % голосів, Кучма – 31,1%. Проте, результат другого туру зіграв на користь Кучми. Леонід Кучма отримав 52,2 %, тоді як Кравчука – 45,1 % .Тодішні реакції ЗМІ свідчать про те, що Леонід Кучма здобув перемогу саме завдяки політичним теледебатам, оскільки разом зі соратниками добре підготувався та був переконливіший, аніж Леонід Кравчук. Саме це і вплинуло на реакцію електорату.

У 1999 році теж повинні були відбутися політичні теледебати між тодішніми кандидатами в Президенти – Петром Симоненком та Леонідом Кучмою. Проте, останній відмовився від участі в них. Однак, це не завадило йому здобути пост Президента України.

Наступні теледебати відбулись у 2004 році в 2 тури – перед другим туром виборів та перед переголосуванням. Після першого туру виборів Віктор Ющенко отримав 39,9% голосів, а Віктор Янукович 39,2%. На черзі другий тур голосування, а перед ним теледебати. У згадках про ці дебати зазначають, що обидва кандидати виглядали впевненими. Попри те, що за результатами національного екзит-полу Ющенко набрав 54% голосів, а Янукович – 43%, Центральна виборча комісія попередньо оголошує, що Віктор Янукович – лідирує. Після оголошення ЦВК результатів, розпочинається “Помаранчева революція”, як реакція на масові фальсифікації, що вплинули на результат виборів. Таким чином, результати другого туру виборів визнали недійсними та призначили переголосування. Між кандидатами знову відбулись

теледебати. Політологи відзначили, що завдяки дебатам, проведеним до переголосування, Віктору Ющенку додалось 5% голосів. Як результат, Ющенко переміг з 52% голосів, Янукович отримав 44,2% [Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.gurt.org.ua/news/informator/57103/>].

Чергова відмова кандидата у Президенти відбулася 2010 року. Тоді Віктор Янукович вирішив не брати участь у теледебатах зі своєю опоненткою Юлією Тимошенко. Цікавим є випадок під час передвиборчої кампанії 2014 року. Тоді дебати між 20 кандидатами відбулись до проведення першого туру голосування.

Недаремно вищезазначено лише 2 випадки теледебатів за часи існування незалежної України. Події 2019 року заледве можна назвати такими, які дотримувалися чіткого закону України, детально описаного вище

Дебати не повинні перетворюватись на гру політиків або на шоу. Однак, подія на Олімпійському дуже добре нагадувала і те, і інше. Що мало відбутися насправді? Це мала бути серйозна дія, що має показувати реальне розуміння кандидатами відповідальності перед президентською посадою, потенційним електоратом та долею, розвитком держави в цілому.

Якщо аналізувати дебати як явище, то вони несуть значну цінність як для виборців, так і для політиків – кандидатів у Президенти.

Дебати сприяють тому, що допомагають виборцям зробити усвідомлений вибір; заохочуючи кандидатів зосереджуватися на проблемах державної політики, а не на своїх особистостях; змушуючи їх дотримуватись своїх передвиборчих обіцянок.

Однак, з часу дебатів на Олімпійському минуло більше року. Час та результати показують, що далеко не всі обіцянки, дані тоді, реалізовані в реальне життя.

Для успішної реалізації, досягнення своїх цілей кандидатам на певний пост, політичним опонентам важливо дотримуватися одного вектору діяльності, бачення майбутнього країни, або регіону. Це свідчитиме про серйозність намірів політика та чіткість бачення покращення існуючого економічного, соціального добробуту.

Так, справді, з одного боку, під час підготовки до дебатів кандидати в президенти справді замислюються про майбутнє країни, актуальні економічні, політичні проблеми, та можливі негаразди в майбутньому. Аналіз сучасного суспільно–політичного, економічного стану дуже важливе для формування та визначення цільової аудиторії виборців. Електорат вірить кандидатам, які показують прагнення вирішити, допомогти з вирішення актуальних для них проблем. Особливо це стосується соціально незахищених верств населення, які мають право голосу, як–от пенсіонерів, матеріальне забезпеченням яких – низьке.

Є ситуації, за яких певна політична сила має домінуюче становище, зокрема і в медійному середовищі. Кандидати, які не мають достатнього фінансування, щоб конкурувати, наприклад, на комерційному телебаченні, не можуть представити широкому колу виборців свої програми та позиції, оскільки стикаються з більш агресивною грою опонентів, які є впізнаванішими.

Саме політичні теледебати дають змогу «зрівняти» шанси на перемогу, оскільки трансляція теледебатів повинна йти від незалежних мовників, та бути доступною усім глядачам. Якщо виступ політика є переконливим, аргументованим, то шляхом вищезгаданої взаємодії кандидат може підвищити свій рейтинг саме за допомогою промови та відповіді на запитання опонента.

Досить логічно те, що той кандидат, який вневнено, спокійно та виважено поводить себе під час публічної дискусії, зможе гідно керувати державою та представляти її інтереси на міжнародній арені.

Політичні теледебати несуть цінність не лише для політиків, але й для виборців, які робитимуть вибір на користь того чи того кандидата. Це змога порівняти наміри, позиції кожного з кандидатів, та осмислити хто з них може задовільнити потреби, покращити як якість життя кожного виборця окрема, так і принести користь суспільству в цілому. Електорат має змогу досягнути (якщо не повністю, то, принаймі, частково) потенційний стиль майбутнього керівництва, спроможність реформувати сучасний стан суспільства та впливати на розвиток країни в цілому.

Ці думки підтверджує опитування¹ громадської думки (ке було проведено на Ямайці) щодо того, яку роль відіграють дебати в інформуванні виборців. Близько 70% респондентів повідомили, що дебати сприяли уточненню позицій кандидатів.

¹ <https://www.ndi.org/sites/default/files/Organizing%20and%20Producing%20Candidate%20Debates-an%20NDI%20international%20Guide.pdf>

2. 2. Теоретизування щодо вивчення політичного дискурсу

Акцент на комунікативних характеристиках дискурсу здійснюється в роботах Ю. Хабермаса. Дискурс як семіотична система, яка здатна одночасно як конструювати соціальний світ, так і бути їм зумовленою, розглядається такими представниками критичного дискурс-аналізу, як Т. А. ван Дейк та Н. Феркло. Дослідженням основних теорій дискурсу займаються такі вчені, як В. Карасик, І. Касавін, М. Макаров, В. Йоргенсен і Дж. Філіпс, Я. Торфінг та ін. До аналізу офіційного політичного дискурсу звертається у своїх працях А. Литовченко; дослідженню жанрових форм політичного дискурсу присвячені роботи К. Серажим; на семіотиці політичного дискурсу акцентує увагу О. Шейгал.

XX ст. пов'язане з суперечливими та неоднозначним розумінням та поясненням дискурсу. Під останнім малася на увазі, з одного боку, мовно-мовленнєва конструкція, наприклад мовлення або текст, а також послідовність здійснюваних у мові комунікативних актів: діалог, розмова, письмові тексти, присвячені загальній тематиці. З іншого боку, дискурс пов'язували з такою активністю в мові, яка відповідає специфічній мовній сфері і володіє специфічною лексикою. Це трактування виходило уже з ширшого та вагомішого трактування дискурсу. Це вже була мовленнєва конструкція з соціальною складовою, культурною компонентою, закладеними смислами, які можна зрозуміти лише у випадку занурення у певне соціальне середовище. Крім того, продукування дискурсу здійснюється за певними правилами синтаксису і з певною семантикою.

Поняття дискурс останнім часом усе частіше вживають на позначення мовленнєвої діяльності в певній сфері (політичній, науковій, професійній тощо). Ця тенденція отримала свій розвиток у теорії дискурсу німецького

філософа й соціолога Ю. **Хабермаса**, який запропонував термінолексему практичний дискурс, критичний дискурс, етичний дискурс.

Як термін він був уведений у науковий обіг німецьким філософом Ю. Габермасом як «форма комунікації, що визначається аргументацією, форма, у якій домагання значущості, що стали проблематичними, стають темою обговорення» [Єрмоленко, 1999, с. 47].

За Ю. Хабермасом, дискурсом називається особливий ідеальний вид комунікації, який здійснюється з максимально можливим відстороненням від соціальної реальності, і має на меті критичне обговорення та обґрунтування поглядів і дій учасників комунікації. Тобто, мова йде про порівняння дискурсу з дискусією.

У філософії Юргена Габермаса дискурс постає чинником обґрунтування та легітимації моральних норм, завдяки якому перевіряються їхні домагання значущості. Таким чином, він виявляється своєрідною метанормою, яка забезпечує підґрунтя всіх моральних вимог і надає їм статусу «загальних і необхідних».

Це означає передусім, що вони є легітимними, оскільки визнані всіма учасниками дискурсу. Водночас для того, щоб таке визнання було можливе, дискурс слід провадити за певними правилами, «що є конститутивними для практики аргументації як такої та які через це всередині дискурсів постають необхідними» [Хабермас, 2003, с. 50].

Філософ зазначає, що найважливішими пресупозиціями є:

а) публічність і «залучуваність» (жоден із тих, хто здатен обговорювати домагання значущості моральних норм, не може бути виключений із дискурсу);

б) рівні права на участь у комунікації (кожен повинен мати однакоvu можливість говорити по суті справи);

с) унеможливлення хитрощів і обману (учасники повинні мати на увазі саме те, що кажуть);

d) відсутність примусу (комунікація має бути вільною від обмежень, які запобігають висуненню кращого аргументу, та від передвизначення результату дискусії) [Хабермас, 2003, с. 106–107].

Голандський лінгвіст Т. ван Дейк пропонує розрізняти два визначення дискурсу:

1. *У широкому сенсі дискурс* – це комплексна комунікативна подія, що відбувається між тим, хто говорить і слухає (спостерігачем), в певному часовому, просторовому та інше контексті. Комунікативна дія може бути мовною, письмовою, а також мати вербальні та невербальні складові (наприклад, розмова з одним, діалог між пасажирами транспорту, читання газети).
2. *У вузькому сенсі дискурс* – текст усний чи письмовий з урахуванням присутності тільки однієї вербальної складової. З цих позицій термін «дискурс» позначає завершений або тривалий «продукт» комунікативної дії, його письмовий чи усний результат, який інтерпретується реципієнтами (наприклад, вербальний продукт ñ письмова або усна ñ комунікативної дії) [Ван Дейк, 1998]

Науковець дає визначення дискурсу як соціального явища: «Як мовного потоку, мови в його постійному русі, вбирає в себе різноманіття історичної епохи, індивідуальних і соціальних особливостей як комуніканта, так і комунікативної ситуації, в якій відбувається спілкування. У дискурсі відбивається менталітет і культура як національна, загальна, так і індивідуальна, приватна» [Дейк, 1989, с. 47].

У своїй концепції Т. А. ван Дейк вводить поняття «модель ситуації», яке він розуміє як «особистісні знання носіїв мови, що акумулюють їхній попередній індивідуальний досвід, установки і наміри, почуття і емоції» [Дейк, 1989, с. 8].

Мова йде про те, що ми можемо сприйняти належним чином той чи інший текст за умови включеності в ситуацію. Цей факт зумовлює можливість людей «очікувано» реагувати на отримані фрагменти повідомлення за умови, що вони здатні відновити у свідомості всю ситуаційну модель.

Ситуаційна модель, яку описує Т. А. ван Дейк, підходить і для аналізу політичного дискурсу. Логічна побудова політичного дискурсу та його аналіз багато в чому ґрунтується на ситуаційній моделі. Прикладом такої моделі в політичному дискурсі може бути виборча кампанія. Усвідомити логіку передвиборчих повідомлень, які постають не тільки у вигляді тексту, живої мови, але й в якості образів, які мотивують людей до здійснення тієї чи іншої дії, від якої залежить майбутнє політичних лідерів, ми зможемо, тільки ретельно вивчивши соціальний контекст.

Т. А. ван Дейк акцентує увагу на тому, що для аналізу мовного акта контекст мовної ситуації повинен містити три основних види інформації: інформацію загального характеру (пам'ять, фрейми); кінцевий інформаційний стан, що фіксує безпосередньо попередні події і мовні акти; глобальну інформацію про всі попередні взаємодії, про їхні структури і процеси [[Дейк, 1989, с. 21].

Мовна ситуація структурована і має ієрархічний характер. Так, для побудови політичного передвиборчого дискурсу першочерговим є розуміння загальної регіональної специфіки місцевості, а також детальне усвідомлення цільової аудиторії, яка буде адресатом повідомлень. Особливу роль відіграють темпоральні характеристики дискурсу. Комунікація має відношення до дій, які

вже відбулися або будуть здійснені [Дейк, 1989, с.35–37]. Комунікативна ситуація найчастіше представляє собою планування, контроль або оцінку інформації.

Таким чином, мовні акти, які сприймаються, обов'язково будуть конструюватися на основі розуміння того, що можливо, допустимо чи необхідно в реальному світі. Використання білбордів із закликом прийти на вибори і проголосувати за певного кандидата не під час передвиборчої кампанії не буде сприйняте, тому що не буде врахований часовий чинник. Зовсім інакше будуть сприйняті політичні повідомлення після офіційного початку перевиборчих перегонів.

Тому, у Ван Дейка дискурс – це складне комунікативне явище, що включає крім тексту, ще й екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, установки, цілі адресанта) необхідні для розуміння тексту». Сприйняття дискурс унеможливе без ознайомлення, розуміння інших важливих аспектів культури, мови, уявлень суспільства, в якому живе і функціонує людина. Лише цілісна картина дає чітке усвідомлення того, що ж таке дискурс, які його особливості у тому чи тому соціальному середовищі.

Мішель Фуко – французький філософ, популярний своїми дослідженнями влади, культури та психоаналізу. У доробках вченого чільне місце також присвячене дискурсу. Логічно, що мова йде саме про дискурс влади, владних відносин тощо. Традиція, що йде від М. Фуко, пов'язана з включенням у контекст розгляду дискурсу владних відносин і ідеології, в полі яких дискурс набуває того чи іншого соціального значення. У цьому сенсі дискурси мають соціальні наслідки для окремих соціальних груп. Ця традиція розвинулася у соціально–конструктивістські підходи до дискурс–аналізу.

Проте, для того, щоб аналізувати дискурс влади та владних відносин, потрібно спершу проаналізувати та обрати напрям аналізу самого поняття

«дискурс». За Фуко, дискурс визначається як «сукупність висловлювань, що належать до однієї і тієї ж системі формацій. Саме таким чином, – пише він, – я можу говорити про кліматичному дискурсі, дискурсі економічному, дискурсі природної історії і дискурсі психіатрії» [Фуко, 1996, с. 108].

В особі Фуко і його прихильників визначається ряд ключових елементів в межах теорії дискурсу, таких як ідентичність, суб'єктивність, дискурсивна подія, дискурсивні практики, дискурсивні формації і т.д. Мішель Фуко проводить аналіз формування дискурсу, що склався в традиційному розумінні, і пропонує свій варіант використання інструментів для встановлення порядку дискурсу.

Себто, згідно з концепцією Фуко, дискурс визначається і виражається висловлюваннями: «Нарешті, замість того щоб поступово звужувати і без того неясне значення слова «дискурс», я тільки помножив смисли: чи то загальна область всіх висловлювань, то чи індивідуалізована група висловлювань, то чи встановлена практика, що враховує деяке число висловлювань» [Фуко, 1996, с. 81 – 82].

Таким чином, мовні практики в розумінні М. Фуко, і є дискурс, який представляє собою безліч висловлювань, що належать одній формації. Слід підкреслити, що при цьому під висловом розуміється не власне вербальне висловлювання, а якийсь сегмент людського знання.

Позиція Мішеля Фуко полягає в тому, що дискурсивні відношення не є внутрішньо притаманними дискурсу, вони не пов'язують між собою концепти і слова, не встановлюють між фразами і пропозиціями дедуктивні або риторичні структури.

Грунтуючись на ідеях М. Фуко, ми можемо припустити, що дискурс нерозривно пов'язаний з відтворенням усталеного порядку, а отже, з владою.

«Переможці» і «переможені» актори стають конструкторами домінуючого дискурсу в політичній сфері.

Разом з тим ці відносини обмежують дискурс, нав'язуючи йому певні форми або примушуючи в деяких випадках виражати певні речі, не є чимось зовнішнім по відношенню до даного дискурсу. Всі вони в якомусь сенсі розташовуються в межах дискурсу: вони пропонують йому об'єкти, про які він міг би говорити. Це передбачає, що об'єкти формуються незалежно від дискурсу, вони визначають пучки зв'язків, яким дискурс повинен слідувати, щоб можливо було говорити про різні об'єкти, трактувати їх імена, аналізувати, класифікувати, пояснювати і т.п

Наприклад, М. Едельман стверджує, що «політична мова і є політична реальність, мова є інтегральним елементом політичної сцени – не просто інструментом для опису подій, але й частиною подій, яка здійснює сильний вплив на формування їх значення, сприяючи оформленню політичних ролей, що визнають і політичні діячі, і суспільство в цілому» [Арутюнова, 1990, с. 134].

Ірвінг Гофман розглядає політичні дії як проявити театралізованого дійства, тому що діючі актори мають на меті вплинути на вибір з боку суспільства.

Для виконавця принципово важливо створити у публіки почуття віри в виконувану партію. При цьому сам виконавець може бути щиро переконаний в тому, що "враження про реальність, яку він створює, це і є сама достеменно реальність". Зазвичай індивід розігрує свій спектакль "для блага інших людей". Публіка теж буває переконана в його правдивості. І тільки у соціолога будуть сумніви щодо "реальності", яку представляють. Якщо ж у індивіда немає віри у власне виконання, то він просто є "циніком": "Можливо, справжнє злочин афериста не в тому, що він відбирає у своїх жертв гроші. А в тому, що

він краде у всіх віру" " [Гофман, 2000, 50] .У житті можна зустріти природні коливання між полюсом цинізму і щирості.

Органічною частиною виконання є *передній план* – це свого роду сцена залу для глядачів, де поведінка акторів як на сцені, так і в соціальному житті, розглядається в контексті їх зовнішності, костюмів, масок і т.д., що неминуче додає активності індивіда драматургічна зміст; це "стандартний набір виразних прийомів і інструментів, навмисно чи мимоволі вироблених індивідом в ході виконання" " [Гофман, 2000, с. 99] .

До них, зокрема, відноситься обстановка (характерна меблі вітальні може служити показником респектабельності). Передній план, як правило, органічно прив'язаний до місця виконання. Тільки у виняткових випадках обстановка пересувається разом з виконавцем – похорон або інші цивільні ходи.

Поряд з переднім планом соціолог виділяє *особистий передній план* – реалії, які супроводжують виконавця всюди – відмітні знаки офіційного положення, стать, вік, вміння одягатися, характерні мовні звороти, вираз обличчя і жести і т.зв. Особливо важливі для створення у публіки почуття віри *зовнішній вигляд і манери* виконавця. Як видно, деякі компоненти особистого переднього плану стабільні, інші ж можуть змінюватися протягом одного виконання.

Якщо різні виконавці використовують однаковий передній план, то він інституалізується у вигляді узагальнених стереотипних очікувань і стає "колективним поданням".

Існує і задній план або "закулісся" – зона діяльності, що дозволяє людині перебувати в розслабленому стані і вести себе неформально. Однак дана зона органічно пов'язана з виконанням, хоча тут ховаються певні факти від публіки. Тут знаходяться реквізити особистого переднього плану – одяг виконавців.

Тут же проходять репетиції. Завжди існують кордони, що розділяють передній і задній плани: в магазині – прилавок і комора; будинки – передпокій, зал, спальня, ванна.

Виконання передбачає *театральне втілення*, яке, як правило, не представляє великої проблеми для індивіда, бо ґрунтується на характерних професійних ролях. Політики, лікарі, музиканти – всі грають свої професійні ролі досить переконливо.

Разом з тим у виконання можуть бути включені і *неправильні уявлення*. Е. Гофман вважає важливим відзначити, що "помилкове враження, підтримуване індивідом в якійсь одній з сто рутинних партій здатне стати загрозою відношенню або ролі як цілого, тільки частиною якого є дана рутинна, бо ганебне викриття навіть в одній області діяльності індивіда ставить під сумнів багато інших областей, де йому може бути навіть нема чого приховувати" [Гофман, 2000, 324].

Таким чином, у другому розділі ми систематизували та охарактеризували основні підходи до політичних дебатів як політичного явища, та теоретизування щодо політичного дискурсу, а також виявили основні універсальні та специфічні властивості політичного дискурсу. У наступному розділі проведемо дослідження політичного дискурсу на прикладі політичних теледебатів кандидатів у Президенти 2019 року.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

З'ясовно, що політичні дебати мають тривалу історію, але найбільш виразно вони оформилися як сучасна комунікативна практика в американському суспільстві, саме як теледебати.

Проаналізована література щодо дослідження політичних дебатів дозволяє осмислити політичні дебати як комунікативну практику, що здійснюється між двома агентами, які мають досить активні групи підтримки.

Політичні теледебати – комунікативна практика, яка чітко врегульована законодавством України, а саме статтю 62 Закону України; відбуваються між двома агентами, які є політичними лідерами та балотуються на посаду в державні структури. Якщо кандидати дотримуються закону, дебати стають ефективним комунікативним інструментом. Цей засіб зрівнює можливості кандидатів продемонструвати свої наміри у керуванні державою, обранні певного стилю керівництва. Під час виборчої кампанії політичні теледебати застосовують для того, щоб вплинути на аудиторію, електорат.

Аналіз літератури дозволяє констатувати, що політичні дебати проводяться у багатьох країнах світу та вважаються додатковим засобом і можливістю заробити додаткові “бали” перед виборами. З'ясовано, що політичні дебати мають на меті допомогти електорату зрозуміти серйозність намірів того чи того кандидата, прагнення розбудувати, зміцнити сучасний економічний, соціальний базис держави. Під час промови та відповідей на запитання опонента, можна зрозуміти наскільки виважено кандидати ставляться до промовлених під час виборчої кампанії обіцянок та намірів.

Однак, варто зазначити, що орієнтуватися лише на процес та результат політичних дебатів виборцю не варто, тому що підчас теледебатів можливе застосування маніпулятивних технологій заради впливу на думку виборця.

З'ясовано, що якщо в суспільстві є дуже високий запит щодо проведення політичних теледебатів, то відмова в участі сприйматиметься як неспроможність проявити себе професійним та впевненим політиком, гідним президентського крісла, хоча інколи це більш виграно, якщо претендент не має достатньо рафінованих комунікативних компетенцій.

РОЗДІЛ 3. ПОЛІТИЧНІ ТЕЛЕДЕБАТИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА ПРИКЛАДІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ТЕЛЕДЕБАТІВ КАНДИДАТІВ У ПРЕЗИДЕНТИ УКРАЇНИ 2019 РОКУ)

3. 1. Програма емпіричного соціологічного дослідження

Обґрунтування методу дослідження

Основними завданнями дослідження є порівняння інтенцій у виступі Петра Порошенка та Володимира Зеленського під час політичних теледебатів 2019 року.

Під час аналізу нами було прийнято рішення про обрання методу інтент-аналізу, який часто застосовується для аналізу промов політичних лідерів. За допомогою вищезгаданого методу можна виявити цілі та наміри кандидатів на пост Президента України.

Іntenт-аналіз – це кількісно-якісний метод. При дослідженні текстів за його допомогою великого значення набуває не лише частість появи тієї чи іншої категорії, а взагалі присутність чи відсутність її у досліджуваному тексті. Таким чином, у інтент-аналізі якісним є не тільки момент вибору категорій і одиниць дослідження, але й увесь процес аналізу. Серед вимог до інтент-аналізу всі дослідники, як правило, виділяють об'єктивність. Аналіз має проводитися за строго виробленими правилами, його категорії та визначення мають бути однозначними. Ця вимога – одна із основних у інтент-аналізі. Щоб її дотримуватися, треба було здійснити переклад дослідницького матеріалу на мову таких категорій, які дозволяють точно визначити і описати інтенціональний зміст тексту.

Досліджувати цілі та наміри кандидатів (інтенції) ми будемо шляхом проведення інтент-аналізу промов кандидатів у Президенти України 2019 року Петра Порошенка та Володимира Зеленського. Виокремити окремі дескриптори нелегко. Для того, щоб інтент-аналіз був якомога об'єктивнішим,

звернемося за допомогою до праці Ушакової Т. Н «Слово в дії. Інтент–аналіз політичного дискурсу», де найкраще описаний процес інтент–аналізу текстів, промов політичного характеру. Авторка розробила детальну методику дослідження промов з виокремленням і трактуванням прихованих інтенцій. Українську вчені поки що не розробили працю, яку можна було б брати за теоретичну базу для емпіричного дослідження.

Одним із провідних завдань нашого дослідження є перевірка, чи Петро Порошенко і Володимир Зеленський використовували ті ж, або відмінні дескриптори для донесення прихованих намірів до своєї цільової аудиторії (електорату).

Виокремлені дескриптори допомагають проаналізувати та дослідити приховані інтенції у промовах кандидатів у Президенти. Політичні теледебати 2019 року на Олімпійському стадіоні вважаються унікальним явищем, не всі критики вважають це явище традиційними політичними теледебатами, ґрунтуючись на статтю 62 Закону України, яка була описана вище.

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

Проблемна ситуація.

На сьогоднішній день зростає інтерес до передвиборчих обіцянок, політичної кампанії та політичних теледебатів 2019 року, на яких транслювалися ідеї кандидатів у Президенти – тодішнього Президента України Петра Порошенка та чинного Президента України Володимира Зеленського. Виникає невдоволення з боку українців, які вважають, що багато обіцянок, даних під час політичної кампанії кандидатів у Президенти України не було виконано. Отож, дослідження промов Петра Порошенка та Володимира Зеленського під час політичних теледебатів на Олімпійському є актуальним, оскільки допоможе чітко зрозуміти які ж інтенції (наміри) були виявляти з боку як тодішнього, так і чинного Президента України.

Предмет: висловлювання та відповіді, що виступають маркерами майбутньої діяльності Президента (на прикладі політичних теледебатів 2019 року між кандидатами в Президенти України 2019 року Петром Порошенком і Володимиром Зеленським).

Теоретичний об'єкт: Інтенції кандидати в Президенти України 2019 року

Емпіричний об'єкт: кандидати в Президенти України 2019 року Петро Порошенко і Володимир Зеленський

Мета: виявити ключові інтенції у промовах кандидатів в Президенти України 2019 року Петра Порошенка і Володимира Зеленського під час політичних теледебатів 2019 року.

Завдання:

1. Визначити рефераційні об'єкти політичних теледебатів 2019 року на Олімпійському
2. Виокремити дескриптори, на яких базуватиметься інтеннт–аналіз промов кандидатів у Президенти
3. З'ясувати, які інтенції переважають у висловлюваннях відповідях Петра Порошенка
4. З'ясувати, які інтенції переважають у висловлюваннях відповідях Володимира Зеленського
5. Визначити які дескриптори найбільше використовує Петро Порошенко як засіб боротьби з опонентом Володимиром Зеленським
6. Визначити які дескриптори переважають у Володимира Зеленського, що висловлюють боротьбу з опонентом – Петром Порошенком
7. З'ясувати які дескриптори превалюють у промові Петра Порошенка у згадках, зверненні до третьої сторони (українців)
8. З'ясувати які дескриптори превалюють у промові Володимира Зеленського у згадках, зверненні до третьої сторони (українців)
9. Порівняти результати аналізу промови Петра Порошенка і Володимира Зеленського.

Гіпотези:

Гіпотеза–основа

1. Кандидати в Президенти України найбільше використовують критику та звинувачення як ефективний засіб політичних теледебатів

Гіпотези–наслідки:

1. Інтенції «критика», «звинувачення» найбільш поширені у промовах кандидатів в Президенти

2.

Гіпотеза–основа

2. Іntenції «відведення звинувачення» та «відведення критики» – найбільш дієві для захисту власних інтересів кандидата в Президенти України під час політичних теледебатів.

Гіпотеза–основа

3. Превалюючі іntenції в промові Петра Порошенка відмінні від Володимира Зеленського

Гіпотеза–основа

4. Прагнення до кооперації з українським народом – основа висловлювань обох кандидатів в Президенти України.

Перед початком аналізу необхідно виокремити об'єкти та дескриптори (іntenції), на основі яких відбуватиметься іntenт–аналіз. Важливо зазначити, що ідентифікація експертами тієї чи іншої іntenції в уже згадуваному тексті не завжди однозначна.

Виділені іntenції конфліктної спрямованості утворюють три блоки, які стосуються наступних об'єктах:

- противник (блок «вони»), до якого спрямовані спрямованості звинувачення і викриття (іntenції оціночного характеру з негативною спрямованістю), а також спрямованості протидії, загрози, демонстрації сили (вираз ворожості дій);
- спікер (блок «ми») пов'язаний з прагненням від вести від себе звинувачення і висловити позитивні оцінки на свою адресу і на адресу своїх прихильників (іntenції оціночного характеру з позитивною спрямованістю);

- 3-я сторона конфлікту, на адресу якої виска опиняються то критичні зауваження, то похвала (інтенсивність оціночного характеру з негативною або позитивною спрямованістю), а також заклики до певних дій (спонукання до дії) [Ушакова, Павлова, 2000, с. 154].

Теоретична інтерпретація понять (дескрипторів)

Аналіз – розгляд, розбір теми, ситуації, що не припускає вираз ставлення до дійових осіб і самому говорить.

Аналіз (+) – засноване на фактах розгляд, розбір теми, ситуації, що припускає вираз позитивного ставлення до дійових осіб.

Аналіз (-) – засноване на фактах розгляд, розбір теми, ситуації, що припускає вираз негативного ставлення до дійових осіб.

Безособове звинувачення – звинувачення, при якому винуватці засуджених дій або вчинків не вказуються.

Безособове викриття – викриття, при якому його об'єкт (и) не називається, тобто не вказується особа (особи), чиї зловживання, таємні задуми і т.п. стають предметом відкритого обговорення і засудження.

Дискредитація – приведення фактів і аргументів, які підривають довіру до кого–небудь або чого–небудь, применшують чийсь авторитет.

Інформація – приведення точних даних і фактів.

Кооперація – вираз відносини, спрямованого на залучення до участі в спільних діях або поділ позицій.

Критика – негативне судження про людину (людей) і його (їх) дія і вчинках.

Неявна самопрезентація – самопрезентація, що виражається опосередковано, без прямої вказівки на об'єкт позитивного оцінювання.

Звинувачення – приписування кому–небудь будь–якої провини, визнання винним у чому–небудь.

Відведення критики – заперечення негативних суджень про людину (людей) і / або його (їх) дія і вчинках.

Відведення звинувачень – заперечення приписується кому–небудь будь–якої провини.

Відмова у проханні – заперечення можливості виконання прохання.

Оцінювання (+) – позитивне судження про людину (людей) і його (їх) дія і вчинках.

Спонування – заклик до якого–небудь дії, прийняття точки зору.

Попередження – застереження, що передують повідомлення про можливі події, дія, ситуаціях і т.п.

Презентація – подання кого–небудь або чого–небудь в привабливому вигляді.

Протистояння – виявлення протилежної позиції, непримиренного незгоди.

Розмежування – виявлення відмінностей і відмінність у позиціях і думках.

Викриття – виявлення чиїхось непорядних дій, намірів, негативних якостей.

Самокритика – критика, спрямована на того, хто говорить.

Самооправдання – приведення аргументів і / або фактів з метою довести свою невинність.

Самозбереження (обережність) – вираз невизначеного ставлення до розглядуваної теми, ситуації і її дійовим особам.

Самопрезентація – подання себе говорить на привабливому, вигідному світлі.

Загроза – залякування, обіцянки заподіяти кому–небудь недобре.

Заспокоєння аудиторії – приведення аргументів і / або фактів з метою заспокоїти аудиторію.

3.2. Інтерпретація результатів дослідження

Таблиця абсолютних показників з виступу і відповідей Петра Порошенка і Володимира Зеленського

Референційні об'єкти	Дескриптори	Володимир Зеленський			
		Петро Порошенко		Володимир Зеленський	
Ми (зазначений кандидат в Президенти України, його прихильники, команда)	Самопрезентація	4	2,2%	3	2,6%
	Неявна самопрезентація	1	0,6%	0	0
	Презентація	0	0	0	0
	Відведення звинувачення	16	8,8%	6	5,2%
	Відведення критики	15	8,3%	7	6,1%
	Самовиправдання	10	5,5%	5	4,4%
	Самозбереження	0	0	0	0
	Самокритика	0	0	1	0,9%
	Всього	46	25%	22	19,2%
Вони (опонент)	Звинувачення	16	8,8%	8	7%
	Безособове звинувачення	2	1,1%	2	1,7%

ззначеного кандидата і його прихильники, команда)	Викриття	3	1,7 %	10	8,7 %
	Безособове викриття	0	0	0	0
	Дискредитація	7	3,9 %	10	8,7 %
	Критика	15	8,3 %	5	4,3 %
	Протистояння	11	6,1 %	9	7,8 %
	Розмежування	15	8,3 %	7	6,1 %
	Погроза	2	1,1 %	2	1,7 %
	Всього	71	39,6 %	53	46 %
Третя сторона (українці)	Кооперація	27	14,9 %	13	11,3 %
	Заспокоєння аудиторії	0	0	4	3,5 %
	Відмова у проханні	0	0	0	0
	Спонука	7	3,9 %	5	4,3 %
	Попередження	2	1,1 %	0	0
	Всього	36	19,9 %	22	19,2 %
Ситуація	Аналіз	0	0	0	0
	Аналіз (+)	3	1,7 %	2	1,7 %
	Аналіз (-)	8	4,4 %	0	0
	Оцінювання (+)	7	3,9 %	4	3,5 %

	Інформація	10	5,5 %	12	10,4 %
	Всього	28	15,5 %	18	15,6 %
Всього інтенцій в виступі зазначеного кандидата в Президенти		181	100%	115	100 %

Звертаючись до Таблиці абсолютних показників з виступу і відповідей Петра Порошенка і Володимира Зеленського проаналізуємо тенденції, які присутні у промовах двох вищезазначених кандидатів у Президенти України.

Аналіз інтенцій демонструє те, що найбільша кількість інтенцій зафіксовано по відношенню до об'єктів «Вони» – як прояв боротьби з опонентом. Вважаємо, що ця особливість проявляється завдяки тому, що формат «політичні дебати» передбачає захист своєї сторони та критикування опонента.

Опоненти відводили кожне звинувачення майстерно, наводивши при цьому у 3–4 аргументи на свій захист. Обидва кандидати на пост Президента України завітали на політичні теледебатами підготовленими. Було відчутно пророблення помилок, попередніх невірних кроків, який той чи той кандидат міг використати проти того чи того противника.

Більше інтенцій виявлено у промові та відповідях Петра Порошенка, який під час теледебатів був більше емоційним, більше звертався до об'єкта «Третя сторона» – до українського народу, його прихильників, які прийшли на Олімпійський стадіон підтримати його.

Розуміння того, що рівень довіри за роки чинного президенства якісно знизився², Петро Порошенко намагався шляхом застосування маніпулятивних технологій покращити своє становище на політичній арені та збільшити рівень довіри серед українців. Зниження рівня довіри доводить дослідження, проведене Центром Разумкова. Станом на 14 лютого 2019 року Володимир Зеленський випереджав свого опонента Петра Порошенка на 2, 2 % (Додаток 2). Окрім цього, ще одне дослідження, проведене центром Разумкова (березень 2019) продемонструвало, що майже половина опитаних українців (43, 5 %) не

довіряють такій соціальній інституції як Президент України, і надали би перевагу Володимиру Зеленському (32, 2 %), тоді як чинному Президенту України – лише 19, 2 %³.

Не обійшов боком Петро Порошенко критики (8, 3 %), звинувачення (8, 8 %) Володимира Зеленського та власного розмежування з ним. До прикладу, Петро Порошенко – досвідчений політик, тоді як Володимир Зеленський – актор, якому не місце у політичному житті країни.

Зробивши розподіл часток вибору кожної з інтенційних категорій, бачимо, що Петро Порошенко в загальному використовує всі категорії, особливо «Вони» – для обвинувачення, крити та викриття, а саме 39, 6 % протягом усього виступу. Це саме можна сказати про Володимира Зеленського. Об'єкт «Вони» зустрічається у його відповідях найчастіше (46 %), оскільки обидва кандидати намагаються всілако осквернити діяльність та вчинки опонента, інколи наводячи факти, інколи – демонструючи особисте, суб'єктивне ставлення до опонента, його соратників та прихильників.

Це саме можна спостерігати і в промові, відповідях Володимира Зеленського, який був його опонентом.

Найбільше інтенцій простежується в Референційному об'єкті «Вони» – звернення до Володимира Зеленського та його команди, прихильників. Найбільш поширений дескрипт – звинувачення. Це простежується як частина стратегії у конкурентній боротьбі з Володимиром Зеленським. Незважаючи на те, що на час дебатів Володимир Зеленський не був при владі, Петро Порошенко звинувачує його у байдужості до стану війни, зв'язку з олігархічними колами українського бізнесу тощо.

<http://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/riven-doviry-do-suspilnykh-instytutiv-ta-elektoralni-orientatsii-gromadian-ukrainy-2>

Другий за активністю можна виокремити рефераційний об'єкт «Ми» – сам кандидат, його команда та прихильники. Кандидати в Президенти України всіляко намагалися відвести від себе звинувачення, продемонструвати «шляхетність» та добродійність власних вчинків, на противагу байдужості, ганебності, нечесності опонента. Оскільки дискусія між представниками в Президенти України велася у форматі дебатів, то в рефераційному об'єкті «Ми» лідером є дескрипт «Відведення звинувачень», оскільки Володимир Зеленський у промові та питаннях часто звинувачував Петра Порошенка у нечесному веденні бізнесу, привласненні державних коштів, збагачення за рахунок влади. Тоді як Петро Порошенко зазначав про зв'язок Володимира Зеленського з олігархічною верхівкою України, приховування доходів.

Не можна не зазначити про частоту, з якою простежується дескриптор «Кооперація». Особливо у промові Петра Порошенка (14, 9 %), який постійно звертався як до присутньої аудиторії, так і усіх українців об'єднатися, як у боротьбі проти ворога, так і некомпетентного опонента (Додаток 3).

Простежилися навіть погрози – наслідки, що буде зі станом України, якщо обрати на пост Президента України некомпетентного кандидата, який не має ні відношення, ні досвіду у веденні політичних перемовин тощо. Траплялося, що Петро Порошенко відзначав Володимира Зеленського як талановиту людину, актора, який створив багато цікавого контенту, розвивав креативне життя України. Однак, за позитивним оцінюванням одразу йшла мова про недоцільність опонента в управлінському апараті країни.

Володимир Зеленський також постійно звертався до аудиторії, намагався показати, що він та українці – одне ціле. Лише разом з українцями кандидату в Президенти вдасться досягти успіху на політичній арені,

перемогти ворога та налагодити економічний стан, економічне та соціальне благополуччя українців.

Володимир Зеленський всіляко намагався показати себе як виходця з народу, простого громадянина, який і простий, і водночас розуміє усі проблеми та біль українців, прагне допомогти народу, а не нажитися на ньому. Неодноразово було згадування про бізнес Петра Порошенка, а саме «Roshen», про незаконність, крадіжки, які зробили Петра Порошенка мільонером.

Демонстрував, що влада останніх 5 років не виконала свої обіцянки, хоч і відзначив про позивні вчинки та досягнення – як-от Томос, отримання безвізового режиму. Однак, наведених негативних дій, слів, які так і не перетворилися на вчинки – лунало набагато більше. Один з найважливіших – війна на Сході України, яку Петро Порошенко обіцяв завершити «за два тижні».

Обидва кандидати в Президенти України обвинувачували один одного у зв'язку з ворогом – Росією, керівництвом країни–агресора. Проте, це не були суто факти. Швидче – здогадки, викривлена інформація, джинса, яка не має чіткого підтвердження з надійних джерел. Апелювання до зв'язку з країною–агресором мало на меті знизити рівень довіри українського суспільства до того чи того кандидати під час політичних дебатів.

Рефераційний об'єкт «Третя сторона» сягнула 19, 2 % від усіх інтенцій. Інколи кандидат в Президент України Володимир Зеленський заспокоював аудиторію, звертався з проханням поводити себе тихо та спокійно, тому що йшла мова про людей, які віддали життя за Україну. У такі моменти крик, вигуки – абсолютно недоцільні.

Загалом, весь процес дебатів звівся до обвинувачення Петром Порошенком і Володимиром Зеленським один одного, намаганні довести правоту один одного та своєї команди, виправдування своїх дій та вчинків та звернення до українського народу. Все це було ознаками маніпулятивної поведінки, щоб збільшити прихильників та переконати у своїй правоті та невинності українців.

ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ

Результати проведеного емпіричного дослідження з використанням методу інтеннт–аналізу, дозволило з'ясувати ключові наміри кандидатів у Президенти України, які були озвучені та продемонстровані під час політичних теледебатів 2019 року на Олімпійському стадіоні.

Було здійснено аналіз та порівняння прихованих інтенцій у промовах та відповідях обох кандидатів у Президенти України, а саме – Петра Порошенка та Володимира Зеленського.

Виявлено типові для політичних кампаній, маніпулятивні технології, які відобразилися в інтенціях «кооперація», «розмежування», «відведення звинувачень» та «відведення критики».

З одного боку, дійство на Олімпійському можна назвати шоу з двома головними героями, тому що конструктиву, фактів було мало. Особлива емоційність простежується в Петра Порошенка, який навіть двічі зробив вигляд, що не чує опоненка. Це справило не надто позитивне враження про вищезначеного опонента.

Контекст проведення теледебатів на Олімпійському мав провокуючий характер – виходив за прийняті рамки, які характерні для даної комунікативної практики у тому ж американському суспільстві. Дебати, фактично, рзпочалися до самої події на Олімпійському, оскільки саме запрошення викликало більше критики, реакції, аніж сама зустріч на Олімпійському.

Зеленський створив практику – запрошення, яке втілювалося в якісну політичну телерекламу. Таким чином, останні українські дебати були особливо особливими. Однією з особливостей була складність організації безпеки. Спортивний стадіон сприяв сприйняттю політичних дебадів як спортивної гри.

З іншого боку, політичні теледебати усе ж допомогли внести чіткість у сприйняття кандидатів свідомими українцями.

Доведено, що критика та звинувачення опонента – найбільш поширена інтенція у промовах кожного з учасників політичних теледебатів на Олімпійському, адже найбільший відсоток інтенцій якраз припадає на рефераційний об'єкт «Вони».

Якщо порівняти Таблицю абсолютних показників з поширенням цих інтенцій, можна простежити, що їх погляди на поведінку під час політичних теледебатів у обох кандидатів не надто відрізняються.

Важливо те, що кандидати мали рівні можливості та час як для презентації себе, свого бачення щодо політичного розвитку країни, так і відповіді на питання опонента.

Інтенція «кооперація» стала теж однією з найважливіших та найчастіше застосованих для обох кандидатів на пост Президента України. І Петро Порошенко, і Володимир Зеленський прагнули показати єдність з українським народом, готовність діяти та вирішувати їхні проблеми.

Загалом, у виступах обох кандидатів в Президенти України простежувалося застосування тих же інтенцій, які посіли лідерські позиції під час виокремлення та аналізу політичного дискурсу. Єдине, що якісно відрізняється – частота використання інтенцій. Петро Порошенко показуючи більше схвилювання ситуацією, частіше застосовував інтенції для доведення своєї правоти, у Володимира Зеленського навіть найпоширеніші інтенції трапляються не так часто, він показав себе як спокійний, впевнений у своїх словах та вчинках.

Важливо відзначити те, що в промові кожного з кандидатів кілька разів траплялася інтенція «Аналіз+», яка виявляла задоволення, та визнання політичних теледебатів як важливої складової політичної кампанії.

ВИСНОВКИ

Реалізація поставлених завдань дозволила досягнути поставленої мети: було здійснено дослідження теоретичних підходів до політичного дискурсу, який є важливою складовою суспільного життя, а політичні теледебати досить популярною комунікативною практикою, що має свою специфіку, особливо в українському соціальному просторі.

З'ясовано, що політичний дискурс включає комплекс різноманітних комунікативних практик, таких як: політична реклама, прес-конференції, ток-шоу, відеоролики, зустрічі з виборцями, виступи на телебаченні, новини, а також політичні дебати. Однією із специфічних складових політичного дискурсу є політичні теледебати, у яких змагаються кандидати в Президенти України. Політичні дебати є унікальним явищем, яке проводиться у відповідності до правових норм і відіграють досить важливе значення в електоральному виборі та розумінні цілей кандидатів у Президенти.

Політичні теледебати є складовою політичного дискурсу. Застосування такого заходу – поширена практика політичного життя у світі. Вони надають можливість кандидатам вкотре продемонструвати свої цілі та бачення розвитку держави, а народу – ще раз осмислити сказане та зробити вибір на виборах.

Політичні теледебати – це ще й додатковий комунікативний посил, щодо рівності в правовому аспекті, оскільки демонструє урівняння в правах кандидатів у Президенти України. Закон для всіх один, тому кожен з учасників має однаковий час для презентації, питань, відповідей, висловлювання своїх поглядів тощо.

Проведене дослідження щодо інтенцій кандидатів, дозволяє виявити не тільки зовнішні атрибутивні особливості теледебатів як комунікативної практики політичного дискурсу, а й з'ясувати специфіку тематичних посилів, які мали місце під час останніх виборів Президента. Іntenції, заковані у промовах та відповідях політичних теледебатів дуже важливі для цілісного сприйняття програми кандидата у Президенти, дозволяють подивитися на учасників дебатів під кутом зору відмінностей, а відповідно й особливостей їх ключових комунікативних повідомлень.

Власне емпіричне дослідження допомогло розкрити особливості використання інтенцій у промовах кандидатів у Президенти України під час передвиборчої кампанії 2019 року. Доведено, що використання критики, звинувачення – найбільш поширене явище у словесній боротьбі політичних лідерів. Доцільність проведення політичних теледебатів визнали і Петро Порошенко, і Володимир Зеленський, адже це – ефективний спосіб донести свої ідеї та бачення майбутнього українського народу до широкої громадськості.

Опрацьована література та проведені дослідження дозволяють сформулювати такі особливості політичних теледебатів як комунікативної практики в політичному дискурсі українського суспільства:

1. Комунікативна практика між двома лідерами, що регулюється законодавчо, має чіткий регламент.
2. Політичні дебати мають місце в політичному дискурсі в тих країнах, де наявні демократичні політичні порядки. Можуть проводитися лише в країнах з демократичним режимом.

3. Політичні дебати є частиною політичної кампанії і для їх осмислення важливо розуміти як текстову складову, що артикують кандидати, але й контекст соціокультурної ситуації, яка має місце.
4. Політичні дебати у певній мірі дозволяють з'ясувати і спрогнозувати окремі дії політичних лідерів, які беруть у них участь.
5. Політичні дебати як комунікативна практика здатні формувати і трансформувати думку виборців, оскільки є театралізованим шоу, яке активізує як когнітивний, так і емоційний компонент потенційних виборців.
6. Політичні дебати це не лише чітко раціональний і підготовлений дискурс, а й той, що передбачає наявність спонтанічних комунікативних повідомлень, які дозволяють більш точно виявляти саме наміри кандидатів.
7. Політичні дебати включають в себе як компонент театралізованості, так і політичних змагань, що актуалізує громадськість, формує їх привабливість як комунікативної інтерактивної практики.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алефіренко Н.Ф. Спiрнi проблеми семантики. – М .: Гнозис, 2005. – 326 с.
2. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка: Учеб. пособие для студентов / Г. Б. Антрушина, О.В. Афанасьева , Н.Н. Морозова. – М.: Дрофа, 1999. — 288 с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лiнгва. енциклоп. словник. – Москва: Рад. енциклопедiї., 1990. – С. 136–137.
4. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / МГУ им. М.В. Ломоносова. Филос. фак. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.– 358 с.
5. Барт Р. Введення в структурний аналіз розповiдних текстiв Р. Барт //Зарубiжн а естетика i теорiя лiтератури ХІХ–ХХ ст. Трактати, статтi, есе. – М .: Вид-во МДУ, 1987. – С. 387–422.
6. Бацевич Ф. С. Нариси з комунiкативної лiнгвiстики / Ф. С. Бацевич. — Л.: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. — 280 с.
7. Белова, А. Д. Лiнгвiстичнi аспекти аргументацiї / А. Д. Белова; Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка; Відп. ред. А. І. Чередниченко. – Київ: Астрiя, 1997. – 309, [2] с .; 21 см .; ISBN 5–7763–4559
8. Битко А. Теоретичнi засади соціологiчного дослідження політичного дискурсу [Електронний ресурс] / А. Битко // Український соціологiчний журнал. – 2015. – № 1–2. – С. 66–70. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrsocj_2015_1-2_11
9. Бурдьє П. Социальное пространство: поля и практики / П.Бурдьє. – СПб.: Алетейя, 2005. – 576 с.
10. Ван Дейк Т. К определению дискурса [Электронный ресурс] / Т. Ван Дейк // Ideology: A Multidisciplinary Approach. – 1998. – URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (дата обращения: 23.02.2017).
11. Ван Дейк Т. Мова. Пізнання. Комунікація. – М .: Прогрес, 1989. – 312 с
12. Гальперін І.Р. Текст як об'єкт лiнгвiстичного дослідження. – М .: Просвітництво, 1981. – 294 с
13. Горюнов В. К. Приемы использования языка политики в целях идеологического воздействия // Язык как средство идеологического воздействия. Сб. обзоров. – М.: ИНИОН, 1983. – С. 153 – 168
14. Гресько О. Телевізійні дебати як форма соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / О. Гресько // Вісник Львівського університету.

- Серія : Журналістика. – 2015. – Вип. 40. – С. 199–207. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2015_40_21
15. Д'яков А.С. та ін. Основи термінотворення: Семант. та соціолінгвіст. аспекти / А.С. Д'яков, Т.Р. Кияк, З.Б. Куделько. – К.: Вид. дім „KM Academia”, 2000. – 218 с.
 16. Дейк, Т.А. ван. Мова, пізнання, комунікація [Текст] / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогрес, 1989. – 312 с.
 17. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія: підручник / Анатолій Михайлович Єрмоленко. — К.: Лібра, 1999. — 488 с
 18. Касавін І. Текст. Дискурс. Контекст. Введення в соціальну епістемологію мови. – М.: Канон, 2008. – 542 с.
 19. Клименко І. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу / І. Клименко // Лінгвістичні студії: Збірник наукових праць Української преси. Вип. 19. – 2009. – С. 182–186
 20. Ключові слова в політичному дискурсі / А.В. Сотников // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. — 2009. — № 3. — С. 216–224
 21. Крючкова Т. Б. Язык политики в работах ученых ГДР // Язык как средство идеологического воздействия. Сб. обзоров. – М.: ИНИОН, 1983. – С. 60 – 73
 22. Лайонз Джон. Язык и лингвистика. Вводный курс: Пер. с англ. / Джон Лайонз. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 320 с.
 23. Опарина Е. О. Метафора в политическом дискурсе / Политический дискурс: история и современные исследования // Сборник научных. – М., 2002. – 184 с. – (Политическая наука / РАН. Институт научной информации по общественным наукам; 2002, №3. Серия: «Политология»). – 20–32 с
 24. Пелех Ю. Досвід проведення дебатів у Сполучених Штатах Америки / Ю. Пелех, Є. Любчак // Актуальні проблеми політології : матеріали наукової конференції / Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, кафедра правових наук та філософії. – Вінниця, 2017. – 327 с. – С. 61–66
 25. Політичний дискурс як об'єкт наукового аналізу / Н.Г. Акінчиць // Культура народів Причорномор'я. — 2007. — № 107. — С. 72–76
 26. Ломейко В. І. Роль політичного дискурсу у встановленні порядку денного українського суспільства / В. І. Ломейко // S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe : електронний науково-

- практичний журнал / редкол.: Д. В. Яковлев (голов. ред.), К. М. Вітман (заст. голов. ред.), Д. Ю. Дворніченко (відп. секр.) [та ін.] ; НУ «ОЮА». – Одеса, 2017. – Вип. 4. – С. 28-32
27. Романюк А. Б. Аналіз досліджень політичного дискурсу / А. Б. Романюк, А. В. Заяць // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". – 2012. – № 743. – С. 200–209
28. Селіванова О.О. Основи лінгвістичної теорії тексту і комунікації: монографічне навчальний посібник. – К., ЦУП, «Фітосоціоцентр, 2002. – 336 с.
29. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико–семантичний і жанрово–лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу) : автореф. дис. на здобуття наук ступеня д-ра філол. наук / К.С. Серажим. – К., 2003. – 32 с.
30. Слово в дії. Інтент–аналіз політичного дискурсу / Під. ред. Т. Н. Ушакової, Н. Д. Павлової. – СПб. : Алетейя, 2000 – 316 с. ISBN 5–89329–285–5
31. Соціологія політики П.Бурдьє: категоріальний апарат, неординарні ідеї, нове осмислення // Володимир Пержун/ Релігія та Соціум. Міжнародний часопис . – Чернівці: ЧНУ, 2013 . – № 2(10) . – С. 69 – 75.
32. Ущина 2003: Ущина, В.А. Соціолінгвістична категорія домінантності та її реалізація в англomовному політичному дискурсі [Текст] : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2003. – 19 с.
33. Філіпс Л. Дж. Дискурс–аналіз. Теорія і метод. / Л. Дж. Філіпс, М. В. Йоргенсен. – Ксарьков: «Гуманитарний Центр», 2004. – 336 с.
34. Фоменко, О.С. Політичний дискурс демократичного суспільства [Текст] / О.С. Фоменко // Вісник Київського університету. – Іноземна філологія. 1998. – Випуск 27. – С.10–12. – Бібліогр.: с. 12. Шевченко 2005: Шевченко, І.С. Когнітивно–комунікативна парадигма і аналіз дискурсу [Текст] // Дискурс як когнітивно–комунікативний феномен / І.С. Шевченко (ред.). – Харків: Константа, 2005. – С. 9–20
35. Фуко М. Археологія знання: пер. з фр. [Електронний ресурс] / М. Фуко. – К.: Ніка центр, 1996. – 208 с. – Режим доступу: http://royallib.com/book/fuko_mishel/arheologiya_znaniya.html

- 36.Хабермас Ю. Этика дискурса / Ю. Хабермас // Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. – СПб. : Наука, 2001. – С. 67–173
- 37.Шейгал О.І. Семіотика політичного дискурсу. – М.: Гнозис, 2004. – 326с.
- 38.Шерстюк Н. В. Дискурс: від становлення поняття до соціально–конструкціоністських теорій дискурс–аналізу [Електронний ресурс] / Н. В. Шерстюк // Нова парадигма. – 2013. – Вип. 114. – С. 50–58. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nora_2013_114_8
- 39.Шматко Н.А. Анализ культурного производства Пьера Бурдьё / Н.А.Шматко // Социологические исследования. – 2003. – № 8. – С. 113–120.
- 40.Яковлев Д. Рациональний вибір політичних акторів як фундаментальна умова переходу до демократії / Д. Яковлев // Актуальні проблеми політики. – 2012. – № 47 – С. 28–36
- 41.Bourdieu, P. (2005) The political field, the social science field, and the journalistic field. In: R. Benson and E. Neveu (eds.) Bourdieu and the Journalistic Field. Cambridge: Polity Press, pp. 29–47
- 42.Dressier W.U., Barbaresi L.M. Morphopragmatics. Berlin & New York, 1994. P. 6.
- 43.Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. Anchor books. Sociology – Doubleday– 1959 – 255 p.
- 44.Habermas J. Zur Architektonik der Diskursdifferenzierung / J. Habermas // Reflexion und Verantwortung / Hrsg. von D. Böhler, M. Kettner, G. Skirbekk. – Fr./Main : Suhrkamp, 2003. – S. 44–64
- 45.Hajkowski S. Studium teoretyczne wywiadu – debaty. – Studia Humanistyczno–Społeczne / red. Wojciech Saletra, Radosław Kubicki. – T. 9. – Kielce, 2014. – S. 177–184.

ДОДАТКИ

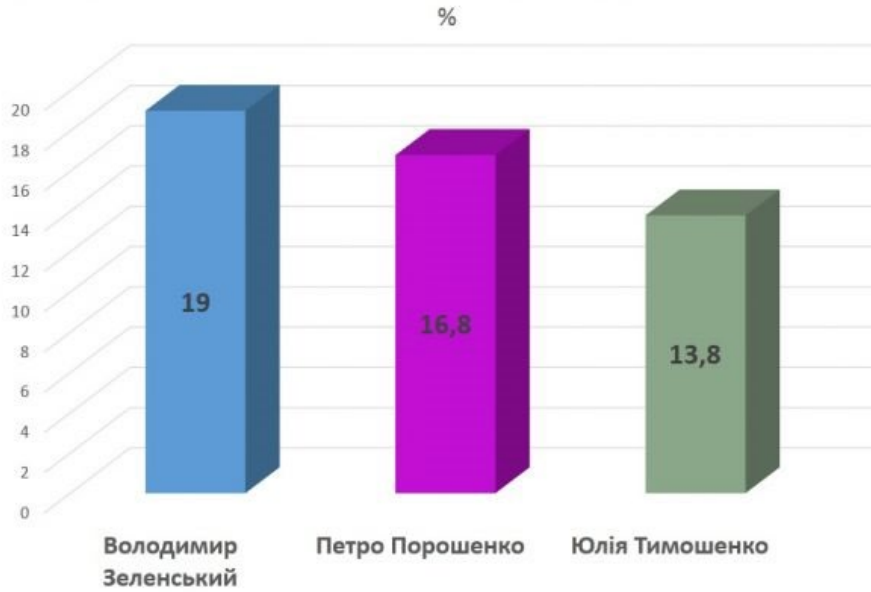
Додаток 1

Розподіл текстів з фокусом на кандидатах та тематичними блоками



НОВА ВИБОРЧА СОЦІОЛОГІЯ

За підсумками дослідження Центру Разумкова (7-14 лютого 2019 року)



Ментальні карти виступів кандидатів у Президенти України 2019 року

