

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**СУГЕСТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОМОВ ВОЄННОГО
ПЕРІОДУ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна робота
на здобуття ОС «бакалавр»
студентки IV курсу
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,
спеціальності 035 «Філологія»,
спеціалізації 035.01 «Українська мова і
література», ОПШ «Українська мова і
література та західноєвропейська мова»
Валерії ДОВБАНЬ

Науковий керівник:
д. філол. н., професор кафедри
української мови та прикладної
лінгвістики
Оксана НІКА

«Допущено до захисту»
Протокол № 11 засідання кафедри
української мови та прикладної лінгвістики
ННІФ від 01.06.2023
Завідувач кафедри _____ **Сергій РІЗНИК**

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ	6
1.1. Політичний дискурс у типології дискурсів	6
1.2. Релевантні характеристики політичного дискурсу	8
1.3. Політичний дискурс у реаліях воєнного стану в Україні	10
1.4. Промова у контексті політичного дискурсу	14
1.5. Особливості сугестії в українському політичному дискурсі	18
Висновки до першого розділу	30
РОЗДІЛ II. ДИСКУРСИВНІ ВИМІРИ ПРОМОВ ПЕРІОДУ ВОЄННОГО СТАНУ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО	31
2.1. Риторичні особливості промов	31
2.2. Модальні смисли у промовах Володимира Зеленського	38
2.3. Дейктичні особливості промов президента	41
Висновки до другого розділу	45
РОЗДІЛ III. СУГЕСТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ	46
3.1. Вербальні та невербальні технології впливу на реципієнта	46
3.2. Мовленнєві прийоми сугестії у промовах В. Зеленського	52
Висновки до третього розділу	56
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59

ВСТУП

Політична комунікація у всі часи привертала до себе увагу багатьох дослідників, адже цей тип дискурсу відображає суспільно-політичне життя країни. Він становить сукупність мовленнєвих актів під час політичних дискусій, комунікацій та правил публічної політики, які сформулювалися на основі традицій та досвіду. Метою політичного дискурсу є поширення інформації про різні події, просування ідей, поглядів та цінностей, притаманних тій чи іншій ідеології, а тому політики здатні впливати на свідомість громадян емоційно та ментально.

За допомогою виступів керівництво країни може доносити необхідні меседжі як до своїх співвітчизників, так і до усього світу. Задля якісного впливу на реципієнта комунікатор використовує різноманітні мовні засоби, щоб проникнути у свідомість реципієнта та вкоренити необхідні наративи. З їхньою допомогою державні лідери можуть спрямовувати реакцію аудиторії в потрібне русло, підтримувати необхідний настрій населення і «тримати» увагу аудиторії.

Політична промова є одним із жанрів політичного дискурсу. Це форма комунікації, за допомогою якої політики намагаються впливати на переконання та думки слухачів, поширюючи певні ідеї та погляди. Промова належить до суспільно-політичного виду красномовства, головними ознаками якого ми вважаємо спрямованість на громадськість, використання політичної мови, термінології та різних стратегій впливу.

Часи змінюються, і 24 лютого 2022 року на українській землі розпочалась повномасштабна війна. Президент країни Володимир Зеленський визначив за обов'язок вести постійну, безперервну комунікацію з громадянами задля інформування населення за допомогою промов. Для успішної реалізації своїх намірів він зважено будує дискурс, враховуючи характер інформації та її оцінний аспект. Розробляючи свої промови, він ретельно працює над композицією та мовним наповненням, враховуючи комунікативно-цільові функції свого виступу.

Отож, ми вирішили проаналізувати промови президента, оскільки він є важливою фігурою в політичному та військовому контексті країни, і виокремити засоби впливу на реципієнта. За об'єкт дослідження ми беремо усі вербальні та невербальні мовні засоби, якими послуговується Володимир Зеленський під час виголошення воєнних промов. Предметом наукової роботи є лексичні, граматичні особливості сугестії та невербальні прийоми впливу у виступах президента. Вибір предмета дослідження пояснюється тим, що на теренах України йде війна, тому такий аналіз є необхідним для розуміння актуальних мовленевих засобів впливу на свідомість. Наше дослідження дозволить згодом простежити розвиток сугестії у післявоєнний період.

Сугестію в україномовному політичному дискурсі досліджували Л. Ф. Компанцева, О. О. Селіванова, Л. Л. Славова, С. Ю. Жарко, Н. В. Деренчук, А. П. Загнітко, М. О. Зайцева, І. М. Рудик Т. В. Цвіркун, Т. Ю. Ковалевська, О. А. Гапченко, Л. І. Мацько та інші. Проте питання функціонування мовних стратегій впливу саме під час воєнного стану залишається мало дослідженим.

Саме тому актуальність обраної теми визначається необхідністю дослідження вербальних та невербальних способів впливу на свідомість особистості у воєнний час для розуміння ефективності такої комунікації.

Вплив на свідомість не завжди використовується в деструктивних цілях. Зокрема, для Володимира Зеленського - це інструмент, за допомогою якого він утримує увагу слухачів, підносить бойовий дух населення, дає надію на майбутнє, намагається наблизитися до реципієнта і встановити довірливі відносини тощо.

Метою бакалаврської роботи є дослідження мовних засобів впливу на свідомість українського народу у політичних промовах президента воєнного часу. Задля досягнення поставленої мети ми маємо виконати такі завдання:

1. дослідити загальні характеристики політичного дискурсу та його особливості під час воєнного стану;
2. проаналізувати промови Володимира Зеленського;
3. визначити їх дискурсивні виміри, мовленеві особливості;

4. простежити сугестивні технології у промовах лідера держави й схарактеризувати їхній вплив на реципієнта.

Дослідження базується на когнітивному підході: ми вивчаємо методи мовленнєвого впливу на людську свідомість. Для цього ми застосовуємо метод лінгвістичного аналізу відеоряду, синтез, описовий та структурно-семіотичний.

Джерельну базу нашого дослідження становлять 17 промов В. Зеленського у період з 25.02.22 по 13.04.23. Це типові щоденні промови президента, які репрезентують політичний дискурс воєнного часу та дають нам можливість проаналізувати особливості його риторики, а звідси віднайти різні методи впливу на суспільство у кризові часи. Цільовою аудиторією промов президента є українці; деякі частини його виступів адресовані світовій спільноті або росіянам.

Усі відеопромови взяті з Telegram-каналу Володимира Зеленського [43] і зібрані у хронологічній послідовності на Google Диску [25].

РОЗДІЛ I. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

1.1. Політичний дискурс у типології дискурсів

Досягнення політичної лінгвістики, яка виникла на перетині політології та лінгвістики, є надзвичайно важливими для розуміння взаємовпливу суспільно-політичних подій і мови. Цей зв'язок був усвідомлений вченими порівняно нещодавно, зокрема історичні події ХХ століття стали підґрунтям для становлення політичної лінгвістики. Після Першої світової війни, яка несла за собою нищівні наслідки, з'явилося потреба у вивченні політичної комунікації та її впливів на суспільство. Дослідженням тогочасної мови у політиці займалися багато вчених, зокрема У. Ліппманн, П. Лазарсфельд, Г. Лассвелл, П. Серіо, Т. А. ван Дейк, Дж. Лакофф та інші. В Україні інтерес до вивчення політичної комунікації почав зростати пізніше, і вже сьогодні такі дослідники, як Л. Нагорна, Н. Кондратенко, Г. Яворська, К. Серажим, Л. Славова, А. Белова, О. Бондаренко, О. Снитко активно працюють у царині політичної лінгвістики.

Для аналізу політико-мовних відносин вчені послуговуються терміном «політичний дискурс». Проте спочатку розберімося, що дослідники розуміють під поняттям «дискурс».

В основу дефініцій цього поняття покладено різні критерії. Існує тенденція розглядати його як суто комунікативний або когнітивний феномен, проте безперечною є роль людського фактора та антропоцентричності дискурсу [29].

За Т. ван Дейком, дискурс – це «складна єдність мовної форми, значення та дії, яка могла би бути найкращим чином охарактеризована за допомогою поняття комунікаційної події чи комунікаційного акту» [6].

Г. С. Онуфрієнко характеризує дискурс як «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних

ментальних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [24].

А. П. Загнітко у своєму «Сучасному лінгвістичному словнику» говорить, що дискурс – це «комунікативна подія, що може бути описана або як послідовність пов'язаних один з одним мовленнєвих актів (або висловлень), або як певна послідовність речень, що складають основу такого опису (тобто предикацій) [13].

Отже, різні вчені описують дискурс по-різному, проте всі вони визначають його як процес комунікації, що включає мовленнєву діяльність та взаємодію між учасниками, а також зазначають, що дискурс визначається відповідно до конкретного контексту, тематики та ситуації спілкування.

Дискурс можна розглядати у широкому плані як механізм, який взаємодіє з персональним, соціальним та культурним знанням, і вузькому значенні, як процес, що зосереджується на аналізі мовного спілкування та окремих текстів, таких як промови, інтерв'ю тощо. Звідси постає потреба розмежувати різні типи дискурсу, як от теле- і радіодискурс, газетний, театральний, кінодискурс, літературний, дискурс у сфері публік рілейшнз, рекламний, політичний, релігійний, ритуальний, етикетний, фольклорний, неправдивий, лайливий тощо [24].

Аналізуючи політичне мовлення, дослідники звертаються до поняття саме політичного дискурсу. Політичний дискурс на теренах українського мовознавства вивчали А. П. Загнітко, А.В. Сотникова, О.С. Фоменко, І.В. Клименко, Г. В. Касіян.

Зокрема, за О. С. Фоменко, «політичний дискурс може бути визначений як сукупність усіх мовленнєвих актів у політичних дискусіях, а також правил публічної політики, які оформилися згідно з традиціями та отримали перевірку досвідом» [12].

Г. Касіян оперує поняттям «суспільно-політичний дискурс» і визначає його як «сукупність усних і письмових текстів, а також традицій та досвіду

суспільства, конвенційно виражених у формі мовленнєвих актів, тематика, зміст, адресант і адресат яких належать до суспільно-політичної сфери» [17].

Отже, ми розуміємо політичний дискурс як сукупність мовленнєвих актів, правил громадського порядку та традицій, що використовуються в політичних дискусіях. Він включає усні та письмові тексти, які мають суспільно-політичну тематику та адресовані представникам суспільно-політичної сфери.

1.2. Релевантні характеристики політичного дискурсу

Українські дослідники визначають різні типи політичного дискурсу. Зокрема, Н. Кондратенко виокремлює кілька типів на основі різних чинників, таких як форма (усні та писемні), мовець (адресантно-прямі й опосередковані), мета (інформативні, спонукальні, іміджеві, мотиваційні, експресивні), адресат (особисто адресовані та масово адресовані) та сфера функціонування (телевізійний політичний дискурс, газетно-журнальний, радіо та рекламний політичні дискурси). Сюди можна додати політичний дискурс інтернету.

Крім цього, можна виділити різні види політичного дискурсу за типом комунікативної взаємодії, такі як агональний (конфліктний) і гармонізуючий (кооперативний). Наприклад, дебати можуть бути агональним типом дискурсу, а святкові вітання президента – гармонізуючим.

Система жанрів політичного дискурсу досі залишається дискусійним питанням. За критерієм інтенційності Н. Кондратенко відрізняє кілька жанрів, зокрема іміджево-презентаційні (слогани, програми, біографії), інформативні (повідомлення, заяви, інтерв'ю), ритуальні (промови, привітання, подяки, некрологи), агітаційні (слогани-заклики, виступи, листівки) та агонально-аргументативні (дебати, ток-шоу) [19].

До основних функцій політичного дискурсу належать такі:

1. маніпулятивна (спрямована на вплив на реципієнта з метою переконання в чомусь, конкретний заклик до дій);

2. сугестивна (передбачає прихований вплив на слухача задля навіювання певних думок);
3. інформаційна (використовується задля повідомлення адресату про ті чи інші події);
4. комунікативна (допомагає полегшити спілкування з учасників діалогу);
5. експресивна (спрямована на емоційний та інтелектуальний вплив на слухача);
6. аргументативна (слугує для чіткого вираження ідей та переконання громадськості у доцільності певних рішень).

Насамперед слід відзначити, що головною метою політичного дискурсу є вплив на аудиторію, і мовознавці активно цікавляться тим, які конкретно мовні засоби використовуються для формування політичних переконань.

Підхід лінгвістів до аналізу політичного дискурсу охоплює як політичну мову, що використовується для здійснення впливу, так і політичну термінологію та риторику. Публічний текст за допомогою лексичних, граматичних, стилістичних, фонетичних явищ закликає реципієнта до певних дій або змінює його світосприйняття.

Проте цей тип дискурсу не обмежений професійними термінологічними рамками і доступний для розуміння переважної більшості суспільства. Саме тому професійний оратор повинен мати навички психолога, тобто вміти передбачати реакцію аудиторії на його виступ, знаходити спільну мову та зацікавлювати реципієнтів своїми ідеями. Все це також свідчить про необхідність бути майстром слова.

Політичний дискурс відрізняється від інших типів функціонування термінів та полеміки у політичному лексиконі, використанням специфічних мовних засобів, як от значущі паузи. Політична мова характеризується ідеологізацією, наукоподібністю, декламаторським стилем, лозунговістю та претензією на абсолютну істину. Політики часто використовують символи, і ефективність політичного дискурсу залежить саме від того, наскільки ці символи

відгукуються аудиторії [22]. Окрім цього, гнучкість семантики слова, варіативність його значень, стилістичні конотації, різні типи модальностей навмисно використовуються з метою впливу.

Отже, аналізуючи політичний дискурс, можна стверджувати, що мова є важливим інструментом влади, який може використовуватися з різною метою - від передачі інформації до маніпулювання аудиторією. До функцій політичного дискурсу належать маніпулятивна, сугестивна, інформаційна, комунікативна, експресивна та аргументативна. Вибір мовних засобів, складність вербальних одиниць, відкрита система мови та відображення ставлення до влади через неї - ці чотири фактори впливають на те, як мова стає інструментом влади. Аналіз політичного дискурсу важливий нам для вияву і дослідження ефективності впливу, здійсненого політиками на народ.

1.3. Політичний дискурс у реаліях воєнного стану в Україні

З 1991 року до лютого 2014 року в Україні домінував політичний дискурс, заснований на традиційному радянському погляді на Україну. Головною ідеєю було «братерство» між українським і російським народами. Такий погляд був характерний для офіційної ідеології СРСР, і плекався політичними діячами й після розпаду союзу [4].

Однак, в 2014 році відбулася зміна у сприйнятті держави-агресора українським народом, і «братерство» стало менш релевантним. На жаль, ці процеси не були доволі швидкими, і український політичний дискурс формував правильні наративи стосовно війни аж протягом 4 років. Війна почала називатися саме війною, а не терористичною операцією, лише коли у 2018 набув чинності проєкт закону «Про особливості державної політики із забезпечення державного суверенітету України на тимчасово окупованих територіях у Донецькій та Луганській областях». Тут же росія врешті-решт була визначена як країна-агресор [4].

Питанням політичного дискурсу в умовах воєнного стану займалося небагато вчених (це, зокрема, І. О. Волиняк), оскільки повномасштабне вторгнення є досить новим явищем. Проте політичний дискурс в умовах війни на сході 2014-2022 років був предметом дослідження А. В. Березовенко, С. В. Підшибякіна, І. Я. Тодорова та інших вчених.

Окрім цього, в останні десятиліття дослідники звертають увагу на те, що війна більше не є суто політичним конфліктом, пов'язаним із насильством та фізичними засобами знищення. Зокрема, російсько-українська війна є гібридною, оскільки поєднує різноманітні методи та способи ведення війни (зброя, партизанська війна, пропаганда, тероризм, кібервійна тощо) з метою досягнення її головної мети. Ці методи впливу з'явилися завдяки впровадженню інформаційних технологій у повсякденне життя людей та розвитку засобів масової комунікації для впливу на маси.

Відповідно до того, що росія почала вести проти України гібридну війну, в грудні 2014 року було створено Міністерство інформаційної політики (наразі Міністерство культури та інформаційної політики) з метою забезпечення інформаційного суверенітету України. Таким чином, сьогодні в Україні сприйняття рФ ґрунтується на інших принципах, що вже ніяким чином не співвідносяться з «братерством».

24 лютого о 5:30 указом президента № 64/2022 в нашій державі було оголошено воєнний стан. Відтоді політичний дискурс змінився майже миттєво. Російська федерація добре підготувалася до активної інформаційної війни, тому відбувалися постійні кібератаки, зломи офіційних українських сайтів тощо. Російська пропаганда розпочала свою роботу з пояснення росіянам, що таке «спецоперація», чому вони її розпочали. Стверджувалося, що Україна збирається вступити до НАТО, що Україною керує не справжній легітимний уряд, а неонацистські наркомани, і що російська сторона атакує лише військову інфраструктуру. У зв'язку з цим у перші тижні війни народ і держава намагалися довести за допомогою реальних фактів, що насправді відбувається в Україні не

тільки росіянам, а й білорусам. Для цього президент використовував навіть російську мову спілкування [37].

В цей же час політичний дискурс почав збагачуватися воєнною термінологією (атаки, бої, битви, ракети, винищувачі, бронетехніка, диверсант тощо), адже під час своїх виступів президент та інші політичні діячі звітувалися про кожен клаптик нашої землі, про розташування ворога тощо. Окрім цього, політичні наративи були сфокусовані також і на звернення до світових лідерів задля прохання про допомогу.

Надалі всі зрозуміли, що витрачати час на доводи росіянам і білорусам про справжню ситуацію в Україні марно, і політичний дискурс збагатився патріотичними ідеями («На нашому прапорі немає крові. Немає й ніколи не буде чорних плям, жодних свастик. Український прапор – це земля. Мирна, родюча, золота й без танків. Це небо – мирне, чисте, блакитне й без ракет. Так було. І так буде» [43]). Це створило консолідацію суспільства. Народ і влада об'єдналися для спільної мети. У політичну мову увійшов дискурс підтримки («Стоїмо! Тримаємось! Переможемо!» [43]).

Держава почала гучніше говорити про справжнє обличчя російської федерації, згадуючи кожен злочин проти українського населення. Державні діячі почали працювати над згуртуванням нації задля спільного подолання ворога, використовувати особливі наративи для підтримки бойового духу («Ми зможемо. Ми вистоїмо. Ми будемо захищати нашу землю до останнього», «За цей час ми по-справжньому стали єдиним цілим» [43]).

Воєнний дискурс почав активно заперечувати будь-які ознаки російської культури в українському культурно-історичному контексті, почав відкидати будь-які ознаки братерства, подібності народів. Навпаки, дискурс збагатився описами про справжнє обличчя росіян («Усе, що окупанти роблять із Маріуполем, – це вже за межею звірства», «Вони (окупанти) тримаються лише на насильстві. Лише на терорі. Лише на зброї, якої в них багато» [43]).

Однією із центральних фігур, що формує політичний дискурс в країні, є президент. Проте варто зазначити, що небагато дослідників розглядали

особливості політичної комунікації В. Зеленського. Це І. О. Волиняк, С.А. Креховецька, Д.М. Мицан, О.В. Гурко, С. Ю. Жарко, П. О. Штепа.

І. О. Волиняк, досліджуючи політичний дискурс російсько-української війни, стверджує, що у політичному дискурсі Президента України виділяються чотири комунікативні стратегії: інформативна (яка слугує йому для передачі повідомлень і впливу на вербальну та невербальну поведінку слухача), оцінно-впливова (яка включає мовленнєві дії, що мають за мету змінити психологічний стан реципієнта, висловити оцінку, думку або емоційний стан), регулятивно-спонукальна (яка дозволяє керувати поведінкою співрозмовника) та конвенційна (яка включає соціально-конвенційні та організаційні мовленнєві стратегії, які сприяють встановленню, розвитку, підтриманню контакту, а також організації мовленнєвого висловлювання та підтриманню уваги). Всі характеризуються формулами мовлення, що мають офіційний, переконливий, належно аргументований, а часто й категоричний характер.

За словами дослідниці, дискурс російсько-української війни супроводжується використанням лексичних одиниць-маркерів (вербалізованих концептів). Ці маркери виконують номінативну, прагматичну та експресивну функції, а також інтерпретаційну та дейктичну. На її погляд, і план вираження, і план змісту у дискурсі українських політиків реалізовані повністю та представлені різноманітними комунікативними стратегіями [8].

Отже, політичний дискурс під час військового стану зазнав значних модифікацій. Російська федерація добре підготувалася до активної інформаційної війни, використовуючи кібератаки та пропаганду для поширення неправдивої інформації про Україну. В перші тижні війни президент та інші політичні діячі намагалися довести реальні факти про ситуацію в Україні. Однак, пізніше зрозуміли, що витратити час на це марно і політичний дискурс збагатився патріотичними ідеями, що створило консолідацію суспільства. Політичний дискурс почав заперечувати будь-які ознаки російської культури в українському контексті та активно працював над згуртуванням нації для подолання ворога. Держава гучніше говорила про справжнє обличчя росії та її

злочини проти українського народу, використовуючи наративи підтримки бойового духу. Дослідження політичного дискурсу російсько-української війни вказує на наявність чотирьох комунікативних стратегій у політичному дискурсі: інформативної, оцінно-впливової, регулятивно-спонукальної та конвенційної. Мовлення характеризується застосуванням офіційних, переконливих та категоричних наративів.

1.4. Промова у контексті політичного дискурсу

Політична промова є невід'ємною складовою політичного дискурсу. Це форма комунікації, за допомогою якої політичні суб'єкти поширюють свої думки та ідеї з метою впливу на погляди реципієнта та його ідеологічні переконання. Саме тому В. Зеленський від початку воєнного стану обрав промови як основний вид комунікації з громадянами України.

Л. Мацько стверджує, що політична промова – це «заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ із позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін» [23].

Німецький науковець Д. Грісвеле трактує політичну промову у класичному розумінні риторики: «це явище відбувається, перш за все, як певна комунікація, за якої оратор повідомляє щось, та певна кількість людей, які стоять по відношенню до оратора навпроти, сприймають його та його промову, проявляючи при цьому єдність» [39].

А. Гузак зазначає, що політична промова - це «офіційний публічний виступ глави держави з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуваннями, конкретними фактами, окресленими планами, перспективою політичних змін. Такий виступ характеризується емоційністю, чіткістю постановки проблем, насиченістю, конкретністю, дієвістю, а також стислими часовими межами» [10].

А. В. Бабійчук трактує політичну промову як «сильне джерело впливу для державних інститутів, які визначають політичні та соціальні пріоритети в

суспільстві; це потужний інструмент формування політичного мислення та політичного «свідомості» нації, що дає змогу усім учасникам політичної діяльності набути певного політичного бачення» [3].

І.В. Самойлова та О.В. Подвойська вважають, що «політична промова є найбільш прототипним жанром політичного дискурсу, це публічний виступ, який є ефективним засобом для одержання визнання та демонстрації лідерства» [27].

Політична промова має певні параметри, які вирізняють її від інших політичних текстів, а саме «аргументативний характер розгортання тексту, об'єктно-суб'єктний спосіб організації інформації, відверта авторська інтенція, безпосередня й постійна апеляція до адресата» [2]. «Лінгвістичний аналіз мови політики є, по суті, виявленням способів маніпуляції мовними знаками для досягнення конкретних політичних цілей» [34].

Досліджуючи політичні промови, вчені звертаються до таких критеріїв:

1) характер суб'єкта. Політична промова є комунікаційним процесом, де суб'єктом переважно є політик або політичний діяч. У цьому випадку ми можемо говорити про політичну комунікацію. Проте у інших непрофесійних формах комунікацій суб'єктом може бути як представник ЗМІ, так і людина з іншої професії. Це залежить від тематики та мети політичної промови, яку висуває виступаючий.

2) Характер адресата. У політичній промові можуть бути два типи адресатів: перший – це політичний суб'єкт, такий як політик чи політичний діяч, який є основним адресатом промови і який є предметом дискусії. Другий тип адресата – це суб'єкт, який не відноситься до інституційних політичних об'єктів, такий як звичайний громадянин, представник ЗМІ, активіст тощо.

3) Протиставлення усної та писемної форм мови. Політичну промову можна віднести до писемного мовлення за способом породження, оскільки вона є текстом, який був створений письмово спічрайтером. Проте за способом відтворення політична промова є жанром усного мовлення, адже автор виголошує текст усно під час виступу.

4) Зіставлення монологічного та діалогічного мовлення. Можна стверджувати, що політична промова є монологічним жанром, оскільки вона виконується одним оратором (політиком), який має за мету розвивати свої думки, аргументувати свої позиції та формувати певний погляд на питання у своїй аудиторії. Хоча зараз політичні промови, як правило, підготовлюють заздалегідь, залучаючи багато людей для підбору відповідних вербальних засобів залежно від конкретного політика та події.

5) Функції. Аналізуючи функції політичних промов, вчені виділяють такі жанри: ритуальний, орієнтаційний та агональний. Визначним чинником, що визначає жанр політичної промови, є її намір. Ритуальний жанр охоплює великий спектр тем, пов'язаних з важливими лінгвокультурними подіями, такими як інавгурації, різдвяні промови президента тощо. Орієнтаційний жанр зазвичай використовується для пояснення, уточнення та інформування про стан у країні та наслідки політичних подій. Агональний жанр, у свою чергу, пов'язаний зі суперництвом і передбачає пряме ідеологічне зіткнення опонентів (як от виступи на мітингах чи передвиборчі промови), що характеризуються високою експресивністю та емоційним забарвленням.

6) Обсяг інформації. Розрізняючи політичні промови за їх обсягом інформації, можна виділити два жанри: середні та великі. До середніх жанрів можна віднести промову на мітингу, яка повинна бути зрозумілою та переконливою, але не надто довгою. Також до середніх жанрів можна віднести промову в парламенті. До великих жанрів, наприклад, зараховують промову

7) Мета висловлювання визначає різні жанри, такі як інформативний, оцінний та імперативний [20].

Ефективність політичної промови залежить від того, наскільки добре вона спланована та організована, і яке відчуття має реципієнт наприкінці. Щоб досягти такого ефекту, промовець повинен усвідомлювати свою мету, добре володіти вербальними та невербальними засобами комунікації, а також правильно побудувати композицією промови.

У стратегічному плані кожен політичний текст спрямований на зміну або збереження політичної ситуації, перерозподіл або збереження існуючого балансу сил. Автор політичного тексту прагне сформувати власну картину світу і використовує мовні засоби для моделювання політичної реальності відповідно до власного світогляду або з певною ідеологічною метою. Важливість політичного тексту полягає в тому, що він формує світогляд індивіда і водночас намагається його контролювати [36].

Основне завдання мовця - довести свою точку зору, вплинути на цільову аудиторію, підбравши певну лексику та мовні прийоми, а також використати психологічні необхідні навички. Необхідно пам'ятати, що цільова аудиторія складається з різних верств населення, тому важливо завжди висловлюватися так, щоб знайти спільну мову та завоювати прихильність [26].

Композиція промови - це змістовний і структурний елемент промови, в якому інформація розташовується в певному порядку, логічно пов'язана між собою і допомагає аудиторії зрозуміти викладений матеріал. Зазвичай композиція промови складається з трьох функціонально-структурних частин:

- вступ;
- основна частина;
- висновок;

У кожній з цих частин оратор виконує певне завдання: у вступі він встановлює контакт з аудиторією, оголошує тему і мету виступу, пробуджує інтерес аудиторії; в основній частині промовець вже детально розкриває актуальні проблеми і питання, підкріплюючи їх аргументами і фактами; в кінці підводить підсумки або дає аудиторії самостійно зробити висновки.

Цікавим та складним може бути питання авторства політичних промов. Т. Грант виділяє виконавчу та декларативну функції авторства. В більшості випадків політичні промови пишуться командою людей, включаючи самого політика, його радників та комунікаційних фахівців. У таких випадках авторство може бути спільним, або ж сам політик може підписати своє ім'я під текстом, який був написаний іншими людьми. Іноді політики самостійно пишуть свої

промови. Проте дослідники вважають, що автором вважається особа, на яку покладено відповідальність за текст [38].

Дослідники, аналізуючи риторику політичних промов, відзначають використання різних риторичних методів, таких як контраст, протиставлення, повтори, метафоризація та інші. Окрім цього, важливу роль у політичному дискурсі відіграє розмовна лексика, оскільки її елементи впливають на адресата та роблять спілкування більш неофіційним. Також в політичному дискурсі широко вживаються ключові слова, слова-гасла, неологізми, метафори та ідіоматичні вислови, що допомагає створювати експресивно-емоційний фон та наповнювати їх потрібним змістом.

Щоб зробити політичний дискурс більш переконливим, на синтаксичному рівні політики використовують прості речення. Якщо використовуються складні конструкції, то вони зазвичай мають формально простий характер або головне речення не несе значної інформації. Такі речення мають стверджувальний або апелятивний характер. Це допомагає ораторам бути більш переконливими.

Під час виступу політиків часто використовуються питальні та умовні речення, а також паузи на початку та в кінці промови. Крім того, велику роль у промові відіграють інтонаційні засоби, які допомагають ораторам привернути увагу слухачів.

Отже, ефективність політичних виступів залежить від вміння політиків пристосовуватися до аудиторії та використовувати зрозумілу та доступну мову, уникаючи надлишкової літературності, жаргону тощо.

1.5. Особливості сугестії в українському політичному дискурсі

Основною метою політичного тексту є вплив на аудиторію або адресатів. На думку В.Є. Аккурт, мовленнєвий вплив у широкому значенні – «це будь-яке повідомлення природною мовою в усній та/або письмовій формах, взяте в аспекті його цілеспрямованості», у вузькому сенсі – «використання особливостей пристрою і функціонування знакових систем, і перш за все

природної мови, з метою побудови повідомлень, що володіють підвищеною здатністю впливу на свідомість і поведінку адресата або одержувачів повідомлення». Для досягнення впливу на реципієнта застосовуються різні способи впливу, серед яких традиційно виділяють переконання і навіювання або сугестію. [1].

Сугестія є невід'ємною частиною політичного дискурсу – це особливий вид психічного (вербального і невербального) емоційно забарвленого впливу на психіку людини з метою створення у неї певного стану, настрою, спонукання до певної дії [24].

На думку Я. Жаркова сугестія – це «це процес впливу на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності під час сприйняття нав'язаного змісту, який не вимагає ні розгорнутого особистого аналізу, ні оцінки спонукання до певних дій» [15].

На теренах українського мовознавства питанням сугестії займалися С.В. Харицька, Н.В. Клушаниця, Т.Б. Мудраченко, Л.Л. Ілляницька, А. В. Ковалевська.

Сугестію вважають нейтральним видом впливу, яка допомагає забезпечити комунікативну перевагу, якщо не використовувати її у деструктивних цілях.

Залежно від призначення, засоби переконання можна поділити на текстові та мовленнєві. Текстові засоби включають в себе зміст та оформлення тексту, наприклад, графіку та шрифти. Мовленнєві можна поділити на вербальні (речення, слова, наголоси та інтонація), паралінгвістичні (висота, тон і тембр голосу) і невербальні (міміка, поза, жести). Кожен з них може бути використаний з різною метою для впливу на аудиторію.

Ефективність сугестії залежить від кількох факторів, зокрема від характеристик сугестора (його привабливості, соціального статусу, естетичних, інтелектуальних та вольових якостей), рівня навіюваності сугеренда, взаємин між сугестором та сугерендом (довіри, авторитетності, залежності), а також від способу формування сугестивної інформації (аргументованість, баланс логічних та емоційних аспектів, підсилення іншими впливами) [35].

Щоб забезпечити логічне та безперешкодне сприйняття інформації, необхідно дотримуватися правил організації інформації, які сформулювали в лінгвістиці П. Г. Грайс (табл. 1) та максим Дж. Ліч (табл 2). Ці правила мають різний рівень важливості, і дотримання деяких з них є більш обов'язковим, ніж дотримання інших. Наприклад, людей, які говорять занадто багато, зазвичай засуджують менше, ніж тих, хто говорить неправду [31].

Максима	Постулати	Коментарі
Максима повноти інформації	<ul style="list-style-type: none"> • Висловлювання має містити не менше інформації, ніж необхідно; • висловлювання має містити не більше інформації, ніж необхідно. 	Невиконання цих вимог може призвести до втрати контакту з аудиторією чи партнером по спілкуванню, водночас надання надлишкової інформації може призвести до розголошення службової інформації.
Максима істинності інформації	<ul style="list-style-type: none"> • Не говори того, що вважаєш неістинним; • не говори того, чому не маєш достатньо обґрунтування. 	Необхідно подавати інформацію тільки в тому разі, коли її можна обґрунтувати належним чином. За відсутності або недостатності обґрунтування інформація може сприйматися як неістинна.
Максима релевантності інформації	<ul style="list-style-type: none"> • Не відхиляйся від теми. 	Комунікатор може торкатися різних тем, але лише за умови, якщо вони підпорядковані основній, обґрунтовують її. Необхідно варіювати обсяг і зміст повідомлення залежно від умов комунікативної ситуації, що передбачає: відбирання стильових засобів мови відповідно до умов офіційності

		та поставлено мети; структурування інформації відповідно до ситуації.
Максима зрозумілої інформації	<ul style="list-style-type: none"> • Уникай незрозумілих висловлень; • уникай неоднозначності; • будь лаконічним; • будь організованим. 	Іншими словами, думки, що обґрунтовують основну, мають висвітлювати сутність відповідного предмета обговорення.

Табл. 1

Систему постулатів П.Г. Грайса було доповнено Дж. Лічем, який ввів до неї максиму «абсолютної ввічливості», яка за будь-яких обставин не повинна змінюватися. Ліч виокремив шість максим, розташувавши їх за градуальною шкалою витрат і вигод (для адресата й адресанта) [31].

Максима	Як працює
Максима такту	Необхідно поважати межі особистої сфери, зберігати певну дистанцію між учасниками комунікації, не торкатися тем, потенційно небезпечних (релігія, особисте життя, політика, особисті смаки тощо).
Максима великодушності	Не слід обтяжувати партнера по комунікації, встановлювати домінування в спілкуванні, зв'язувати партнера клятвами та обіцянками. Ефективна комунікація має бути комфортною для її учасників
Максима схвалення	Слід з позитивом ставитися до інших. Результативність комунікації визначається не тільки ставленням співрозмовників одного до одного, а й до світу. Якщо світогляд одного (позитивний чи негативний) не збігається з оцінкою співрозмовника, то це дуже ускладнює комунікацію.

Максима скромності	Передбачає неприйняття похвал на свою адресу. Одна з умов успішної комунікації - реалістична і об'єктивна самооцінка. Дуже завищена чи занижена самооцінка може негативно вплинути на встановлення контакту.
Максима згоди	Рекомендує відмову від поглиблення конфліктної ситуації, пошук згоди задля збереження взаємодії, «зняття конфлікту» шляхом взаємної корекції комунікативних тактик.
Максима симпатії	Базується на доброзичливості, створенні сприятливого тону для перспективної предметної розмови. Недоброзичливість або байдужий контакт (співрозмовники не демонструють доброзичливості стосовно один одного) нівелює комунікацію. Ця максима сприяє позитивному розвиненню ситуації, навіть якщо назріває конфлікт.

Табл. 2

Важливим аспектом політичних промов є модальність, оскільки вона може використовуватися як засіб переконання, а звідси й впливу. У своїх промовах спікери часто використовують модальні слова з метою привернути увагу аудиторії, переконати її прийняти свою думку та підтримати політичні ідеї.

Деякі вчені вважають цю категорію суто граматичною, оскільки, на їхню думку, різні модальні значення виражаються різними граматичними моделями речень. Прихильники іншого погляду пов'язують модальність з лексичним і граматичним рівнями мови, зокрема зі словами, які через свої лексичні значення виражають широкий спектр ставлень до дійсності: можливість, бажання, готовність виконати дію тощо; вони характеризують більший чи менший ступінь достовірності значення речення, тобто ступінь відповідності цього значення реальній дійсності і певний ступінь проблематичності знання про зовнішній чи внутрішній світ людини, вираженого певним твердженням [9].

Г. С. Онуфрієнко тлумачить модальність як «функціонально-семантичну мовну категорію, яка є носієм різних видів відношення повідомлень

(висловлювань) до дійсності, а також мовця до того, про що він повідомляє слухачеві (до правдивого/неправдивого, хорошого/поганого тощо)» [24].

О. О. Селіванова визначає модальність «як категорію мови й мовлення, що виражає реальні / ірреальні відношення висловлення до дійсності або суб'єктивну кваліфікацію повідомлення мовцем» [28].

Модальність може бути об'єктивною або суб'єктивною. Об'єктивна модальність є необхідною для будь-якого висловлювання, що формує предикативну одиницю - речення. Цей вид модальності виражає відношення між повідомлюваним твердженням та дійсністю. Спосіб дієслова є головним засобом вираження цієї модальності. Реальна об'єктивна модальність виражається через часові форми дієслів дійсного способу, а ірреальні об'єктивно-модальні значення виражаються формами умовного способу дієслів [7].

Суб'єктивна модальність виражає відношення мовця до висловлювання. Вона включає в себе вираження впевненості/невпевненості, згоди/незгоди, експресивну оцінку тощо. Мовні засоби, що використовуються для вираження цієї модальності, включають порядок слів, інтонацію, лексичні повтори, модальні слова та дієслова, вигуки, вставні слова та словосполучення та порядок слів у реченні. Суб'єктивна модальність має більший семантичний об'єм, ніж об'єктивна модальність, оскільки вона включає не лише логічну оцінку повідомлюваного, але й різні емоційні реакції [7].

Аналізуючи політичний дискурс та засоби впливу у ньому, не можна не звернути увагу на дейксис - важливу категорією мовної комунікації. Р. Лакофф говорить, що «дейксис являє собою локацію або ідентифікацію осіб, предметів, подій, процесів і дій, про які говорять або до яких відсилають, відносно просторово-часового контексту, що створюється і підтримується актом висловлювання і участю в ньому партнерів мовлення» [40].

Традиційно дослідники виокремлюють персональний, часовий та просторовий дейксис. Дейктичні елементи в мовленні, які визначають «хто-де-коли» в певному контексті, виступають засобами зв'язку тексту з

«екстралінгвістичною» дійсністю і забезпечують висловлюванню індивідуальний та суб'єктивний характер [14].

Персональний дейксис вказує на тих, хто бере участь у мовленнєвому акті: адресанта, адресата та інших осіб, які згадуються, але не беруть безпосередньої участі в комунікації [32].

Просторовий дейксис використовує засоби мовленнєвого коду для позначення місцезнаходження учасників комунікації та процесу комунікації. Йдеться про місце події, орієнтир у просторі та місце спостереження [32].

Темпоральний дейксис - це мовний механізм, який дає змогу мовцеві розташувати компоненти свого повідомлення (учасників, факти, події, явища тощо) на часовій осі, що простягається від минулого до майбутнього [32].

Дейктичними засобами можуть бути різні частини мови, зазвичай це займенники (я, ти, він, цей, той, хтось тощо), прислівники (тут, там, тоді, зараз, тепер, потім, учора, завтра, зверху, знизу, позаду, попереду, здалеку, близько, вище, нижче), прикметники (теперішній, минулий, майбутній, наступний), числівники (перший, другий, десятий), частки (ось, он), прийменники (за, перед, над, під) [32]. Важливо, що виразниками часового дейксису є і дієслова минулого, теперішнього та майбутнього часу, які актуалізують висловлення.

Основним методом сугестивного впливу вважають нейролінгвістичне програмування (НЛП), що використовує лінгвістичні конструкції, архетипи, візуальні зображення та інші методи для керування людською свідомістю з урахуванням логіки. Цей термін розуміється по-різному, зокрема «нейролінгвістичне програмування — це методика вивчення суб'єктивного досвіду і створення відповідних моделей поведінки й наборів навичок і технік» [5]. В Україні сьогодні йдуть дискусії про те, які технології є етичними і які - ні, але ці дебати зазвичай виникають через недостатнє вивчення проблеми.

У посібнику «Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій» наведені технології НЛП, які використовуються в рамках системи стратегічних комунікацій для запобігання інформаційно-психологічному впливу

та створення конструктивних наративів та повідомлень, що сприяють зміцненню національної безпеки:

- якоріння. Центральною ідеєю є пов'язування внутрішньої психологічної реакції з зовнішнім стимулом, що забезпечує можливість швидко активізувати цю реакцію в майбутньому;

- задіяність каналів: візуального, аудіального, кінестетичного, дискретного (позамодальний, логічний, лівопівкульний). В тексті необхідно передбачити сигнали-вмикачі для всіх каналів сприйняття, оскільки люди з певною модальністю, яка не була представлена, ігноруватимуть такий вплив. Врахування особливостей аудиторії може допомогти підсилити вплив на певну модальність;

- масова емпатія. Це прояв співчуття, який демонструє розуміння відносин, почуттів, психічних станів та іншої особи. Для формування в масах людей відчуття емпатії з суб'єктом впливу, необхідно задіяти кілька рівнів, щоб забезпечити обов'язкову взаємодію з аудиторією;

- рефреймінг. Процес зміни сприйняття події або предмета, який відбувається через вихід за рамки звичайного сприйняття;

- візуально-кінестетична дисоціація/асоціація. Зміна способу створення нав'язливого проблемного стану. Нав'язливе переживання - це відчуття, яке часто не має реальної причини і створюється за допомогою фантазії або уяви. Використання візуальних і кінестетичних асоціацій дозволяє людині створити враження, що вона бере участь у подіях, які насправді їй не стосуються, і ґрунтується на психологічному феномені симпатії - неусвідомленому потязі до когось або чогось. Візуально-кінестетична дисоціація - це відсторонення від певних подій шляхом зміщення їх сприйняття з рівня почуттів на рівень фактів;

- створення ймовірного майбутнього. Якщо люди мають уявлення про перспективу, то їм стає легше зорієнтуватися в поточних подіях;

- Структуризація результату. Потрібно не оцінювати ситуацію з точки зору добре/погано, правильно/неправильно, а визначити послідовність дій, орієнтованих на результат [31].

Н. Деренчук окреслює інші мовні тактики, які «впливають на переконливість, створюють умови для активного використання маніпулятивної стратегії в межах політичного мовлення»:

- орієнтація на національну самоідентифікацію;
- апелювання до страху. Цей метод полягає у створенні конкретної потенційної загрози для громадськості, відвернення якої залежить від її рішення;
- оперування фактами. Цей прийом може бути використаний для побудови справедливого і збалансованого аргументу, але, на жаль, він здебільшого використовується для того, щоб відволікти увагу адресата від основної теми;
- логічні помилки. У цьому випадку адресат робить дуже ефективні прогнози про майбутнє на основі кількох дрібних фактів;
- навмисне ухилення. Цей метод полягає в ігноруванні позитивних якостей політичного опонента і зосередженні уваги на його негативних якостях і недоліках, при цьому заперечуючи негативні аспекти власної політичної сили.
- звернення до емоцій адресата. Тактика включає приглушений або надмірно гучний тон голосу, короткі питальні речення та надмірну жестикуляцію;
- інклюзивність. Ця тактика полягає в зверненні до конкретної спільноти, спираючись на певні упередження та ідеї, переконання та ідеали, які поділяє група [11].

Серед інших сугестивних прийомів впливу на людину, є такі мовленнєві прийоми, які використовуються найчастіше:

- повторення конкретних та образних ключових слів, які програмують людину, тоді як абстрактні поняття мають меншу силу навіювання;
- номіналізація, тобто заміна дієслів на іменники, що допомагає закріпити поняття у свідомості;
- емоційне перенасичення тексту - використання образних засобів, таких як яскраві прикметники, порівняння та метафори, які змінюють фактичний матеріал;

- застосування риторичних питань, що підштовхують слухача до потрібних відповідей;
- приховування джерел інформації та використання невизначених конструкцій, які передають думки деяких експертів або результати останніх опитувань;
- використання наказових конструкцій, особливо дієвих для посттоталітарного співтовариства;
- звернення до базових концептів певної спільноти і наповнення їх новим змістом;
- використання мовленнєвих структур єдності та довіри;
- експлуатація ідеї «кола своїх», включення до нього всіх комунікантів;
- використання евфемізмів, що актуалізує роботу підсвідомості реципієнта і формує необхідний образ політика;
- активне звернення до антропоцентричних словотвірних моделей і введення новотворів, що називають осіб;
- активізація оказіональних конструкцій, звернення до основ лінгвопластики, що передбачає ставлення до слова, як до фізичного тіла.
- заміна міміки та жестикуляції обраними візуальними елементами, такими як фотографії, малюнки та смайли, може підсилити ефект навіювання, якщо ці елементи підтримують передавану інформацію;
- ілюзія вибору, коли людей ставлять перед фальшивим вибором;
- приховані команди або непрямі прохання, що можуть міститися в запитаннях;
- підказка відповіді, коли реципієнту дається підказка щодо того, яка відповідь очікується;
- використання слів з сакральним значенням, які можуть навіювати певну ідеологію;
- навіювання сприйняття, коли людям вказують, як їм потрібно уявляти ситуацію [31].

У дослідженнях щодо політичних комунікацій знаходимо термін «фокуси мови» - це найбільш поширені мовні стратегії, які допомагають переконати слухачів ні рівні суджень і думок. Вони впроваджуються за допомогою синтаксичних засобів, як от:

- правило трьох «так» (тричі погодившись з певним твердженням, слухач погодиться і з четвертим);

- слова-зв'язки (по-перше, по-друге, чим, ... тим, тому що, отже, бачимо, що; ці слова можуть забезпечити зв'язність та логічність навіть для висловлювань, які на перший погляд здаються нелогічними);

- вибір без вибору (ця конструкція може мати два варіанти: а) висловлювання складається з двох частин, одна з яких містить повідомлення, що є зовсім неприйнятним для співрозмовника. Цю техніку активно використовували пропагандисти; б) пропонується кілька рішень, кожне з яких підходить адресату);

- незакінчена дія (ця конструкція мови має сугестивний вплив тому, що людина легше запам'ятовує неповні висловлювання, які були перервані в найнапруженій момент. Такі висловлювання підсвідомо викликають зацікавленість);

- кількість повторень (ідея у висловлюванні має повторюватися 3 рази);

- безпосереднє навіювання (використання наказових конструкцій для здійснення впливу);

- риторичні питання (підштовхують реципієнта до потрібних висновків);

- невизначені конструкції (не розкривають джерела інформації, а замість цього називають лише загальну категорію, таку як «деякі експерти» або «дані останніх опитувань»);

- сугестивне питання, що містить бажану відповідь (сугестивні питання створюють психологічний тиск на співрозмовника: ви напевно зі мною погодитесь, що..., невже..., хіба..., чи не правда...);

- формування образу дії, що залучає адресата до її виконання (як вам, певно, вже відомо..., всі знають..., ви, ймовірно, знаєте, що....) [31].

Отже, мова є невід'ємним засобом впливу в політичному дискурсі. Сучасні політики використовують вдало дібрані мовні конструкції для того, щоб акцентувати увагу на важливих цінностях суспільства та звертати увагу на ключові факти для своєї країни.

Висновки до першого розділу

Отже, під політичним дискурсом ми розуміємо сукупність мовленнєвих актів, правил громадського порядку і традицій, що використовуються в політичних дискусіях. До його основних функцій зараховуємо маніпулятивну, сугестивну, інформаційну, комунікативну, експресивну, аргументативну, а головною метою політичного дискурсу вважаємо вплив на аудиторію.

З 1991 року до лютого 2014 року український політичний дискурс був заснований на принципах «братерства» між українським і російським народами, проте після 2014 року ситуація почала змінюватися: українці стали усвідомлювати себе відмінними від східних сусідів. Після повномасштабного вторгнення РФ 24 лютого політичний дискурс зазнав суттєвих змін: він збагатився патріотичними ідеями, що створило умови для консолідації суспільства; політичні діячі почали заперечувати будь-які ознаки російської культури в українському контексті, а тому і досі активно працюють над об'єднанням нації для подолання ворога.

Від початку воєнного стану В. Зеленський обрав промови як основний вид спілкування з громадянами України. Політична промова - це вид комунікації, за допомогою якого політики поширюють свої думки та ідеї з метою вплинути на погляди та ідеологічні переконання аудиторії. Ефективність політичних промов безпосередньо визначається здатністю політиків адаптуватися до слухачів та використовувати зрозумілу і доступну мову, уникаючи надмірної літературності, жаргонізмів і тощо.

Невід'ємним засобом впливу в політичних комунікаціях є сугестія. Її вважають нейтральним видом впливу, бо вона допомагає забезпечити комунікативну перевагу, якщо не використовувати її у деструктивних цілях.

Сучасні політики вдало використовують модальність, дейктичні засоби, нейролінгвістичне програмування та інші мовні тактики, щоб акцентувати увагу на важливих цінностях суспільства.

РОЗДІЛ II. ДИСКУРСИВНІ ВИМІРИ ПРОМОВ ПЕРІОДУ ВОЄННОГО СТАНУ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО

2.1. Риторичні особливості промов

Президент є центральною фігурою у військово-політичному контексті будь-якої країни. Промови глави держави впливають на міжнародні відносини та настрої громадян, а в Україні – ще й на ситуацію на лінії фронту. Тому ми вирішили дослідити риторику промов воєнного часу Президента України В. Зеленського, щоб проаналізувати, якими засобами він досягає впливу на суспільство у кризові часи.

Риторика – наука переконання засобами мови [23]. Для того, щоб визначити риторичні особливості промов лідера держави воєнного часу, проаналізуємо спершу його промови за критеріями, представленими у дослідженні Ю. В. Крапиви та Д. А. Крікун [20].

1. Характер суб'єкта. Зеленський представляє політичну владу в країні і є главою виконавчої влади під час воєнного стану. У своїх промовах він виступає як головнокомандувач військових операцій і лідер країни, звертаючись до населення з важливими меседжами та закликами. Він також виступає як авторитетний і впливовий політичний діяч, намагаючись переконати аудиторію в необхідності певних заходів для захисту країни та національної безпеки.

2. Характер адресата. Адресатами промов Зеленського є громадяни України, військовослужбовці та міжнародна спільнота. Інколи ворог також є адресатом промов.

3. Протиставлення усної та писемної форм мови. Промови В. Зеленського належать до жанру усного мовлення оскільки вони виголошуються у форматі виступу. Проте за способом їх породження, ці промови можна віднести до писемного мовлення, адже вони є текстом, написаним заздалегідь [33].

4. Зіставлення монологічного та діалогічного мовлення. Промови президента належать до жанру монологічного мовлення, оскільки вони виголошуються одним спікером, який звертається до аудиторії.

5. Функції: промови В. Зеленського виконують інформаційну (оскільки промови передають людям важливу інформацію щодо військової ситуації та дій уряду; президент повідомляє громадськості про стан на фронті, втрати військових, розвиток військової операції та іншу інформацію, яка може вплинути на моральний стан нації), аргументативну (він намагається довести, що влада робить все можливе для захисту країни та народу, і надихає громадськість на підтримку дій влади), сугестивну функції (президент використовує мовні засоби, щоб надихнути громадськість на певні дії, такі як підтримка військових або збір коштів для допомоги постраждалим) та експресивну (слова президента можуть викликати певні емоції та дії у людей, і таким чином, впливати на стан нації та допомагати в боротьбі з ворогом).

6. Обсяг інформації. Промови воєнного часу можна класифікувати як короткі промови. Вони чіткі та переконливі, але не надто довгі. Воєнний час є періодом, коли люди переживають стрес, тривогу та неспокій, тому короткі промови можуть бути більш ефективними щодо залучення уваги та підтримки реципієнта.

7. За метою промови поєднують у собі інформативні, оцінні та імперативні жанри.

Композиційно промови президента складаються з трьох частин.

• Вступ; зазвичай він короткий і складається з типового привітання («Бажаю здоров'я, українські герої», «Бажаю здоров'я, єдина країна», «Українці, українки, шановні наші захисники і захисниці», «Великий народі великої України» тощо) та одного-двох узагальнених речень, які апелюють до всього змісту промови («Сьогодні був дуже продуктивний і символічний день», «Коротко звітую про сьогоднішній день», «Сьогодні у нашої країни плідний день...»). Проте деякі промови В. Зеленський починає навіть без привітання, зокрема в ті дні, коли росія нещадно запускає ракети по всій території України,

що призводить до великих трагедій («Почну це звернення без привітання ...» [14.01.23]).

- Основна частина переважно чітко структурована за допомогою слів-зв'язок (перше..., друге..., третє..., перш за все..., ще одне..., друга важлива подія цього дня..., і третя річ...). В цій частині промови Зеленський надає важливу інформацію щодо стану справ на передовій, дій Збройних Сил України, підбиває підсумки дня, говорить про виконану урядом роботу, повідомляє про втрати ворога та закликає європейську спільноту до допомоги тощо.

- Висновок. Це переважно 1-2 речення з побажанням миру чи згадкою про загиблих воїнів, які супроводжуються національним гаслом «Слава Україні» («Щиро бажаю миру усім, всій Україні, всім людям світу. Слава Україні», «Вічна слава усім, хто став на захист України, вічна пам'ять кожному і кожній, хто віддав життя за Україну. Слава Україні»).

Аналізуючи складові частини мовної системи, звернемося до морфологічного, лексичного, синтаксичного рівнів.

Особливості морфологічного рівня мови не є досить виразними, проте варто відзначити активне використання президентом фемінітивів у своїх промовах: українці й українки (за допомогою суфікса -к-), захисники і захисниці (за допомогою суфікса -иц-), працівники і працівниці (за допомогою суфікса -иц-) тощо. Цим він вказує на реальний стан речей українського суспільства, де жінки виконують важливі ролі в армії та на фронті, і повинні мати повне право на визнання своїх здобутків. Такий прийом, по-перше, нормалізує процес вживання фемінітивів у політичному дискурсі, по-друге, сприяє зміцненню довіри до влади та підвищенню авторитету держави, і, по-третє, є важливим кроком у напрямку створення рівноправного та рівнозначного суспільства для всіх його громадян.

На лексичному рівні ми простежуємо тенденцію до вживання великої кількості військової та політичної термінології, що продиктоване реаліями часу: «Подякував за надану Україні підтримку, домовились про наступні кроки по всьому спектру відносин: **оборона, санкції, економіка**, зокрема **імпорт пального**, подальше зближення з **Європейським Союзом**» [12.05.22]; «Росія

завдала черговий **масований ракетний удар** по українських містах...Усюди **цивільні об'єкти**» [14.01.23].

На противагу цьому В. Зеленський оперує розмовною лексикою:

- **накручувати** - тільки док., перех., перен., розм. Наговорити чого-небудь безглуздового, нісенітного і т. ін [30]: «Насправді не варто себе **накручувати**, не варто шукати логіку в діях терористів»;

- **триматися** - розм. Залишатися в доброму стані, не псуватися [30]: «Наше з вами завдання – **триматися**, берегти себе, в тому числі берегти свої емоції» [05.07.22].

Це допомагає президенту залучити широке коло слухачів та зробити свої ідеї більш доступними та зрозумілими для всіх громадян, оскільки під час війни особливо важливо заручитися якомога ширшою підтримкою. Крім того, використання розмовної мови може створити враження більшої близькості та довіри між головою держави та громадянами.

Помічаємо і активне вживання власних назв, зокрема ойконіми (назви населених пунктів) й антропоніми (власні назви людей): «Росія завдала черговий масований ракетний удар по українських містах: **Київ, Харків, Одеса, Кривий Ріг, Дніпро, Вінниця, Ладижин, Бурштин, Львівщина, Хмельницький** та інші міста були мішенями терористів» [14.01.23]; «Мав честь сьогодні вручити державні нагороди і відзнаки представницям цієї професії [медсестрам], тим, хто під ворожими обстрілами та у час окупації не припиняли працювати і рятувати людей: **Тетяні Тарасенко, Аллі Чернець та Людмилі Гус** із Сумської області,...» [12.05.22]. Цим В. Зеленський показує, по-перше, свою обізнаність у ситуації, яка відбувається в країні (він точно знає, які міста постраждали від ракет, в яких містах є проблеми з електроенергією тощо), і, по-друге, приділяючи увагу конкретним працівникам чи військовим, він підкреслює важливість кожного у протистоянні з ворогом.

Важливим маркером для привернення уваги до важливих фактів є певні слова-гасла, оскільки вони закріплюються в пам'яті реципієнтів через повторення. В умовах війни такими словами виступають «мир», «перемога»,

«війна», «єдність», «ЗСУ», «військові», «противник». Ці слова стають символами національної єдності та прагнення до миру та стабільності в країні.

У своїй промові 03.06.2022, темою якої є спогади про 100 днів війни, президент називає 100 слів, які стали маркерами того періоду: Збройні сили, козак, зміїний, Чернобаївка, байрактар, гарпун, хаймарс, старлінк, ленд-ліз, джавеліни, Гостомель, Бородянка, Охтирка, Чернігів, Харків, Херсон, Ізюм, Мелітополь, Маріуполь, Азовсталь, фільтрація, депортація, катування, розстріл, коврове бомбардування, ракетний удар, Окупація, мордор, орки, Відбудова, кандидатство, членство, гарантії, безпека, повернення, звільнення та багато інших. Назва кожного з цих слів мала на меті викликати відповідні асоціації та емоції у слухачів, нагадуючи їм про складні пережиті події та виклики, які ще стоять перед Україною та її народом.

Характерною рисою промов воєнного часу є повторення деяких лексем, що є досить ефективним способом впливу на психіку реципієнта. Через повторення В. Зеленський зміцнює значення своїх ідей та переконує аудиторію в їх правильності: «Втрати ворога **дуже, дуже** серйозні. Це **сотні, сотні** вбитих солдатів, які перейшли наш кордон і прийшли на нашу землю» [25.02.22]; «Просто вдумайтесь, у цей час російського вторгнення всього лише за чотири доби внаслідок російських обстрілів загинули **шістнадцять** українських дітей. **Шістнадцять**» [28.02.22]; «**Кожен** злочин, **кожен** обстріл, який окупанти скоюють проти нас, згуртовують нас, і наших партнерів ще **більше і більше**» [28.02.22]; «Спочатку нам було **однаково** страшно, потім - **однаково** боляче, тепер – все **однаково**. **Окрім** перемоги, **окрім** правди, **окрім** миру, **окрім** спокою, до якого ми хочемо прийти, **окрім** життів наших людей, за яких ми переживаємо, **окрім** України» [02.03.22].

Помічаємо в промовах В. Зеленського і політичну метафору: «Там [на окупованих територіях] призначають якихось **гауляйтерів**, якихось тимчасових керівників.... Тому кожен, хто пішов в **гауляйтери**, може вже робити собі прописку десь в Ростові» [02.04.22]. Загалом політичні метафори слугують для зміни існуючої політичної картини світу в реципієнта, спонукають його до

певних дій і формують в нього емоційний стан, який потрібний адресанту [18]. На нашому прикладі ми бачимо, як президент навіть нам схожість між росіянами та німецькими фашистами (адже термін «гауляйтер» походить саме з тих часів), проводячи паралелі між ними, з огляду на те, що сучасний російський режим має багато ознак фашизму та позичив багато ідей з їх ідеології.

Для підсилення емоційності помічаємо використання ампліфікації, яка характеризується нагромадженням: «Ми боремося за свою державу абсолютно на всіх фронтах: **на півдні, сході, півночі, у багатьох містах нашої прекрасної країни**» [25.02.2022]; «Європейці усвідомлюють, що наші солдати вони борються за нашу державу, а отже і **за всю Європу; за мир, за життя дітей, за рівноправність, за демократію**» [28.02.22]; «Для чого все це вам? Для чого? **Російським матерям, російським вчителям, російським підприємцям, просто звичайним людям.** Просто, для чого?» [28.02.22]; «Які ще бази НАТО: **Софіївський собор, лавра, Андріївська церква?**» [02.03.22]. За допомогою ампліфікації В. Зеленський наголошує на актуальних у той чи інший період питаннях та проблемах, які перебувають у процесі вирішення.

Помітним є використання алегорії: «Коли я йшов в президенти, говорив, що кожен з нас – президент, бо ми всі відповідаємо за нашу державу, ... А зараз так сталося, що кожен з нас – воїн, воїн на своєму місці» [28.02.22]; «Вчора зранку на площі свободи ми всі були харків'янами; потім ворог зніс нас усіх ударами по житлових будинках в Бородянці; вчора ввечері нас всіх бомбили в Києві; і ми всі знову загинули у Бабиному Яру» [02.03.22]. Певні образи (президентів, воїнів, харків'ян, киян) переносяться на весь український народ для актуального відображення дійсності.

Синтаксис також впливає на емоційну складову промови. Проаналізуємо всі типи речень за метою висловлювання, якими президент активно послуговується у свої зверненнях.

Розповідні речення, безперечно переважають у політичному дискурсі, оскільки це найбільш простий і зрозумілий спосіб подачі інформації. У політичних промовах зазвичай використовуються прості речення для кращого

сприйняття інформації [18]. Проте у промовах президента воєнного часу тенденції до надання переваги просим реченням не помічаємо. Він активно послуговується і складними синтаксичними конструкціями для передачі аргументів, додавання формальності та серйозності повідомленню. Це визначається метою конкретних промов – відзвітуватися громадянам України про події дня та повідомити про плани у військовому, політичному плані.

Активно вживаються односкладні означено-особові речення: «Дуже зрадив, коли побачив новини з дружньої Грузії» [25.02.22]; «Перше, привітав воїнів і командирів сухопутних військ Збройних сил України з професійним святом» [12.12.22].

Разом із цим помічаємо багато неповних речень: «Один такий жарт над людьми в росії» [02.04.22]; «Ключове завдання – дві конференції щодо відбудови і стійкості України, щодо проходження цієї зими» [12.12.22]. Вони мають певний ритмічний ефект та створюють більш динамічну та імпульсивну атмосферу промови.

Помічаємо частотне використання питань, зокрема риторичних, сенс яких є у тому, що реципієнт сам знає відповідь: «Що ж тоді далі, якщо вже Бабин Яр? Які ще військові об'єкти загрожують російській федерації?»; «Звертаюсь зараз до всіх євреїв світу: хіба ви не бачите, що відбувається?»; [02.03.22]. В деяких випадках В. Зеленський сам відповідає на запитання одразу ж, що дає зрозуміти реципієнту, що вони міркують однаково – так встановлюється емоційний контакт [18]: «Чому найбільше джерело терору у світі, росія, ще досі може вести цю війну? І чому вона може вести війну так жорстоко і цинічно? Тільки одна причина – недостатньо тиску на росію, недостатнє реагування на терор цієї держави» [12.09.22]; «Ну що про них сказати? Ось це і є справжня суть тих випадкових товарищів, які заволоділи росією» [28.11.22].

Для заохочення аудиторії до дій президент послуговується спонукальними реченнями: «Тому кричіть про вбивства мирних людей, кричіть про вбивства українців» [02.03.22]; «Тому хочу сказати ще мешканцям Криму: саботуйте цю історію на будь-якому з етапів, якщо не вийде, то не виконуйте злочинних

наказів і за першої ж нагоди здавайтеся! Здавайтеся Збройним силам України» [02.04.22].

Отже, на морфологічному рівні ми відзначили активне використання фемінітивів. На лексичному рівні простежили тенденцію до вживання великої кількості термінології, загальноживаної та розмовної лексики, вживання власних назв, слів-гасел, повторів, політичних метафор, ампліфікацій, алегорій. На синтаксичному рівні прокоментували активне використання розповідних, питальних, спонукальних речень.

2.2. Модальні смисли у промовах Володимира Зеленського

З огляду на те, що модальність є однією з найважливіших характеристик речення, а отже й тексту, і трактується як категорія, що виражає відношення висловлювання до реального життя, важливо проаналізувати модальні смисли у промовах президента.

Як вже зазначалося раніше, лінгвісти розмежовують об'єктивну і суб'єктивну модальність. До основних засобів вираження об'єктивної модальності за О. Каленюк є:

1) протиставлення грамем дієслівного способу. У аналізованих промовах переважає дійсний спосіб вираження дієслова, що визначає відношення висловлювання до дійсності як реальне);

2) протиставлення речень за метою висловлювання. У промовах президента ми простежили активне використання розповідних речень (що виражають фактичну інформацію про дійсність), питальних (що ставлять питання про дійсність), спонукальних (що виражають бажання або наміри);

3) протиставлення висловлювань за ознакою «ствердження - заперечення». В. Зеленський звертається до заперечних конструкцій переважно для наголошені про неможливість поразки або про неможливість загарбникам уникнути покарання («Збройні сили України, наша розвідка, наші правоохоронні

органи **не залишать** без відповіді сьогоднішні російські обстріли Дніпропетровщини» [10.08.22]);

4) протиставлення речень окличних і неокличних. Окличними в аналізованих промовах переважно є речення в завершальній частині: «Щиро бажаю миру усім, всій Україні, усім людям світу! Слава Україні!» [02.04.22], [16].

Суб'єктивна модальність вказує на ставлення мовця до висловлюваного. Чеський дослідник Р. Мразек зазначає, що суб'єктивна модальність «розпадається на дві площини: з одного боку, це значення в межах інтенції – необхідності – можливості (волюнтативна модальність), з другого – ступінь достовірності повідомлюваного змісту, впевненості мовця в реальності диктального ядра предиката, тобто персуазивна модальність» [41].

Модальність інтенції у промовах президента виражена за допомогою особових дієслів: «**Маю сказати**, абсолютно відверто, ця ніч буде більш тяжкою, ніж день» [25.02.22]; «**Подивимось**, чим закінчиться цей тиждень для російської валюти, яким буде падіння рубля» [28.02.22].

Модальність необхідності виражена за допомогою модальних дієслів: «**Ще треба** почекати» [02.04.22]; «**Треба** визнати росію державою-терористом. **Треба** посилити санкції» [12.09.22]; «Ми всі **маємо бути** в таких умовах особливо об'єднаними, особливо зосередженими на державних інтересах, і, як наслідок, особливо стійкими» [01.02.23].

Модальність можливості В. Зеленський демонструє за допомогою модального дієслова «могти», особових дієслів, прислівників: «Тому кожен, хто пішов у гауляйтери, **може** вже робити собі прописку десь в Ростові. А за співпрацю з ними чи з окупантами **будуть** великі проблеми» [02.04.22]; «Бомбардування **можуть** продовжуватись» [02.04.22]; «Це **неможливо** повертатись до звичайного життя як було, навіть на тих територіях, які ми повертаємо, повертаємо після боїв» [02.04.22]; «Зараз ще **не можна** думати, ніби ми вже пройшли всі випробування» [02.04.22].

Ступінь своєї впевненості у повідомлені президент демонструє за допомогою вставних слів та прислівників: «**Впевнений**, що ці звинувачення вони не об'єктивні, в них ніхто не повірить: не повірять українці, не повіть світ, не поверят граждане российской федерации» [25.02.22]; «**Я впевнений**, що це справедливо. **Я впевнений**, що ми на це заслужили. **Я впевнений**, що все це можливо» [28.02.22]; «**Я впевнений**, що кожен з нас перемаже» [28.02.22]; «**Ще раз підкреслюю**, попереду складні битви» [02.04.22]; «Але в Україні доєднується ще одна чеснота – вірність товаришам і своєму народу в боях, в боях за свободу України, у нашій війні за незалежність, в якій ми **обов'язково** перемажемо, **обов'язково** доб'ємося миру для всієї нашої землі» [02.04.22]; «І це **дійсно** сучасний корпус. У ньому відчуваєш, що наша медична система, що наша медицина **дійсно** може бути на одному рівні з найкращими світовими медичними системами» [12.05.22]; «Ми вклалися в розвиток медицини та всієї соціальної інфраструктури до війни і ми **обов'язково** продовжимо робити це після війни» [12.05.22]; «**Звичайно**, будуть ще нагороди, будь ще подяки» [14.11.22]; «Ми всі маємо бути в таких умовах особливо об'єднаними, особливо зосередженими на державних інтересах, і, як наслідок, особливо стійкими. **Впевнений**, що такими і будемо» [01.02.23].

Ступінь достовірності повідомлюваного змісту в промовах президента передається за допомогою ментальних предикатів, зокрема за допомогою модусу власної думки: «Окремо говорили про ситуацію в Маріуполі, для якої, **я сподіваюсь**, все ж таки можуть знайтись рішення» [02.04.22]; «**Сподіваюсь**, що найближчим часом зможемо повідомити про деталі» [02.04.22]; «**Я вірю**, що ми зможемо це забезпечити» [14.11.22]; «**І я вірю**, що аналогічні рішення все ж таки будуть ухвалені іншими нашими партнерами» [14.01.23].

Отже, модальність у промовах воєнного часу є ефективним інструментом впливу на суспільство, оскільки вона дозволяє нашому президенту висловлювати свої переконання та ставлення до подій в країні. В. Зеленський обережно нав'язує необхідні суспільству думки і переконання за допомогою волонтактивної та пресуазивної модальності.

2.3. Дейктичні особливості промов президента

Використання дейксису у політичних промовах воєнного часу дозволяє В. Зеленському забезпечити більш ефективну комунікацію з аудиторією та досягти більшого впливу на неї.

Персональний дейксис вказує на учасників мовного акту і у аналізованих промовах виражається за допомогою особових займенників. Займенник *я* сприяє інтерактивності спілкування, індивідуалізує висловлення: «І окремо **я** хочу зупинитись на тому, що російська федерація намагається забирати в армію людей і в Криму» [02.04.22]; «**Я** не втомлююсь повторювати ці слова, звертаючись до усіх, усіх, хто захищає державу» [12.05.22]; «**Я** закликаю сьогодні усіх, хто ще не встиг подякувати їм, зробіть це» [12.05.22]; «Перш за все, **я** мав честь особисто відзначити державними нагородами наших воїнів» [14.11.22]; «**Я** подякував партнерам і закликав їх продовжити в 2023 році так само допомагати Україні, як і цього року» [12.12.22].

Інклюзивне *ми* використовується президентом, коли він веде мову:

- «від імені усіх державних діячів»: «**Ми** звертаємось до Європейського Союзу щодо невідкладного приєднання України за новою спеціальною процедурою» [28.02.22]; «**Ми** вклалися в розвиток медицини та всієї соціальної інфраструктури до війни і **ми** обов'язково продовжимо робити це після війни» [12.05.22]; «Ось це **ми** і пропонуємо усім сумлінним державам, усім, хто цінує статут ООН і просто мир» [12.12.22];

- «від імені армії»: «**Ми** просуваємось вперед, просуваємось обережно» [02.04.22]; «**Ми** стійко пройшли цей час від лютого до лютого» [01.02.23];

- «від імені українців»: «**Ми** пережили за цей час стільки, скільки іншим народам може не і за десятки років» [28.02.22]; «Тому наше завдання боротись, поки **ми** не досягнемо своїх цілей у цій війні» [12.05.22]; «І **ми** маємо зробити все, щоб зупинити рашизм так само, як вільний світ свого часу зупинив нацизм» [14.11.22].

• «від імені усього цивілізованого світу»: «**Ми** всі хочемо перемоги, всі» [02.04.22]; «Але усі **ми** маємо бути свідомими того, що росія не відмовилась від цієї своєї тактики терору» [12.12.22].

Ще однією вказівкою на учасників мовленнєвого акту є займенник *вони*, який репрезентує особу ворога: «Цієї ночі **вони** підуть на штурм» [25.02.22]; «**Вони** нічого не знають про нашу столицю, про нашу історію, але у них є наказ – стерти нашу історію, стерти нашу країну, стерти нас усіх» [02.03.22]; «Сьогодні вночі **вони** нанесли удар по Чернігівщині, іще й по школах» [12.05.22].

Тут чітко простежується протиставлення «ми» - «вони», а саме поділ на «своїх» та «чужих». Стратегія побудови такої опозиції базується на переліку позитивних рис, притаманних «нам», і негативних рис, які приписують «їм». При цьому використовується маніпуляція [42].

За допомогою часового дейксису В. Зеленський впорядковує події у своїх повідомленнях. По-перше, у аналізованих промовах знаходимо вказівки на те, що мова йде про події, які відбуваються у момент мовлення про них: «Доля України вирішується саме **зараз**» [25.02.22]; «Допомагайте, будь ласка, один одному, особливо людям літнього віку, самотнім, тим, кому **зараз** дуже важко» [25.02.22]; «**Поки продовжується це злочинне вторгнення в Україну**, російська держава зазнає таких збитків, ніби війна пройшла їхньою територією» [28.02.22]; «**Кожну годину** ми присвячуємо посиленню нашої держави» [28.02.22]; «А **зараз** так сталося, що кожен з нас – воїн» [28.02.22]. Виразниками часового дейксису є і дієслова теперішнього часу, які актуалізують висловлення: «Ми **боремося** за свою державу абсолютно на всіх фронтах» [25.02.22]; «У кожній розмові з нашими партнерами я **чую** щиру повагу» [28.02.22]; «Сім ночей ми майже **не спимо**. Або **спимо**, але дуже тривожно» [02.03.22].

Наявні і вказівки на минулий час (події, про які йде мова, уже відбулися): «Я **сьогодні** постійно працював і говорив з президентом Макроном, Шольцом, Рюте, пані Фондерляйн, з Президентом Сполучених Штатів Америки Байденом» [25.02.22]; «За цей час російського вторгнення **всього лише за 4 доби**

внаслідок російських обстрілів загинули 16 українських дітей» [28.02.22]; «**Учора зранку** на Площі Свободи ми всі були харків'янами. **Потім** ворог зніс нас усіх ударами по житлових будинках у Бородянці. **Вчора ввечері** нас всіх бомбили в Києві, і ми всі знову загинули в Бабиному Яру від ракетного удару» [02.03.22]; «**У часи Радянської** влади там, на кістках, побудували телецентр» [02.03.22]; «**Ближче до вечора** зустрівся з головою Європейського парламенту Робертою Мецолою» [02.04.22]. Дієслова минулого часу вказують на те, що дія вже відбулася в минулому (акцент робиться на результаті цієї дії): «Українці **показали** світу, хто ми є, і росія **показала**, якою вона стала» [28.02.22]; «Європа **закрила** небо для всіх російських літаків» [28.02.22]; «За цей час ми **об'єднали** Європу, ми **об'єднали** країни Європейського Союзу вже на новому рівні» [02.03.22]; «**Говорили** про те, як прискорити вступ України до Європейського Союзу. Конкретика є» [02.04.22]; «Вже традиційно **підписав** указ про нагородження наших захисників» [02.04.22]; «За час бойових дій з 24 лютого, російські війська **зруйнували** 570 закладів охорони здоров'я, повністю **знищили** 101 лікарню» [12.05.22]. Кількісно вирізняється вживання дейксису із вказівкою на минулий час, адже промови В. Зеленського мають й інформативну функцію. Він звітується слухачам про важливі події дня, розповідає про прогрес на фронті тощо, що є характерним для лідера держави у воєнний період.

Зустрічаємо і вказівки на майбутній час: «Але це буде **після** війни. **Після** перемоги» [02.03.22]; «**Вже завтра, 2 квітня**, українські мусульмани разом з усіма мусульманами світу зустрічатимуть священний місяць Рамадан» [02.03.22]. Дієслова майбутнього часу вказують на те, що дія, наведена у висловлюванні, буде виконана після моменту мовлення про неї, а також простежується впевненість президента у тому, що ця дія точно відбудеться: «Цієї ночі ворог **застосує** всі наявні у них сили, щоб зламати наш опір – підло, жорстко і не по-людськи» [25.02.22]; «В умовах воєнного стану учасники бойових дій, українці реальним бойовим досвідом, **будуть звільнені** з-під варти і **зможуть компенсувати** свою провину у найгарячіших точках війни» [28.02.22].

Як вже було зазначено раніше, В. Зеленський у своїх промовах активно використовує власні назви, зокрема топоніми. Це підтверджує й дослідження просторового дейксису: «Під ударом багато міст нашої держави: **Чернігів, Суми, Харків**, наші хлопці, наші дівчата на **Донбасі**, міста **півдня України**, особлива увага **Києву** [25.02.22]; «Зупиняйте ворога **всюди**, де можете» [25.02.22]; «У перший день війни жорстоко бомбили **Умань**, куди щороку приїжджають сотні тисяч євреїв помолитися. Потім – **Бабин Яр**, де були розстріляні сто тисяч євреїв [02.03.22]; «**На півночі нашої країни** продовжується відхід окупантів, повільний, але помітний. **Десь** їх виганяють з боями. **Десь** вони самі залишають позиції» [02.04.22]. Приділяючи увагу кожному куточку України, президент показує, що він піклується про кожне місто і регіон країни, стираючи межі між собою і українцями, які живуть на цих територіях.

Отже, за допомогою персонального дейксису президент чітко окреслює учасників комунікації, утворюючи протиставлення «ми» - «вони»/ «свої» - «чужі»; часовий дейксис допомагає впорядкувати події у повідомленні, зокрема у аналізованих промовах переважає акцент на результаті дій президента, виражений за допомогою дієслів минулого часу; просторовий дейксис охоплює переважно територію України і дозволяє президенту показати свою ментальну та фізичну близькість до кожного громадянина.

Висновки до другого розділу

По-перше, у другому розділі ми проаналізували риторичні особливості промов президента: на морфологічному рівні відзначили активне використання фемінітивів; на лексичному рівні простежили тенденцію до використання великої кількості термінології, загальноживаної та розмовної лексики, вживання власних назв, слів-гасел, повторів, політичних метафор, ампліфікацій, алегорій; на синтаксичному рівні прокоментували використання розповідних, питальних та спонукальних речень. Визначені особливості мають функцію впливу на реципієнта.

По-друге, ми простежили взаємозв'язок модальності та сугестії. У аналізованих промовах модальність є потужним засобом впливу на суспільство, оскільки вона дозволяє президенту висловити свої переконання та ставлення до подій в країні.

По-третє, ми обґрунтували взаємозв'язок персонального, часового та просторового дейксису й сугестії. Дейктичні слова впливають на реакцію слухачів і надають певних відтінків повідомленню.

РОЗДІЛ III. СУГЕСТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ

3.1. Вербальні та невербальні технології впливу на реципієнта

Щоб забезпечити логічне та плавне сприйняття інформації, і, відповідно, мати можливість вплинути на реципієнта, В. Зеленський у своїх промовах дотримується правил організації інформації за П. Г. Грайсом:

Максима	Приклади	Коментар
Максима повноти інформації	«Ранок почався зі Ставки. Фронт. Забезпечення армії. Енергетика. Зв'язок. Пункти Незламності. Посилення нашої ППО. Робота з партнерами. Ситуація у прифронтових районах і придушення російських вогневих позицій. Усі ключові питання тримаємо у фокусі уваги Ставки»	Висловлення президента не містять надлишкової інформації, повідомлення повністю стосуються теми висловлення.
Максима істинності інформації	«Росія завдала черговий масований ракетний удар по українських містах: Київ, Харків, Одеса, Кривий Ріг, Дніпро, Вінниця, Ладижин, Бурштин, Львівщина, Хмельницький та інші міста були мішенями терористів» [14.01.23]	Інформація, озвучена В. Зеленським, спирається на повідомлення обласних військових адміністрацій.
Максима релевантності інформації	«Ввечері підписав черговий указ про нагородження наших захисників: 244 учасника відзначені державними	В. Зеленський торкається різних тем, але всі вони підпорядковані основній – щоденний

	нагородами, з них 21 - помертньо» [10.08.22]	звіт українському народові під час війни.
Максима зрозумілої інформації	«Звітую про день, що минає. Перше, привітав воїнів і командирів сухопутних військ Збройних сил України з професійним святом» [12.12.22]	Президент чітко оголошує тему розмови та за допомогою вставних слів структурує своє висловлювання.

Окрім цього, варто відзначити окремі максими витрат і вигод у промовах президента, запропоновані П.Г. Грайсом.

Максима	Приклад	Коментар
Максима схвалення	«Вчора зранку на площі свободи ми всі були харків'янами; потім ворог зніс нас усіх ударами по житлових будинках в Бородянці; вчора ввечері нас всіх бомбили в Києві; і ми всі знову загинули у Бабиному Яру» [02.03.22]	Світогляд президента збігається зі світоглядом реципієнтів (українців). Наведення подібної алегорії стирає межу між учасниками комунікації, що формує її результативність.
Максима скромності	«Маю сказати, абсолютно відверто, ця ніч буде більш тяжкою, ніж день» [25.02.22]	Реалістична самооцінка В. Зеленського дозволяє йому називати речі своїми іменами та відверто говорити про події в країні.
Максима симпатії	«Великий народі великої України» [03.06.22]	Комунікація президента базується на доброзичливості до реципієнтів, на створенні

		сприятливого тону для важливого повідомлення.
--	--	---

Аналізуючи вплив на реципієнта у промовах В. Зеленського воєнного часу варто зазначити, що сугестія не використовується в деструктивних цілях. Лідер держави під час кризової ситуації намагається вплинути на емоційний стан та психологічний настрій громадян України, щоб зберегти їхню мотивацію та віру у перемогу, а також перетворити злість на ворога у допомогу армії за допомогою таких засобів НЛП:

- Якоріння. Прикладом цього засобу є якор на слово «Маріуполь», встановлення якого відбувалося на піку переживань щодо подій в цьому місті за допомогою постійних згадок у промовах В. Зеленського: «Європейці, українці, маріупольці! Сьогодні день, який визначає все. Визначає, хто на чиему боці. Російські бомби впали на лікарню та пологовий будинок у місті Маріуполь. Будівлі зруйновані. Станом на цей час 17 поранених. Розбір завалів ще триває» [09.03.22]. Отже, була ідентифікована відповідна ситуація (знищення Маріуполя російськими окупантами), куди необхідно було спрямувати розпач, а звідси злість і ненависть українців до ворога, яку потім було конвертовано, наприклад, у матеріальну допомогу армії. Під час пізніших згадок про Маріуполь в уяві реципієнта можуть з'являтися відповідні реакції, що нагадують про звірства ворога, формують про нього відповідну думку та закликають простих громадян до допомоги армії.

- Масова емпатія. За допомогою цього засобу президент сформував у реципієнтів відчуття емпатії, а звідси довіри до себе. Для цього було задіяно декілька рівнів:

А) за репрезентативною системою: було встановлено формат спілкування з народом – відео, яке можна переглядати у будь-якій соціальній мережі, що зробить його доступним для населення країни;

Б) за позою та жестами: часто президент виголошує промову сидячи в кріслі – це додає авторитетності лідеру держави. Його руки складені на столі нижче рівня грудей у відкритому положенні. Ця поза підкреслює впевненість лідера

держави у його словах. Окрім цього, в часто В. Зеленський виголошує промову стоячи, руки в бічному положенні. Ця поза вказує на невимушеність та спокій оратора, в той же час відображаючи його впевненість та владність. Жестикуляція неактивна. Цим В. Зеленський підкреслює свій спокій, серйозність та зосередженість під час виступів.

В) за змістом комунікацій: В. Зеленський чітко розуміє, хто його цільова аудиторія - українці (попри те, іноді у промовах він може звернутися чи до Європейського парламенту, чи до росіян), та завжди починає свої промови з актуальних тем: перемовини з лідерами держав, ракетні удари по містах – те, що найбільше хвилює суспільство під час війни;

Г) за ключовими словами: слова-гасла «мир», «перемога», «війна», «єдність», «ЗСУ», «військові», «противник» через постійне повторення стали символами національної єдності та прагнення до миру та стабільності в країні;

Г) за цінностями і переконаннями: В. Зеленський доречно використовує релігійні («Що б вони там не мріяли – чорт з ними! Бо з нами – Бог!» [02.03.23]), соціальні («Сьогодні в Макарові на Київщині вони обстріляли хлібозавод. Для чого? Старий хлібозавод! Вдумайтесь – стріляти у хлібозавод. Ким треба бути, щоб таке робити?» [07.03.22]), моральні («Що це за війна проти українських дітей в дитячому садку? Хто вони? Вони теж неонацисти з дитячого садочку? Або це солдати НАТО, які загрожували росії?» [25.02.22]) цінності для впливу на аудиторію.

• Рефреймінг. Президент України переважно звертається до рефреймінгу змісту повідомлення з метою перелаштування механізмів сприйняття. Наприклад, для того, щоб дискредитувати ворога, В. Зеленський порівнює російську політичну ідеологію з німецьким фашизмом: «Тому кожен, хто пішов у гауляйтери, може вже робити собі прописку десь в Ростові» [02.04.22] (не голова Військово-цивільної адміністрації, а гауляйтер).

• Створення ймовірного майбутнього. Цей прийом використовується з конструктивною метою нагадати українцям, яке чудове майбутнє на них чекає після перемоги. Людям легше орієнтуватися в подіях сьогодення, якщо їм

нагадують про перспективу: «Рідні мої, настане час, коли ми всі зможемо виспатися, але це буде після війни. Але точно після перемоги. У мирі, який нам так потрібен, який ми завжди цінували і який ми ніколи не руйнували» [02.03.22].

• Структуризація результату. У промовах воєнного часу В. Зеленський чітко формулює план дій, орієнтованих на результат – перемогу:

1) підтримка від союзників: «Європейці! Ви не зможете сказати, що не бачили, що відбувалося з українцями, що відбувалося у Маріуполі з маріупольцями. Ви бачили. Ви знаєте. А отже, ви повинні посилювати санкції проти росії так, щоб у неї більше не було жодної можливості продовжувати цей геноцид» [09.03.22]; «І ми жодного дня не скорочували і не будемо скорочувати нашу дипломатичну активність, щоб отримати для України сучасні і достатні протиракетні системи» [05.07.22];

2) підготовка військових: «Готуємо хлопців. І дуже чекаємо постачання зброї, обіцяного партнерами» [13.04.23];

3) відновлення територіальної цілісності України: «Окупанти нічого не захоплювали без спротиву наших героїв з 24 лютого і нічого не зможуть зберегти. Ми все звільнимо» [10.08.22];

4) покарання агресора: «Ми на своїй рідній землі і за війну проти нас буде міжнародний трибунал для них» [02.03.22].

Важливо зауважити, що план є екологічним, про перемогу будь-якою ціною мова не йде: «Україна поверне усе своє і має зберегти якнайбільше життів» [10.08.22].

Отже, маючи структурований план дій, реципієнт-українець почуває себе більш впевнено та безпечно, адже добре орієнтується в тому, яким чином досягатиметься перемога.

Окрім цього, звернімо увагу на інші характерні конструктивні засоби впливу на реципієнта, характерні промовама президента:

• Перехід на мову ворога під час звернення до росіян. Попри те, що росіяни не є цільовою аудиторією В. Зеленського, президент використовує цей прийом для публічного спілкування з противником. Він начебто передає інформацію

ворогу від усього українського народу: «Бросайте вашу технику и уходите. Не верьте вашим командирам. Не верьте вашим пропагандистам. Просто спасайте ваши жизни. Уходите» [28.02.22]; «Предупредите каждого такого призывника, их родителей. Нам тут не нужны новые убитые люди. Берегите своих детей, чтобы они не стали злодеями. Не отдавайте их в армию. Делайте все, что можете, лишь бы они жили. Дома. У себя дома» [02.04.22]. Таким чином, слухач-українець розуміє, що президент має такі самі цінності та принципи, ідеї та переконання, як і він сам, а тому починає більше довіряти та поважати лідера держави. Використання цього прийому ми помітили лише в перші 2 місці війни, коли суспільство ще мало надію достукатися до ворога і відкрити йому очі на правду.

- Реакція на всі важливі суспільні новини (навіть ті, що є поза воєнним контекстом). Тематика щоденних промов В. Зеленського – звіт про події які стосуються війни. Та попри його сильну завантаженість і максимальну залученість у воєнні справи, він показує свою небайдужість і до інших подій у суспільстві, як от реакція на ситуацію з хлопцями, які влаштовували вечірки, де напували дівчат, а потім знущалися над ними: «І окремо хочу сьогодні подякувати працівникам Національної поліції України, які швидко відреагували на ганебні факти, про які стало відомо вчора. Факти знущань з дівчат. Розпочато кримінальне провадження. Є перші затримання зловмисників. Процесуальні дії тривають. Насильству в Україні місця не буде» [01.02.23]. Його реакція на події, які не стосуються війни, показує, що він є уважним до потреб і проблем громадян України та готовий діяти в їхніх інтересах за будь-яких обставин. Це зміцнює довіру громадян до лідера держави.

- Вибір одягу як невербальний засіб впливу. З самого початку війни ми бачимо президента не у вишуканих костюмах, а у простому одязі в стилі мілітарі: футболки, сорочки, штани кольору хакі. На думку С.А. Креховецької та Д. М. Мицан, «такий образ є невід’ємною частиною його промов і підсилює їх вплив на пересічного громадянина України. Кожен українець бачить: його президент з ним, не втік. Так само, як і він, недосипає і разом з ним пліч-о-пліч воює на

інформаційному фронті. Усе це заслуговує на повагу і укріплює віру в те, що ми переможемо» [21].

Всі ці прийоми можна віднести до конструктивних сугестивних впливів, оскільки вони підвищують ефективність комунікації, сприяють співпраці керівництва держави й суспільства, посилюють вплив на аудиторію, зберігають довіру реципієнтів до президента та створюють йому позитивний імідж та репутацію.

Отже, для забезпечення логічного та плавного сприйняття інформації та впливу на цільову аудиторію, В. Зеленський у своїх виступах дотримується максим повноти, істинності, релевантності та зрозумілості інформації, а також максим схвалення, скромності та симпатії. У його промовах ми бачимо конструктивне використання таких засобів сугестії, як якоріння, масова емпатія, рефреймінг, створення ймовірного майбутнього, структуризація результату, перехід на мову ворога, реакція на всі важливі суспільні новини, вибір одягу.

3.2. Мовленнєві прийоми сугестії у промовах В. Зеленського

Окрім зазначених у попередньому підрозділі вербальних та невербальних технологій впливу, сконцентруймося на мовленнєвих прийомах сугестії у промовах воєнного часу В. Зеленського. Це спеціальні мовленнєві засоби, що застосовуються з метою впливу на психіку та поведінку слухачів з метою переконати аудиторію в чомусь, змінити її думку чи вчинки, або надихнути на певну дію. Серед мовленнєвих прийомів сугестії, що найчастіше застосовуються, зазначимо такі:

- конкретність та образність ключових слів. Ключові слова «мир», «перемога», «воля», «єдність», попри свою важливість, є абстрактними поняттями, які можуть знижувати силу впливу. Тому В. Зеленський використовує і конкретні ключові слова, що можна легко уявити подумки:

«ЗСУ», «військові», «противник». Вони викликають уявлення про військових, їхній патріотизм, мужність, боротьбу з противником і перемогу;

- номіналізація, яка допомагає закріпити потрібну концепцію у свідомості цільової аудиторії: «Наша головна мета – **закінчення** цієї бійні» [25.02.22] (закінчення замість закінчити); «Ключове зараз - **оборона**» [28.02.22] (оборона замість оборонятися); «Але **виконання** цього завдання залежить не лише від нас, а й від **розуміння** партнерами наших фундаментальних потреб» [05.07.22]; «Я вдячний усім нашим партнерам, які розуміють, що тільки **забезпеченням** програшу Росії на полі бою, тільки російськими втратами – військовими, політичними, економічними – можна наблизити **повернення** безпеки для України та всієї Європи» [10.08.22];

- використання мовленнєвих структур єдності, довіри: «За цей час ми по-справжньому стали єдиним цілим» [02.03.22]; «Ми усе відбудуємо» [07.03.22]; «Ми всі маємо бути в таких умовах особливо об'єднаними, особливо зосередженими на державних інтересах і як наслідок – особливо стійкими. Впевнений, що такими й будемо» [01.02.23]. Ці структури допомагають реципієнту відчувати себе частиною великої спільноти та підвищують мотивацію до спільних дій;

- міміка, жестикуляція замінені актуальним відеорядом. Наприклад, промова 07.03.22 починається з демонстрації В. Зеленським виду з вікна офісу президента та словами «Ось, вечірній Київ, наш офіс». Коли візуальний ряд підкріплює зміст переданої інформації, це сприяє підвищенню сили навіювання: немовні компоненти менше піддаються осмисленому контролю. Їхнє «розшифрування» здійснюється ніби неусвідомлено, просто «ні з чого» виникає певне емоційне ставлення [31];

- приховані команди, що містяться в питаннях чи непрямих проханнях: «Обов'язково допомагайте нашим людям на окупованій території, які залишились самі чи без зв'язку. Говоріть з ними, підтримуйте їх, **розповідайте їм про нашу боротьбу** й про можливості евакуюватися на вільну територію» [10.08.22]. «Розповідайте їм про нашу боротьбу» є чи не ключовим

меседжам цього повідомлення, адже відомо, що люди на окупованих територіях майже відрізані від доступу до інформації. Виконання цього прохання може сприяти бажанню людей на окупованих територіях долучатися до боротьби за свою країну, якщо вони розумітимуть, що перемога близько.

Синтаксичні конструкції впровадження мовленнєвих засобів сугестії:

- правило трьох «ТАК». Якщо людина погодилася з певними тезами тричі, вона погодиться і вчетверте: «Зруйновані лікарні, зруйновані школи, зруйновані церкви, звичайні будинки (ТАК). І всі вбиті люди, вбиті діти (ТАК). Авіабомба на пологовий будинок – це остаточний доказ (ТАК). **Доказ того, що відбувається геноцид українців**» [09.03.22];

- кількість повторень (ключовий меседж у тексті має повторюватися 3 рази). Це ми і простежуємо у промові 12.09.22: «Гостра міграційна криза у Європі – ось який розрахунок держави-терориста»; «Досі громадяни держави-терориста можуть їздити у Європу, щоб відпочити й на шопінг, досі можуть отримувати європейські візи, і ніхто не знає, чи немає серед них катів або вбивць, які щойно повернулися з окупованої території України»; «Треба визнати Росію державою-терористом». Виділене словосполучення повторюється тричі, що підкреслює серйозність проблеми та важливість визнання росії державою-терористом. Таким чином повідомлення закріплюється в пам'яті реципієнта.

- безпосереднє навіювання: «Тому **кричіть** про вбивства мирних людей. **Кричіть** про вбивства українців» [02.03.22]. Такі імперативні конструкції використовуються для того, щоб запрограмувати людей діяти потрібним чином;

- використання риторичних питань, котрі підштовхують читача до потрібних відповідей: «Що ж тоді далі, якщо вже Бабин Яр? Які ще військові об'єкти загрожують російській федерації?» [02.03.22];

- сугестивне питання, що містить бажану відповідь: «Звертаюся зараз до всіх євреїв світу – **хіба ви не бачите**, що відбувається?» [02.03.22]. За допомогою цього прийому нав'язується бажана відповідь, якої потребує сугестор;

• формування образу дії, що залучає адресата до її виконання: «Але всі ми маємо бути свідомі того, що Росія не відмовилася від цієї своєї тактики терору. Відсутність масованих ракетних ударів говорить лише про те, що ворог до них готується і може вдарити в будь-який час. **Хоча очевидно, що і без світла ми добре знаємо, куди стріляти та що звільняти**» [12.12.22]. Останнє речення закликає пересічного українця до боротьби проти ворога навіть попри блекауті.

Варто зазначити, що ці мовленнєві прийоми сугестії ми також відносимо до конструктивних впливів. Вони позитивно впливають на психіку людини, не порушують її емоційну стабільність та самопочуття, не викликають стрес, тривогу, депресію. А навпаки, сприяють об'єднанню суспільства, підвищують рівень довіри до держави, створюють враження єдності простого громадянина і Президента України.

Отже, у промовах президента ми віднаходимо такі конструктивні мовленнєві засоби, як номіналізація, використання мовленнєвих структур єдності, довіри, заміна міміки, жестикуляції актуальним відеорядом, приховані команди, правило трьох «ТАК», кількість повторень, безпосереднє навіювання, використання риторичних питань, сугестивне питання, що містить бажану відповідь та формування образу дії, що залучає адресата до її виконання. Застосування конструктивних методів впливу у промовах відображає позитивний підхід до розв'язання проблем та показує, що В. Зеленський не просто ідентифікує проблеми, але також пропонує раціональні та практичні підходи для їх вирішення.

Висновки до третього розділу

Отже, у третьому розділі ми звернули увагу на вербальні та невербальні прийоми сугестії у промовах президента. По-перше, ми проаналізували правила організації інформації у промовах В. Зеленського; по-друге, ми визначили, що сугестія в аналізованих виступах не використовується в деструктивних цілях. Висновок був зроблений на основі аналізу таких вербальних та невербальних прийомів впливу, як якоріння, масова емпатія, рефреймінг, створення ймовірного майбутнього, структуризація результату, перехід на мову ворога, реакція на всі важливі суспільні новини, вибір одягу; а також таких мовленнєвих засобів, як номіналізація, використання мовленнєвих структур єдності, довіри, заміна міміки, жестикуляції актуальним відеорядом, приховані команди, правило трьох «ТАК», кількість повторень, безпосереднє навіювання, використання риторичних питань, сугестивне питання, що містить бажану відповідь та формування образу дії, що залучає адресата до її виконання. Конструктивні методи впливу у промовах В. Зеленського мають позитивний вплив на психіку людини, не порушують психологічну стійкість і самопочуття, не призводять до стресу, тривоги чи депресії. Натомість вони сприяють згуртуванню суспільства, підвищують рівень довіри до влади, формують відчуття єдності.

ВИСНОВКИ

Різні науковці по-різному описують дискурс, але всі вони визначають його як комунікативний процес, що включає мовленнєву діяльність та взаємодію між учасниками, що визначається відповідно до конкретного контексту, теми та ситуації спілкування.

Аналізуючи політичну комунікацію, дослідники послуговуються поняттям «політичний дискурс». Це сукупність мовленнєвих актів, правил громадського порядку та традицій, що використовуються в політичних дискусіях. Політичний дискурс включає усні та письмові тексти, які стосуються суспільно-політичних питань та адресовані представникам суспільно-політичної сфери.

Основною метою політичного дискурсу є вплив на аудиторію, і лінгвісти активно цікавляться конкретними мовними засобами, які використовуються для формування політичних переконань.

Оскільки наразі триває повномасштабна війна, і політичний дискурс зазнав модифікацій, ми вирішили проаналізувати промови воєнного часу Президента України В. Зеленського, оскільки, він є важливою фігурою в політичному та військовому контексті країни, і виокремити засоби впливу на реципієнта.

Для успішної реалізації впливу, В. Зеленський зважено будує дискурс, враховуючи характер інформації та її оцінний аспект. Розробляючи свої промови, він ретельно працює над композицією та мовним наповненням, враховуючи комунікативно-цільові функції свого виступу.

Досліджуючи риторичні особливості промов президента, варто сказати, що на морфологічному рівні ми відзначили активне використання фемінітивів, що є важливим кроком у напрямку створення рівноправного суспільства для всіх його громадян. На лексичному рівні простежили тенденцію до вживання великої кількості термінології, загальноновживаної та розмовної лексики, вживання власних назв, слів-гасел, повторів, політичних метафор, ампліфікацій, алегорій. На синтаксичному рівні прокоментували активне використання розповідних, питальних, спонукальних речень, які використовуються з різною метою.

Ще одним ефективним інструментом у президентських промовах є модальність, яка дає змогу мовцеві висловити свої переконання та ставлення до подій у країні. В. Зеленський обережно нав'язує необхідні суспільству думки і переконання за допомогою волюнтативної та пресуазивної модальності.

Не можна оминати важливість аналізу дейктичних особливостей промов президента. За допомогою персонального дейксису президент чітко ідентифікує учасників комунікації, створюючи опозицію «ми» - «вони»/ «свої» - «чужі»; часовий дейксис допомагає організувати події в повідомленні; просторовий дейксис охоплює переважно територію України і дозволяє президенту показати свою ментальну та фізичну близькість до кожного громадянина.

Невід'ємною частиною промов В. Зеленського є сугестія - вплив на психіку людини для створення певного стану, настрою або спонукання до конкретної дії. У його промовах ми бачимо конструктивне використання таких засобів сугестії, як якоріння, масова емпатія, рефреймінг, створення ймовірного майбутнього, структуризація результату, перехід на мову ворога, реакція на всі важливі суспільні новини, вибір одягу.

Окрім цього, у промовах лідера держави наявні і мовленнєві прийоми сугестії, а саме: номіналізація, використання мовленнєвих структур єдності, довіри, заміна міміки, жестикуляції актуальним відеорядом, приховані команди, правило трьох «ТАК», кількість повторень, безпосереднє навіювання, використання риторичних питань, сугестивне питання, що містить бажану відповідь та формування образу дії, що залучає адресата до її виконання.

Застосування конструктивних методів впливу у промовах підвищує ефективність комунікації, сприяє співпраці керівництва держави й суспільства, посилює вплив на аудиторію, зберігає довіру реципієнтів до президента та створює йому позитивний імідж та репутацію.

Отже, проаналізувавши 17 промов воєнного часу лідера держави, ми віднайшли безліч конструктивних сугестивних технологій та мовленнєвих прийомів впливу на цільову аудиторію. Робимо висновок, що президент використовує сугестію, щоб забезпечити комунікативну перевагу своїх промов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аккурт В. Теоретичні аспекти поняття сугестивності в лінгвістиці / Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського.. – 2019. – №28. – С. 5–17.
2. Алексієєєць О. Просодичні засоби організації точки зору у політичній промові / Збірник матеріалів круглого столу «Сучасні тенденції фонетичних досліджень». – 2017. – С. 19–22.
3. Бабійчук А. Лексико-граматичний та лінгвокультурологічний аналіз промов Шіндзо Абе [Електронний ресурс] – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/941>.
4. Березовенко А. Російсько-українська війна в українському політичному дискурсі – 2021. – №2. – С. 97–110.
5. Біденко А. Нейролінгвістичне програмування в політичній рекламі / Наукові записки НаУКМА. – 2002. – №20. – С. 228–231.
6. Велика українська енциклопедія [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://vue.gov.ua/Дискурс>.
7. Войналович Л. Модальність як багатоаспектна лінгвістична категорія / Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки. – 2013. – №3. – С. 28–32.
8. Волянюк І. Політичний дискурс в умовах російсько-української війни: лінгвістичний аспект / Закарпатські філологічні студії. – 2022. – №23. – С. 47–52.
9. Гончарук О. Функціональні типи модальності: їх диференціація та реалізація в комунікативно-прагматичній організації висловлень / Закарпатські філологічні студії. – 2022. – №21. – С. 26–32.
10. Гузак А. Типологічні особливості вживання прецедентних імен у політичній ораторській промові (на матеріалі промов американських президентів) / Одеський лінгвістичний вісник. – 2014. – №4. – С. 56–59.
11. Деренчук Н. Особливості формування маніпулятивної стратегії в українському політичному дискурсі / Проблеми гуманітарних наук. Серія «Філологія». – 2016. – №38. – С. 357–364.

12. Долинський Є. Риторичні прийоми у політичних промовах американських лідерів як засоби маніпуляції суспільною свідомістю громадян / Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2021. – №1. – С. 45–51.
13. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. – Вінниця: ТОВ "ТВОРИ", 2020. – 911 с.
14. Залєснова О. Дейксис як категорія мовної комунікації / Проблеми семантики слова, речення та тексту. – 2013. – №30. – С. 64–69.
15. Історія інформаційно-психологічного протиборства / [Я. Жарков, Л. Компанцева, В. Остроухов та ін.]. – Київ: Наук.-вид. відділ НА СБ Україн, 2012. – 200 с.
16. Каленюк С. Навчально-методичний комплекс навчальної дисципліни «Сучасна українська літературна мова» / Миколаїв, 2017. – 473 с.
17. Касіян Г. Мовленнєвий етикет у сучасному французькому суспільно-політичному дискурсі: лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. – Київ, 2014. – 22 с.
18. Козуб Л. Мовні засоби впливу у сучасному англomовному політичному дискурсі [Електронний ресурс] / *Studia Methodologica*. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/hajip>.
19. Кондратенко Н. Лінгвопрагматичні аспекти дослідження політичної комунікації в українському мовознавстві / Вісник Одеського національного університету. Серія «Філологія». – 2015. – №2. – С. 144–150.
20. Крапива Ю. Політична промова як різновид політичної комунікації / Закарпатські філологічні студії. – 2019. – №11. – С. 42–45.
21. Креховецька С. Звернення Володимира Зеленського до українського народу в період війни / Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2022. – №56. – С. 71–74.

22. Максимчук О. Політичний дискурс: особливості та функції / Наукове видання «Мова і культура» Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – 2010. – С. 71–75.
23. Мацько Л., Мацько О. Риторика: навчальний посібник. – Київ: Вища школа, 2006. – 311 с.
24. Онуфрієнко Г. Основи теорії мовної комунікації: методичні матеріали для самостійної роботи студентів гуманітарних спеціальностей денної та заочної форм навчання. – Запоріжжя, 2010. – 90 с.
25. Промови Володимира Зеленського [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/drive/folders/1ibZYRMWG4aZ4zmVYVPfu-ANr6AtaYtf5?usp=sharing>.
26. Рішко Я. Політичний дискурс Терези Мей [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/haiyu>.
27. Самойлова І., Подвойська О. Лексичні особливості політичних промов / Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. – 2016. – №1. – С. 235–238.
28. Селіванова О. Лінгвістична енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.
29. Славова Л. Віртуальний образ мовної особистості (на матеріалі американського та українського політичного дискурсу) / Мовні і концептуальні картини світу. – 2018. – №2. – С. 240–245.
30. Словник української мови: в 11 т – Київ: Наукова думка, 1970—1980.
31. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій / Л.Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин. – Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. – 278 с.
32. Тараненко К. Прагматика антонімії дейксису / Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія". Серія : Філологія. Мовознавство. – 2015. – №243. – С. 88–91.

33. Телішевська С. Михайло Подоляк розповів, хто пише вечірні промови Володимира Зеленського [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://babel.ua/news/80363-mihaylo-podolyak-rozpoviv-hto-pishe-vechirni-promovi-volodimira-zelenskogo>.
34. Фрасинюк Н. Мовні засоби вираження персуазивності в політичному дискурсі / Мовні засоби вираження персуазивності в політичному дискурсі. – 2020. – №32. – С. 129–133.
35. Харицька С., Глушаниця Н. Роль мовної сугестії у політичному дискурсі / Національна ідентичність в мові та культурі: збірник наукових праць. – 2018. – С. 206–208.
36. Цвіркун Т. Лексичні засоби впливу в політичному тексті: жанр промова / Мовні і концептуальні картини світу. – 2020. – №1. – С. 116–125.
37. Чабанна М. Модифікація воєнного дискурсу в соціальній мережі instagram протягом першого місяця російсько-української війни [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/121e7289-3cd6-42e7-858c-0e393d65ab52/content>.
38. Grant T. Approaching questions in forensic authorship analysis. Dimensions of Forensic Linguistics. – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2008. – 215 с.
39. Grieswelle D. Politische Rhetorik: Macht der Rede, öffentliche Legitimation, Stiftung von Konsens. – Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2000. – 556 с.
40. Lakoff R. Berkeley Studies in Syntax and Semantics. – California: The MIT Press, 1974. – 345 с.
41. Mrázek, R. Otázky slovanské syntaxe: Sb. symposia: —Modální výstavba výpovědi v slovanských jazycích – Brno, 1973. – 181 с. – (3).
42. Ożóg K. Język w służbie polityki: językowy kształt kampanii wyborczych / Rzeszów : Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego. – 2004. – С. 273.

43. Zelenskiy / Official [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: https://t.me/V_Zelenskiy_official.