

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТЮРКСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Кваліфікаційна робота магістра з тюркської філології

на тему: **«КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА СПОСОБИ ЇХ
РЕАЛІЗАЦІЇ В ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВАХ ПРЕЗИДЕНТІВ
ТУРЕЧЧИНИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ»**

Допущено до захисту
«__» _____ року

студентки групи МПтур 53-20
факультету сходознавства
освітньо-кваліфікаційної програми
Галузевий переклад: турецька
мова, англійська мова
Спеціальності 035 Філологія
Спеціалізації 035.068 Східні мови
та літератури (переклад включно),
перша – турецька
Грабійчук Олени Тарасівни

Завідувач кафедри

(підпис) (ПБ)

Науковий керівник:

канд. філол. наук доц. Тімкова Т. М.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ	8
1.1 Політичний дискурс як особливий вид мовної взаємодії.....	8
1.2 Поняття “інавгураційна промова” у працях вітчизняних та зарубіжних учених; її основні характеристики та функції.....	13
1.3 Різновиди комунікативних стратегій та способи їх реалізації у офіційних промовах політиків.....	21
Висновки до Розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. БУДОВА ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВ ПРЕЗИДЕНТІВ ТУРЕЧЧИНИ. СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ТА ФУНКЦІЙ ЗАСТОСОВАНИХ У НИХ	30
2.1 Види комунікативних стратегій і тактик застосованих у турецьких інавгураційних промовах.....	30
2.2 Структурно-композиційна будова турецьких інавгураційних промов.....	42
2.3 Способи реалізації основних функцій турецьких інавгураційних промов.....	50
Висновки до Розділу 2.....	59
РОЗДІЛ 3. ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРЕЦЬКИХ ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВ	61
3.1 Функціонування запозичень у турецьких інавгураційних промовах.....	61
3.2 Використання термінів у турецьких інавгураційних промовах.....	65
3.3 Вживання лексики із релігійним компонентом у турецьких інавгураційних промовах.....	67
Висновки до Розділу 3.....	71
ВИСНОВКИ	73
ÖZET	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ	83

ВСТУП

Напевне кожен з нас коли-небудь чув слова колишнього прем'єр-міністра Великобританії Вінстона Черчилля: “Хто володіє інформацією, той володіє світом”. Даний вислів є надзвичайно актуальним, однак з огляду на останні події, що відбуваються у світі, доречніше сказати: “Хто володіє словом, той володіє світом”. Адже, здавна великим мистецтвом вважалася здібність впливати на людей за допомогою політичного виступу. Недарма політична діяльність розглядається у першу чергу як мовленнєва. Деякі політики не до кінця розуміють, що їх робота у першу чергу пов'язана із словом, а отже саме воно є їх головною зброєю. Однак, той, хто вміє вдало застосувати на практиці свої комунікативні навички, може без сумніву стати важливою політичною постаттю в історії.

Прийнято вважати, що успішний політик – це у першу чергу хороший оратор. Справа у правильній подачі інформації, ораторських здібностях, вмінні заохотити аудиторію до виконання тих чи інших дій тощо. Політичні діячі як ніхто розуміють, що є вихідцями з народу, саме тому їх заяви мають бути зрозумілими і доступними перш за все звичайним громадянам. Вони вміють переконувати людей, здійснювати вплив не лише на свідомість людини, але й на її емоційний стан, спростовувати звинувачення та представляти переконливі аргументи проти своїх конкурентів, підтверджуючи їх реальними фактами. Мистецтво переконувати народ з'явилося ще у часи античності. Однак, зараз воно вийшло на кардинально новий рівень й приховує в собі чимало хитрощів, які здатні вплинути на свідомість кожного із нас.

Дослідження мовних питань політичної взаємодії у вітчизняній лінгвістиці започатковано у працях таких учених, як Н. В. Кондратенко, В. О. Палуцька, А. В. Ковалевська, Ф. С. Бацевич, О. М. Холод та ін., тоді як у зарубіжному мовознавстві визначенням різних аспектів політичної комунікації займалися Т. А. ван Дейк, А. М. Баранов, О. С. Іссерс, Дж. Лакофф, В. З. Дем'янков, М. В. Китайгородська, С. А. Дацюк, Х. Леммерман, А. П. Чудінов, О. Й. Шейгал та ін. У їхніх працях досить

грунтовно та цілісно окреслено основні характеристики й особливості політичного дискурсу, політичних текстів та інавгураційних промов. Варто зазначити, що наукові дослідження в галузі політичної лексики тюркських мов нечисленні. Насамперед це роботи турецьких мовознавців Х. Баятли, А. Яйла, Г. Байсана, А. Асланташа, М. Дувагера, А. Сейара тощо. У кожного з них є своя власна точка зору з приводу визначення поняття політичний дискурс. Інколи їхні погляди співпадають, а інколи – ні. Крім того, кожен з них додав щось нове до вивчення політичних текстів. Хтось вивчав їх лексичні особливості, комунікативні стратегії і тактики, застосовані у промовах політиків, хтось – історичний аспект, а інші – їх функції, основні характеристики тощо.

Проблематика політичних текстів, а саме інавгураційних промов завжди цікавила мовознавців й неодноразово поставала предметом дослідження їхніх робіт. Лексичні особливості реалізації комунікативних стратегій і тактик у інавгураційних промовах президентів Туреччини й до сьогоднішнього дня є мало досліджуваними, що і зумовлює **актуальність** нашого дослідження. Більше того, вивчення лексичних особливостей турецьких інавгураційних промов та особливостей реалізації комунікативних стратегій і тактик, застосованих президентами Туреччини у їхніх інавгураційних промовах важливе для студентів, оскільки це сприятиме кращому розумінню, аналізу й відтворенню (в тому числі в процесі перекладу) політичних текстів. В той же час, дослідження та вивчення лексичних особливостей турецьких інавгураційних промов допоможе краще розуміти політичні процеси, що відбуваються в Туреччині, навчитися бачити справжній сенс виступів політичних діячів, аналізувати методи маніпуляції та впливу на громадськість, які вони використовують під час своїх виступів.

Мета нашого дослідження полягає у визначенні структурно-композиційної будови інавгураційних промов президентів Туреччини, комунікативних стратегій та функцій, застосованих у них та окресленні лексичних особливостей турецьких інавгураційних промов.

Поставлена мета зумовила необхідність розв'язання таких завдань:

- 1) окреслити загально-теоретичні основи дослідження інавгураційних промов у сучасній лінгвістиці, що є основою для вивчення способів реалізації комунікативних стратегій у інавгураційних промовах президентів Туреччини та лексичних особливостей турецьких інавгураційних промов;
- 2) дослідити визначення понять “політичний дискурс”, “політичний текст” та “інавгураційна промова”;
- 3) охарактеризувати структурно-композиційну будову інавгураційних промов президентів Туреччини;
- 4) визначити види комунікативних стратегій і тактик застосованих у турецьких інавгураційних промовах;
- 5) висвітлити способи реалізації основних функцій інавгураційних промов президентів Туреччини;
- 6) з'ясувати лексичні особливості турецьких інавгураційних промов.

Об'єктом дослідження є інавгураційні промови президентів Туреччини.

Предметом дослідження виступають комунікативні стратегії та способи їх реалізації у інавгураційних промовах президентів Туреччини.

Матеріалом нашого дослідження послуговували тексти турецьких інавгураційних промов, взяті з офіційного інтернет-представництва Турецької Республіки “Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı”, а також відео церемоній інавгурацій, оприлюднені у відкритому доступі в мережі Інтернет. У нашому дослідженні ми проаналізували інавгураційні промови 9-го президента Туреччини Сулеймана Деміреля, 10-го Ахмет Недждет Сезера, 11-го Абдуллах Гюля та дві інавгураційні промови чинного президента Турецької Республіки Реджеп Таїп Ердогана.

Методи дослідження. З метою розв'язання поставлених завдань під час нашого дослідження ми використовували наступні методи: *статистичний* та *узагальнюючий* методи, що були використані для дослідження наукових праць попередників різних часових рамок та аналізування зібраної інформації; метод

лінгвостилістичного аналізу, що ґрунтується на спостереженні досліджуваних явищ; метод *спостереження* та *описовий* метод, за допомогою яких нам вдалося з'ясувати специфіку та способи реалізації комунікативних стратегій у інавгураційних промовах; *метод суцільної вибірки*, що передбачав виокремлення з турецьких інавгураційних промов запозичених слів; *метод кількісного аналізу*, за допомогою якого було підраховано у відсотковому співвідношенні кількісні показники вживання запозичень у інавгураційних промовах президентів Туреччини; методи *теоретичного аналізу* та *синтезу*, за допомогою яких вдалося узагальнити та систематизувати досліджуваний нами матеріал.

Наукова новизна полягає у тому, що нами *вперше* в історії української тюркології було досліджено способи реалізації комунікативних стратегій у інавгураційних промовах президентів Туреччини.

Практичне значення отриманих результатів дослідження пов'язане з розширенням теоретичних засад дослідження лексичних особливостей турецьких політичних текстів, а саме інавгураційних промов у суспільно-політичній картині світу сучасної турецької мови. Отримані нами результати можуть використовуватися для подальшого розвитку вивчення політичних текстів турецької мови. Оскільки нами було укладено турецько-український словник запозичень у інавгураційних промовах президентів Туреччини, наступні покоління можуть продовжити роботу над ним. Крім того, результати нашого дослідження також можна використовувати у викладанні вузівських курсів лексикології, історії турецької літератури, в процесі укладання матеріалів зі спецкурсів з турецької мови, проведенні семінарів та круглих столів, присвячених зв'язку турецької мови та культури та у практиці перекладу політичних текстів.

Апробація роботи була представлена на міжнародній студентській науково-практичній відеоконференції “Ad orbem per linguas. До світу через мови”, що відбулася 13-14 травня 2021 року у вигляді тез на тему: “Лексичні особливості турецьких політичних текстів” (Сіренко, 2021).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, кожний з яких включає в себе по три підрозділи, висновків до них, висновків до всієї роботи, списку використаних джерел, анотації іноземною мовою та додатків. У Розділі 1 нами було досліджено політичний дискурс як особливий вид мовної взаємодії, окреслено поняття “інавгураційна промова”, її основні функції й характеристики та проаналізовано комунікативні стратегії, які виділяють різні дослідники. У Розділі 2 ми з’ясували види комунікативних стратегій і тактик, застосованих у інавгураційних промовах президентів Туреччини, висвітлили способи реалізації функцій турецьких інавгураційних промов та визначили їх структурно-композиційну будову. У Розділі 3 нашої роботи, нами було виявлено лексичні особливості інавгураційних промов президентів Туреччини, а саме функціонування у їхньому складі запозичень, термінів та лексики з релігійним компонентом.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1 Політичний дискурс як особливий вид політичної комунікації

На сьогоднішній день політичний дискурс вважається ключовим поняттям у сучасній політичній лінгвістиці і чимало вітчизняних та зарубіжних учених мають до нього неабиякий дослідницький інтерес. З моменту створення світу існувала потреба у спілкуванні на різних рівнях і політичний вид комунікації не став винятком. В умовах постійного розвитку, удосконалення та збільшення ролі комунікативних технологій неабиякої актуальності набуває визначення питання впливу на суспільну свідомість та безпосередньо на думку кожної особистості (Кондратенко, 2007). До тих галузей, де регулярно здійснюється цілеспрямований комунікативний вплив відносять виступи та звернення зірок, важливих постатей, в умовах сучасності – блогерів, і, звісно, політичних діячів. Все це є сферою засобів масової інформації, за допомогою якої відбувається вплив на громадськість. Останнім часом актуальним об'єктом досліджень не тільки у мовознавстві, але і в багатьох інших науках, став політичний дискурс, за рахунок якого можна простежити процес здійснення впливу на свідомість у політичній діяльності. Цілком очевидно, що у наш час мова набуває можливо й нового, однак надзвичайно важливого значення у політиці, адже з кожним днем розробляються нові схеми політичного маніпулювання, а вона виступає головною складовою усіх маніпулятивних процесів, які ми можемо сьогодні прослідкувати (Гавра, 2018).

Переконувати аудиторію у своїй правоті, спонукати її до виконання тих чи інших дій, налаштовувати людей, тим самим впливаючи на рішення мільйонів осіб – до цих прийомів вдаються політичні діячі ще з часів античності, однак досліджувати дані методи впливу на людей науковці з різних куточків світу почали порівняно нещодавно. Слід зауважити, що

політичний комунікативний вплив у першу чергу розглядається як такий, що означає владу або прагнення до неї. У свою чергу політичний дискурс є тим явищем, з яким люди стикаються кожного дня. Головною метою політичної сфери спілкування є боротьба за владу. З огляду на те, що у політичній діяльності боротьба за владу здійснюється у першу чергу за рахунок мови, дослідження політичного дискурсу стає цілком виправданим (Шейгал, 2004).

Немає такого політичного режиму, який міг би існувати без спілкування. Мова потрібна для того, щоб висловити думку, дати інформацію, переконати громадян у правильності того чи іншого твердження тощо. Головною особливістю політики, якщо порівнювати з іншими сферами життя людини, є її дискурсивний характер: це означає, що більша частина політичних дій є мовленнєвими (Шейгал, 2004). Отож, не випадково чимало науковців розглядають політичну діяльність з точки зору мовленнєвої.

На думку В. З. Дем'янка, політичний дискурс є тим явищем, яке варто розглядати щонайменше у чотирьох вимірах: *індивідуально-герменевтичному, політологічному, соціопсихолінгвістичному та власне лінгвістичному*. Індивідуально-герменевтичний вимір політичного дискурсу характеризує особистий зміст мовлення автора у певних обставинах; політологічний вимір слугує основою для різного роду політичних висновків; соціопсихолінгвістичний розглядає продуктивність досягнення таємних та очевидних політичних цілей мовця; лінгвістичний інтерпретує політично-ідеологічні концепції (Дем'янков, 2002).

Політичний дискурс із лінгвістичної точки зору став цікавити дослідників порівняно недавно. Поле його мовознавчих інтерпретацій є лексика, граматики, синтаксис, синонімія, аргументація, висловлювання, риторика, семіотика. Дослідженням вищенаведених сфер політичного дискурсу займалися Н. В. Кондратенко, Т. М. Ващук, А. В. Ковалевська, Ф. С. Бацевич, Н. В. Кутуза, Н. В. Петлюченко, К. С. Серажим, Л. Л. Славова, Л. М. Синельникова, Т. А. ван Дейк, А. М. Баранов, Е. В. Будаєв, О. С. Іссерс, Дж. Лакофф, В. З. Дем'янков, М. Едельман та інші. Слід зазначити, що

турецькі мовознавці також цікавилися даним поняттям. Серед найвідоміших тюркських дослідників, які займалися вивченням політичного дискурсу А. Гюрташ, А. Челебі, О. Оксюз, Д. Зейрек, Н. Тезджан тощо.

Вперше термін “дискурс” став об’єктом лінгвістичних досліджень у 60-х роках ХХ століття у зв’язку з науковими розвідками Ю. Габермаса, З. Харрися, Е. Бенвеніста, Т. А. ван Дейка. На перших етапах дослідження Т. А. ван Дейк розглядав дискурс, як комплекс двох і більше висловлювань (іншими словами, він вважав дискурс і текст – рівнозначними поняттями) (Ван Дейк, 2015). Р. Водак, В. Кинч, П. Серіо, В. З. Дем’янков, О. О. Селіванова мали такі ж погляди щодо цього.

В Туреччині почали активно вивчати дискурс з 90-х років минулого століття, переважно як комунікативну ситуацію разом з її складниками (Aksoy, 2002). Прихильниками даного підходу були А. Гюрташ, Х. Озен, А. Коч, Г. Четін. Такий підхід зумовлений принциповою орієнтацією дискурсу на комунікацію та спілкування, оскільки на думку К. Гьокмена “дискурс виявляється та функціонує в процесі комунікації, комунікація без дискурсу неможлива” (Gökmen, 2016).

Термін *discourse* вперше був уведений у науковий обіг в 1952 році З. Харрісом в контексті терміносполучення *discourse analysis* для позначення “методу аналізу зв’язного мовлення (або письма)” (Сорокин, 1997).

На нашу думку, найбільш вичерпне визначення дискурсу запропоноване у “Словнику термінів міжкультурної комунікації”, що був укладений українським мовознавцем Ф. С. Бацевичем: “Дискурс – це різновид комунікативної діяльності, інтерактивне явище, тривалий у часі процес, утілений у певній (інколи значній) кількості повідомлень; мовленнєвий потік, що має різну форму вияву (усну, писемну, друковану, паралінгвальну тощо), відбувається у межах одного чи кількох каналів комунікації, регулюється стратегіями і тактиками учасників спілкування і являє собою складний синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом “форм життя”, залежних

від тематики спілкування, і має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів” (Бацевич, 2009, с. 93). Дискурс тут виступає (у широкому розумінні) текстом, створеним у певній ситуації (побутова розмова, політичні дебати, наукова конференція тощо) з використанням певних стратегій і тактик, залежно від поставленої мети (маніпуляції, аргументації, переконання та ін.), спрямований на певну аудиторію, яка володіє необхідними фоновими знаннями. В результаті цих чинників текст набуває рис одного з мовленнєвих жанрів (розмовного, наукового, публіцистичного тощо) (Бацевич, 2009).

Якщо розглядати політичний дискурс з точки зору різновиду дискурсу, то він розгортається для досягнення, збереження та здійснення політичної влади. Головна мета політичного діяча – ознайомити аудиторію зі своїм баченням проблеми, а після цього переконати її у тому, що його думка є правильною. До того ж, оратор часто переконує людей шляхом обіцянок, які планує здійснити у майбутньому. Саме з цієї причини надзвичайно важливим є вибір мовних засобів у даному випадку. Політичний дискурс характеризується великою кількістю специфічних засобів. І суть полягає не лише у вживанні специфічної політичної лексики з численними термінами, а й у своєрідному виборі й організації певних структур вираження відповідно до прагматичних настанов, цілей та умов спілкування, що склалися в процесі професійної діяльності політиків (Шейгал, 2002).

Прийнято вважати класичним визначення, запропоноване Т. ван Дейком: “політичний дискурс – це клас жанрів, обмежений соціальною сферою, а саме політикою” (Dijk, 1983). Обговорення уряду, промови політиків, парламентські дебати, партійні програми – це ті жанри, які належать сфері політики. Взявши за зразок тлумачення Т. ван Дейка, А. П. Чудинов також стверджує, що політичний дискурс – це мовленнєва поведінка, форма якої залежить від того, хто з ким розмовляє, в якій ситуації і чому (Чудинов, 2015). Обмежуючи політичний дискурс професійними рамками та діяльністю політиків, Т. ван Дейк відзначає, що політичний дискурс водночас є формою

інституційного дискурсу (Ван Дейк, 2015). Це означає, що політичний дискурс реалізується в такому інституційному середовищі, як сесія парламенту, з'їзд політичної партії, засідання уряду тощо. Іншими словами, дискурс вважається політичним за умови, якщо він у політичній ситуації супроводжує політичний акт.

В. Є. Чернявська має своє тлумачення. На її думку, політичний дискурс може бути визначений як сукупність усіх мовленнєвих актів у політичних суперечках, а також правил публічної політики, які оформилися відповідно до існуючих норм і отримали перевірку часом (Чернявская, 2017).

У свою чергу Ю. Сорокін пропонує визначення політичного дискурсу через його співвідношення з ідеологічним дискурсом. “Політичний дискурс – різновид ідеологічного дискурсу. Різниця в тому, що політичний дискурс ідеологічно-прагматичний, а ідеологічний – імпліцитнопрагматичний. Перший вид дискурсу – субдискурс, другий – метадискурс” (Сорокин, 1997, с. 57).

Н. А. Герасименко зауважує, що політичний дискурс функціонує в єдиній сфері, і це сфера політики. Крім того, на його думку важливою властивістю комунікації в політичній сфері є множинність адресата, наслідком чого можна вважати спрямованість “Я – ВИ” (Герасименко, 1998). О. Й. Шейгал вважає, що політичний дискурс також практикується як інституційне спілкування, яке, на відміну від особистісно-орієнтованого, характеризується вживанням певної системи професійно-орієнтованих знаків, тобто має власну підмову (лексика, фразеологія, пареміологія). З урахуванням значущості ситуативно-культурного контексту, суть політичного дискурсу можна представити формулою “дискурс = підмова + текст + контекст” (Шейгал, 2004).

К. А. Рєпіна вважає, що політичний текст – це:

текст, що діє у сфері політики;

текст, у складі якого є лексика визначеної тематики, пов'язаної з різними політичними питаннями;

текст, який створений людиною, що займається політичною діяльністю;

текст, який має колективного автора і колективного (множинного) адресата;

текст, націлений, перш за все, на вплив на людей для отримання цілком конкретного результату (Репина, 2012).

З огляду на вищесказане, дослідивши трактування термінів “дискурс”, “політичний дискурс” та “політичний текст” вітчизняними та зарубіжними вченими можемо сміливо вивести власне визначення політичного дискурсу та політичного тексту. Отож, **політичний дискурс** – це актуальне використання мови в соціально-політичній сфері спілкування. **Політичний текст** – це текст, призначений для впливу на політичну ситуацію за допомогою пропаганди політичних ідей, емоційного впливу на громадян і спонукання їх до політичних дій.

1.2 Поняття “інавгураційна промова” у працях вітчизняних та зарубіжних учених; її основні характеристики та функції

Оскільки політика є невід’ємною частиною життя будь-якого суспільства, можна стверджувати, що політичний текст має однакові характеристики у всіх мовах світу. Незалежно від того чи це турецький політичний текст, чи, наприклад, український, він має однакові жанри та виконує однакові функції.

Питання окреслення поняття “політична комунікація” належить до числа дискусійних у наш час. Існує два підходи до визначення політичної комунікації (іншими словами політичного тексту). У першому випадку політичною називається така комунікація, яка має зв’язок із політичними проблемами (Баранов, 2016). При іншому підході політичною називається комунікація, суб’єктом якої є політики (політичні суб’єкти) або журналісти, які пишуть про політику (Шейгал, 2004). Якщо розглядати у широкому спектрі, то політичною комунікацією називається комунікація, яка присвячена політичним проблемам або в якій політичні суб’єкти виступають в якості учасника політичного тексту чи його адресата (Чудинов, 2015).

А. П. Чудінов пропонує типологію політичної комунікації, виокремлюючи такі види.

1. *За характером суб'єкта* (автора) він виділяє наступні види політичної комунікації:

- власне політична комунікація (автор – політик);
- медійна політична комунікація (автор – журналіст);
- непрофесійна політична комунікація (автор – людина іншої професії, “виборець”, “представник народу”).

2. *За характером адресата:*

- адресатом виступає політик чи політичний суб'єкт (держава, партія тощо);
- адресат не відноситься до числа інституціональних політичних суб'єктів (читач, глядач, “виборець”).

3. *При зіставленні усної і письмової мови за жанрами:*

- жанри усного мовлення (виступ на мітингу, доповідь, бесіда, дебати, інтерв'ю та ін.);
- жанри письмової мови (програма, листівка, газетна стаття, лист політичному лідерові тощо).

4. *За протиставленням монологічного та діалогічного мовлення:*

- монологічні жанри (радіозвернення, стаття в газеті);
- діалогічні жанри (дискусія, переговори тощо).

5. *За функціями* розрізняють:

- ритуальні жанри (інавгураційні звернення, вітальне слово);
- орієнтаційні жанри (доповіді, укази, договори, угоди);
- агональні жанри, що містять заклики до боротьби (гасло, листівка, виступ на мітингу);
- інформативні жанри (газетна інформація, звернення політиків до громадян у ЗМІ).

6. *За обсягом інформації:*

- малі жанри (гасло, слоган, речівки);

– середні жанри (виступ на мітингу або в парламенті, листівка, газетна стаття та ін.);

– великі жанри (партійна програма, політична доповідь, політична публіцистика).

7. За метою висловлювання розрізняють інформативні, оцінні, та імперативні (що закликають до дії) жанри (Чудинов, 2015).

Політичний текст виконує ряд функцій, які нерозривно пов'язані з його головною метою – наданням впливу. Можна виділити наступні функції політичного тексту: по-перше, велике значення для політичного тексту має інформування, так як інформування – мета будь-якого політичного тексту. *Інформаційна функція* політичного тексту полягає в передачі достатньої інформації про подію, що описується або ж про самого політика (Павлуцька, 2008). Для успішного виконання головної мети політичного тексту інформація повинна легко запам'ятовуватися і бути яскравою, щоб привернути увагу політичної аудиторії. По-друге, як уже зазначалося вище, політичний текст спрямований на вплив, тому важливою функцією можна назвати *функцію переконання і впливу* (Павлуцька, 2008). Будь-який політичний текст спрямований на те, щоб переконати політичну аудиторію в достовірності інформації, що міститься в посланні автора. Найбільш повною вважається наступна класифікація функцій політичного тексту:

1) *факультативна* функція (привертання уваги);

2) *ідеологічна* функція (бачення ситуації: які проблеми треба вирішувати і шляхи їх вирішення);

3) *переконання* аудиторії в правильності поставлених проблем і запропонованих шляхів їх вирішення;

4) мобілізація аудиторії на підтримку пропозицій автора (Алтунян, 2020).

Будь-який політичний текст спрямований на зміну або навпаки підтримку політичного устрою, на перерозподіл або збереження влади. У меншому масштабі політичні тексти виконують завдання поширення інформації, впливу на аудиторію. Та чи інша функція може домінувати в певному жанрі

політичного тексту. Так, функція привертання уваги є особливо важливою для такого жанру, як листівка. Ідеологічна функція полягає в тому, що автор обирає ті проблеми, які він вважає ключовими та пропонує способи їх вирішення. Автор (той, хто говорить) дає власну оцінку ситуації. Навіть намагаючись бути об'єктивним, автор малює свою власну картину світу. Для досягнення головної мети політичного тексту – впливу на адресата – політику необхідно адаптувати картину світу, яку він хоче представити, до картини світу слухачів. Оратор повинен переконати аудиторію в тому, що рішення, запропоноване ним, є вірним. Для цього політичні діячі використовують різні прийоми, аргументації, наприклад, логічні доводи, посилення на авторитетні джерела тощо (Алтунян, 2020). Функції політичного тексту найбільш яскраво проявляються в рекламі і гаслах, листівках, політичних промовах і статтях, політичних публікаціях, так як в них особливе місце відведено впливу на адресата.

Політичні тексти мають низку характеристик, які відрізняють їх від інших видів тексту. Однією з таких особливостей є питання авторства тексту. Автором політичного тексту прийнято вважати політика, який цей текст озвучує, або того, хто несе відповідальність за цей текст (Алтунян, 2020). Однак в даний час тексти виступів і статей для політичних лідерів створюються фахівцями в області PR (Public relations), тому можна сказати, що, політик бере на себе відповідальність за зміст тексту, якщо вимовляє його або підписується під ним. Ще одним аспектом питання авторства політичного тексту можна вважати той факт, що деякі види текстів не мають офіційного автора або створюються анонімно. До таких видів тексту відноситься, наприклад, конституція тієї чи іншої країни, у якій немає певного автора, тому прийнято вважати, що державні органи відповідають за її зміст. Ще одна дискурсивна характеристика політичного тексту, що робить вплив на його формування та організацію, – це специфіка його адресата. Як ми вже зазначали вище, політичні тексти найчастіше звернені до групового або навіть масового адресата. Мабуть, в якості одного з небагатьох прикладів політичного тексту з

індивідуальним адресатом можна назвати звернення до політика в ході прямої лінії на телебаченні чи радіо. Проте політик, який відповідає на питання, буде своєю відповідь з урахуванням того, що створений текст буде доступний великому колу читачів, тобто в даному випадку можна говорити про тексти зі “зміщеним адресатом” (Алтунян, 2020).

Інавгураційні промови є особливим різновидом політичного тексту. Досліджувати їх науковці, у тому числі лінгвісти, почали порівняно нещодавно.

У тлумачному словнику Т. Ф. Єфремової подається наступне визначення поняття інавгурація – “урочиста церемонія офіційного вступу на посаду найвищої особи держави (президента)” (Єфремова, 2015). Інавгураційна промова відіграє надзвичайно важливе значення в політичній комунікації. Важливість її вивчення в політичній риторичі будь-якої країни обумовлена тим фактом, що даний політичний текст являє собою у першу чергу інтерпретацію історії президентства, є вираженням політичного кредо лідера, викладом принципів, якими глава держави керуватиметься у внутрішній та зовнішній політиці.

Також інавгурація є однією із форм політичного символічного дійства, що виражає певні загальнозначущі цінності і соціальні взаємини. Всі складові церемонії, а саме місце, час, навколишнє оточення, учасники мають смислове значення. Завдяки інавгураційним промовама в суспільній свідомості можуть актуалізуватися національні символи.

Відомі фахівці в області президентської риторики США К. Кемпбелл і К. Джеймісон вважають, що “інавгураційному зверненню притаманні всі особливості епідейктичної (іншими словами урочистої) мови. Адже, інавгураційна промова вважається найважливішою складовою урочистої церемонії, на якій відбувається об’єднання нації, уявлення майбутнього свого народу та осмислення досвіду минулих років. Задля досягнення вищесказаного ораторами використовується витриманий офіційний стиль мовлення, і звичайно ж різні мовні засоби для посилення сенсу сказаного та

отримання більшої прихильності від своєї аудиторії” (Campbell & Jamieson, 1986).

Цілком очевидно, що у зв'язку з цим Р. Джослін характеризує інавгураційну промову як “безпечну” риторику (*riskless rhetoric* – букв. “риторика без ризику”) (Joslyn, 1986). Мається на увазі, що інавгураційна промова майже завжди позбавлена висловлювань, які можуть викликати заперечення або незгоду у народу. “Інавгураційні промови не мають нічого такого, що викликало б занепокоєння або протест, нічого, що передбачало б альтернативні цінності або програми. Все це свідчить про високий ступінь ритуальності даного жанру політичних текстів. Відсутність новизни в повідомленні перемикає фокус уваги учасників комунікації на інші його компоненти – важливим виявляється не так зміст висловлювання, як сам факт його проголошення. У цьому полягає найважливіша і унікальна особливість інавгураційної промови як жанру: вона є одночасно і мовленнєвою, і політичною дією” (Юдина, 2019).

Основні жанрові характеристики інавгураційних промов дозволяють віднести їх до числа політичних перформативів. “Перформатив (від лат. *performs* – дія) – це слово або вислів, що повністю еквівалентний певній дії або вчинку” (Шейгал, 2002).

З перформативним характером інавгураційних промов пов'язані основні жанрові ознаки, що відрізняють їх від інших жанрів епідейктичної риторики. Вищезгадані американські лінгвісти К. Кемпбелл і К. Джеймісон виділяють такі характеристики інавгураційних промов:

- 1) звернення до минулого як до джерела традиційних цінностей нації;
- 2) згуртування й об'єднання аудиторії в єдиний народ, єдину націю, як свідка і повноправного учасника церемонії вступу на посаду нового президента;
- 3) надання законної сили самому інституту президентства;
- 4) проголошення політичних принципів, якими буде керуватися новий уряд (Campbell & Jamieson, 1986).

На думку О. Й. Шейгал, інавгураційна промова президента будь-якої країни має щонайменше п'ять ознак, серед яких:

- **формалізація символічних дій**, що спричинена чітко визначеною датою та заздалегідь оприлюдненим часом проведення інавгурації;
- **підвищена урочистість** (особлива атмосфера церемоніальності; використання символічних предметів у процесі інавгурації, які відповідно у кожної країни різні);
- **сюжетна цілісність**, що зумовлена чіткою послідовністю дій під час самого процесу інавгурації;
- **повторюваність** (використання клішованого зразка з використанням актуальних даних);
- **соціальна значущість** характеризує дану подію, як таку, що є дуже важливою для суспільства в цілому, історії країни тощо (Шейгал, 2002).

Крім цього, О. Й. Шейгал вдалося виділити чотири основні функції інавгураційних промов: *інтегративну*, *інспіративну*, *декларативну* і *перформативну* (Шейгал, 2002).

В основі *інтегративної функції* інавгураційних промов лежить заклик до об'єднання всіх представників нації в єдине ціле. *Інспіративна* відповідає за пропаганду кращого майбутнього, розвиток та формування державних цінностей народу, що є історичною спадщиною будь-якого народу. *Декларативна функція* полягає у створенні та розробці принципів згідно з якими новообраний президент працюватиме у подальшому. Кожний оратор (новий президент) формулює власне політичне кредо, яке вважається його головним принципом на час свого терміну. А *перформативна функція* інавгураційних зводиться до того, що, стаючи главою держави, президент дає клятву вірно служити народу, дбати про державу та виступає як лідер цієї держави. Остання функція вважається найскладнішою, бо президент повинен переконати соціум, що у нього вистачить навичок та сил із звичайного політика стати справжнім лідером (Шейгал, 2002).

На думку таких мовознавців як Е. Н. Зарецька, П. Л. Сопер, Х. Леммерман, Є. В. Ключев, інавгураційні промови, як і кожний вид публічних виступів, незалежно від мови оригіналу, мають єдину модель будови. Точніше кажучи, кожна інавгураційна промова складається із вступу, основної частини та висновку.

Вступ включає в себе виклад мети оратора, пояснення, зауваження та огляд змісту (Леммерман, 2002). Далі слідує основна частина, яка вводить головну тему виступу, містить такі ключові моменти, як обґрунтування позиції, пояснення, приклади, докази і т. д. І на останок висновок, що має на увазі кульмінацію виступу і вбирає в себе емоційно-вольову лексику з метою спонукання слухачів до тієї або іншої дії. Х. Леммерман особливо наголошує на необхідності ретельного опрацювання вступу і висновку, так як адресати запам'ятовують їх найкраще (Леммерман, 2002).

Що стосується структури, дослідники одноголосно вважають, що інавгураційна промова будь-якої країни, включає в себе клятву президента, обіцянку глави держави гідно виконувати свою роботу, присягання на вірність та службу своєму народу, відступ у історичне минуле, виклад принципів внутрішньої та зовнішньої політики, ідеологічне усвідомлення існуючих нагальних проблем та загроз, звернення до Бога і оптимістична нота закінчення промови, відповідно й церемонії.

Також науковці у галузі даного жанру політичних текстів підкреслюють той факт, що церемонія введення президента на посаду являє собою урочисту двосторонню взаємну угоду, адже президент і народ є рівноправними учасниками політичної комунікації. Без присутності другої сторони (народу) акт введення президента на посаду стає неможливим.

Отже нам вдалося з'ясувати, що інавгураційна промова вважається окремим підвидом політичних текстів. Тобто, такого роду промовам властиві особливості та характеристики політичних текстів. Окрім цього, проаналізувавши праці вітчизняних та зарубіжних вчених, нам вдалося

визначити основні функції, структуру, будову та ознаки інавгураційних промов.

1.3 Різновиди комунікативних стратегій та способи їх реалізації у офіційних промовах політиків

У наш час часто можна почути – у суперечці виявляється, що має рацію далеко не той, хто говорить істину, а людина, яка швидко аналізує мову свого опонента й правильно реалізує своє мовлення. Як правило, під час спілкування люди використовують конкретні “стратегії” для того, щоб краще донести своє бачення тієї чи іншої проблеми до співрозмовника. Мовна стратегія є одним із найважливіших соціальних дійств, адже саме вона здатна охарактеризувати людину в колективі. Стратегія спілкування реалізується за допомогою мовленнєвих (мовних) тактик, які дають змогу досягти визначеної мети в конкретній ситуації. Існує велика кількість мовних тактик і в кожній сфері спілкування вони різні. Наприклад, у ситуаціях побутового спілкування діють одні мовленнєві тактики, а у ділових – інші. Вміло використовуючи їх, людина може з легкістю переконати свого опонента та нав'язати йому свою думку. Використовують мовні стратегії люди різних професій: вчителі, філологи, психологи, і, безумовно, політики.

Цілком очевидно, що мовні стратегії й тактики відіграють ключову роль у розкритті й реалізації основних характеристик та особливостей політичного дискурсу. Однак актуальність терміну “стратегія” й “тактика” в лінгвістиці супроводжується відсутністю загальноприйнятого його трактування. Деякі дослідники ототожнюють ці два поняття, інші дають їм кардинально різні визначення. На думку таких українських вчених, як О. В. Дмитрук та В. В. Зірка, поняття “стратегія” і “тактика” є синонімічними. Однак, інший погляд на це дискусійне питання мають Н. І. Формановська та В. В. Одинцов. Ми ж розглядатимемо дані два терміни, як два окремих поняття, які тісно пов'язані між собою і функціонують в межах однієї площини.

Термін “стратегія” виник у військовій сфері, а згодом увійшов до різних галузей науки, зокрема і лінгвістики. Вчені часто використовують визначення “мовна стратегія”, “дискурсивна стратегія”, “комунікативна стратегія”, які вважаються синонімічними.

На думку О. М. Вольф, комунікативна стратегія – це творча реалізація комунікантом плану побудови своєї мовної поведінки, метою якої є досягнення мовного завдання спілкування (Вольф, 2019). У той самий час Й. А. Стернін під терміном “комунікативна стратегія” розуміє “обумовлені комунікативною метою загальні стереотипи побудови процесу комунікативного впливу в залежності від умов спілкування й особистості комунікантів” (Стернін, 2001). У свою чергу С. О. Сухих має на увазі під цим поняттям “сукупність (єдність) комунікативних і практичних цілей” (Сухих, 1986). Ю. В. Вознесенська пропонує наступне визначення: комунікативна стратегія – це “надзавдання мови, працюючи над яким відбувається вибір мовних дій, що є оптимальними для досягнення цілей мовця” (Вознесенская, 2010). Відтак, М. Л. Макаров запевняє, що “мовна стратегія” – це сукупність рішень мовця, дискурсивного вибору мовленнєвих дій та мовних засобів (Макаров, 2003).

На сьогоднішній день не існує єдиної загальноприйнятої класифікації мовних стратегій. Типології комунікативних стратегій окремих авторів принципово відрізняються між собою і базуються на різних класифікаційних засадах.

Залежно від способу поводження з аудиторією виокремлюють два види мовних стратегій:

1) *кооперативні стратегії* – сукупність мовних засобів та дій, які використовує мовець для досягнення комунікативної мети шляхом мирної співпраці з адресатом;

2) *некооперативні стратегії* – сукупність мовних засобів та дій, які використовує мовець для досягнення комунікативної цілі шляхом конфлікту з адресатом (Труфанова, 2001).

Н. М. Кирилова вважає, що найбільш ефективними є кооперативні стратегії, адже саме при такій взаємодії обидві сторони комунікації знаходяться у вигідному положенні: гарантується досягнення згоди з партнерами. Однак, в об'єктивній реальності неможливо уникнути некооперативних стратегій. У зв'язку з цим, Н. М. Кирилова виділила стратегії для обох напрямів. Таким чином, основними характеристиками кооперативних стратегій комунікації є ввічливість, щирість і довіра; відкрите спілкування; відмова від вибору (учасники комунікації завжди поступаються ініціативою один одному); відсторонення (прояв стриманості, ненав'язливості); співпраця; компроміс. До основних характеристик некооперативних стратегій Н. М. Кирилова віднесла насилля, агресію, конфлікт, погрози, претензії, контроль над ситуацією, суперництво (Кирилова, 2012).

У загальнонауковому розумінні Б. ван Рулером було виділено наступні чотири узагальнені варіанти стратегій:

1) *стратегія інформування* – може використовуватися при формуванні прес-релізів;

2) *стратегія згоди* – зазвичай використовується для взаємодії із співробітниками якщо наявний конфлікт інтересів;

3) *діалогова стратегія* (стратегія діалогу) – використовується для взаємодії з пріоритетними зацікавленими особами;

4) *стратегія переконання* – є основною для реклами та пропаганди (Ruler, 2004).

Зі свого боку науковець О. М. Паршина вважає, що у політичному дискурсі варто виділяти стратегії самопрезентації, дискредитації, нападу, самозахисту, формування емоційного настрою адресата, інформаційно-інтерпретаційні, а також аргументативну, агітаційну та маніпулятивну стратегії (Паршина, 2005).

У той самий час, Т. А. ван Дейк виділяє наступні види комунікативних стратегій: *стратегії презентації* (мовне представлення учасників

комунікації); *семантичні* стратегії (ідеологічний вплив); *аргументативні* стратегії (процес прийняття рішень); стратегії *мовних дій* (Ван Дейк, 2015).

Свою типологію стратегій у політичному дискурсі пропонує О. Й. Шейгал. Вона твердо переконана, що їх слід класифікувати на три типи. До першого типу О. Й. Шейгал відносить стратегію *вуалювання* (замовчування тієї інформації, яку бажано приховати задля збереження свого іміджу й статусу). Другий тип стратегія *містифікації* (свідоме введення в оману опонента) та третій – *анонімності* (один із прийомів знаття відповідальності) (Шейгал, 2004).

К. В. Рубльова на основі жанру телевізійних дискусій створила власну класифікацію комунікативних стратегій: *конвенційні* стратегії (кооперативні); *презентаційні* стратегії (презентація та самопрезентація); *конфліктні* стратегії (Рублева, 2006).

Радянський філолог О. С. Іссерс розглядала комунікативні стратегії і тактики в російській мові. Вона зауважує, що залежно від ступеню масштабності намірів мовні стратегії можуть характеризувати конкретну розмову з визначеними цілями (звернутися з проханням, утішити, порадити тощо) та можуть бути більш загальними, зорієнтованими на досягнення більш загальних соціальних цілей (прояв влади, підтвердження солідарності з групою тощо). З функціональної точки зору О. С. Іссерс виокремлює *основні* (семантичні, когнітивні) та *другорядні* стратегії. Основною називають стратегію, яка є більш важливою за мотивами і цілями. Така стратегія у більшості випадків пов'язана безпосередньо із впливом на адресата, його систему цінностей та поведінку. До стратегій впливу можна віднести тактику поради, погрози, застерігання, а також підлеглості (прохання, наказ тощо). Другорядні стратегії сприяють ефективній організації діалогової взаємодії, для якої оптимальним є вплив на адресата. Значущими вважаються усі компоненти комунікації: комунікант, комунікатор, контекст та канал зв'язку. Таким чином, можна прослідкувати стратегію самопрезентації, статусні, рольові й емоційно забарвлені стратегії (Іссерс, 2021).

Науковці, які займаються дослідженнями у галузі політичного дискурсу, пропонують значно вужчі класифікації стратегій. Так, О. Л. Михальова виділяє три основні стратегії політичного дискурсу: стратегія на зниження (приниження), стратегія на підвищення та стратегія театральності (Михалева, 2009). *Стратегія на зниження* застосовується для дискредитації політичного противника. Відповідно тактики, які застосовуються в даній стратегії, направлені на те, щоб дестабілізувати конкурента. На думку О. Л. Михальової, дана стратегія реалізується за допомогою шести тактик: тактика “аналіз – мінус”; тактика звинувачення; тактика безособового звинувачення; тактика викриття; тактика образи; тактика погрози. *Стратегія на підвищення* виражає бажання адресанта підняти себе в очах свого противника і тим самим надати велике значення своєму статусу. Реалізується завдяки використанню наступних тактик: тактика “аналіз – плюс”; тактика презентації; тактика неявної самопрезентації; тактика самовиправдовування; тактика відведення критики. Оскільки в політичному дискурсі є адресат-спостерігач, *стратегія театральності* допомагає робити політичну комунікацію видовищною. Дана стратегія реалізується дев'ятьма тактиками: тактика попередження; тактика спонукання; тактика кооперації; тактика розмежування; тактика інформування; тактика обіцянки; тактика прогнозування; тактика іронізування; тактика провокації (Михалева, 2009).

У свою чергу Ч. Ларсон стверджує, що існує лише два типи стратегій у політичному дискурсі – *стратегія інтенсифікації* (акцентування уваги на чужих недоліках і своїх перевагах) та *стратегія зниження* (згладжування своїх недоліків та приниження чужих достоїнств) (Larson, 1995).

Проаналізувавши праці багатьох дослідників у галузі політичного дискурсу та детально розглянувши запропоновані ними класифікації комунікативних стратегій, ми, як і більшість лінгвістів (С. А. Дацюк, О. С. Іссерс, М. В. Шкондін, Т. М. Астафурова, О. О. Тертичний тощо), схиляємося до думки, що три наступних типи стратегій є основними і здатні

описувати головні соціальні процеси в політичній комунікації. До них відносять стратегію *презентації* (самопрезентації), *маніпуляції* та *конвенції*.

Основною метою стратегії *презентації* вважається представити та зарекомендувати себе (свою партію, кандидата тощо) з найкращого боку аби цим самим викликати довіру. Український сучасний науковець С. А. Дацюк зауважує, до стратегії самопрезентації входить декілька підтипів, а саме промоушинг (просування), позиціонування та іміджмейкінг (Дацюк, 2006).

Стратегія *маніпуляції* є невід'ємною частиною політичного дискурсу. Під маніпуляцією розуміють насамперед навіювання свого бачення й своєї думки опоненту, і здатність впливати на його настрій та навіть психічний стан з ціллю забезпечити поведінку, яка необхідна тим, хто володіє засобами маніпуляції (Кара-Мурза, 2003). Але необхідно підкреслити, що мета маніпуляції є не приниження особистих якостей людини, хоча такий варіант також можливий. Політики можуть використовувати стратегію маніпуляції для привертання уваги або ж формування хорошої репутації у соціумі. Як правило, маніпулятивний тип комунікації вважається прихованим, проте свідомим впливом однієї людини на іншу (точніше кажучи, на її думки, наміри, відношення до ситуації тощо). Отож, адресата практично завжди у такій комунікації вводять в оману, а адресант у свою чергу цілеспрямовано використовує заздалегідь визначені комунікативні прийоми.

Щодо стратегії *конвенції*, то її основною метою є забезпечення комунікації між різними частинами комунікаційного середовища (аудиторії того чи іншого політичного тексту та оратора) і отримати, як результат, домовленість (конвенцію). Цілком слушно зауважити, що в конвенційній комунікації автор управляє аудиторією так само відкрито і рівнозначно, як і аудиторія ним (Дацюк, 2006).

Реалізація кожної комунікативної стратегії політичного дискурсу відбувається за допомогою сукупності тактик і прийомів. Прийнято вважати, що комунікативною тактикою називають сукупність прийомів, які мають загальні характеристики й направлені на вирішення певної комунікативної

мети. А комунікативний прийом у загальнонауковому розумінні – це конкретний, заздалегідь визначений спосіб впливу на опонента (Казабеева, 2013).

Як правило, комунікативні тактики і прийоми реалізуються за допомогою невербальних та вербальних засобів. До невербальних засобів реалізації відносять зовнішній вигляд, манери поведінки, жестикуляцію, міміку тощо. А ораторське мистецтво, уміння чітко висловлювати свої думки та переконати адресата належить до вербальних засобів реалізації комунікативних тактик (Reyes, 2011). Слід зауважити, що одна стратегія може реалізуватися за допомогою одночасно кількох тактик. Очевидно, що кількість тактик, які можуть застосовуватися в процесі комунікації є надзвичайно великою. Ми розглядатимемо їх детально в наступних розділах нашого наукового дослідження на прикладі інавгураційних промов президентів Туреччини.

Підсумовуючи вищесказане, можемо стверджувати, що науковцями до цього часу не було розроблено єдиної класифікації комунікативних стратегій, які застосовуються у політичному дискурсі. Ми проаналізували велику кількість робіт дослідників різних часових рамок і надали перевагу класифікації, запропонованій українським лінгвістом С. А. Дацюком. До того ж, дану класифікацію раніше визнавали найповнішою та найбільш узагальнюючою такі дослідники, як О. С. Іссерс, М. В. Шкондін, Т. М. Астафурова, О. О. Тертичний тощо. Тому ми беремо її за основу у нашому дослідженні.

Висновки до Розділу 1

З'ясувавши теоретичні засади дослідження інавгураційних промов багатьма лінгвістами, серед яких найвідоміші Т. А. ван Дейк, О. Й. Шейгал, В. З. Дем'янков, А. М. Баранов, А. Гюрташ, С. А. Дацюк, визначивши основні характеристики та функції інавгураційних промов у сучасній лінгвістиці, а також дослідивши різновиди комунікативних стратегій та способи їх реалізації у офіційних промовах політиків, ми дійшли наступних висновків:

1) Розглянувши численну кількість праць вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, можемо запропонувати власне визначення поняття “політичний дискурс” та “політичний текст”. На нашу думку, політичний дискурс – це актуальне використання мови в соціально-політичній сфері спілкування; політичний текст – це текст, призначений для впливу на політичну ситуацію за допомогою пропаганди політичних ідей, емоційного впливу на громадян і спонукання їх до політичних дій.

2) Незважаючи на різноманітність визначень, під поняттям інавгураційна промова ми розуміємо особливий підвид політичного тексту. Це означає, що такого роду промовам властиві характеристики та особливості власне політичних текстів.

3) Опрацювавши праці багатьох науковців, нам вдалося визначити структуру інавгураційних промов, їх функції та основні характеристики. Отож, більшість лінгвістів схиляється до думки, що будь-яка інавгураційна промова має складатися із вступу, основної частини та висновку. У нашому дослідженні ми взяли за основу класифікацію функцій інавгураційних промов, запропоновану О. Й. Шейгал. Вона вважає, що їх є чотири – інтегративна, інспіративна, декларативна і перформативна. Щодо основних характеристик інавгураційних промов, то варто виділити наступні – формалізація символічних дій, підвищена урочистість, сюжетна цілісність, повторювальність та соціальна значущість.

4) Проаналізувавши велику кількість робіт дослідників різних часових рамок, ми надали перевагу класифікації комунікативних стратегій, застосованих у політичному дискурсі, запропонованій українським лінгвістом С. А. Дацюком. До основних стратегій він відніс стратегію самопрезентації, маніпуляції та конвенції.

РОЗДІЛ 2. БУДОВА ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВ ПРЕЗИДЕНТІВ ТУРЕЧЧИНИ. СПОСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ТА ФУНКЦІЙ ЗАСТОСОВАНИХ У НИХ

2.1 Види комунікативних стратегій і тактик застосованих у турецьких інавгураційних промовах

Політична комунікація здавна вважається надзвичайно важливим засобом впливу на аудиторію, який у повному обсязі проявляється у політичному дискурсі. Основним завданням політичного дискурсу є завоювання, збереження та здійснення політиком політичної влади. Кожен політичний діяч, будь то президент чи міністр, має на меті завоювати підтримку населення, шляхом розповсюдження особистих думок і переконань, однак реалізуючи це таким чином, щоб аудиторія сприймала ці пропозиції, як ті, що діють лише в інтересах народу. Зрозуміло, що політичну інформацію масова аудиторія дізнається переважно із виступів політиків. Тому політичні діячі ретельно розробляють тексти своїх виступів і особливу увагу приділяють їх лексичному наповненню. Вони свідомо використовують різноманітні прийоми маючи на меті певну стратегію чи тактику, однак вживають їх таким чином, щоб аудиторія в жодному разі не зрозуміла усіх прихованих хитрощів.

Прийнято вважати, що інавгураційна промова президента – це публічна промова, визначена політичною подією – інавгурацією президента, окреслена часовими рамками і фіксована в просторовому плані. Під час церемонії інавгурації, яка є актом офіційного вступу нового президента на посаду, глава держави дає клятву на вірність нації, що є її характерною особливістю. Політичний суб'єкт в своїй інавгураційній промові об'єднує адресатів політичного дискурсу в єдину націю; згадує основні традиції і цінності народу; розповідає про нові принципи, яким слідуватиме держава під його керівництвом.

Інавгураційну промову вважають основною складовою урочистої церемонії і саме за допомогою неї легалізується інститут президенства. Як правило, у інавгураційній промові новообраним лідером згадуються факти минулого і прогнозується майбутнє на фоні реальності, прославляється усе, що може об'єднати націю і використовуються різноманітні лексичні прийоми для того, щоб гіперболізувати ту інформацію, яка вже відома аудиторії. Зазвичай у промовах такого роду відсутні будь-які твердження, які можуть викликати незгоду, занепокоєння або протест людей. Оскільки інавгураційна промова розрахована на багатомільйонну аудиторію, то вона планується і готується заздалегідь. Політиком ціленаправлено не вводиться нова інформація і це сприяє акцентуванню уваги людей на самому процесі інавгурації. Усе це свідчить про високу ступінь церемоніальності даного жанру. Отож, інавгураційну промову слід розглядати не лише, як явище політичне, але і мовленнєве.

Розглянемо на конкретному практичному матеріалі, які стратегії і тактики застосовуються у турецьких інавгураційних промовах та які мовні засоби при їх реалізації використовують президенти Туреччини. Варто зазначити, що матеріалом нашого дослідження послуговували тексти інавгураційних промов, взяті з офіційного інтернет-представництва Турецької Республіки “Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı” (49).

I. Стратегія самопрезентації полягає у тому, щоб завоювати прихильність аудиторії, відповідно її головна мета – “сподобатися народу”. Як ми зазначали раніше, більшість науковців вважають, що стратегія самопрезентації (презентації) належить до основних стратегій політичного дискурсу. Це цілком очевидно, адже у політичній діяльності надзвичайно важливим є комунікативний образ політика. При цьому його самопрезентація, яка реалізується за допомогою лінгвістичних та екстралінгвістичних компонентів (міміка, жести, манера поведінки, стиль одягу тощо) націлена на створення в аудиторії бажаного позитивного враження про нього у певній комунікативній ситуації. Імідж політика це ніби спеціально сформований

образ у очах різних соціальних груп. Створення політичного іміджу незалежно від визначених намірів є досить складним і довгим процесом, успішність якого напряду залежить від навиків. Досвідчений державний діяч вміє презентувати себе з кращої сторони і налаштувати аудиторію. Відповідно саме за допомогою самопрезентації аудиторія сприймає політика таким, яким він хоче показати себе.

Проаналізувавши турецькі інавгураційні промови, ми з'ясували, що президенти під час своїх інавгураційних промов використовують стратегію самопрезентації з метою завоювати підтримку та довіру народу, і відповідно сподобатися людям. На будь-якій церемонії інавгурації возз'єднання президента і народу є обов'язковим незмінним ритуалом.

Наведемо приклад застосування стратегії самопрезентації в інавгураційній промові президента Туреччини Реджеп Таїп Ердогана: *Belediye başkanlığımdan başlayarak başbakanlık ve cumhurbaşkanlığı görevlerim boyunca vesayetten darbelere, terör saldırılarından ekonomik tuzaklara kadar **her türlü sıkıntıyı yaşamış bir siyasetçiyim.*** – Починаючи із виконання обов'язків мера, будучи прем'єр-міністром та президентом, **я, як політик, стикався з різними труднощами**: від питань опіки до переворотів, від терактів до економічних пасток.

У наведеному прикладі дуже добре видно, що автор у першу чергу наголошує на своїх позитивних сторонах, а саме на довгостроковому досвіді роботи у політиці, вирішенні низки питань різного характеру за часи своєї роботи тощо. Все це є його перевагами і допомагає йому гарно презентувати себе.

Стратегія самопрезентації у інавгураційних промовах президентів Туреччини реалізується за допомогою:

1) тактики ототожнення (самоототожнення), основою якої є уподібнення політика з народом. Незважаючи на свою високу посаду, президент має залишатися “своєю” (тобто близькою до народу) людиною у очах своїх виборців. Таким чином, головна ціль політика – показати, що він є

частиною соціуму, в якому сам і живе. Тобто, мовець постає у ролі представника народу, тому люди бачать в президентові людину такого ж соціального класу, як і вони.

Наведемо приклад: *Ülkemizin terör örgütlerinin en yoğun saldırılarına maruz kaldığı bir dönemde, bu senaryoya karşı cevabımızı Rabia'mızla vermiştik: Tek millet demiştik, tek bayrak demiştik, tek vatan demiştik, tek devlet demiştik.* – У той час, коли наша країна зазнавала найжорсткіших нападів терористичних організацій, ми відповіли на цей сценарій нашими чотирма принципами: **ми – одна нація, ми – один прапор, ми – одна батьківщина, ми – одна держава.**

З наведеного нами прикладу чітко видно, що політик ототожнює себе із турками, тобто є частиною народу. Це у свою чергу можна розглядати, як один із засобів підсвідомого зближення адресанта та адресата. Використання у даному прикладі займенника “biz” (ми) є вираженням єдності із народом.

Наведемо ще один приклад: *40 yılı aşkın süredir siyasetin içindeyiz. Biz siyaseti hep Allah rızası için, milletimize hizmet etmek için yaptık, efendiliğe değil, özellikle millete hizmetkar olmaya geldik.* – Ми в політиці вже більше 40 років. Ми займаємося політичною діяльністю волею Аллаха, **служимо нашій нації не для того, аби стати панами, а для того, щоб бути її слугами.**

У наведеному прикладі автор (президент) наголошує, що є таким же, як і мільйони його слухачів. Попри свою високу посаду, він називає себе слугою народу, якого обрала більшість людей, і дає обіцянку не зазнаватися, а розуміти й вирішувати усі проблеми виборців. Варто зазначити, що політик говорить не лише про себе, а є уособленням усієї новообраної влади.

2) тактика солідаризації, за допомогою якої політик прагне продемонструвати однакові погляди на майбутнє, єдність невдач і радісних подій, наявність спільних цілей і прагнень. Наприклад:

Biz parlak geleceğimize inanan, dostlarıyla, kardeşleriyle birlikte yol yürümekten, onlarla birlikte kazanmaktan memnuniyet duyan bir milletiz. – Ми – **нація, яка вірить у наше світле майбутнє, рада йти разом зі своїми друзями та братами і перемогати разом із ними.**

Вищенаведений приклад яскраво ілюструє, що об'єднання суспільства і правлячої верхівки відбувається за допомогою вживання займенника “biz” (ми). Тактика солідаризації вербалізується шляхом вживання таких виразів, як “dostlarıyla, kardeşleriyle birlikte” (разом зі своїми друзями та братами), “onlarla birlikte kazanmaktan” (перемагати разом із ними), що демонструють єдність між людьми та владою та виразу “parlak geleceğimize inanan” (ми віримо у світле майбутнє), що зображує спільну віру у краще майбутнє.

3) тактика опозиціонування (опозиційна тактика) реалізується у турецьких інавгураційних промовах шляхом створення позитивного образу президента на фоні певних негативних фактів минулого. У Розділі 1 нам вдалося з'ясувати, що зазвичай тактика опозиціонування у політичних текстах спрямована на зображення своїх позитивних якостей і негативних рис суперника. Однак, опрацювавши турецькі інавгураційні промови, ми вияснили, що президенти Туреччини у своїх інавгураційних промовах зазвичай не вдаються до порівняння з певним суперником (партією, угрупованням тощо). Скоріше навпаки – з признанням можуть згадувати своїх попередників, тим самим демонструючи повагу. Зазвичай лідери держав узагальнено вживають під час свого інавгураційного виступу негативні факти минулого, підкреслюючи свої “виграшні сторони”, за рахунок чого і реалізується дана тактика.

Наведемо приклад: *Bu ülkede insanların herhangi bir sebepten ötürü dışlandığı, zulme maruz kaldığı dönemler inşallah bir daha geri gelmemek üzere geride kalmıştır.* – Я сподіваюся, **часи, коли людей примусово виселяли та переслідували з будь-якої причини** в цій країні, назавжди залишились позаду.

У даному випадку політиком використаний прийом порівняння з минулим і обіцянка, що такі події назавжди залишаться в історії. Президент виступає уособленням надійної опори народу і гарантом світлого майбутнього без схожих репресій. Можливий і інший варіант використання даної тактики: *Geçmişte yol açtığı siyasi, sosyal ve ekonomik kaoslar sebebiyle ülkemize çok büyük bedeller ödeten bir sistemi artık geride bırakıyoruz.* – Тепер **ми залишаємо**

позаду систему, що завдала великих витрат нашій країні через політичний, соціальний та економічний хаос, спричинений у минулому.

У наведеному нами прикладі засуджується мінута система управління і обґрунтовуються причини цього. Відповідно акцентується увага на розробці кращої системи, а якщо мислити глобальніше, то кращого майбутнього для Турецької Республіки.

II. Стратегія театральності також є широко застосованою у турецьких інавгураційних промовах. О. Шейгал зазначає, що за допомогою цієї стратегії здійснюється прихований вплив на адресата. На думку дослідниці, народ, який є головним учасником політичної комунікації, виконує роль адресата-спостерігача (не прямого адресата) і сприймає цю подію, як драматизовану виставу (Шейгал, 2000). З цієї причини, дана стратегія має саме таку назву.

Серед найпоширеніших тактик, які реалізують стратегію театральності у інавгураційних промовах президентів Туреччини наступні:

1) тактику обіцянки можна охарактеризувати як привселюдно добровільно дане зобов'язання зробити що-небудь. Зазвичай президент вдається до цієї тактики, щоб продемонструвати свої рішучі наміри і запевнити людей у тому, що вони зробили правильний вибір, віддавши свої голоси на виборах за нього. Приклад використання тактики обіцянки нами було знайдено у інавгураційній промові 12-того президента Туреччини:

El ele tutuşarak, hep beraber ileriye gideceğiz. Türkiye Cumhuriyeti mesut, muvaffak ve muzaffer olacaktır. Söz veriyorum. – Ми будемо разом йти вперед, взявшись за руки. *Турецька Республіка буде щасливою, успішною та переможною. Даю слово.*

Наведемо ще один приклад вживання: *Sadece bize oy verenlerin değil, 81 milyonun tamamının Cumhurbaşkanı olduğumuzun bilinciyle milletimize layık olmaya çalışacağız.* – *Ми намагатимемося бути гідними своєї нації, усвідомлюючи, що є президентом не лише тих, хто за нас голосував, а й усіх 81 мільйона людей.*

Слід зауважити, що обіцянки президентів на церемонії інавгурації можуть стосуватися різних сфер життя (економічної, соціальної, військової тощо). Відтак, опрацювавши турецькі політичні тексти даного спрямування, можемо стверджувати, що особлива увага приділяється таким цінним основами суспільства, як матеріальні блага, рівноправ'я, освіта, справедливість, тобто тим елементам, які важливі для кожного громадянина країни. Цілком зрозуміло, що обіцянки, які стосуються саме цих сфер буття, можуть налагодити зв'язок між оратором та аудиторією.

2) тактика кооперації покликана підкреслити, що покращення рівня життя у країні – справа рук кожного її громадянина. Тобто, лише спільними силами можна досягти бажаного результату. Дуже часто президенти використовують під час своїх інавгураційних виступів тактику кооперації і, шляхом звернення до минулого, наголошують, що для них важливим є збереження традиційних цінностей нації. Це згуртовує людей і підсвідомо програмує їх на спільні звершення. Наведемо приклад:

Tarihin ve coğrafyanın bize yüklediği misyon gereğince, adaletsizliğin ve zulmün karşısında durmayı, dış politikamızın ana eksenini olarak görüyoruz. – Відповідно до *місії, яку на нас покладає історія та географія, ми розглядаємо* протидію несправедливості та жорстокості як головну вісь нашої зовнішньої політики.

3) тактика спонукання – оратор намагається підштовхнути аудиторію до здійснення тієї чи іншої дії, стараючись переконати у правильності своєї точки зору. Часто тактика спонукання поєднується із самопрезентацією, адже для того, щоб народ “слідував за лідером” політику необхідно представити себе у максимально вигідній позиції та завоювати довіру аудиторії. Наприклад:

Bundan sonra bize düşen, medeniyetimizin ihyası ve inşası için kaybettiğimiz zamanı geri kazanmak için çalışmaktır, ama çok çalışmaktır. – *Відменер наш обов'язок – не просто трудитися, а наполегливо працювати* над тим, щоб

повернути час, який ми втратили на відродження та побудову нашої цивілізації.

З наведеного нами прикладу зрозуміло, що президент шляхом використання “*bize düşen çalışmaktır, ama çok çalışmaktır*” (наш обов’язок не просто трудитися, а наполегливо працювати) спонукає народ до колективної роботи, аргументуючи це невдачами попередніх систем правління.

III. Стратегія консолідації у інавгураційних промовах теж вважається визначальною, оскільки однією із ключових цілей політичної комунікації є об’єднання та згуртованість спільноти в одне ціле. Особливо це стосується єдності політичного лідера з народом. Приклад використання:

Ülkemizi dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri haline getirmek için, makroekonomik dengelerden yatırımlara kadar her alanda çok büyük hamleler yurasağız. – Для того, щоб наша країна увійшла у десятку країн з найбільш розвинутою економікою в світі, ми зробимо важливі кроки у всіх сферах – від макроекономічних балансів до інвестицій.

У зазначеному прикладі прослідковується використання оратором займенника 2 особи множини “*biz*” (ми), внаслідок чого складається враження, що президент говорить від імені народу, а не просто розповідає про своє власне бачення ситуації. Це у свою чергу слугує елементом об’єднання президента та аудиторії для досягнення спільної мети.

Нам вдалося з’ясувати, що реалізація стратегії консолідації у інавгураційних промовах президентів Туреччини здійснюється за допомогою наступних тактик:

1) тактика рівноправ’я має на меті не тільки консолідацію народу із президентом, але й забезпечення рівноправності в усіх сферах життя. Іншими словами, усі люди, які проживають у Туреччині, незалежно від своєї статі, раси, релігійних поглядів чи посади однакові перед законом та Всевишнім (до числа цих людей також відноситься сам президент). Саме на церемонії інавгурації новообраний президент наголошує на цьому і сподівається, як і кожен, на милість Аллаха:

Bugün Rabbimize ve onun yarattıklarına, yani halka hizmet için bir güzel yolculuğa hazırlanıyoruz. Ya Rab, bizi kibirden muhafaza eyle. Ya Rab, bizi hasetten muhafaza eyle. Sen ki her şeye gücü yetensin. Allah'ım, yalnız senden yardım dileriz. Rabbim, bizi doğru yola ilet. Amin amin amin. – Сьогодні ми готуємося до прекрасної подорожі, щоб служити нашому Господу та його творінням, тобто людям. *Господи*, захисти нас від зарозумілості. *Господи*, захисти нас від заздрості. *Ти всесильний. Боже*, ми лише просимо допомоги у тебе. *Господи*, проведи нас правильним шляхом. Амінь амінь амінь.

Президент покладає неабиякі надії на підтримку Всевишнього у такий важливий для нього та країни день. Тим самим, він намагається показати, що є такий же, як і мільйони громадян Туреччини і, попри свою високу посаду, нічим не відрізняється від інших.

2) тактика звернення до історії виступає потужним елементом підсвідомого впливу на аудиторію. Ця тактика допомагає провести уявну вісь “спільне минуле” – “спільне теперішнє” – “спільне майбутнє”:

Türkiye Cumhuriyeti 29 Ekim 1923 tarihinde kurulmuş, aynı gün TBMM Gazi Mustafa Kemal'i ilk Cumhurbaşkanı olarak seçmişti. İlk Cumhurbaşkanımızın, Gazi Mustafa Kemal'in de ifade ettiği gibi, milletin teveccühü her zaman dayanak noktamız olacaktır. – *Турецька Республіка була заснована 29 жовтня 1923 року і того ж дня Великі національні збори Туреччини обрали першого президента Мустафу Кемалья. Як заявив наш перший президент Газі Мустафа Кемаль, доброта нації завжди буде нашою опорою.*

У даному випадку президент під час інавгураційної промови згадує основоположника Турецької Республіки, наголошуючи, що саме його слідами буде крокувати і змінювати країну. Чи справді це буде так сказати важко, але факт залишається фактом – нація задоволена своїм виборцем, адже вбачає у ньому наступника засновника своєї держави. Розуміючи, що дана тактика перш за все працює на емоційному рівні, досвідчений оратор свідомо використовує її у своїй промові.

3) мета тактики звернення до майбутнього полягає у наголошенні на тому, що саме єдність є ключовою передумовою кращого майбутнього країни:

11. Cumhurbaşkanımızla hani bizim bir şarkımız var; “beraber yürüdük biz bu yollarda” biz bu yollarda yağmur demeden, kar kış demeden beraber yürüdük. Ve inşallah şimdi de yeni Türkiye'nin inşası ve ihyası yolunda, yine biz beraber bu yolda yürüyeceğiz. – Ми з нашим 11-тим президентом маємо принцип: “Ми йшли разом цими дорогами”, йшли цим шляхом, не згадуючи про дощ, сніг чи зиму. А зараз нова Туреччина знаходиться на шляху до відродження і будівництва, і, знову ж таки, *ми подолаємо цей шлях разом.*

Як правило, події, які стосуються майбутнього, вживаються виключно у позитивному ключі. У вищенаведеному прикладі президент запевняє слухачів у тому, що, не дивлячись на усі перепони та невдачі, які траплятимуться на шляху, спільно з народом вони зможуть подолати все.

IV. Стратегія формування емоційного настрою адресата в основному зустрічається у виступах лідерів держав, які звертаються до громадян з приводу будь-яких важливих питань. Оскільки інавгураційне звернення вважається однією із найперших та найважливіших промов новообраного президента, зрозуміло, що дана стратегія використовується політиками під час церемонії вступу на пост глави держави. Наведемо приклад:

Şu anda 200 bini aşkın insanın öldürülmüş olduğu Suriye'ye sessiz kalamayız, kalamazdık. – Ми не могли і можемо мовчати *Сирії, де зараз вбито понад 200 тисяч людей.*

Наведений нами приклад чітко ілюструє емоційне налаштування аудиторії, адже ніхто не зможе залишитися осторонь, якщо йдеться про смерть величезної кількості людей, серед яких міг бути будь-хто з людей, які є слухачами інавгурації.

До числа тактик, які реалізують стратегію формування емоційного настрою адресата у інавгураційних промовах президентів Туреччини ми віднесли:

1) тактику урахування ціннісних орієнтирів, яка може чітко продемонструвати настільки добре оратор володіє системою цінностей громадян. Звертаючись до ціннісних орієнтирів нації, президент наголошує на своїй обізнаності у будь-якому питанні, що є важливим для народу (наприклад, визначальна битва, державний переворот, напад з боку агресора тощо) і цей жест заслуговує на повагу. Наприклад:

*Bu vesileyle, girdiğimiz her mücadelede yanımızda olan, **bilhassa Pazar günü ikinci yıldönümüne ulaşacağımız 15 Temmuz darbe girişiminde canları pahasına istiklallerine ve istikballerine sahip çıkan milletime şükranlarımı sunuyorum.*** – З цієї нагоди я хотів би висловити вдячність своїй нації, яка була поруч із нами у кожній боротьбі, в яку ми вступали, і яка захищала свою незалежність та своє майбутнє ціною власного життя, **особливо під час спроби державного перевороту 15 липня, друга річниця якої відбудеться у неділю.**

У даному прикладі спікер висловлює свою вдячність народу, навмисне згадуючи спробу державного перевороту, більше того, називаючи точну дату, коли ця подія відбулася. Автор розуміє, що це слугуватиме елементом його зближення з людьми.

2) тактика єднання має на меті об'єднати слухачів як єдину націю, допомогти людям усвідомити, що їх сила – у їх єдності:

*Bizim için etnik kökenlerden, dillerden, derilerinin renklerinden, petrolden, elmastan, altından, enerji kaynaklarından öte **insan vardır, can vardır. Hep beraber tüm zorlukların üstesinden gelebiliriz!*** – Для нас важливіше за етнічне походження, мову, колір шкіри, нафту, діаманти, золото, енергетичні ресурси є **людина і її життя. Тільки разом ми подолаємо усі труднощі!**

Президент вживає у своєму виступі “*hep beraber tüm zorlukların üstesinden gelebiliriz*” (тільки разом ми подолаємо усі труднощі), за рахунок чого дає людям зрозуміти, що влада і народ – єдине ціле. Слід зауважити, що тактика єднання у інавгураційних промовах тісно переплітається із іншими вищеперерахованими стратегіями і тактиками. Цей факт спричинений тим, що

однією із головних цілей інавгурації є процес об'єднання як народу із новообраним президентом, так і людей між собою.

3) тактика звернень до емоцій адресата, за рахунок використання якої оратор прагне на емоційному рівні налаштувати чи підбурити свою аудиторію. Політичний діяч під час своєї інавгурації часто вдається до вживання цитат відомих людей, що також можна розглядати проявом даної тактики. Наведемо приклад:

Evet, ilk Cumhurbaşkanımızın, Gazi Mustafa Kemal'in de ifade ettiği gibi, milletin teveccühü her zaman dayanak noktamız olacaktır. – Так, **як заявив наш перший президент Газі Мустафа Кемаль**, доброта нації завжди буде нашою опорою.

У поданому прикладі президент цитує слова основоположника Турецької Республіки Мустафи Кемала Ататюрка. Зрозуміло, що для турків надзвичайно важливим є розуміння того, яким напрямком рухатиметься політик або чиїми принципами він керуватиметься. Тому оратор і згадав слова найважливішої постаті в історії Туреччини – першого президента.

Ще один приклад використання даної тактики: *Her türlü hak ve özgürlükten, ülkemizin sahip olduğu tüm zenginliklerden, köken, inanç, meşrep, bölge, şehir farkı olmaksızın vatandaşlarımızın tamamının yararlanmasını sağlayacağız.* – **Ми забезпечимо, щоб усі наші громадяни користувалися всіма видами прав і свобод, усіма багатствами нашої країни, незалежно від походження, віри, уподобань, регіону чи міста.**

У даному випадку оратор цілеспрямовано звертається до емоцій своїх слухачів, підкреслюючи такі важливі для кожної людини поняття, як рівність усіх людей.

Таким чином, можна зробити висновок, що для здійснення мовленнєвого впливу на аудиторію в умовах політичного дискурсу, а саме церемонії інавгурації, застосовуються стратегія самопрезентації, театральності, консолідації та емоційності (стратегія формування емоційного настрою адресата). Кожна із зазначених стратегій реалізується за допомогою

визначених тактик і має свої характерні особливості. Відтак, вживання цитат відомих людей, акцентування уваги на важливих для усіх громадян історичних подіях, наведення прикладу негативного досвіду минулого і обіцянки щодо позитивного майбутнього – все це є ефективними способами підтвердження своєї правоти і незаперечності інформації, засобами впливу на аудиторію і її емоції та інструментами створення позитивного відношення до автора.

2.2 Структурно-композиційна будова турецьких інавгураційних промов

До числа провідних характеристик будь-якої політичної промови належить її цілісність, в основі якої лежить головна думка виступу, основна проблема, поставлена в ній, та безпосередньо її смислові частини. Відповідно концепція політичної комунікації стає зрозумілою аудиторії лише в одному випадку – коли мова політичного діяча характеризується певною структурою і має чіткі смислові зв'язки, за допомогою яких репрезентується послідовність та логічність викладу його основної думки (Чудинов, 2005).

Ні для кого не секрет, що успіх у політичній сфері напряму залежить від того, наскільки вміло політичний діяч може аргументувати свою позицію, беручи до уваги особливості різних соціальних груп населення, яким адресується промова. При цьому головне завдання політика полягає у тому, щоб бути почутим та зрозумілим людьми правильно. Однак, для досягнення поставленої мети політику не достатньо бути переконливим з урахуванням індивідуальних особливостей слухачів. Державний діяч, перш за все, повинен писати свою промову таким чином, щоб вона відповідала культурним та мовленнєвим принципам і закономірностям побудови виступу.

Правильно сформоване за структурою мовлення політика може розглядатися як композиційно продуманий виступ, що включає детерміновану послідовність зв'язаних між собою компонентів. Таким чином, публічний політичний виступ складається із логічного ланцюжка елементарних

тематичних одиниць тексту. Ці одиниці можуть замінювати одна одну, комбінуватися, повторюватися тощо. О. Н. Зарецька зауважує, що під поняттям компоненти композиційного мовлення мається на увазі “вагомні риторичні аргументи, докази своєї правоти” (Зарецькая, 2002). У свою чергу вітчизняний лінгвіст М. М. Кохтєв наводить приклад з архітектури. Він порівнює цілісність та взаємозв’язок усіх композиційних частин публічної промови із будинком, в якому усі його частини займають свої визначені місця і разом складають одне ціле (Кохтєв, 2013).

Давньогрецький філософ Арістотель стверджував, що будь-який виступ має складатися з наступних частин: вступ, тезис, доказ і висновок (Арістотель, 2014). Притримуючись античних традицій структури виступу, більшість сучасних науковців, серед яких А. М. Васільєва, О. Н. Зарецька, М. М. Кохтєв, Х. Леммерман, Є. В. Ключєв, виділяють три основні компоненти політичної промови: вступ, основна частина і висновок.

Х. Леммерман підкреслює, що у вступі автор вітається, каже вступне слово, висловлює свою вдячність масовій аудиторії за її вибір і підтримку. Слідом за вступом йде основна частина виступу, у якій оратор вводить головну тему свого виступу і наголошує на таких ключових моментах, як обґрунтування своєї позиції, наведення прикладів, доказів, аргументів тощо. Своєрідною кульмінацією виступу є висновок. У ньому зазвичай використовується емоційна лексика з метою заклику аудиторії до тих чи інших дій (Леммерман, 2002).

Розглянемо структурно-композиційну будову інавгураційних промов президентів Туреччини. Оскільки у Розділі 1 ми з’ясували, що інавгураційна промова є окремим різновидом політичного тексту, то відповідно вона, як і політичний текст, має чітку структуру і складається з основного тексту (основна частина) та рамкових компонентів привітання і прощання (вступ і висновок). Детально опрацювавши турецькі інавгураційні промови, можемо стверджувати, що рамкові компоненти привітання і прощання виконують

етикетну функцію, у той час як основний текст передає головну думку автора, його подальші плани і цілі.

Етикетні формули привітання і прощання ми віднесли до рамкових елементів інавгураційної промови через їх розташування у ініціальной частині виступу (вступі) та фінальній частині промови (висновку). Президенти Туреччини під час своїх інавгураційних виступів можуть по-різному відтворювати вищенаведені рамкові елементи, але саме ці частини виступу є обов'язковими і замінити їх нічим іншим автор не зможе, адже їх певною мірою можна вважати сталими.

Будь-яка церемонія інавгурації починається із привітання президента, яке є своєрідним зверненням до масової аудиторії, точніше кажучи до турецького народу і усіх присутніх. Зазвичай звертання у інавгураційних промовах президентів Туреччини характеризується використанням прикметників “değerli” (дорогі), “saygıdeğer” (шановні), “aziz” (любі), “çok değerli” (вельмиповажні): *Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Cumhurbaşkanı, Çok Değerli Abdullah Gül Kardeşim, Saygıdeğer Devlet Başkanları, Cumhurbaşkanı, Meclis Başkanları ve Başbakanlar, Çok Değerli Bakanlar, Yurt içinden ve yurt dışından bu anlamlı törene iştirak eden Saygıdeğer Misafirler, Türkiye Cumhuriyeti'nin Aziz Vatandaşları, Hanımefendiler, Beyefendiler!* – 11-й президент Турецької Республіки, **Шановний** Абдуллах Гюль, брате, **Шановні** глави держав, Президенти, Голови меджлісу та Прем'єр-міністри, **Вельмиповажні** міністри, **Дорогі** гості з Туреччини та із-за кордону, які беруть участь у цій значущій церемонії, **Улюблені** громадяни Турецької Республіки, Пані та Панове!

У даному прикладі чітко видно, що президент майже перед кожним звертанням вживає прикметник, який слугує підсилюючим елементом висловлення його поваги до усіх присутніх. Можна прослідкувати, що головною метою новообраного глави держави є звертання до усіх учасників політичної комунікації і відповідно оратор поступово переходить від конкретних осіб до масового адресата. Відтак, у вищенаведеному прикладі президент спочатку звертається до свого попередника, 11-го президента

Турецької Республіки Абдуллаха Гюля, називаючи його братом (“kardeşim”), таким чином наголошує на своїй повазі до нього і демонструє приклад єдності для усієї турецької спільноти. Президент не забуває про жодного члена суспільства, в кінці узагальнено звертаючись до усіх громадян Туреччини “Türkiye Cumhuriyeti’nin Aziz Vatandaşları, Hanımefendiler, Beyefendiler” (Дорогі громадяни Туреччини, Пані та Панове).

Варто зауважити, що президентом висловлюється подяка за віддані йому голоси та довіру з боку народу як у ініціальній частині виступу (вступі), так і у фінальній (висновку). Це певною мірою спричинене бажанням політичного діяча підкреслити той факт, що він є одним із звичайних людей, для нього це велика честь взяти на себе обов’язки глави держави і на його місці може бути будь-хто із громадян. Зрозуміло, що автор повторюється у рамкових елементах привітання і прощання, але саме таким чином він наголошує на тому, що церемонія інавгурації була б неможливою без присутності другого учасника політичної комунікації, яким у даному випадку виступає масова аудиторія – турецький народ. Наведемо приклад із вступної частини турецької інавгураційної промови: *Ülkemiz tarihinin bu en önemli gününde bizimle beraber olduğunuz için her birinize ayrı ayrı şükranlarımı sunuyorum. 24 Haziran seçimlerinde oylarıyla, dualarıyla, destekleriyle şahsımızı bu göreve layık gören vatandaşlarımıza bir kez daha teşekkür ediyorum. Dünyanın her köşesinde kalpleri bizlerin başarısı için atan tüm kardeşlerimize de sevgilerimi sunuyorum. Bugün burada bizzat bulunarak veya ekranları başından bizleri takip ederek sevincimizi paylaşan herkesi saygıyla selamlıyorum. – Я хотів би подякувати кожному з вас за те, що ви з нами у цей найважливіший день в історії нашої країни. Я хотів би висловити свою вдячність нашим громадянам, які визнали нас гідними цього обов’язку своїми голосами, молитвами та підтримкою на виборах 24 червня. Я дарую свою любов усім нашим братам і сестрам, чий серця б’ються за наш успіх у будь-якому куточку світу. Сьогодні я вітаю всіх, хто поділяє нашу радість, перебуваючи тут особисто або стежачи за нами з телеекранів.*

Отож, з вищенаведених нами прикладів можемо зробити висновок, що у вступній частині турецької інавгураційної промови президент вітається із усіма присутніми та дякує кожному, хто підтримав його. Далі слідує наступна частина інавгураційної промови – **основний текст**, який включає в себе чотири основні елементи, які ми виявили у кожній проаналізованій нами інавгураційній промові, а саме: 1) акцентування уваги на правильності зробленого народом вибору; 2) визначення поточної політичної ситуації; 3) опис проблем різного характеру за яких президент вступає на посаду; 4) подальші цілі й перспективи роботи новообраного глави держави.

Більш детально проаналізуємо кожну з чотирьох частин основного тексту інавгураційної промови. Отож, у першій частині основного тексту президенти Туреччини наголошують на винятковій важливості турецького народу, адже саме завдяки звичайним громадянам політика було обрано президентом. Вибір народу під час виступу схвалюється, більше того, підкреслюється його правильність: *Biz siyaseti hep Allah rızası için, milletimize hizmet etmek için yaptık, efendiliğe değil, özellikle millete hizmetkar olmaya geldik. Hizmetkarlığına talip olduğumuz milletimize layık olabilmek için geceli-gündüzlü çalıştık.* – Ми прийшли у політику волею Аллаха, **щоб служити своїй нації** і ми стали слугами нації, а не її господарями. **Ми працювали день і ніч**, щоб бути гідними своєї нації, якій ми прагнемо служити.

Даний приклад яскраво демонструє нам те, як політик, даючи позитивну оцінку своїй роботі за попередні роки, згадуючи про досягнення своєї партії і відданість насамперед інтересам людей, може завоювати прихильність аудиторії та прямо на церемонії інавгурації запевнити людей, що саме він і його партія найбільш заслуговують на цю посаду. Слід зауважити, що у цьому контексті займенник “biz” (ми) вжитий у значенні “партія”. Ключовими фразами самопрезентації Ердогана з вищенаведеного прикладу є “geceli-gündüzlü çalıştık” (ми працювали день і ніч) і “milletimize hizmet etmek için” (щоб служити своїй нації), що відразу викликає довіру і водночас повагу до новообраного президента. Складається враження, що політик вступає на

найвищу посаду у Туреччині заради блага народу, а не свого особистого. Це досить прихований прийом, який використовують більшість президентів. Можемо сміливо стверджувати, що вступ та перша частина основного тексту інавгураційної промови повністю спрямовані на адресата, яким у даному випадку є весь турецький народ.

Другою частиною основного тексту інавгураційної промови, у якій новообраний президент намагається описати чинну ситуацію за якої бере на себе обов'язки глави держави, є окреслення ним поточної політичної ситуації. Як правило, у даній частині президент згадує про невдачі, які спіткали країну у минулому і які доведеться виправити. Політики навмисно називають усі прогалини своїх попередників, обіцяючи, що за часи їх правління країна зміниться на краще. Наведемо приклад: *Bugün kapanan dönem eski Türkiye dönemidir. Kapıları ardına kadar açılan yeni dönem ise cumhuriyetimizin ilk yıllarındaki öz ve ruhu taşıyan yeni Türkiye, Büyük Türkiye dönemidir. Eski Türkiye'de çeteler vardı. Eski Türkiye'de siyasetin üzerinde engeller, tehditler vardı. Eski Türkiye'de istikrarsızlık, şüphe ve tereddüt vardı. Adım adım ve sabırla gerçekleştirdiğimiz her bir reformla bu sorunları hamdolsun geride bıraktık. En son Cumhurbaşkanının halk tarafından seçilmesiyle milli iradenin ve demokrasinin mutlak zaferini de dünyaya böylece ilan etmiş olduk.* – Період, який сьогодні завершується, – це **період старої Туреччини**. Новий період, двері якого широко відчинені, – це період нової Туреччини, Великої Туреччини, що несе суть і дух перших років нашої республіки. **У старій Туреччині діяли незаконні угруповання. У старій Туреччині існували перешкоди та загрози для політики. У старій Туреччині спостерігалася нестабільність, підозри та невпевненість.** Завдяки кожній реформі, яку ми проводили поетапно та терпляче, ми залишили ці проблеми позаду. Ми обрали останнього президента волею народу і таким чином проголосили абсолютну перемогу національної волі та демократії у всьому світі.

Опис проблем різного характеру за яких президент вступає на посаду – це третя частина основного тексту турецької інавгураційної промови. Теми, які

підіймаються у даній частині можуть бути різними залежно від періоду, ситуації у світі, а відповідно й у країні: *Filistin davasına çok güçlü şekilde sahip çıkmamızın nedeni, ölenlerin insan olmasıdır. Suriye meselesinde, bir milyon 200 bin insana kucak açmış olmamızın sebebi, en önce, onların insan olmasıdır. Şu anda 200 bini aşkın insanın öldürülmüş olduğu Suriye'ye sessiz kalamayız, kalamazdık.*

– Причина, з якої ми твердо заявляємо про *палестинську справу*, полягає в тому, що померлі – це люди. Причиною того, чому ми підтримали 1 мільйон 200 тисяч людей у *сирійському питанні*, є також те, що вони люди. *Ми не могли і не можемо мовчати в Сирії, де зараз вбито понад 200 тисяч людей.*

З прикладу видно, що найважливішими проблемними питаннями у даному випадку є невирішені конфліктні ситуації, жертви яких – люди. Президент запевняє, що життя людини є найвищою цінністю, яку потрібно берегти і захищати.

Останньою (четвертою) частиною основного тексту є озвучення новообраним президентом подальших цілей і перспектив розвитку країни. Автор промови ділиться з турецьким народом своїми планами, дає обіцянку вірно служити своїй нації: *Türkiye'nin, stratejik hedefi olan Avrupa Birliği üyeliği hedefine yürüyüşü daha kararlı şekilde devam edecektir. Önümüzdeki dönemde de dış politikamız, insan ve vicdan odaklı şekilde, daha aktif ve etkili biçimde devam edecektir. Başta komşularımızla ve Ortadoğu'da olmak üzere, yeryüzünün her karışında, barışın, paylaşmanın ve refahın egemen olmasını arzuluyor, dış politikamızı da bu istikamette şekillendiriyoruz.* – *Рух Туреччини до своєї стратегічної мети – членства в Європейському Союзі триватиме* більш рішуче. У найближчий період *ми будемо продовжувати вести нашу зовнішню політику* активніше та ефективніше, орієнтуючись на людей та совість. Ми прагнемо, щоб мир, спільність і процвітання панували у кожному куточку світу, особливо з нашими сусідами та на Близькому Сході, і ми формуємо свою зовнішню політику в цьому напрямку.

Зробивши детальний аналіз турецьких інавгураційних промов, можемо сміливо заявляти, що політики у четвертій частині основного тексту, використовують майбутній час аби підкреслити рішучість своїх намірів і дій. Як підсумок, цілком очевидним є той факт, що основна частина інавгураційної промови покликана передати головну думку автора, розповісти про його плани на майбутнє, описати чинну політичну ситуацію у країні тощо. За основною частиною слідує висновок, що включає в себе рамкові елементи прощання.

Етикетні формули прощання мають у турецьких інавгураційних промовах певну специфіку і їх відносять до завершальних рамкових структурних компонентів. Зазвичай кінець промови вважається найбільш емоційно насиченою частиною церемонії інавгурації. Головною особливістю етикетних формул прощання є те, що у фінальній частині турецької інавгураційної промови політик дуже часто звертається за допомогою Аллаха, демонструючи цим не тільки свою релігійну визначеність, а й бачення Туреччини як мусульманської країни. Без винятку в усіх опрацьованих нами інавгураційних промовах кінцівка одна – президент покладається на Аллаха, його прихильність і допомогу. На нашу думку, це може бути спричинене двома фактами: 1) новообраний президент, як і будь-який громадянин, вірить у силу Аллаха, і починаючи нову справу (так заведено у мусульманській культурі) розраховує на його прихильність; 2) політик таким чином може знімати з себе відповідальність, перекладаючи її на волю Всевишнього. Наприклад останні слова інавгураційної промови нинішнього президента Туреччини Ердогана були такими: *Rabbim yar ve yardımcımız olsun. Kalın sağlıklı.* – *Нехай Аллах буде нашим наставником і помічником. Благослови нас Господь.*

Крім звернення до Аллаха, характерною особливістю завершальної частини інавгураційного виступу, є подяка кожному, хто приєднався до визначної події в історії, усім тим, хто віддав свій голос за новообраного президента і довірив йому майбутнє своєї нації. Як ми вже зазначали раніше, президенти зазвичай висловлюють свою вдячність виборцям щонайменше

двічі – у вступі та висновку. Наведемо приклад використання у завершальній частині інавгураційної промови: *Misafirlerimize bugün katıldıkları için, özellikle tekrar tekrar teşekkür ediyorum, aziz milletimize de şükranlarımı sunuyorum.* – Я хотів би ще раз подякувати нашим гостям, які приєдналися сьогодні, і висловити свою вдячність нашій дорогій нації.

Отже, турецькі інавгураційні промови мають чітку структурно-композиційну будову. Вони складаються із основної (основний текст), ініціальної та фінальної частин (вступ і висновок). Ми з'ясували, що рамкові елементи привітання і прощання – це по суті вступ та висновок; і саме їх сміливо можна назвати сталими обов'язковими частинами інавгурації. Вони рідко змінюються і завжди виконують одну функцію – етикетну. Звісно, різні президенти можуть презентувати себе по-різному, використовуючи різні прийоми під час привітання чи прощання, але суть залишається незмінною, адже без компонентів привітання і прощання церемонія інавгурації стає неможливою. Основний текст інавгураційної промови президентів Туреччини складається із чотирьох частин, які різні за своїми семантичними та функціональними особливостями – акцентування уваги на правильності зробленого народом вибору; визначення поточної політичної ситуації; опис проблем різного характеру за яких президент вступає на посаду; подальші цілі й перспективи роботи новообраного глави держави. Як правило, турецька інавгураційна промова завершується програмуванням аудиторії на успішне майбутнє. Глава держави запевняє, що вірить у світле майбутнє своєї нації та її успіх, завдяки чому здійснюється процес об'єднання народу із новообраним президентом.

2.3 Способи реалізації основних функцій турецьких інавгураційних промов

Виступ президента на церемонії інавгурації вважається першим офіційним актом комунікації новообраного президента та його слухачів –

турецького народу. Нова інформація, яка може бути надзвичайно важливою у житті нації, дуже часто вперше вживається саме у інавгураційній промові. Як правило, слухачі не замислюються над тим, наскільки важливі функції у житті суспільства виконують інавгураційні промови і сприймають офіційне звернення президента як звичайну привселюдно дану обітницю. У Розділі 1 нами було зазначено, що О. Й. Шейгал на прикладі американських інавгураційних промов виділяє їх чотири основні функції: інтегративну, інспіративну, декларативну та перформативну (Шейгал, 2000). Ми проаналізували інавгураційні промови президентів Туреччини і з'ясували, що усі вищенаведені чотири функції реалізуються у них.

Головна мета **інтегративної** функції турецької інавгураційної промови полягає у об'єднанні та згуртуванні усієї нації в єдине ціле у такий важливий історичний момент для усієї Турецької Республіки. На нашу думку, дана функція реалізується в усіх частинах інавгураційних промов президентів Туреччини за допомогою нижченаведених лексичних засобів:

1) вживання займенника “*biz*” (ми) у ролі підмета у значній кількості речень промови, що слугує елементом єдності мовця із слухачами (тобто президента та турецького народу). Новообрані лідери держав майже завжди звертаються таким чином, чим демонструють з однієї сторони єдність нації, а з іншої – рівність усіх громадян незалежно від посади, статусу у суспільстві тощо. Як ми вже зазначали раніше, займенник “*biz*” (ми) допомагає президенту на підсвідомому рівні зблизитися зі своєю аудиторією. Наведемо приклад: *Biz de Türkiye olarak, Türk milleti olarak bugün burada, sizlerin huzurunda yeni bir başlangıç yapıyoruz. – **Mi**, як Туреччина, як турецька держава, сьогодні робимо новий старт у присутності вас.*

2) частотне використання присвійного займенника “*bizim*” (наш), за рахунок чого новообраний президент позиціонує себе як “свій” у даній лінгвокультурній спільноті. Наприклад: *Bizim milletimiz 24 Haziran'da sandıkta bir kez daha görevini yerine getirmiştir. – **Hava** держава ще раз виконала свій обов'язок на виборах 24 червня.*

3) за допомогою прислівника “*birlikte*” та/або “*beraber*” (разом) акцентується увага на тісній взаємодії як президента з аудиторією, так і усіх громадян Туреччини між собою: *Ülkemiz tarihinin bu en önemli gününde **bizimle beraber olduğunuz için her birinize ayrı ayrı şükranlarımı sunuyorum.*** – Я хотів би висловити свою вдячність кожному з вас за те, що ви були **разом із нами** у цей найважливіший день в історії нашої країни.

4) за рахунок використання лексеми “*tek*” (єдиний) мовець узагальнено об’єднує своїх слухачів, а отже і усю країну. Один із прикладів: *Biz, yolundaki tüm engelleri birlikte aşabilecek **tek bir millet, tek bir bayrak, tek bir ülkeyiz.*** – Ми **єдина** нація, **єдиний** прапор, **єдина** країна, яка разом зможе подолати усі перешкоди на своєму шляху.

5) вживання таких іменників, як “*arkadaşlar*” (друзі), “*vatandaşlar*” (громадяни), “*halk*” (народ), “*millet*” (нація), “*toptutuk*” (спільнота), які несуть в собі значення збірного поняття: *Bize ya da kendi **halkına, yani insana düşman olanı uyarmak, her insanın görevidir, diye düşünüyorum.*** – Я думаю, що обов’язок кожної людини – попереджати тих, хто вороже ставиться до нас чи до свого власного **народу**, тобто до людини.

Слід зауважити, що надзвичайно важливе значення у будь-якій інавгураційній промові мають топоси, які вказують з якої точки зору потрібно розглядати думку чи предмет та часто називаються джерелами винаходу, що розвивають думку (Богданов, 1990). Саме топоси допомагають слухачам краще зрозуміти мовця, зробити текст промови у певній мірі простішим для сприйняття. Відповідно кожна функція інавгураційної промови знаходить своє відображення у певних топосах. Таким чином, вищенаведена нами інтегративна функція турецької інавгураційної промови реалізується завдяки двом основним топосам (топікам):

топос єдності усього турецького народу є основною передумовою успішного вирішення нагальних проблем, які постали перед державою: *Unutmayalım ki, **ancak birlikte tüm sıkıntı ve problemlerin üstesinden gelebiliriz.*** –

Давайте не будемо забувати, що *лише разом* ми переможемо усі негаразди та проблеми.

топос взаємно даних обіцянок, за рахунок якого стає зрозуміло, що президент та народ є нерозривними під час церемонії інавгурації і кожна сторона несе свою відповідальність за успішне майбутнє країни: *Bugün burada milletimize 95 yıllık Cumhuriyetimizi yeni bir yönetim anlayışla şahlandırmamızın sözünü veriyoruz. Milletimizin bize sağladığı bu imkanı kullanarak, güçlü Meclis, güçlü hükümet, güçlü Türkiye için yola koyuluyoruz.* – Сьогодні *ми обіцяємо* нашій країні відродити нашу 95-річну Республіку за допомогою нового підходу управління. Користуючись цією можливістю, яку надає нам наша країна, ми створюємо потужний парламент, міцний уряд та сильну Туреччину.

Лексичні засоби, за рахунок яких реалізується інтегративна функція інавгураційної промови, відображені у топосах, що яскраво проілюстровано у наведених вище прикладах. Так, прислівник “*birlikte*” (разом) зустрічається у контексті словосполучення “*ancak birlikte*” (лише разом) задля реалізації топосу єдності народу. У свою чергу допоміжним лексичним засобом топосу взаємно даних обіцянок є використання у другому прикладі займенника “*biz*” (ми) у ролі підмета.

Наступна функція, яку виконують турецькі інавгураційні промови – **інспіративна**. Вона полягає у пропагуванні традиційних цінностей нації та налаштуванні народу на звершення великих справ. Як правило, новий президент на церемонії інавгурації повинен вселити аудиторії надію на краще майбутнє, висвітлити ключові виклики, які постають перед країною, віру в успіх свого методу правління та запевнити, що він стане гідним наслідувачем свого попередника (дуже часто навіть особисто звертаючись до нього під час інавгурації).

Детально опрацювавши турецькі інавгураційні промови, нами було виявлено, що ключовим елементом формування уявлення народу щодо кращого майбутнього слугують наступні лексичні одиниці, які створюють у підсвідомості людей образ успіху і залишають позитивне враження:

1) вживання різного роду прикметників перед назвою країни для акцентування уваги на її позитивній характеристиці: *güçlü Türkiye* (сильна Туреччина), *büyük Türkiye dönemi* (період великої Туреччини), “başarılı Türkiye” (успішна Туреччина) тощо. Наведемо приклад: *Güçlü Türkiye ’nin en büyük zenginliğimiz insanımızdır.* – Найбільше багатство **сильної Туреччини** – це наш народ.

2) використання лексеми “*yeni*” (новий) у якості порівняння невирішених проблем у минулому та кардинально нового підходу до правління у майбутньому: “*yeni dönem*” (новий період), “*yeni bir başlangıç*” (новий початок), “*yeni bir yönetim modeli*” (нова модель правління) тощо. Наприклад: *Kapıları ardına kadar açılan yeni dönem ise cumhuriyetimizin ilk yıllarındaki öz ve ruhu taşıyan yeni Türkiyendir.* – **Новий період**, двері якого широко відчинені, – це нова Туреччина, яка несе суть і дух перших років нашої республіки.

3) лексема “*eski*” (старий) у словосполученні “*eski Türkiye*” (стара Туреччина), як і вищенаведена лексема “*yeni*” (новий), слугує яскравим елементом провадження паралелі між старими проблемами та новим успішним періодом їх вирішення. На фоні минулих прогалин переваги нових методів і планів виглядають більш масштабно: *Eski Türkiye ’de siyasetin üzerinde engeller, tehditler vardı.* – У **старій Туреччині** існували перешкоди та загрози для політики.

3) частотне застосування лексем на позначення подій, що стосуються майбутнього країни: “*hedeflerimize ulaşacağız*” (ми дістанемося наших цілей), “*kesinlikle başaracağız*” (ми обов’язково досягнемо успіху), “*ülkemiz refaha kavuşacak*” (наша країна процвітатиме) тощо. Приклад із інавгураційної промови: *Her birlikte hedeflerimize ulaşacağız ve Türkiye ’yi geliştirmek için elimizden gelen her şeyi yapacağız.* – Усі разом спільними зусиллями ми **досягнемо наших цілей** і зробимо усе, що в наших руках для благоустрою Туреччини.

Детально опрацювавши тексти інавгураційних промов президентів Туреччини можемо сміливо стверджувати, що інспіративна функція реалізується за допомогою трьох наступних топосів:

топос піднесених емоцій відображає велич такого важливого в історії Туреччини моменту, а також радість зустрічі, вдячність за довіру і віддані голоси: *Tüm Türkiye için o kadar önemli günde hepimizi sevgiyle, saygıyla selamlıyorum.* – У такий важливий день для всієї Туреччини, я **вітаю всіх вас з любов'ю та повагою.**

топос велич нації характеризується перерахуванням позитивних рис нації, численних досягнень турецького народу та історично переданих традицій. Одне із основних завдань нового президента наголосити, що історично закладені цінності турецького народу для нього, як і для усіх громадян Туреччини, дуже важливі і він дає слово берегти та прославляти їх за часи свого правління. Наведемо приклад, у якому 12-тий президент Турецької Республіки згадує значний період існування держави, що можна розглядати як елемент возвеличення традиційних цінностей: *Bir başka ifadeyle, Türkiye Cumhuriyeti 2200 yılı aşkın bir devlet geleneğini temsil etmektedir. Bugün çok geniş bir coğrafyada hemen hepsinin de temsilcileri aramızda bulunan tarihi süreklilik bakımından kendimizden ayrı görmediğimiz pek çok dost ve kardeş devlet var.* – Іншими словами, **Турецька Республіка представляє державну традицію, що триває понад 2200 років.** Сьогодні на надзвичайно великій географічній карті є багато дружніх і братніх держав, яких ми не бачимо окремо від себе з точки зору історичної спадкоємності, представники яких є серед нас.

топос оновлення є одним із способів відтворенням високого інспіративного потенціалу. Найчастіше реалізується у турецьких інавгураційних промовах шляхом вживання лексеми “*yeni*” (новий) і є яскравим прикладом закладення підвалин успішного майбутнього усієї країни.

В основі **декларативної** функції турецької інавгураційної промови лежить ознайомлення аудиторії з принципами політичного курсу нового

лідера (президента). Варто зазначити, що дана функція не слугує елементом заклику аудиторії до дій, вона покликана викликати певні роздуми у слухачів. Реалізується через два основні топоси:

топос визнання існуючих проблем демонструє готовність президента показати народу своє розуміння і переживання з приводу проблем, які хвилюють усю країну: *Afganistan, Somali, Irak gibi çatışma bölgelerindeki sorunları anlıyoruz ve herhangi bir ülke için en önemli şeyin vatandaşının hayatı olduğuna inanıyoruz.* – Ми розуміємо **проблеми у районах конфлікту, таких як Афганістан, Сомалі, Ірак** і вважаємо, що головне для будь якої країни це життя її громадянина.

топос роботи характеризується висвітленням повсякденних завдань, які ставить перед собою лідер держави. На нашу думку, даний топос можна вважати визначальним, адже дуже важливим є бажання президента дбати про кожного громадянина своєї країни, опікуватися ним та ставати таким чином все ближчим до нього. Наприклад: *Önümüzdeki dönemde de dış politikamız, insan ve vicdan odaklı şekilde, daha aktif ve etkili biçimde devam edecektir.* – У **найближчий період** наша зовнішня політика буде **продовжуватись активніше та ефективніше**, орієнтуючись на людей та совість.

Перформативна функція інавгураційної промови покликана продемонструвати готовність нового президента виступити у ролі гідного глави держави, взяти на себе цей важкий обов'язок, розуміючи усю відповідальність і приймаючи усі обмеження, які будуть накладені на нову владу. Застосовуючи усі прийоми ораторської майстерності політик має на меті переконати аудиторію в успішності своїх планів. Характерними топосами цієї функції є:

топос гідного лідера полягає у тому, щоб переконати слухачів у правильності зробленого ними вибору на виборах, показати свою рішучість у прийнятті рішень виключно в інтересах народу, довести, що мудрості і знань новообраного президента вистачить для захисту нації як від внутрішніх, так і зовнішніх ворогів: *Ortak hedeflerimizin gücüne inanıyorum ve seçimlerde bana*

ou veren milyonlarca vatandaşımızın umutlarını gerçekleştirmek için elimden geleni yapacağım. – Я вірю в силу наших спільних цілей і зроблю усе, щоб виправдати надію мільйонів наших громадян, які віддали свій голос на виборах за мене.

топос вступу президента на посаду є офіційним актом прийняття президентом тягаря лідерства на себе. Наприклад: *Türkiye Cumhuriyeti'nin 12. Cumhurbaşkanı olmanın mutluluğunu hissettiğim aynı zamanda halkın oylarıyla seçilmiş ilk Cumhurbaşkanı olmanın da iftiharını yaşadığımı özellikle ifade etmek istiyorum. – Я хотів би сказати, що щасливий бути 12-тим президентом Турецької Республіки, і в той же час я пишаюся тим, що став першим президентом, обраним голосами людей.*

топос законслухняності виражається готовністю президента керуватися виключно силою законів Турецької Республіки, визнанням конституційних обмежень на новій посаді та палким бажанням служити турецькому народу. Крім того, своїми світлими намірами президент дуже часто ділиться із Всевишнім, таким чином ніби беручи у нього благословення для реалізації славетної місії служіння нації. Наведемо приклад: *Rabbim, çıktığımız bu kutlu yolculukta ayaklarımızı doğruluk üzerine sabit kıl. Rabbim, göğsümüzü genişlet, hayır işlerimizi kolaylaştır. – Господи, зроби ноги непохитними у праведності в цій благословенній подорожі, в яку ми вирушили. Господи, розшир наші груди, полегш наші благодійні справи.*

Можна підсумувати, що турецькі інавгураційні промови, як окремий різновид політичного тексту, виконують чотири основні функції – інтегративну, інспіративну, декларативну та перформативну. Кожна із зазначених функцій реалізується за допомогою визначених топосів. Крім того, у інавгураційних виступах президенти вдаються до використання різного роду лексичних одиниць і таким чином концентрують увагу публіки не на негативних сторонах, а на перевагах. Нехтування такими важливими засобами може призвести до повного провалу, що є дуже небезпечним для нового

президента, адже коли, як не під час інавгураційної промови він може самопрезентувати себе з найкращої сторони і завоювати прихильність людей.

Висновки до Розділу 2

Зробивши загальний аналіз турецьких інавгураційних промов під час нашого дослідження, а саме визначивши способи реалізації комунікативних стратегій у інавгураційних промовах президентів Туреччини, з'ясувавши їх функції та будову, нам вдалося дійти наступних висновків:

1) Президенти Туреччини під час церемонії інавгурації вдаються до застосування таких стратегій: стратегія самопрезентації, головна мета якої завоювати прихильність людей шляхом презентування себе з позитивного боку; стратегія театральності, за рахунок якої оратор здійснює вплив на свого слухача; стратегія консолідації, що має на меті об'єднати людей в одне ціле задля досягнення спільної мети; та стратегія формування емоційного настрою адресата, що покликана вивести аудиторію на певну емоцію. Кожна із зазначених нами стратегій реалізується за допомогою визначених тактик. Відтак, стратегія самопрезентації реалізується за рахунок тактики ототожнення, солідаризації та опозиціонування. Стратегія театральності – за рахунок тактики обіцянки, кооперації та спонування. Стратегія консолідації здійснюється за допомогою тактики рівноправ'я, звернення до історії та звернення до майбутнього. І остання, стратегія формування позитивних емоцій адресата реалізується за рахунок тактики урахування ціннісних орієнтирів, тактики єднання та тактики звернень до емоцій адресата.

2) Інавгураційні промови президентів Туреччини мають чітку структурно-композиційну будову. Вони складаються з основного тексту, який передає головну думку автора, та рамкових елементів привітання і прощання (простіше кажучи, це вступ і висновок), які виконують етикетну функцію. Крім цього, ми з'ясували, що основний текст турецької інавгураційної промови складається із чотирьох частин, які різні за своїми семантичними та функціональними особливостями: 1. акцентування уваги на правильності зробленого народом вибору; 2. визначення поточної політичної ситуації; 3.

опис проблем різного характеру за яких президент вступає на посаду; 4. подальші цілі й перспективи роботи новообраного глави держави.

3) Як окремий підвид політичних текстів, турецькі інавгураційні промови виконують чотири основні функції: інтегративну, інспіративну, декларативну та перформативну. У Розділі 1 ми зазначали, що таку класифікацію функцій політичного тексту пропонувала О. Й. Шейгал. Її ми і взяли за основу у нашому дослідженні. Нами було з'ясовано, що кожна із вищезазначених функцій реалізується у інавгураційних промовах президентів Туреччини за рахунок визначених топосів. Ми вважаємо, що інтегративна функція, яка має на меті об'єднати націю в єдине ціле, реалізується за допомогою топосу єдності усього турецького народу та топосу взаємно даних обіцянок. Інспіративна функція, головне завдання якої полягає у пропагуванні традиційних цінностей народу, – за рахунок топосу піднесених емоцій, величі нації та оновлення; декларативна функція, у рамках якої відбувається ознайомлення народу з політичним курсом новообраного президента – за допомогою топосу визнання існуючих проблем та топосу роботи; перформативна функція, яка покликана визначити готовність президента виступити у ролі лідера держави, реалізується за рахунок топосу гідного лідера, топосу вступу президента на посаду та топосу законослухняності.

РОЗДІЛ 3. ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТУРЕЦЬКИХ ІНАВГУРАЦІЙНИХ ПРОМОВ

3.1 Функціонування запозичень у турецьких інавгураційних промовах

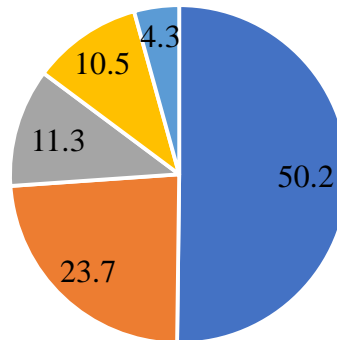
Доведеним і цілком виправданим є той факт, що у сучасному світі не існує такої мови, в словниковому складі якої не було б запозичень з іншої мови. Запозичені слова можуть свідчити не тільки про тісний контакт між певними народами чи націями, але і багато чого розповісти про етапи їх історичного розвитку, менталітет, особливості культури тощо. Немало важливим є те, що запозичення стосуються усіх рівнів мови – морфологічного, фонетичного, синтаксичного і, звісно, лексичного. Якщо порівняти мову, якою ми розмовляли принаймні кілька років тому, і якою ми розмовляємо зараз, то зможемо прослідкувати, що вона безперервно змінюється, удосконалюється та розвивається, а її словниковий склад постійно збагачується новими словами.

Турецькому політичному мовленню властиве вживання запозичень із арабської, перської, грецької, англійської та навіть французької мов. Так стверджує турецька дослідниця Н. Беррін Аксой, яка вивчає лексичні особливості турецького політичного тексту (Aksoy, 2002). Такого роду запозичення стосуються усіх сфер буття людини, у тому числі політики.

Оскільки інавгураційна промова є окремим видом політичного тексту, є велика вірогідність, що у ній міститься значна кількість запозичень із різних мов. Для того, щоб довести або спростувати це ми ретельно опрацювали інавгураційні промови президентів Туреччини і з'ясували, що у них міститься запозичені слова із арабської, перської, французької та англійської мов. Методом суцільної вибірки із турецьких інавгураційних промов нами було обрано 1000 слів, з них 502 слова, що становить 50,2 %, виявилися власне турецькими словами, 237 слів, що складає 23,7 % – запозичення із арабської мови, 113 слова, що відповідає 11,3 %, запозичені з перської мови, 105 слів,

тобто 10,5 %, – із французької та 43 слова – із англійської, що відповідно дорівнює 4,3 %. Для того, щоб точно визначити з якої мови запозичене слово ми користувалися офіційним словником Турецького лінгвістичного товариства (Güncel Türkçe Sözlük).

Кількісні показники запозичень у турецьких інавгураційних промовах



- Власне турецькі слова
- Запозичення із арабської мови
- Запозичення із перської мови
- Запозичення із французької мови
- Запозичення із англійської мови

Проаналізувавши запозичення, які вживають президенти Туреччини у своїх інавгураційних промовах, пропонуємо їх тематичну класифікацію. Ми вважаємо, що їх доцільно розподілити на **чотири групи**, які, визначено відповідно до мови із якої їх запозичено. Розглянемо кожну із зазначених нами груп детальніше.

I-ша група охоплює запозичення із *арабської* мови, яких за результатами нашого дослідження виявилось найбільше. Це зумовлено тим, що арабська була мовою релігії, науки та культури мусульманських народів. Відповідно значна кількість арабських запозичень залишилася з тих давніх часів і досить часто використовується усіма членами суспільства попри діяльність Турецького лінгвістичного товариства. Звісно, кількість запозичень у турецькій мові суттєво зменшилася із початком роботи даної організації, що була створена для очищення турецької мови від іноземних запозичень та введення у мову їм синонімічним власне турецьких слів. Однак, у природі не існує такої мови, в якій би не зустрічалися запозичення, що спричинено

багатьма факторами такими, як історичне минуле, яке пов'язує народи; мовний снобізм (мода на ту чи іншу мову); запровадження чогось важливого, суспільно корисного певною нацією; потреба ввести назви нових предметів чи понять у мову; бажання замінити багатослівне найменування у турецькій мові одним запозиченим словом тощо (Сорокін & Ксьондзик, 2016). Серед слів, запозичених з арабської, у інавгураційних промовах президентів Туреччини найчастіше зустрічаються: Rab – Всевишній; Allah – Аллах; cumhuriyet – республіка; meclis – меджліс; vekil – уповноважена особа, міністр; baş vekil – прем'єр-міністр; millet vekili – депутат; iktidar – сила, могутність, державна влада; kanun – закон, кодекс; adalet – справедливість; zafer – перемога тощо. Наведемо приклад: *12 yıl boyunca Türkiye Cumhuriyeti'nin Başbakanı olarak hükümetimizle ve partimizle milli iradenin güçlenmesi, siyasetin alanının genişletilmesi; demokrasinin, insan hak ve özgürlüklerinin standartlarının güçlendirilmesi için çok büyük reformlar gerçekleştirdik.* – Будучи прем'єр-міністром Турецької **Республіки** протягом 12 років, ми разом із нашим урядом і нашою партією провели надзвичайно великі реформи для підтримки національної волі та розширення сфери політики, а також для зміцнення стандартів демократії, прав і свобод людини.

До **II-гої групи** ми віднесли запозичення із *перської* мови, які увійшли у турецьку мову через високорозвинену перську художню літературу. Найчастіше у інавгураційних промовах президентів Туреччини нам зустрічалися такі слова повсякденного вжитку: serbest – вільний; namaz – намаз; şehir – місто; hafta – тиждень; ateş – вогонь; Perşembe – четвер; Çarşamba – середа; hayli – багато, значно, дуже тощо. Наприклад: *Yarın devlet geleneğimize uygun şekilde önce Azerbaycan'a ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ne ilk ziyaretlerimizi yapacak, Çarşamba günü de NATO Zirvesi için Brüksel'e gideceğiz.* – Завтра, відповідно до нашої державної традиції, ми здійснимо перші візити до Азербайджану та Турецької Республіки Північного Кіпру, а в **середу** поїдемо до Брюсселя на саміт НАТО.

Запозичення із *французької* мови ми зарахували до **III-ї групи**. Активне проникнення французької лексики у турецьку мову датується 1535 роком, коли було підписано турецько-французький союзний договір. Значний відбиток залишили і подальші культурні відносини між Францією та Османською імперією, що вплинуло не тільки на літературу, а й знайшло своє відображення у публіцистичній, науковій, газетній лексиці. У сучасній турецькій мові значний пласт французьких запозичень становлять саме економічні та політичні терміни, які часто використовуються президентами під час їх інавгураційних промов: *parti* – партія; *ideoloji* – ідеологія; *bütçe* – бюджет; *demokراسi* – демократія тощо. Також існують запозичення, які не стосуються вищенаведених сфер, серед яких: *kültür* – культура; *televizyon* – телевізор; *sekreter* – секретар; *büro* – бюро; *monitör* – монітор; *telefon* – телефон тощо. Наведемо приклад: *Eğitim ve **kültür** politikalarımıza geçmiş dönemlerden çok daha fazla önem vereceğiz.* – Ми будемо надавати більше значення ніж у минулому нашій освітній та **культурній** політиці.

Остання **IV-та група** – це запозичення із *англійської* мови, які використовуються президентами Туреччини під час церемонії інавгурації. Безумовно кількість англійських запозичень у турецьких інавгураційних промовах значно менша порівняно із арабськими, перськими чи французькими. Однак, вони є і вагомою роль у цьому відіграють ЗМІ, адже саме через них реалізуються, як ми вже зазначали вище, основні функції політичного тексту – інформативна та функція переконання і впливу. Особливо активно турецьку мову почали заповнювати англійські запозичення у останні десятиліття. У лексику турецької мови увійшли наступні слова, які використовують президенти під час своїх інавгураційних виступів: *ekonomik* – економічний; *lider* – лідер; *limit* – обмеження; *miting* – мітинг; *dolar* – долар; *medya* – медіа; *data* – інформація, дані тощо. Наприклад: ***Ekonomik** kaosun geçmişte kaldığına ve reformlarımızın ülkemizin güçlü ekonomisini eski haline getirmeye yardımcı olacağına inanıyoruz.* – Ми переконані, що **економічний** хаос

залишився назавжди у минулому і наші реформи допоможуть відновити потужну економіку нашої країни.

За результатами нашої роботи нами було створено турецько-український словник запозичень у інавгураційних промовах президентів Туреччини, який у подальшому може бути корисним для студентів (Див. додатки).

Отож, детально проаналізувавши турецькі інавгураційні промови, ми підтвердили свої припущення щодо наявності у них ряду термінів із арабської, перської, французької та англійської мов. Усі запозичення спричинені низкою вагомих причин і, пристосувавшись до турецької мови, стали повноправними її лексичними одиницями.

3.2 Використання термінів у турецьких інавгураційних промовах

Інтерес до політичної термінології відзначається стабільністю, оскільки саме політика є однією із найголовніших складових розвитку суспільства.

На основі проведеного нами дослідження та опрацьованих турецьких інавгураційних промов, ми виділили такі групи термінів, які досить активно використовуються президентами Туреччини під час їхніх інавгураційних виступів:

1) на позначення назв посад, серед яких: cumhurbaşkanı – президент; bakan – міністр; başbakan – прем'єр-міністр; milletvekili – депутат. Наприклад: *Şahsım Başbakan olarak, Sayın Gül de Cumhurbaşkanı olarak 7 yıl boyunca uyum ve koordinasyon içinde Türkiye'ye çok büyük hizmetler ve eserler kazandırdık.* – Я, як **прем'єр-міністр** та вельмиповажний пан Гюль, як **президент**, протягом 7 років у мирі та злагоді віддано служили та працювали на благо Туреччини.

2) на позначення назв міжнародних організацій: Birleşmiş Milletler – Організація Об'єднаних Націй; Kuzey Atlantik Antlaşması Teşkilatı – Організація Північноатлантичного договору; Dünya Ticaret Örgütü – Світова Організація Торгівлі; Avrupa Birliği – Європейський союз тощо. Наведемо приклад: *Türkiye'nin, stratejik hedefi olan Avrupa Birliği üyeliği hedefine yürüyüşü*

daha kararlı şekilde devam edeceğiz. – Ми продовжуватимемо більш рішуче рухатися до членства Туреччини в **Європейському Союзі**, що є її основною стратегічною метою.

3) на позначення назв політичних партій: Demokrat İşçi Partisi – Демократична робітничка партія; Saadet Partisi – Партія щастя; Hürriyet Partisi – Партія свободи тощо. Приклад вживання у інавгураційній промові: **AKP**’nin yasalaştırdığı “askeri-sivil yargı” düzenlemesine ilişkin tartışmalar sürüyor. – Тривають суперечки стосовно узаконення **Партією Справедливості та Розвитку** “воєнно-громадянського судочинства”.

4) на позначення органів влади, зокрема: parlamento – парламент; meclis – меджліс; Türkiye Büyük Millet Meclisi – Великі національні збори Туреччини; hükümet – уряд тощо. Наприклад: *Seçilmiş cumhurbaşkanı ve seçilmiş hükümet el ele vererek uyum içinde ekonomiyi daha hızlı ve daha sağlıklı şekilde büyütecektir.* – Обраний президент і обраний **уряд** діятимуть спільно задля швидшого та ефективнішого зростання економіки.

5) на позначення способів ведення політичної діяльності й суміжних понять. Серед таких: demokrasi – демократія; reform – реформа; millileştirme – націоналізація тощо. *Türkiye’imizin daha iyi geleceği için yeni reformları hayata geçireceğiz.* – Ми запровадимо нові **реформи** задля кращого майбутнього нашої Туреччини.

6) на позначення законодавчої лексики: ilke – принцип; yasal – законний; kanun – закон; anayasa – конституція тощо. Приклад вживання: *Aynı şekilde, darbenin hemen ardından Meclis’te yapılan anayasa değişikliğini 16 Nisan halkoylamasında kabul ederek bu tarihi reforma destek veren milletimin her bir ferdine gönülden teşekkür ediyorum.* – Так само я хотів би подякувати кожному представнику мого народу, який підтримав цю історичну реформу, прийнявши поправку до **Конституції**, внесену у меджлісі одразу після перевороту на референдумі 16 квітня.

7) політичні терміни, що охоплюють лексику, пов’язану із виборчим процесом: seçim – вибори; oy – голос; bülten – бюлетень. Наведемо приклад:

24 Haziran seçimlerinde oylarıyla, dualarıyla, destekleriyle şahsımızı bu göreve layık gören vatandaşlarımıza bir kez daha teşekkür ediyorum. – Я хотів би подякувати нашим громадянам, які своїми **голосами**, молитвами та підтримкою на **виборах** 24 червня визнали нас гідними цього обов'язку.

8) терміни на позначення *лексики економічного спрямування*: ekonomik – економічний; iç piyasa – внутрішній ринок; ihracat – експорт; iktisat – економіка; döviz – курс валют; bütçe – бюджет; yatırım – інвестиція тощо. Наприклад: *Yeni dönemde Türkiye demokrasiden temel hak ve hürriyetlere, ekonomiden büyük yatırımlara kadar her alanda daha ileriye gidecektir.* – У новий період Туреччина рухатиметься далі в усіх сферах від демократії до основних прав і свобод, від **економіки** до великих **інвестицій**.

Проаналізувавши турецькі політичні терміни та розробивши власну класифікацію використання політичних термінів в інавгураційних промовах президентів Туреччини, можемо стверджувати, що інавгураційні промови турецьких лідерів наповнені великою кількістю політичної термінології. Нами було запропоновано виокремити 8 груп термінів, часто вживаними президентами Туреччини під час їхніх інавгураційних промов: на позначення назв посад; на позначення органів влади; назв політичних партій; назв міжнародних організацій; позначення способів ведення політичної діяльності й суміжних понять; позначення законодавчої лексики; позначення лексики, що пов'язана з виборчим процесом; та терміни на позначення лексики економічного спрямування.

3.3 Вживання лексики із релігійним компонентом у турецьких інавгураційних промовах

З давніх-давен люди вірять у існування Всевишнього, сподіваються на його прихильність, а у деяких життєвих ситуаціях – допомогу. Завдяки цьому, описують певні незрозумілі для себе події та явища, виправдовують ті чи інші

ситуації, які відбуваються у їхньому житті, а у обставинах безвиході – покладають останні надії на милість Всевишнього.

Туреччина є однією із тих релігійних країн, населення якої щиро вірить у силу Аллаха. Тому цілком очевидно, що турецькі політики під час своїх виступів неодноразово звертаються до Бога. Можна довго розмірковувати над тим, роблять вони це через глибоку віру і високу релігійність, або ж просто використовують це як один із прихованих прийомів впливу на свідомість громадськості. Детально проаналізувавши інавгураційні промови президентів Туреччини, ми з'ясували причини, чому лідери держав під час своїх виступів вживають лексику з релігійним компонентом, а саме лексемами “Allah” – “Аллах” та “Rab” – “Всевишній”.

На нашу думку, **першою причиною** вживання президентами Туреччини у своїх інавгураційних промовах лексем “Allah” – “Аллах” та “Rab” – “Всевишній” є *зняття з себе частини відповідальності* в управлінні державою і *перекладання її на волю Аллаха*. Застосовуючи даний прийом, насправді лідер держави підсвідомо налаштовує свою аудиторію до різних варіантів розвитку подій, у тому числі негативних (адже, церемонія інавгурації – всього лиш вступ президента на головну посаду – перше офіційне звернення). Наведемо приклад використання у інавгураційній промові: *Evet, dört yıl sonra bir kez daha aynı duygularla amin diyorum. Rabbim nasip etti, bir kez daha milletimizin teveccühüyle bu göreve geldik.* – Так, через чотири роки, я знову говорю амінь з тими самими почуттями. **Всевишній** благословив нас і ми знову підійшли до цього завдання з довірою нашого народу.

У наведеному прикладі президент наголошує на винятковій справедливості його обрання, адже за його словами навіть сам Всевишній благословив його вступ на головну посаду в країні. Даний прийом можна розглядати, як спосіб часткового зняття із себе відповідальності і перекладання її на милість Божу.

Другою причиною вживання президентами Туреччини лексики з релігійними компонентом у інавгураційних виступах є звернення до Аллаха,

як спосіб ототожнення себе з народом. Тобто, президент має на меті зрівнятися у статусі зі звичайними людьми, які у даному випадку є громадянами Туреччини. Оратор, прирівнюючи себе до народу, демонструє, що є таким же, як і кожен, хто слухає його – він так само вірить у Всевишнього, сподівається на його милість та допомогу у веденні політичних справ тощо. Наприклад: *Yeni Türkiye'nin ve yeni bir başlangıcın bu ilk dakikalarında, Allah'tan ülkemiz, milletimiz ve tüm insanlık için hayırlar niyaz ediyorum.* – У ці перші хвилини нової Туреччини і нового початку я молюся **Аллаху** за нашу країну, наш народ і все людство.

У наведеному прикладі чітко прослідковується бажання президента увійти в довіру людей за рахунок ототожнення його думок з думками народу.

Третя причина звернення президентів Туреччини до Аллаха під час їхніх інавгураційних промов – *віра у прихильність Всевишнього до Турецької Республіки та її громадян.* Приклад вживання у турецьких інавгураційних промовах: *Allah yolumuzu açık etsin, Allah yar ve yardımcımız olsun, Allah utandırmazın diyor, hepimizi sevgiyle, saygıyla selamlıyorum.* – Нехай **Аллах** направить нас на правильний шлях, нехай **Аллах** благословить і допоможе нам, нехай **Аллах** не осудить нас, я вітаю всіх вас з любов'ю та повагою.

Наведений приклад демонструє бажання президента покластися на волю Всевишнього, його підтримку і допомогу задля процвітання Туреччини у майбутньому.

І останньою, **четвертою причиною** вживання лексем “Allah” – “Аллах” та “Rab” – “Всевишній” у інавгураційних промовах президентів Туреччини є *простота і прямота, як ключ до завоювання прихильності людей.* Незважаючи на те, що президент під час інавгурації вступає на найвищу посаду в країні, кожен з учасників політичної комунікації (президент – народ) залишається перш за все гідним громадянином Туреччини і служителем Аллаха. Для президента на його першому офіційному виступі це є винятково важливо, адже є його головним шансом вселити довіру у серця мільйонів людей. Наприклад:

Allah'im, yalnız senden yardım dileriz. – **Аллах**, ми шукаємо допомоги лише у тебе.

Ретельно опрацювавши турецькі інавгураційні промови, можемо стверджувати, що президенти Туреччини говорять досить просто, однак дуже впевнено. Справа у правильній подачі інформації, відповідно – ораторських здібностях політика (президента). У будь-якій інавгураційній промові міститься чимало прихованих хитрощів, які на перший погляд жоден із слухачів не помітить. А все тому, що політики заздалегідь готуються до своїх виступів, тим паче такого високого рівня урочистості, як інавгурація.

Отож, нам вдалося з'ясувати, що президенти під час своїх інавгураційних промов досить часто звертаються до Аллаха. Саме тому, вживання у турецьких інавгураційних промовах лексики з релігійним компонентом, а саме лексемами “Allah” – “Аллах” та “Rab” – “Всевишній” є цілком виправданим. Нами було виокремлено чотири причини цього: 1) перекладання відповідальності в управлінні державою на Аллаха; 2) звернення до Аллаха, як спосіб ототожнення себе із обличчям народу; 3) віра у прихильність Аллаха до Турецької Республіки; 4) простота і прямота – ключ до завоювання прихильності людей.

Висновки до Розділу 3

Детально опрацювавши інавгураційні промови президентів Туреччини та виявивши їх лексичні особливості, можемо підсумувати:

1) У турецьких інавгураційних промовах міститься значна кількість запозичень із арабської, перської, французької та англійської мов. Нами було запропоновано тематичну класифікацію запозичень, які використовують президенти Туреччини під час своїх інавгураційних звернень. За результатами проведеного нами дослідження кількісні показники запозичень у турецьких інавгураційних промовах є наступними: власне турецькі слова охоплюють 50,2 % усієї лексики, у той час як запозичень із арабської виявилася найбільша кількість, а саме 23,7 %, із перської – 11,3 %, із французької – 10,5 %, із англійської – 4,3 %. Як результат, зібравши та систематизувавши запозичені слова, ми створили турецько-український словник запозичень у інавгураційних промовах президентів Туреччини, який можна переглянути у додатках.

2) На основі проведеного нами дослідження та опрацьованих турецьких інавгураційних промов, нами було створено власну класифікацію та виділено 8 груп термінів, які застосовують президенти у текстах своїх інавгураційних промов. Зокрема, це – терміни на позначення назв посад; на позначення назв міжнародних організацій; на позначення назв політичних партій; на позначення органів влади; на позначення способів ведення політичної діяльності і суміжних понять; на позначення законодавчої лексики; політичні терміни, що охоплюють лексику, пов'язану із виборчим процесом; та терміни на позначення лексики економічного спрямування.

3) Турецьким інавгураційним промовам властиве вживання лексики із релігійним компонентом, а саме лексемами “Allah” – “Аллах” та “Rab” – “Всевишній”, що є їх лексичною особливістю. Ми відокремили чотири причини вживання президентами Туреччини у своїх інавгураційних промовах лексем “Allah” – “Аллах” та “Rab” – “Всевишній”, серед яких: зняття із себе

частини відповідальності і перекладання її на волю Аллаха; звернення до Всевишнього, як спосіб ототожнення президента із народом; віра у прихильність Аллаха до Турецької Республіки та її громадян; простота і прямота, як ключ до завоювання прихильності людей.

ВИСНОВКИ

Політика є невід’ємною складовою людського буття. Цілком очевидно, що осмислення сутності, прихованих можливостей мови, її взаємозв’язку з політичною діяльністю – усе це ще з античних часів викликало інтерес у людей. Оскільки мову і політику вважають взаємопов’язаними явищами, на сьогоднішній день актуальним вважається дослідження політичного тексту. Інавгураційні промови, як різновид політичної мови, не стали виключенням і чимала кількість лінгвістів, мовознавців та науковців з усього світу досліджують їх у своїх працях. Політичні діячі, у тому числі президенти, здавна використовують мову, як спосіб привертання уваги, впливу, пропаганди певних ідей задля досягнення власних цілей. Саме тому існує величезна кількість прийомів, до яких вони вдаються під час своїх виступів.

Під час нашого дослідження, метою якого був детальний аналіз турецьких інавгураційних промов, а саме визначення способів реалізації комунікативних стратегій у інавгураційних промовах президентів Туреччини, їх функцій, структурно-композиційної будови та окреслення лексичних особливостей турецьких інавгураційних промов, нами було проаналізовано низку важливих наукових проблем теоретичного та практичного характеру. Ми окреслили теоретичні положення політичного дискурсу, що є основою для турецьких інавгураційних промов. Крім цього, навели дослідження найбільш відомих учених, які здійснили свої відкриття в цій сфері мовознавства, наприклад: Н. В. Кондратенко, Ф. С. Бацевич, А. П. Чудінов, О. Й. Шейгал тощо. Нам вдалося вперше в українській лінгвістичній науці проаналізувати інавгураційні промови президентів Туреччини, з’ясувати лексичні особливості реалізації комунікативних стратегій застосованих у них, визначити їх лексичні особливості та запропонувати тематичні класифікації вживання термінів і запозичень у їх складі.

Докладно вивчивши проблему нашого наукового дослідження, ми дійшли наступних висновків:

1) З тієї причини, що практично щодня кожна людина так чи інакше стикається із політичним текстом, наприклад, передивляючись новини чи звернення політиків до громадян, маємо право стверджувати, що інавгураційні промови президентів Туреччини є важливою складовою політичного дискурсу. Дослідивши численну кількість праць вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, а також давши визначення поняттям “політичний дискурс” та “політичний текст”, можемо впевнено заявляти, що інавгураційна промова є окремим підвидом політичних текстів. Це означає, що такого роду промова має характерні властивості і ознаки власне політичних текстів.

2) Детально розглянувши інавгураційні промови президентів Туреччини, ми з’ясували, що у них реалізуються наступні стратегії і тактики: стратегія самопрезентації (тактика ототожнення, солідаризації та опозиціонування), стратегія консолідації (тактика рівноправ’я, звернення до історії та звернення до майбутнього), стратегія театральності (тактика обіцянки, кооперації та спонування), стратегія формування емоційного настрою адресата (тактика урахування ціннісних орієнтирів, тактика єднання та тактика звернень до емоцій адресата). Кожна із вищезазначених нами стратегій має своє виняткове значення і виконує свою важливу роль у турецьких інавгураційних промовах.

3) Інавгураційні промови президентів Туреччини мають чітку структурно-композиційну будову. Нами було визначено, що вони складаються із рамкових елементів привітання і прощання (по суті вступ і висновок) та основної частини. У свою чергу основна частина охоплює чотири різні за своїми семантичними та функціональними особливостями складові: 1. акцентування уваги на правильності зробленого народом вибору; 2. визначення поточної політичної ситуації; 3. опис проблем різного характеру за яких президент вступає на посаду; 4. подальші цілі й перспективи роботи новообраного глави держави.

4) В результаті детального аналізу уже існуючих в лінгвістичній науці функцій та особливостей політичного тексту, ми з’ясували, що турецькі інавгураційні промови виконують наступні функції: інформативну,

інтегративну, декларативну та перформативну. Кожна із зазначених функцій реалізується за рахунок визначених топосів. Відтак, інтегративна функція реалізується у турецьких інавгураційних промовах за рахунок топосу єдності усього турецького народу та топосу взаємно даних обіцянок; інспіративна – топосу піднесених емоцій, величі нації та оновлення; декларативна – топосу визнання існуючих проблем та топосу роботи; перформативна функція – топосу гідного лідера, вступу президента на посаду та топосу законослухняності.

5) Проаналізувавши інавгураційні промови президентів Туреччини та визначивши їх лексичні особливості, можемо зробити висновок, що у них міститься значна кількість запозичень із арабської, перської, французької та англійської мов. Більше того, усі вони активно використовуються президентами у їхніх інавгураційних виступах, яскравим підтвердженням чого є наведені нами приклади речень. Методом суцільної вибірки з інавгураційних промов президентів Туреччини нами було обрано 1000 слів, з яких 502 слова, що становить 50,2 % виявилися власне турецькими словами, 237 слів, що становить 27,3 % – запозичення із арабської, 113 слів, що становить 11,3 % – запозичення із перської, 105 слів, відповідно 10,5 % – із французької та 4,3 % – із англійської. На основі опрацьованих слів нами було розроблено турецько-український словник запозичень у інавгураційних промовах президентів Туреччини, що може бути корисним для студентів (Див. додатки). Крім того, є перспектива доопрацювання та продовження роботи над словником у подальшому.

6) Розробивши власну класифікацію використання термінів у інавгураційних промовах президентів Туреччини, вважаємо, що терміни досить часто вживаються у такого роду текстах і причина цього цілком зрозуміла. Нами було запропоновано відокремити 8 груп термінів у інавгураційних промовах президентів Туреччини: терміни на позначення назв посад; на позначення назв міжнародних організацій; на позначення назв політичних партій; на позначення органів влади; на позначення способів

ведення політичної діяльності і суміжних понять; на позначення законодавчої лексики; політичні терміни, що охоплюють лексику, пов'язану із виборчим процесом; та терміни на позначення лексики економічного спрямування. Крім того, визначивши, що вживання лексики із релігійним компонентом можна віднести до лексичних особливостей інавгураційних промов президентів Туреччини, ми з'ясували чотири причини використання релігійної лексики, а саме лексем "Allah" – "Аллах" та "Rab" – "Всевишній" у них. Ми вважаємо, що до них варто віднести зняття із себе частини відповідальності і перекладання її на волю Аллаха; звернення до Всевишнього, як спосіб ототожнення президента із народом; віра у прихильність Аллаха до Турецької Республіки та її громадян; простота і прямота, як ключ до завоювання прихильності людей.

ÖZET

Politika ve dil daima birbiriyle yakından bağlantılıdır. Günümüz dünyasında dil, toplumun siyasi yaşamında çok önemlidir. Birçok dilbilimci, filozof, sosyolog, halk figürü, siyasetçi, bilim adamı ve hatta psikolog tekrar tekrar dilin siyasetteki rolünün incelenmesine odaklanmıştır. Böylece, siyasal metnin incelenmesinin şu anda alakalı olduğu açıkça görülmektedir.

Bugün dünyanın çeşitli ülkelerinden araştırmacılar dilin bu tarafını incelerler.

Araştırmamızda, Türkiye cumhurbaşkanlarının açılış konuşmalarında iletişim stratejilerinin uygulanmasının sözcüksel özelliklerini keşfetmeye çalıştık.

Araştırmamızın konusu Türk açılış konuşmalarının sözcüksel özellikleri; nesnesi ise Türkiye cumhurbaşkanlarının açılış konuşmalarıdır.

Araştırmamızın amacı, Türk cumhurbaşkanlarının açılış konuşmalarında iletişim stratejilerinin uygulanmasının sözcüksel özelliklerini belirlemek ve incelemek, Türk açılış konuşmalarını, yani sözcüksel özelliklerini analiz etmektir.

Ayrıca, siyasal metinlerin Türkçe bilim adamları tarafından ilk incelenmesinin tarihi ve araştırmalarını analiz ettik. Bilimsel araştırmaları gerçekleştiren Türk dilbilimcilerinin fikirlerini değerlendirip Türk açılış konuşmaları ile ilgili çalışmalarını örnek olarak aldık. Bundan başka, Türk cumhurbaşkanlarının açılış konuşmaları sırasında kullandıkları ana stratejileri geliştirdik. Her strateji belirli taktikler kullanılarak uygulanır. Türk açılış konuşmalarında cumhurbaşkanları sunum stratejisini (özdeşleşme, dayanışma ve muhalefet taktikleri), pekiştirme stratejisini (eşitlik taktiği, tarihe dönüş ve geleceğe dönüş taktikleri), teatrallik stratejisini (vaat, işbirliği ve motivasyon taktikleri), muhatabın duygusal ruh halini oluşturma stratejisini (değerleri dikkate alma taktiği, birlik taktiği ve muhatabın duygularına hitap etme taktiği) kullanır. Türk açılış konuşmalarının yapısını da belirledik. Giriş, sonuç ve ana bölümden oluştuğunu gördük. Açılış konuşmalarının gerçekleştirdiği ilham verici, bütünleştirici, bildirimsel ve performatif işlevler de incelenmiştir. İşlevlerin her biri topos kullanılarak gerçekleştirilir. Örneğin, bütün Türk halkının birlik toposları ve karşılıklı verilen vaatler toposundan dolayı Türkçe

açılış konuşmalarında bütünleştirici işlev gerçekleştirilir; ilham verici – yüce duyguların, ulusun büyüklüğünün ve yenilenmenin bir toposu; bildirimsel – mevcut sorunların tanınması ve iş konuları; performatif işlev – değerli bir liderin toposu, cumhurbaşkanının göreve başlaması ve yasaya itaatin toposları.

Türkiye cumhurbaşkanlarının açılış konuşmalarının sözcüksel özelliklerini de belirledik. Bunlar, borçlanmalar, terimler ve dini kelime kullanımını içerir. Dolayısıyla, araştırmamızın sonuçlarına göre, Türkiye cumhurbaşkanlarının açılış konuşmaları Arapça, Farsça, Fransızca ve İngilizce'den borçlanmalar içermektedir. Terimlere gelince, onları 7 gruba ayırdık: iş unvanlarının belirlenmesi; uluslararası kuruluşların adlarının belirlenmesi; siyasi partilerin isimlerinin belirlenmesi; yetkililerin belirlenmesi; siyasi faaliyet yürütme yollarının ve ilgili kavramların belirlenmesi; yasama kelime dağarcığının belirlenmesi; ve seçim süreciyle ilgili kelimeleri kapsayan siyasi terimler. Seçim sebeplerini açıkladık. Her grupta ilgili örnekler vardır.

Böylece, siyasi metinleri dilin çok incilenmiş olmayan bir konusudur. Araştırmamızın konusunun çok popüler olması yüzünden bilim adamları arasında hala çok tartışma ortaya çıkar.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алтунян, А. Г. (2020). *Анализ политических текстов*. Москва: Логос.
2. Аристотель. (2014). *Поэтика. Риторика*. Москва: Азбука.
3. Баранов, А. Н. (2016). *Введение в прикладную лингвистику*. Москва: Ленанд.
4. Бацевич, Ф. С. (2009). *Словник термінів міжкультурної комунікації*. Київ: Довіра.
5. Богданов, В. В. (1990). *Речевое общение: прагматические и семантические аспекты*. Ленинград: Ленинградский университет.
6. Ван Дейк, Т. А. (2015). *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва: Ленанд.
7. Вознесенская, Ю. В. (2010). *Речевые стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации (на материале парламентских дебатов в Бундестаге)*. (Дис. канд. филол. наук). Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург.
8. Вольф, Е. М. (2019). *Функциональная семантика оценки*. Москва: Либроком.
9. Гавра, Д. П. (2018). *Основы теории коммуникации*. Москва: Юрайт.
10. Герасименко, Н. А. (1998). *Информация и фасцинация в политическом дискурсе*. Москва: Диалог МГУ.
11. Дацюк, С. А. (2006). *Коммуникационные стратегии*. Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. Восставлено с <https://gtmarket.ru/library/articles/2751>.
12. Демьянков, В. З. (2002). Политический дискурс как предмет политологической филологии. Политический дискурс: история и современные исследования. *Политическая наука*, 3, 32-43.
13. Ефремова, Т. Ф. (2015). *Самый полный толковый словарь русского языка в 3 томах*. Москва: АСТ.
14. Зарецкая, Е. Н. (2002). *Риторика: Теория и практика речевой коммуникации*. Москва: Дело.
15. Иссерс, О. С. (2021). *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва: Стереотип.

16. Казабеева, В. А. (2013). Формы реализации взаимодействия участников общения в политическом дискурсе. *Успехи современного естествознания*, 7, 146-148.
17. Кара-Мурза, С. Г. (2003). *Краткий курс манипуляции сознанием*. Москва: Эксмо.
18. Кирилова, Н. М. (2012). Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных категорий. *Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева*, 1, 26-33.
19. Кондратенко, Н. В. (2007). *Український політичний дискурс. Текстуалізація реальності*. Одеса: Чорномор'я.
20. Кохтев, Н. Н. (2013). *Основы ораторской речи*. Москва: ФЛИНТА.
21. Леммерман, Х. (2002). *Риторика*. Москва: Уникум Пресс.
22. Макаров, М. Л. (2003). *Основы теории дискурса*. Москва: Гнозис.
23. Михалева, О. Л. (2009). *Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия*. Москва: Либроком.
24. Павлуцька, В. О. (2008). *Політичний дискурс: особливості та функції*. Житомир: Філологічні науки.
25. Паршина, О. Н. (2005). *Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России*. (Дис. док. филол. наук). Саратовский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Саратов.
26. Репина, Е. А. (2012). *Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат*. Москва: ИНФРА-М.
27. Рублева, Е. В. (2006). *Лингвопрагматические аспекты политической теледискуссии*. (Дис. канд. филол. наук.). Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, Москва.
28. Сіренко, О. Т. (2021). *Лексичні особливості турецьких політичних текстів. Ad orbem per linguas. До світу через мови*. Матеріали Міжнародної студентської науково-практичної відеоконференції Світ цінностей і цінності у світі. Київ: Видавничий центр КНЛУ.

29. Сорокін С. В., & Ксьондзик Н. М. (2016). *Історія турецької мови: курс лекцій*. Київ: Вид. центр КНЛУ.
30. Сорокин, Ю. А. (1997). *Политический дискурс: попытка истолкования понятия*. Москва: НИОПИК.
31. Стернин, И. А. (2001). *Введение в речевое воздействие*. Воронеж: КО.
32. Сухих, С. А. (1986). *Речевые интеракции и стратегии*. Калинин: Издательство Калининского государственного университета.
33. Труфанова, И. В. (2001). О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика. *Филологические науки*, 3, 56-65.
34. Чернявская, В. Е. (2017). *Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия*. Москва: Флинта.
35. Чудинов, А. П. (2005). *Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет.
36. Чудинов, А. П. (2015). *Политическая лингвистика*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 3.
37. Шейгал, Е. И. (2000). Театральность политического дискурса. *Единицы языка и их функционирование*. Саратов, 6, 92-96.
38. Шейгал, Е. И. (2002). Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса. *Жанры речи*. Саратов: Издательство СГУ им. Н. Г. Чернышевского, 3, 205-214.
39. Шейгал, Е. И. (2004). *Семиотика политического дискурса*. Москва: Гнозис.
40. Юдина, О. А. (2019). Роль инаугурационной речи в политической коммуникации: характеристики, функции и особенности перевода. *Молодой ученый*, 5 (243), 310-313.
41. Aksoy, B. (2002). *Siyaset Dilive Çevirişi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. Ankara.
42. Campbell, K. K., & Jamieson, K. H. (1986). *Inaugurating the Presidency*. University of South Carolina Press, 203-225.

43. Dijk, T. A. van. (1983). *Strategies of Discourse Comprehension*. New York: Academic Press.
44. Gökmen, K. (2016). Türk Siyasetinde Politik Dil Kullanımı. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Van.
45. Joslyn, R. (1986). *Keeping Politics in the Study of Political Discourse*. Columbia.
46. Larson, C. U. (1995). *Persuasion: reception and responsibility*. Belmont: Wadsworth Publ. Company.
47. Reyes, A. (2011). Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions. *Discourse and society*. Barcelona, 22, 781-807.
48. Ruler, B. van. (2004). The communication grid: an introduction of a model of four communication strategies. *Public Relations Review*, 30, 123-143.
49. *Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı*: resmi site. URL: <https://www.tccb.gov.tr/>.
50. *Güncel Türkçe Sözlük*. (2019). Türk Dil Kurumu: Ankara. İnternet kaynağı. URL: <https://sozluk.gov.tr/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Турецько-український словник запозичень у інавгураційних промовах
президентів Туреччини

№	Слово турецькою мовою	Переклад на українську мову	Мова, з якої запозичено
1	Adalet	справедливість; правосуддя	Arapçadan
2	Adet	звичай; традиція	Arapçadan
3	Akıl	розум; інтелект	Arapçadan
4	Allah	Аллах	Arapçadan
5	Ateş	вогонь	Farsçadan
6	Aziz	дорогий; вельмишановний	Arapçadan
7	Başvekil	прем'єр-міністр	Arapçadan
8	Basit	простий; легкий	Arapçadan
9	Bilhassa	особливо	Farsçadan
10	Büro	бюро; офіс	Fransızcadan
11	Bürokrasi	бюрократія	Fransızcadan
12	Bütçe	бюджет	Fransızcadan
13	Bülten	бюлетень	Fransızcadan
14	Cami	мечеть	Arapçadan
15	Cihan	світ	Farsçadan
16	Cumhuriyet	республіка	Arapçadan
17	Coğrafya	географія	Arapçadan
18	Çarşamba	середа	Farsçadan
19	Data	дані	İngilizceden
20	Dava	справа; процес	Arapçadan
21	Demokrat	демократ	Fransızcadan
22	Demokrasi	демократія	Fransızcadan

23	Dolar	долар	İngilizceden
24	Dost	друг; товариш	Farsçadan
25	Dua	молитва	Arapçadan
26	Dünya	світ	Arapçadan
27	Ekonomi	економіка	Fransızcadan
28	Ekran	екран	Fransızcadan
29	Emir	наказ	Arapçadan
30	Fikir	думка	Arapçadan
31	Fors	сила; авторитет	İngilizceden
32	Haber	новина; інформація	Arapçadan
33	Halk	народ	Arapçadan
34	Hayli	значно	Farsçadan
35	Haza	повний; завершений	Arapçadan
36	Heyecan	хвилювання; відчуття	Arapçadan
37	Hizmetkar	слуга	Farsçadan
38	Huzur	мир; спокій	Arapçadan
39	Hürmet	повага	Arapçadan
40	İdare	управління; адміністрація	Arapçadan
41	İdeoloji	ідеологія	Fransızcadan
42	İhya	відродження	Arapçadan
43	İlahi	гімн; божественний	Arapçadan
44	İmkan	можливість	Arapçadan
45	İman	віра	Arapçadan
46	İmza	підпис	Arapçadan
47	İnovasyon	інновація	İngilizceden
48	İstiklal	незалежність	Arapçadan
49	Kanun	закон	Arapçadan
50	Kaos	хаос	Fransızcadan
51	Kapitülasyon	капітуляція	Fransızcadan

52	Koordinasyon	координація	Fransızcadan
53	Kritik	критичний; переломний	Fransızcadan
54	Kriz	криза	Fransızcadan
55	Kudret	сила; міць	Arapçadan
56	Kültür	культура	Fransızcadan
57	Layık	гідний	Arapçadan
58	Lider	лідер	İngilizceden
59	Limit	ліміт	İngilizceden
60	Lüks	розкіш	Fransızcadan
61	Makroekonomik	макроекономіка	Fransızcadan
62	Medya	ЗМІ	İngilizceden
63	Meclis	меджліс	Arapçadan
64	Millet	нація	Arapçadan
62	Milyon	мільйон	Fransızcadan
63	Misafir	гість	Arapçadan
64	Miting	МІТИНГ	İngilizceden
65	Model	модель; макет	Fransızcadan
66	Muhabet	розмова	Arapçadan
67	Mücadele	боротьба	Arapçadan
68	Müteakip	унаслідок; в результаті	Arapçadan
69	Namaz	намаз	Farsçadan
70	Nimet	благо; щастя	Arapçadan
71	Organ	орган	Fransızcadan
72	Parlamenter	парламент	Fransızcadan
73	Parti	партія	Fransızcadan
74	Pazar	понеділок	Farsçadan
75	Proje	проект	Fransızcadan
76	Rab	Всевишній	Arapçadan
77	Rahmet	милість	Arapçadan

78	Referans	посилання; характеристика	Fransızcadan
79	Reform	реформа	Fransızcadan
80	Sade	простий	Farsçadan
81	Sebep	причина	Arapçadan
82	Sekreter	секретар	Fransızcadan
83	Serbest	вільний	Farsçadan
84	Sistem	система	Fransızcadan
85	Sistematik	систематичний	Fransızcadan
86	Sosyal	соціальний; громадський	Fransızcadan
87	Stratejik	стратегічний	Fransızcadan
88	Şehir	місто	Farsçadan
89	Televizyon	телевізор	Fransızcadan
90	Tecrübe	досвід	Arapçadan
91	Tereddüt	сумнів; невпевненість	Arapçadan
92	Terör	терор	Fransızcadan
93	Teveccüh	прихильність	Arapçadan
94	Vahşet	жорстокість	Arapçadan
95	Vazife	завдання; обов'язок	Arapçadan
96	Vekil	уповноважений	Arapçadan
97	Vesayet	опіка	Arapçadan
98	Vizyon	бачення	Fransızcadan
99	Zafer	перемога	Arapçadan
100	Zaman	час	Arapçadan