

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

Кваліфікаційна робота магістра з тюркської філології

на тему: «ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ТЕКСТАХ  
ПРОМОВ РЕДЖЕПА ТАЇПА ЕРДОГАНА»

*Допущено до захисту*

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ року

студентки групи МПтур 54-18

факультету сходознавства

освітньо-кваліфікаційної програми

Галузевий переклад: турецька мова,  
англійська мова

за спеціальністю 035 Філологія

за спеціалізацією 035.068 Східні мови

та літератури (переклад включно),

перша – турецька

Задерейко Олени Юріївни

*Завідувач кафедри*

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*(підпис)*

*(ПІБ)*

Науковий керівник:

канд. філол. наук Тімкова Т.М.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ .....	7
1.1. Становлення і розвиток дослідження політичних промов.....	7
1.2. Загальні характеристики політичних промов.....	9
1.3. Комунікативні стратегії і тактики мовленнєвого переконання під час публічних виступів.....	18
1.4. Вплив ЗМІ на сприйняття політичних ситуацій.....	27
Висновки до Розділу 1. ....	31
РОЗДІЛ II. ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ТЕКСТАХ ПРОМОВ РЕДЖЕПА ТАЇПА ЕРДОГАНА.....	34
2.1. Лексичні особливості політичних промов президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана .....	34
2.2. Стратегії і тактики мовленнєвого переконання у текстах промов Р.Т.Ердогана.....	39
Висновки до Розділу 2 .....	55
ВИСНОВКИ.....	57
ÖZET.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

## ВСТУП

Розвиток нашої цивілізації протягом всієї історії характеризується таким феноменом, як соціалізація і політизація масової свідомості. Політики завжди намагалися використовувати слово як інструмент, мета якого змусити діяти, думати і вірити [1].

Політична діяльність відіграє особливу роль у житті суспільства. Вважається, що від певної політичної позиції або ситуації залежить місце країни на міжнародній арені, її взаємини з іншими державами, а також роль у діяльності світової спільноти. Однак важливу роль у визначенні іміджу країни відіграє спосіб її презентації політичними лідерами держави. За допомогою виступів політики мають можливість звернутися як до міжнародного співтовариства, так і до громадян своєї країни [2].

Вчення красномовства з'явилося із узагальнення і систематизації тих прийомів і методів ведення полеміки, сперечань і диспутів, що одержали широке розповсюдження в античній Греції з її розвинутим політичним життям і боротьбою за вплив на маси, удосконалювалось в Ціцеронівському Римі, як важливий інструмент судових розглядів і політичних переконань. У цих умовах уміння переконувати людей, наводити переконливі аргументи проти своїх опонентів, підкріплювати їх фактами, впливати не тільки на розум, але й на почуття й емоції слухачів, здобувало винятково важливе значення. Ще з античних часів софісти навчали мистецтву переконувати народ. От чому в античній Греції розробка проблем риторики починалася задовго до того, коли були створені надійні логіко-методологічні, психологічні і моральні основи й принципи, на які повинні спиратися суперечка, діалог, диспут або полеміка. Точніше кажучи, ці принципи й методи формувалися поступово в процесі узагальнення і систематизації тих прийомів, доводів і способів ведення полеміки або диспуту, що практикувалися в публічних промовах. В наші часи для цього існують піар-команди, які, збагатившись попереднім досвідом, винаходять все новіші технології, що дозволяють словом впливати на маси [1].

Політичний дискурс є об'єктом дослідження багатьох наукових дисциплін. Цьому виду дискурсу присвячені роботи таких вчених, як М. Д. Арутюнова, Е. І. Шейгал, Ю. С. Степанова, Т. М. Грушевської, О. Л. Міхальова і ін.

**Актуальність** нашого дослідження зумовлена зростанням значимості політичних комунікацій, оскільки в умовах демократичного соціального устрою питання влади відкрито обговорюються і вирішення цілого ряду політичних проблем залежить від того, наскільки адекватно ці проблеми будуть висвітлені мовою. За останні роки окремі питання політичних промов стали об'єктом активних обговорювань як в науковій, так і в публіцистичній літературі, разом з тим окремого дослідження, присвяченого цілісній картині політичного спілкування, за нашими даними, ще не проводилось.

Вивчення політичної лінгвістики важливе для студентів, оскільки це сприятиме кращому розумінню, аналізу й відтворенню (в тому числі в процесі перекладу на інші мови) відповідних текстів. В той же час, вивчення політичної лінгвістики допоможе краще розуміти політичні процеси, що відбуваються в країні, навчитися бачити справжній сенс виступів політичних лідерів і використовувати ними методи маніпуляції громадською свідомістю.

Політичний дискурс є особливим типом спілкування, для якого характерна висока ступінь маніпуляції, і тому вивчення механізмів політичної комунікації є вагомим завданням для визначення характеристик мови як засобу впливу. У цьому сенсі важливість вивчення політичних промов політиків, а саме президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана, полягає у необхідності пошуку для політиків оптимальних шляхів мовного впливу на аудиторію і необхідністю розуміння аудиторією істинних інтенцій і прихованих прийомів мовленнєвої маніпуляції.

**Об'єктом** нашого дослідження є політичні промови, тобто мовленнєва діяльність Реджепа Таїпа Ердогана.

**Предметом** дослідження є комунікативні стратегії і засоби їх реалізації у текстах промов президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана.

В нашому дослідженні не ставиться мета провести детальний аналіз політичного дискурсу, проте важливо виділити його основні риси. Політична комунікація, тобто мовленнєва діяльність, що орієнтується на пропаганду тих чи інших ідей, емоційний вплив на громадян країни й спонукання їх до політичних дій задля досягнення суспільної згоди прийняття і обґрунтування соціально-політичних рішень. в умовах розбіжностей поглядів у суспільстві є важливим фактором з точки зору лінгвістики і суспільного життя. Кожна людина, яка хоча б зрідка читає газети, включає радіо або телевізор, стає адресатом політичної комунікації. Коли ця людина йде на вибори, вона бере участь в політичному житті і робить це не без впливу суб'єктів політичної комунікації. Тим самим, до сфери інтересів політичної лінгвістики відноситься не тільки передача політичної інформації, але і все, що пов'язано зі сприйняттям і оцінкою політичної реальності в процесі комунікативної діяльності.

**Метою** нашого дослідження є виявлення основних рис і лінгвістичних особливостей засобів реалізації комунікативних стратегій у текстах промов Реджепа Таїпа Ердогана.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**:

1. Виявити загально-теоретичні особливості політичних промов (зміст, кордони, функції);
2. Дослідити комунікативні стратегії і тактики мовного переконання під час публічних виступів;
3. Виявити лексичні особливості промов Реджепа Таїпа Ердогана.
4. Описати основні стратегії і тактики мовленнєвого переконання на матеріалі промов Реджепа Таїпа Ердогана.

**Методами дослідження**, що використовувалися у цій роботі для досягнення визначених завдань, є такі, як *описовий і метод спостереження*, за допомогою яких ми виявили специфіку та засоби реалізації політичних текстів, *методи теоритичного аналізу і синтезу* – задля систематизації й узагальнення зібраного матеріалу, *компонентний аналіз* сприяв опису лексичної семантики

аналізованих одиниць, традиційний *лінгвостилістичний аналіз*, що ґрунтується на спостереженні досліджуваних явищ. Крім того, в дослідженні використовується *метод прагматичної інтерпретації текстів*. Висновки про типовість тих чи інших мовних засобів, які використовуються в текстах політичних промов, ґрунтуються на даних *кількісного аналізу*.

**Наукова новизна** виявляється в тому, що вперше в українській тюркології було здійснено комплексне дослідження засобів реалізації комунікативних стратегій у текстах промов Реджепа Таїпа Ердогана.

**Практичне завдання** магістерської роботи дозволяє використовувати матеріал дослідження, висновки і узагальнення, що містяться в роботі, під час викладання практичного курсу перекладу з турецької мови.

**Матеріалом** дослідження слугували тексти публічних промов президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана [3, 4].

**Апробація роботи** була здійснена на науково-практичній конференції у вигляді доповіді й тез доповіді [5].

## РОЗДІЛ І. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ

### 1.1. Становлення і розвиток дослідження політичних промов

Вивчення політичного дискурсу бере свій початок ще з античних часів. Питання політичного красномовства цікавили ще політиків Стародавнього Риму і Греції. Однак в силу історичних причин, а саме настання феодального правління, зацікавленість проблемами красномовства втратила свою актуальність. І лише з побудовою нових демократичних держав і суспільств з'явилася можливість відродження політичної комунікації і появи політичного дискурсу. Три фактори зумовлювали цей процес: внутрішні проблеми лінгвістичної теорії; необхідність вивчення політичного мислення і політичної поведінки; бажання прогресивних представників суспільства звільнити себе від маніпулюючих суспільною свідомістю безчесних політиків.

На нашу думку, виникнення такої субдисципліни, як політична лінгвістика, є певним балансом у співіснуванні політики й мовознавства. Саме тому для вивчення цього питання ми звертаємось до наукового поля як лінгвістів, так і політологів.

Політологія концентрує увагу на мисленні політиків і його схильності до маніпулювання свідомістю електорату, а лінгвістика цікавиться мовною поведінкою політиків, механізмами створення політичних текстів різних алюзивних стратегій. Як наслідок, виникла нова галузь дослідження цієї сфери – політична лінгвістика. Це поняття зустрічається у працях Л. П. Нагорної, Н. М. і Л. М. Мухарямових і інших. На думку останніх, політична лінгвістика – це субдисципліна, яка досліджує мову політики і мовленнєву політику. Дослідники стверджують, що саме політико-мовні відносини формують предмет політичної лінгвістики [6]. Вважають, що першими у виокремленні політичного дискурсу в сферу наукових досліджень є лінгвісти. Саме вони за допомогою нового терміна "критичний аналіз дискурсу" просували його у

політичну площину. Дві характерні особливості досліджуваного концепту виділяє Л. П. Нагорна: "прищеплення суспільній свідомості певних уявлень" і "мовленнєву взаємодію груп й індивідів" [6]. Тому й прийнято думати, що центром дослідження політичного дискурсу слугує лінгвістичне начало, яке виконує маніпулятивну функцію. Це означає, що мовні явища у промовах політика, його публічних виступах, іміджевих і агітаційних текстах, листівках можуть розповісти про мовця значно більше, ніж це висловлено експліцитно [7, ст. 203].

Дослідження політичного дискурсу не втрачають своєї актуальності, що підтверджується великою кількістю наукових робіт, в яких аналізується специфіка цього типу комунікації з позицій лінгвістики, політології, юриспруденції, філософії, психології, соціології, риторики й ін. Вчені різних країн виявляють активний інтерес до мови політики, до вивчення сутності і феноменології політичного дискурсу. Світ у XXI ст. живе в умовах підвищеної терористичної загрози, інтенсифікації міграційних процесів, зростання ксенофобії по відношенню до різноманітних соціальних груп. Це зумовлює необхідність теоретичного обґрунтування нових реалій у житті суспільства, появи додаткових способів мовної номінації і розстановки деяких акцентів на певних фрагментах реальності. Зусилля, спрямовані на реалізацію цих цілей, чітко показують, що провідну роль, під час їх досягненні в політиці, відіграє мова [8, ст. 182].

Вивченням комунікативних стратегій займається безліч наукових напрямків сучасної науки про мову. Дослідження мовної поведінки, в тому числі стратегічної, сприяє розвитку інтеграції гуманітарних дисциплін, про що свідчать дослідження кінця XX-го – початку XXI століття [9; 10, с. 87-92; 11].

Серед найвідоміших праць, в яких досліджуються проблеми дискурсу, ми виділяємо дослідження Ю. Габермаса, Т. ван Дейка, М. Фуко і М. Гайдегера. Деякі аспекти політичного дискурсу описуються в роботах закордонних і вітчизняних науковців, серед яких слід відзначити П. Кузьміна, М. Ільїна, Є.



Шейгал, О. Міхальову, Є. Переверзева, Є. Кожем'якіна, Г. Почепцова, В. Павлуцьку, М. Гаврилову, Дж. Сейдел і М. Гейса.

Особливе місце серед досліджень займають роботи з використанням лінгвопрогнозуючих методик аналізу політичних текстів (О.А. Солопова, Н.Б. Руженцева, М.М. Кокшарова і ін.). Активно розвивається порівняльне вивчення політичних текстів, що належать різним лінгвокультурам, де найбільш продуктивними є такі напрямки: зіставна лінгвопрагматика, зіставна метафорологія, зіставна персонологія і порівняльне вивчення прецедентних одиниць (С.А. Анісімова, Е.Н. Орехова, І.С. Полякова й ін.).

Існує декілька трактувань стратегій і тактик поведінки в комунікації. Е. В. Ключев розглядає стратегію в комунікації як сукупність запланованих мовцем і реалізованими в ході комунікативного акту дій, а під тактикою розуміє сукупність практичних кроків в процесі реального спілкування [12, с. 18]. В. С. Третьякова комунікативну стратегію описує, як прийняте рішення мовця про послідовні мовні дії, які будуть визначати його ключову поведінку [13]. І. Н. Борисова визначає тактику спілкування як використання комунікантами мовних умінь для побудови діалогу в рамках певної стратегії [14, с. 25].

На основі вже існуючих положень, ми вперше в українській тюркології проаналізуємо політичні промови Р. Т. Ердогана й виявимо їхні особливості.

## **1.2. Загальні характеристики політичних промов**

Історики, письменники та люди попередніх століть вважали, що лідерство залежить від вроджених характеристик, але дослідження ХХ ст. показали, що це не так. Лідерство – це продукт вроджених талантів, досвіду та культури, що набувається протягом усього життя. Здатність лідера відділяти себе від постійного контролю щодо свого внутрішнього світу, а також власного суспільства й розуміння ходу світу з реальною ситуацією і проблемами, а також

інформацією та діями, що становлять його власний характер – проявляється в дисципліні.

Аналізуючи тему політичного дискурсу, ми розглядаємо його як вузьке та широке політичне спілкування. У вузькому сенсі – це спеціалізований текст, що має певну логіку, композиційну цілісність та власну мову. В широкому сенсі, аналізуючи політичний дискурс, ми вважаємо, що це охоплення дійовий осіб, об'єктів, обставин, контексту, часу, вчинків і т.д.

П. Кузьмін, описуючи широке розуміння політичного дискурсу, вважає, що "дискурс в політиці можна розглядати як спосіб комунікації, заснований на вербальному та невербальному обміні ідеями, позиціями, поглядами учасників політичного життя у відповідності з їх переконаннями й певними правилами, нормами з метою прийняття політичних рішень" [15]. Він має низку особливостей, які пов'язані власне зі специфікою політичної діяльності й політики в цілому. Деякі вчені вважають, що політичний дискурс – це дискурс політиків. Він формується в контексті функціонування політичних інститутів і є політичним, якщо супроводжує політичний акт у відповідній інституційній атмосфері.

Ефективне дослідження текстів політичної спрямованості, як вважає А. П. Чудінов, ймовірно лише за умови використанні дискурсивного підходу. Зміст дискурсивного підходу полягає в аналізі кожного конкретного тексту з урахуванням політичної ситуації, в якій він був сформований, його співвідношення з іншими текстами, особистісними якостями, політичними поглядами і цільовими установками автора, специфікою сприйняття тексту. А також ролі, яку текст відіграє в системі політичних текстів і в політичному житті країни [16, ст. 12].

Поняття “дискурс” дуже багатозначне. Воно походить від латинського слова *discursus*, що буквально означає “біг у різних напрямках”. Поступово термін набуває величезної кількості різноманітних значень. Проте при всьому розмаїтті підходів доцільно відзначити два основних. Прибічники першого підходу під дискурсом розуміють фрагменти дійсності, що мають часову

довжину, логіку розгортання (сюжет) і “які становлять закінчений твір, сформований на основі організації смислів з використанням смислового коду (словника тощо)”. Завдання аналізу в межах політологічних досліджень полягає в тому, щоб осягнути внутрішню логіку явища і виявити способи, прийоми, за допомогою яких сюжет конструюється і розгортається в реальності, а мовним матеріалом виступають заяви політиків, політичних оглядачів і коментаторів, публікації у ЗМІ, матеріали спеціалізованих видань, що мають справу з різними аспектами політики [7, ст.201].

Таким чином, дискурс вважається складною єдністю мовної форми, дії і знань [17, с. 29], оскільки в його реалізації бере участь і мова в актуальному вживанні, і екстралінгвістичні фактори, які зумовлюють спілкування, і когнітивні структури, які обумовлюють існування дискурсу. Тож, маємо всі підстави говорити про такий вид дискурсу, як політичний дискурс.

Під час дослідження структури і змісту політичної промови можна скористатися сучасними лінгвістичними теоріями, що пропонують різноманітні ознаки виокремлення жанру. Т. В. Шмельова до структурного складу відносить комунікативну мету, модель автора, концепцію адресованості, змісту події, чинники комунікативного минулого і майбутнього, а також і мовне оформлення [18, с. 22]. Інша дослідниця, О. А. Земська, жанротворчими критеріями вважає характер комунікації (офіційний / неофіційний), вид комунікації (особистісна / публічна), мету, кількість учасників, типову концепцію адресата (рівний / підлеглий, жінка / чоловік), звернення до адресата або його відсутність, активність або пасивність адресата [19, с. 205]. О. Й. Шейгал вважає однією з найважливіших ознак, що дає підстави для віднесення тієї чи іншої політичної промови до певного жанру, характер основної інтенції. Власне ця ознака взята за основу запропонованої дослідницею класифікації, де виділяються такі жанри в межах політичного дискурсу: 1) ритуальні жанри (інавгураційна промова, ювілейна промова, традиційне радіозвернення); 2) орієнтаційні жанри (партійна програма, конституція, послання президента про стан у країні, звітна доповідь,

указ, угода); 3) агональні жанри (лозунг, рекламна промова, передвиборчі дебати, парламентські дебати) [20, с. 9].

Мова політики включає в себе спеціалізованих знаки – як вербальні (політичні терміни, антропонімів і ін.), Так і невербальні (політичні символи й ін.), А також неспеціалізовані знаки, спочатку номінативно не орієнтовані на цю сферу спілкування, однак, внаслідок стійкого функціонування в ній, отримують свою змістовну специфіку (це, зокрема, відноситься до особистих займенників).

Залежно від поставлених завдань і наявного текстового матеріалу фахівці обирають той чи інший аспект вивчення політичної комунікації.

Жанри політичної мови і політичної комунікації

1) Робоча комунікація має на увазі використання мови, прийнятої для спілкування політиків в парламентських комітетах і комісіях, установах, міністерствах і відомствах, на інформаційних переговорах, а також часто в парламентських фракціях і на пленарних дебатах.

2) Представницька комунікація націлена на публічний вплив. Мова телевізійного інтерв'ю для багатомільйонної публіки буде відрізнятися від мови статті в фаховому збірнику.

3) Комунікація досягнення цілей використовується для досягнення інструментальних і тактичних цілей. Арсенал засобів простягається від евфемізмів до полемічних перебільшень, від мовного камуфляжу до порушення табу, від риторичного фіміаму до деградації.

Залежно від характеру суб'єкта політичні тексти підрозділяються на власне політичні (їх автором є політик), медійні (їх автором є журналіст) і непрофесійні (автором є представник народу або виборець).

Найбільш повна класифікація продуктів політичної комунікації була запропонована А. П. Чудиновим [16, с. 53-59]:

1) за характером суб'єкта (автора, мовця): власне політична комунікація (автор - політик); медійна політична комунікація (автор - журналіст);

непрофесійна політична комунікація (автор людина іншої професії, «виборець», «представник народу»);

2) при зіставленні усного та писемного мовлення виділяють жанри усного мовлення (виступ на мітингу, доповідь, бесіда, дебати, інтерв'ю та ін.); жанри письмової мови (програма, листівка, газетна стаття, лист політичному лідерові і ін.);

3) при зіставленні монологічного та діалогічного мовлення виділяють: монологічні жанри (радіозвернення, стаття в газеті і ін.); діалогічні жанри (дискусія, переговори і ін.);

4) за функціями розрізняють: ритуальні жанри (інавгураційну звернення, вітальне слово та ін.); орієнтаційні жанри (доповіді, укази, договори, угоди); агональні жанри, що містять заклики до боротьби (гасло, листівка, виступ на мітингу, промови); інформативні жанри (газетна інформація, звернення громадян до політиків або в ЗМІ);

5) за обсягом інформації серед жанрів розрізняють: малі жанри (гасло, слоган, промови); середні жанри (виступ на мітингу або в парламенті, листівка, газетна стаття та ін.); великі жанри (партійна програма, політичну доповідь, книга політичної публіцистики та ін.);

б) за метою висловлювання розрізняють: інформативні, оцінні та імперативні (що закликають до дії) жанри.

Політичний дискурс містить у собі спрямування на питання влади. Адже політика є цілеспрямованою діяльністю у сфері взаємовідносин між різними суб'єктами суспільного життя безпосередньо пов'язаній з боротьбою за здобуття й утримання влади. Він служить інструментом боротьби за владу конфліктуючих сил та інтересів. “Політичний дискурс – це специфічний різновид дискурсу, оскільки основним його завданням є утримання і завоювання політичної влади” [21, с. 68]. Всі комунікативні стратегії переконання в рамках політичного дискурсу слугують одній меті – боротьбі за владу. Спрямування свідомості на боротьбу за владу – це специфічна

характеристика політичного дискурсу. Боротьба і перемога складають основний зміст спілкування.

Характер політичного дискурсу знаходиться в прямій залежності від його предмету, завдань, котрі висувуються перед суб'єктами політичної діяльності, рівня професійності політиків, а також рівня політичної і громадянської культури суспільства. Політики, особливо політичні експерти, повинні чітко орієнтуватись у смислі політичної гри. Політичні висловлювання і думки експертів мають достатньо відносний статус, вони набувають сенсу тільки у співвідношенні з іншими висловлюваннями, що виголошуються представниками інших позицій. Крім того, політичне поле саме по собі є певною мірою автономним, воно не залежить від інших сфер застосування або соціальних сил. Одна з його головних властивостей полягає в тому, що професіонали можуть розраховувати на успіх лише спираючись на групи й сили, які перебувають поза межами поля, а значна частина створення політичного дискурсу полягає в продукуванні гасел і обіцянок [22].

Суб'єктами дискурсу в політиці рухає політичний інтерес, котрий можна визначити як спрямованість свідомості соціальних груп і індивідів на усвідомлення виникаючих політичних потреб. Характер політичного інтересу обумовлений об'єктивним становищем цих груп і індивідів в соціально-економічній і політичній структурі суспільства, їх політико-культурними уявленнями і традиціями, їх світоглядними принципами й цінностями [15, ст. 201].

Суспільне призначення політичного дискурсу полягає в тому, щоб навіяти адресатам – громадянам необхідність "політично правильних" дій та оцінок. Тобто, метою політичного дискурсу є не опис, а створення ґрунту для переконання адресатів, спонукання до дії, це й визначає ефективність політичного дискурсу. Мова політичного дискурсу насичена символами, а успіх і ефективність визначається тим, наскільки ці символи співзвучні з масовою свідомістю: політик повинен вміти доторкнутися до потрібної струни у свідомості, висловлювання політика повинні бути спрямовані на "споживачів"

політичного дискурсу. Не завжди така пропаганда є аргументованою і не завжди є логічно зв'язаною [23, ст. 56].

Отже, політичний дискурс слід розглядати з різних точок зору. На основі вищезазначеного ми спробуємо дати систематизоване визначення поняття "політичний дискурс". Таким чином, політичний дискурс – це опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, заснований на обміні, навіюванні та пропаганді певних ідей, позицій та поглядів учасників політичного життя, задля досягнення політичних цілей, які переважно пов'язані з питаннями влади.

Характерними ознаками політичного дискурсу є [16, с. 43-252]:

- смислова невизначеність (політики часто уникають висловлювань своїх думок в максимально узагальненому вигляді);
- фантомність (чимало знаків політичної мови не мають реального денотата);
- фідеїстичність (ірраціональність, опора на підсвідомість);
- езотеричність (справжній сенс багатьох політичних висловлювань зрозумілий тільки обраним);
- дистанційованість і театральність (необхідність політиків “працювати на публіку”, залучаючи її своїм іміджем).

Функції, що виділяються в політичному дискурсі:

1) *комунікативна функція*, спрямована на передачу інформації, мета якої вплинути на перетворення існуючої у свідомості адресата картини політичного світу. Ця функція активно виявляється у всіх сферах комунікації, але її реалізація в кожній сфері має свою специфіку. У політичних текстах завжди можна зустріти інформацію про ті чи інші події в політичному житті суспільства. Політики зазвичай намагаються привернути увагу до інформації, яка здатна їх представити у вигідному світлі, і відвернути суспільну увагу від інформації, яка може завдати шкоди їх інтересам [16, с. 92-292];

2) *спонукальна функція* – це функція впливу на адресата. Також її називають апелятивною, вокативною, конативною, регулятивною,

інструментальною. Її завданням є мобілізація виборців для проведення певних акцій. Метою спонукальної функції є емоційний вплив на громадян, формування в їхній свідомості певної політичної картини світу, подолання існуючих у суспільстві протирічч [16, с. 93-292];

3) *емотивна функція* спрямована на вираження авторських емоцій і збудження емоцій адресата. Створення необхідного емоційного фону – це важливий підготовчий етап для подальшого переконання адресата і спонукання його до необхідних дій. Політична мова може викликати розгубленість, невпевненість і страх у політичних опонентів, що часто сприяє зміцненню влади. Загрози і обіцянки можуть стимулювати політичних опонентів до якихось дій або до відмови від протидії влади. Рівень стабільності соціально-політичної та макроекономічної ситуації може впливати на відчуття впевненості або тривожності;

4) *метамовна функція* служить для забезпечення змісту висловлення або слова. Наприклад, в політичних текстах нерідко можна зустріти фрагменти, в яких автор розтлумачує читачеві сенс будь-яких спеціальних понять і термінів, оскільки далеко не всі громадяни розуміють сенс усіх нових для них політичних термінів і понять. Сучасна політична мова відрізняється складним поєднанням ознак загальноживаності мови, особливого жаргону, офіційно-ділової і наукової мови, а тому не завжди в повній мірі зрозуміла звичайним виборцям. Тому метамовна функція характерна для зазначеного виду мовної діяльності [16, с. 94-292];

5) *фактична функція* служить для встановлення і підтримки контакту між комунікантами. У цьому випадку сам факт міжособистісного спілкування може бути набагато важливішим, ніж зміст самої бесіди. Ця функція найбільш виявляється у політичних промовах, важливо, щоб співрозмовник був налаштований на сприйняття інформації, щоб підготувався до цього і уважно слухав;

6) одними з найважливіших функцій політичного дискурсу, як зазначає В. Павлуцька, є *функції переконання та політичної пропаганди*.



"Головною цільовою установкою політичного дискурсу є формування в соціумі тих думок та оцінок, які є необхідними для автора дискурсу. Такий тип дискурсу, перш за все, зорієнтований на свідомість громадськості, тобто є достатньо небезпечним інструментом впливу, оскільки зорієнтований на всі прошарки суспільства. Специфіка політичного дискурсу саме і полягає у здійсненні політики та досягненні політичних цілей, які в переважній більшості пов'язані з питанням влади" [22, ст. 201-202].

Створення ефективного політичного дискурсу неможливе без урахування залежності тих чи інших ролей політичного суб'єкта від його почуттів та емоцій. Різноманітні психологічні властивості розглядають психологічний вплив, як фактор, який впливає на поведінку і визначає виникнення певних суспільних ролей та функцій. Дуже часто природа політичних явищ залежить від психологічних факторів більше, ніж від соціальних. Прикладом створення ефективного політичного дискурсу може слугувати створення образу ворога, в наслідок чого хтось постійно вважається винним у всіх бідах і негараздах. Цей образ об'єднує суспільство на боротьбу і ним легше стає керувати [23, ст. 57].

Політичний дискурс слід розглядати з трьох позицій:

- 1) індивідуально-герменевтичний, що дозволяє визначити персональний підтекст автора й/або інтерпретатора дискурсу в певних обставинах;
- 2) соціопсихолінгвістичний – для встановлення ефективності досягнення політичних цілей мовці;
- 3) власно фізіологічний, як і будь-який інший текст, але на основі ідіологічного й політичного фону.

Цей підхід пояснює причини перетину політичного дискурсу з різними дисциплінами, а також необхідність дослідження змісту, задач і форм дискурсу, що реалізовується в певних політичних ситуаціях. Необхідним аспектом у розумінні політичного дискурсу, мета якого полягає у донесенні до адресата певних прогнозованих дій або/і оцінок, є неможливим без усвідомлення очікувань, підтексту автора і аудиторії, сюжетних схем, прихованих мотивів і

логічних переходів, що є характерними в окремих ситуаціях. До основних параметрів політичного дискурсу можна віднести агресивність і оцінність, ефективність, відстоювання точки зору в політичному дискурсі.

Тож, різноманіття мовних засобів політичного дискурсу усного публічного виступу політичного діяча формують повноцінну картину щодо складності, рівня образності політичного дискурсу, а вміння використовувати певні лексичні підходи сприяє реалізації комунікативних задач.

### **1.3. Комунікативні стратегії і тактики мовленнєвого переконання під час публічних виступів**

Оскільки метою політичної промови є вплив на свідомість і підсвідомість слухача, то для досягнення успіху політик зазвичай використовує певні засоби – комунікативні стратегії, за допомогою яких промовець маніпулює цільовою аудиторією.

Здатність переконувати передбачає “володіння прийомами мовного впливу, які включають навички побудови мовних стратегій, здатність до аргументування, а також уміння застосовувати відповідні мовні засоби” [24, ст. 3].

У більшості робіт, присвячених теорії комунікації, поняття мовної та комунікативної стратегії не розмежовуються і вживаються як синоніми. Однак це не зовсім вірно, виходячи з того, що поняття комунікації є дуже широким і охоплює різні аспекти мовного спілкування. Саме тому комунікативна стратегія передбачає використання окрім мовних засобів також засоби паралінгвістичного впливу на аудиторію. Під час вербального впливу використовуються власне мовні засоби.

До невербальних засобів впливу відносяться, наприклад, жести, міміка, поведінка комунікантів в процесі спілкування, певну роль відіграють навіть зовнішність мовця, дистанція між співрозмовниками та ін. Використання

засобів паралінгвістичного впливу можна часто спостерігати під час виступів політичних діячів.

Тексти визнаних майстрів слова і впливових ораторів мають індивідуальні прийоми створення виразності, які використовуються для досягнення емоційного впливу на аудиторію. До таких засобів можна віднести фонетичні (інтонаційні) інструменти впливу на слухачів. Інтонаційний вигляд публічного виступу несе на собі відбиток свого автора, конкретної мовної особистості, і успіх комунікативного виступу залежить в тому числі від особистості мовця – як носія культури певного суспільства, так і користувача мовними ресурсами цієї культури.

Як слушно зауважує О. С. Іссерс, “основна проблематика лінгвістичного аналізу мовного впливу пов'язана з вивченням стратегій мовця і всіх, хто знаходиться в його розпорядженні мовних ресурсів, які визначають досягнення ним комунікативної мети” [9, ст. 23].

На думку О. С. Іссерс, “стратегія мовної поведінки охоплює всю сферу побудови процесу комунікації, коли ставиться за мету досягнення певних довгострокових результатів. Загалом, мовна стратегія включає в себе планування процесу мовної комунікації в залежності від конкретних умов спілкування і особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану” [9, с. 54]. Таким чином, мовну стратегію можна охарактеризувати як “комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети” [9, с. 54]. Це трактування мовної стратегії ми вважаємо найбільш доцільним.

Для досягнення конкретної комунікативної мети мовця необхідно заздалегідь підготувати основні пункти запланованої бесіди. У деяких випадках (залежно від поставленої мети) вирішальним може виявитися обмірковування не тільки основних варіантів розвитку розмови, але і певних комунікативних ходів. В цьому випадку можна говорити про вибір однієї або кількох комунікативних стратегій. Комунікативну стратегію можна розмежувати на окремі мовні тактики і комунікативні ходи. Мовну тактику прийнято

характеризувати як одну або кілька дій, спрямованих на реалізацію комунікативної стратегії.

Класифікацію комунікативних стратегій пропонує О. С. Іссерс. До основних стратегій автор відносить ті, які безпосередньо пов'язані з впливом на адресата, його модель світу, систему цінностей, поведінку; це можуть бути стратегії інформування, дискредитації, підпорядкування і т. д. Допоміжні ж стратегії, на думку О. С. Іссерс, сприяють ефективній організації діалогової взаємодії і можуть бути поділені на прагматичні (побудова іміджу, формування емоційного настрою), діалогові (контроль над темою, контроль над ініціативою) і риторичні (залучення уваги, драматизація) [25].

К. Е. Калінін у своїй роботі виділяє такі комунікативні стратегії, а також тактики, прийоми і засоби, що використовуються для їх реалізації [26]:

1) *стратегія презентації*: тактика обіцянки, приклад особистого досвіду, індукція позитивного емоційного стану;

2) *стратегія призову*: посилення, алюзії, впевнена презентація, щирість оратора;

3) *стратегія самопрезентації*: критика, дискредитація опонентів, алюзії, закріплення позитивного образу, використання ключових фраз, паралелізм, рамкова конструкція, емоційний заклик;

4) *стратегія дискредитації опонента*: тактика логічної аргументації, демонстрація, підбір інформації та її інтерпретація в необхідному світлі, заклик, створення негативного образу, затвердження авторитетної думки.

В межах досліджень останніх десятиліть пропонується детальний і системний опис усієї комунікативної ситуації, що дозволяє цілком достовірно встановити причини успіху або невдачі. Крім того, системний підхід здатний допомогти оратору максимально ретельно продумати стратегію свого майбутнього публічного виступу для того, щоб звести невдачі до мінімуму, або зовсім їх уникнути.

Важливою особливістю є універсальність і розповсюдження використання комунікативних стратегій, зокрема комунікативної *стратегії*

*переконання*. До того ж, відзначимо, що в різних видах дискурсу поняття “комунікативна стратегія” буде варіювати в залежності від комунікативних ситуацій, які є найбільш частотними для певного виду дискурсу. Саме в цьому знаходить своє відображення, на нашу думку, специфіка реалізації комунікативних стратегій. У різних видах дискурсу засоби реалізації комунікативної стратегії переконання варіюються в залежності від ступеня “формалізованості” того чи іншого виду дискурсу. Наприклад, в медичному або юридичному (за винятком виступів адвокатів) видах дискурсу, на відміну від політичного, практично відсутня ораторський компонент. Більш того, вміння гарно побудувати свою промову для політичних виступів часто є першочерговим і вирішальним завданням [27, ст. 13].

На нашу думку, комунікативна стратегія переконання особливо яскраво проявляється в політичному дискурсі, оскільки саме ця стратегія “поєднує не лише лінгвістичні характеристики мови і багато психологічних особливостей мовця, а й елементи впливу тексту на (масового) реципієнта” [28, с. 18].

Важливо відзначити, що поняття стратегії, запозичене з військового мистецтва, на перше місце ставить не пошук спільного рішення, а перемогу, яка розуміється як результативний вплив на реципієнта, трансформація його моделі світу в бажаному напрямку [6, с. 70]. Таким чином, стратегія відноситься до планування та підготовки дій, в той час як тактика займає підпорядковане по відношенню до стратегії становище. Тактика – це ряд способів і прийомів, відібраних для вирішення конкретної поставленої задачі, а також безпосередню їх реалізацію на практиці. Оскільки рішення якоїсь певної задачі, як правило, стає можливою декількома способами, тактики завжди мають відношення до вибору з безлічі альтернативних рішень. Вибір комуніканта заснований на інтерпретації варіантів з точки зору їх ефективності, що є критерієм для вибору мовної тактики. Досягнення поставленої мети неможливо без планування і прогнозування своїх дій і діяльності, тобто без застосування стратегій і відповідних тактик.

Мовна стратегія становить схему певних дій в рамках відрізка комунікації, що визначає вибір мовних засобів і способів вираження, пов'язаних з досягненням мети.

Політичний дискурс становить особливий вид дискурсу, який реалізується в сфері внутрішньополітичної і зовнішньополітичної діяльності, має високу комунікативну спрямованість і певну орієнтацією на мовленнєвий вплив. Лексико-синтаксична і фонетична специфіка політичного дискурсу, з одного боку, визначається високим рівнем впливу і, з іншого боку, максимальною наближеністю до норми літературної мови.

К. Е. Калінін звертає особливу увагу на те, що “виступи політичних діячів часто розраховані на досягнення цілей в короткостроковій перспективі: голосування за певну пропозицію політика, підтримка його кандидатури на виборах та інше” [26, с. 170]. Саме тому особливу роль у виступі на публіці грає підвищена емоційність і виразність мови оратора. Специфіка комунікативної ефективності усного політичного дискурсу реалізується за допомогою комплексного використання лексико-стилістичних (метафори, алюзії, цитування, термінологія, іронія, повтори, паралелізм, інверсії і ін.) і інтонаційних (висока частотність прагматичних і логічних пауз, чергування швидкого і повільного темпу, зміна гучності, особливості тембру мови) засобів впливу.

Розглядати комунікативну стратегію слід суто індивідуально з огляду на те, що комбінація таких визначальних чинників, як інтенції оратора, зовнішній і внутрішній контекст ситуації і характеристика адресата, в кожному випадку абсолютно унікальна. Крім того, ефективні стратегії, як правило, гнучкі, тобто допускають можливість оперативного корегування мовця залежно від зміни умов ситуації або отримання від адресата сигналів про необхідність такого коригування. Відповідно, методика оцінки стратегії на предмет її ефективності включає детальний аналіз усіх складових конкретного мовного акту.

У зв'язку з цим необхідно зазначити, що універсальних комунікативних стратегій в чистому вигляді немає. Планування мови кожного разу

здійснюється в особливих умовах, певний елемент яких може вплинути на кінцевий результат.

Таким чином, для здійснення своїх намірів мовець повинен мати уявлення про ситуацію спілкування, адресата і хоча б у мінімальному ступені прогнозувати свою поведінку в передбачуваній ситуації. Це підводить нас до думки про те, що планування мовної поведінки (вибору мовної стратегії і тактики) неможливо без того, що адресат враховує (частіше інтуїтивно), чи відповідають умови комунікації успішному здійсненню запланованої мовної дії.

На вибір конкретної стратегії промови впливають такі фактори, як мета промови, комунікативні настанови і характер взаємодії зі слухачем. Перед обранням відповідних стратегій і тактик при написанні політичної промови потрібно побудувати мисленнєво-мовленнєве підґрунтя доповідача – концепцію. Концепція є стислою і короткою першоосновою, системою знань про предмет, відповідно до якої і вибудовується стратегія як реалізація певної концепції.

Слідом за О.Н. Паршиною, термін “стратегія” трактуємо як “певну спрямованість мовленнєвої поведінки в цій ситуації з метою досягнення основних задач комунікації” [29, ст.11].

З точки зору мовленнєвого впливу, стратегію можна розглядати тільки за допомогою аналізу тактик, оскільки стратегія (від грец. *Stratos* “військо” + *ago* “веду”) – мистецтво планування, що базується на правильних і передбачливих розрахунках. Тактика (від грец. “мистецтво шиккування військ”) – це використання прийомів, способів досягнення будь-яких цілей, лінія поведінки будь-кого. У цьому контексті стратегія є комплексним феноменом, а тактика – аспектним. Таким чином, необхідно проаналізувати аспектні феномени, щоб розглянути цілу картину стратегії.

О.Н. Паршина у своїй праці виокремила такі комунікативні стратегії політичної промови: “стратегія самопрезентації”, дискредитації, нападу,

самозахисту, формування емоційного настрою адресата, а також інформаційно-інтерпретаційна, аргументаційна, агітаційна й маніпулятивна стратегії [29].

Відмінною рисою політичних промов є використання аргументаційних моделей, які впливають на почуття людини, а не на розум. У такому випадку мовець використовує традиційні соціокультурні цінності, історичні події тощо. Емоційність і експресивність є невід'ємними рисами такої аргументації. Функція впливу в політичному дискурсі реалізується експресією промови, яка зобов'язана поєднувати два плани змісту: інформаційний і суб'єктивний. Перший має на меті передачу суті реального чи ірреального, сучасного чи історичного віддаленого поняття, події, факту з життя суспільства взагалі, а другий поєднує суб'єктивне, індивідуальне бачення світу політиком і бажання вплинути на слухача: активізувати увагу, переконати, вмовити, залучити на свій бік, шокувати, вразити, насмішити, роздратувати, спонукати до чогось, надихнути чи задовольнити естетичні потреби.

На відміну від емоційності вислову, котра, перш за все, пов'язана з реалізацією емоційної оцінки, експресивність співвідноситься з інтелектуальним наміром переконати в чомусь адресата, посилити перлокутивний ефект висловлення надати йому більшої виразності, а також експресивність є одним із засобів самовираження [30, ст.78].

В нашій роботі однією з класифікацій, на яку ми спираємось, є класифікація, запропонована Міхалевою О.Л. [31, ст. 112] про підходи до класифікації стратегій і тактик політичного дискурсу. Ця класифікація дозволяє найбільш повно й всебічно розглянути основні стратегії, якими користуються політики для раціональної побудови промов і максимального досягнення своїх цілей. Отже, за вказаною дослідницею розрізняємо: стратегію на пониження, стратегію на підвищення і стратегію театральності.

Стратегія на пониження спрямована на дискредитацію опонента, яким є політичний противник. Ця стратегія передбачає використання певних тактик, що імпліцитно чи експліцитно виражають негативне ставлення до предмету комунікації. Основною метою цієї стратегії є спричинення недовіри до



опонента і зниження його значимості на політичній арені. Для досягнення цілей і завдань стратегії дискредитації найчастіше використовуються:

1) *тактика “аналіз-мінус”* – використовується задля зображення певної ситуації і її учасників з негативного боку;

2) *тактики звинувачення* – викриваються негативні якості противника і йому приписується вина за скоєнні ним дії, разом з тим, що ці звинувачення зазвичай бездоказові;

3) *тактика образи і глузування*

Стратегії на підвищення, яку зазвичай прийнято називати “гра на підвищення”, притаманна бажанню мовця виставити себе у вигідному світлі, збільшити свою значимість в очах електорату.

Комунікативна стратегія “гра на підвищення” є особливо актуальною при намаганні адресанта піднести власний авторитет, збільшити свої рейтинги популярності й заручитися підтримкою аудиторії. Вона супроводжується використанням таких тактик:

1) *тактика відведення критики* – з метою доказу наведення аргументів і фактів, за допомогою яких можна пояснити певні свої вчинки і дії, а також надати достовірну картину виконаної роботи;

2) *тактика самопрезентації* полягає в презентації себе в красивому, виграшному образі;

3) *тактика самовиправдання* – заперечення негативних суджень про об’єкт критики.

Стратегія театральності особливо чітко проявляється в передвиборчих перегонах, під час виступів політиків перед аудиторією, на кшталт виступу актора перед публікою на сцені в театрі, що змушує політика вдаватися до дещо перебільшеної риторики, при чому мовець намагається (навіть за наявності безпосереднього (прямого) опонента) вплинути на картину світу не свого противника, а свого електорату. Для здійснення цієї стратегії мовець вдається до таких тактик:

1) *тактика попередження*

- 2) *тактика спонукання* полягає в закликанні адресата до певних дій, що є вигідними для мовця;
- 3) *тактика кооперації* полягає в тому, що мовець звертається до слухача, апелюючи до його ідей і цінностей;
- 4) *тактика розмежування*
- 5) *тактика обґрунтованих оцінок* за допомогою якої оратор намагається об'єктивно оцінити предмет і обґрунтувати свою оцінку
- 6) *тактика обіцянки*
- 7) *тактика іронізації*
- 8) *тактика провокації*

Кожна з перерахованих стратегій характеризується тим чи іншим ступенем вираження експресивності, адже суб'єктивний план змісту представлений в кожній з них.

Для того, щоб викликати певну реакцію слухача і продемонструвати високий рівень компетентності й обізнаності в реаліях суспільного життя, політики ретельно підбирають і лексику для промов. Для реалізації іллокутивного завдання (донести певну інформацію до адресата) і досягнення перлокутивного ефекту (спонукати адресата до певних дій) у політичному дискурсі на лексичному рівні використовуються: книжкова лексика, терміни і номенклатурна лексика.

Провідне місце серед лексичних прийомів політичного дискурсу належить метафорі. Метафора – слово або вираз, що вживається у переносному значенні, в основі якого лежить неназване порівняння предмета з яким-небудь іншим на підставі їх загальної ознаки. У мові політичного дискурсу метафора лежить на межі індивідуального і загального. Це пов'язано з тим, що тут своєрідно переплітаються, з одного боку, політологічна, юридична, економічна лексика і термінологія, з іншого – експресивна і оцінна лексика текстів, розрахованих на широку аудиторію. У політичних промовах метафори циркулюють, переходячи з тексту в текст із тим самим емоційно-оцінним забарвленням [1].

Основне завдання мовного впливу – змінити поведінку або думку адресата в необхідному для мовця напрямку. Ефективність мовної взаємодії і реалізації комунікативних стратегій передбачає планування мовних дій для послідовного наближення до основної мети переконання, яке в свою чергу базується на аналізі інформації, отриманої в ході процесу комунікації, що дозволяє контролювати адекватність інтерпретації і визначає вибір мовних стратегій для досягнення основних цілей спілкування на кожному його етапі.

#### **1.4. Вплив ЗМІ на сприйняття політичних ситуацій**

У ХХІ столітті засоби масової інформації (далі ЗМІ) стають не тільки однією з сфер суспільного життя, а й величезною силою. З кожним роком швидкість інформатизації та глобалізації зростає, і людина буквально тоне в бурхливому потоці інформації. Якщо за часів тоталітарної держави СРСР можна було скажитися на обмеженість доступу до інформації та низький рівень інформованості громадян щодо різних негативних подій, то тепер ЗМІ можуть легко спекулювати інформацією і видавати її так, як вважатимуть за потрібне. Основною метою інформаційного впливу є необхідність формування потрібного політичного вибору серед громадян, а також впровадження політичних установок, що підтримують стабільність діючої влади. Політична діяльність – це інформаційна боротьба за управління психікою еліти і соціальних груп суспільства [32, ст. 16]. Також варто відзначити важливість впливу на правосвідомість за допомогою ЗМІ. Правосвідомість – сукупність уявлень і почуттів, що виражають ставлення людей до права і правових явищ у суспільному житті. З даного визначення можна зробити два важливих висновки, які дадуть ключ до розуміння необхідності систематичного впливу на правосвідомість людей: по-перше, від рівня правосвідомості залежить ставлення громадян певної країни до права в цілому, а також до зміни впливу права на суспільне життя. Таким чином, варто розуміти, що від правильно

сформованої правосвідомості та політичної психології має залежити життєздатність політичної надбудови, тобто держави.

В епоху розквіту інформаційного суспільства, вміння правильно володіти отриманими даними, адекватно їх сприймати і захищати себе від шкідливого медіаконтенту є одним із головних завдань будь-якої людини. “Злиття суспільного життя і ЗМІ, в тому числі Інтернету, відбувається на всіх рівнях розвитку суспільства: культурному, соціально-побутовому, економічному, філософському” [33, ст. 122].

Політичний дискурс в ЗМІ несе в собі такий ресурс управління знаннями суспільства про світ і, відповідно, його реакцію, як інформація. Сучасне суспільство настільки тісно пов'язане і залежне від інформації, що його називають “інформаційним”, а його членів – “суверенними споживачами” інформаційного віку. Інформація в широкому сенсі слова – це відображення реального світу. Але передача інформації – це не констатація фактів об'єктивної реальності, а їх інтерпретація, тобто перенесення в реальність інформаційну. Інформація викликає спрямовані розумові процеси і емоційні стани. Інформація формує наші думки, структурує наш досвід і визначає наші погляди на навколишній світ. Інформуючи, політичний дискурс ЗМІ впливає на суспільство.

Окрім контенту, який є шкідливим саме через агресивний, протизаконний, неетичний зміст, в рамках питання медіабезпеки розглядають не менш важливі аспекти маніпуляції, спотворення інформації, її опосередкованого впливу. Зокрема, маніпуляція є невід'ємною частиною політичного дискурсу. Безпосередньо, політичне інтерв'ю стає найактуальнішою жанровою формою політичного дискурсу в цьому аспекті.

А. К. Михальська зазначає, що політичне інтерв'ю – це висококонвенціональний (соціально “умовний”), публічний мовленнєвий жанр з жорстким розподілом мовних ролей безпосередніх учасників, в якому журналіст розкриває або прагне розкрити значущі для суспільства риси

політика, в тому числі і “небезпечні”, тоді як останній, відповідаючи на питання журналіста, прагне переконати суспільство в своїй “значимості” [34, ст. 54].

Особливістю мови політики, як спеціального підтипу, є її доступність для розуміння практично всім членам мовленнєвої комунікації, як наслідок деспеціалізації політичних термінів. Саме ця риса і дозволяє деяким дослідникам заперечувати існування мови політики. Масштабна деспеціалізації термінів у політичній комунікації пов'язана з тим, що політика – єдина професійна сфера, де спілкування орієнтоване на масового адресата. Політична комунікація не просто опосередкована засобами масової інформації, ЗМІ фактично є основним середовищем її існування, внаслідок чого мова політики виявляється позбавленою властивостей корпоративності, що властиві будь-якій спеціальній мові.

Інформаційна функція реалізується на основі взаємодії між суб'єктами політики й ЗМІ. Політичний дискурс завжди прагне до об'єктивації своїх інформаційних елементів. Проекція інформаційного поля дискурсу на аудиторію, що здійснюється в основному через ЗМІ, є необхідною умовою здобуття і утримання влади. Процес інформування є необхідною умовою підтримання владних відносин у суспільстві [23, ст. 56].

Інструментальна функція забезпечує механізми інформаційного відтворення політичного дискурсу в суспільстві, її основу складають взаємовідносини влади й ЗМІ. Суть цих взаємовідносин полягає в тому, що влада прагне тотально контролювати інструменти відтворення політичної інформації у суспільстві, які фактично знаходяться повністю в руках у ЗМІ. В свою чергу ЗМІ здійснюють значний вплив на політичний дискурс, володіючи монополією на інструменти підтримання й зміни співвідношення політичних сил у суспільстві [23, ст. 56].

Центральною фігурою в політичному дискурсі є політик як комунікативна особа. Створення образу політика в основному залежить від засобів масової інформації, без яких складно уявити сучасний світ.

Роль ЗМІ в політиці залежать від типу політичної інформації. ЗМІ відіграють різну роль в політиці, коли вони надають незалежні політичні коментарі і коли вони є платформою для різних політичних дій, коли напряду звертаються до публіки засобами політичної реклами, промов або подій.

ЗМІ можуть також повідомляти громадські точки зору щодо певних політичних лідерів. Вони розповсюджують інформацію від уряду до громади й від громади до уряду. Багато з того, що політики знають про громадську думку, вони дізнаються від ЗМІ й формують політичний дискурс.

Тож, враховуючи вище згадану інформацію, ЗМІ й політичне життя, в тому ж числі політичний дискурс, тісно пов'язані. Політик спілкується з адресатом за допомогою ЗМІ, а ті, в свою чергу, розповсюджують ту інформацію, що потрібна державі в певний момент задля впливу на суспільну думку, а також повідомляють про громадські погляди щодо політичних лідерів і тим самим переносять інформацію від суспільства до уряду і від уряду до суспільства.

Політичний дискурс ЗМІ є самостійним комунікативним явищем, утвореним у сфері перетину політичного дискурсу й дискурсу ЗМІ. Такі його особливості як інтенціональність, мас-орієнтованість, національно-культурна специфіка, ідеологічність, інформативність і суб'єктивність створюють необхідні передумови для маніпуляції суспільною свідомістю. Політичний дискурс ЗМІ тим самим має всі можливості для управління думками і відносинами аудиторії в необхідному для суб'єкта руслі.

## Висновки до Розділу 1.

Політичний дискурс – це опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, заснований на обміні, навіюванні й пропаганді певних ідей, позицій і поглядів учасників політичного життя, задля досягнення політичних цілей, які переважно пов'язані з питаннями влади.

Отже, головними особливостями політичного дискурсу, перш за все, є всі соціальні складові в політичному дискурсі, розглядаються в межах відносин домінування та підкорення. Також в політичному дискурсі навмисно використовуються такі аргументаційні моделі, які в першу чергу впливають не на розум людини, а на її почуття (мовець звертається до традицій, загально визнаних авторитетів, до соціокультурних цінностей, історичних прикладів і т. д.). Такій аргументації властива особлива емоційність. По-третє, мова політики прагматично орієнтована на досягнення результатів перерозподілу сил у процесі боротьби за владу. Вона є основним засобом маніпулювання в політичному середовищі. Проголошення політичного тексту тягне за собою об'єктивацію та здійснення влади і призводить до соціальних наслідків у формі відносин домінування-підкорення в суспільстві. По-четверте, комунікативні стратегії політичного дискурсу реалізуються шляхом масовості комунікації, розмитості меж комунікативного простору, фантомності комунікативних елементів та інших прагматичних прийомів здійснення влади. По-п'яте, політичний дискурс спрямований на майбутній контекст, який важко одразу заперечити або перевірити. По-шосте, політичний дискурс є полемічним, що впливає і на підбір лексики, на її певну театралізацію. Полемічність спрямована на нав'язування інших цінностей та оцінок, навіювання негативного ставлення до політичного противника.

Поняття жанру має особливе значення для визначення характеристик політичного дискурсу. Сегментуємо жанровий простір політичного дискурсу за сферами діяльності та функцій, до політичних жанрів відносимо, по-перше, жанри, що мають відношення до політичної системи (політичні дебати,

політичні маніфести і програми, парламентські чи партійні мови політичних діячів на конференціях, нормативні документи ); по-друге, медіатизацію політичних жанрів (політичні новини, політичні інтерв'ю, бесіда або інтерв'ю з політичним діячем, радіопередача про політику, політична реклама в пресі); по-третє, жанри, які стосуються політичної публічної сфери (публічні зустрічі, матеріали кампаній, політичні форуми, фокус-групи).

Для успішної реалізації політичної промови і досягнення поставлених задач, політик використовує певні засоби – комунікативні стратегії, за допомогою яких він маніпулює цільовою аудиторією.

В першому розділі нашого дослідження ми розглянули найактуальніші класифікації комунікативних стратегій та засобів їх реалізації. У нашому дослідженні ми спираємось на класифікацію, запропоновану Міхалевою О.Л., що розрізняє: *стратегію на пониження, стратегію на підвищення і стратегію театральності*. Ця класифікація дозволяє найбільш повно й всебічно розглянути основні стратегії, якими користуються політики для раціональної побудови промов і максимального досягнення своїх цілей. Кожна з них несе в собі певні засоби реалізації цих стратегій, характеризується тим чи іншим ступенем вираження експресивності, адже суб'єктивний план змісту представлений в кожній з них.

Слід відзначити, що важливу роль відіграють не лише мовленнєві стратегії та тактики впливу, а й невербальні засоби: жести, міміка, поведінка комунікантів в процесі спілкування, зовнішність мовця, дистанція між співрозмовниками та ін.

Таким чином, в якості основних особливостей політичного дискурсу ми виявили наступні: оцінність і агресивність, ефективність, відстоювання точки зору в політичному дискурсі. Розглянувши основні лінгвістично орієнтовані методи вивчення політичного дискурсу, можна зробити висновок про те, що ці методи спрямовані на виявлення змістовного зв'язку між політикою і мовою і демонструють тенденцію до міждисциплінарного дослідження політичного дискурсу.



Тож, можемо вважати, що політичний дискурс – це ступінь впливу на адресата, що визначається як своєрідна знакова система, в якій відбувається модифікація семантики і функцій різних типів мовних одиниць і стандартних мовних дій.

## **РОЗДІЛ II. ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ТЕКСТАХ ПРОМОВ РЕДЖЕПА ТАЇПА ЕРДОГАНА**

### **2.1. Лексичні особливості політичних промов президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана**

З розвитком цивілізації ми спостерігаємо стрімкий розвиток соціалізації і політизації масової свідомості, оскільки слово завжди використовувалось політиками як інструмент, мета якого змусити думати, діяти й вірити. Усний публічний виступ політичного діяча реалізується шляхом виступів на мітингах, з'їздах, засіданнях, в парламенті й ін.

Політичні промови майже завжди є гостро публіцистичними, тому що в них є ствердження якоїсь ідеї, погляду, напрямку, ідеологічної позиції, а це неминуче означає відсторонення інших поглядів, якщо навіть вони й не називаються. Вираження ідейної позиції, особливо на великий загаль слухачів, завжди потребує пафосу, який може виражатися по-різному: вдалими, “ударними” перифразами, порівняннями і зіставленнями, епітетами й метафорами, морально-етичними антитезами, ствердними запереченнями; повторенням певних ідеологем; гіперболами, акцентуванням окремих слів і виразів, влучних у будь-якій ситуації, оказіональним новоутворенням, аритмічним синтаксисом, експресивним тонуванням. Адже попередньо підготовлена і написана політична промова завжди має бути розрахована на живе виголошення. Як правило, політична промова вдається тоді, коли вона не прочитана і навіть не виголошена, а з розумом сказана [20, ст. 21].

Під політичною промовою ми розуміємо усний текст, який проголошується президентом перед окремою аудиторією, за певних обставин, ставить назрілі завдання у тій чи іншій сфері громадського життя, дає рекомендації щодо здійснення поставлених завдань. Цей тип виступу

створюється з метою переконання, призначається для конкретного типу аудиторії. [2, ст. 236].

З одного боку, усний публічний виступ може реалізовуватись у вигляді живого діалогу, тим самим промова може насичуватись розмовними елементами. З іншого боку, усний політичний виступ політичного лідера завчасно підготовлене, тому лексичне змішування з іншими видами дискурсу може бути відсутнім. Можна сказати, що усний публічний виступ – це свого роду окреме функціонально-стильове утворення, що має свої лексичні особливості.

Оскільки однією з особливостей політичного дискурсу є вплив на адресата, то прагматична складова грає особливу роль, а саме відбувається цілеспрямований відбір мовленнєвих засобів, які спрямовані на вплив. Під час підбору мовленнєвих засобів, враховуються особливості цільової аудиторії.

Дослідження мовленнєвого матеріалу усного публічного виступу здійснюється з урахуванням політичних, культурних, соціальних і особистісних особливостей мовця. Будь-який усний публічний виступ в рамках професійної діяльності мовця несе в собі інформаційний, оцінювальний, пізнавально-просвітницький характер. Турецький політичний дискурс може включати в себе деякі характерні риси і інших дискурсів (побутового, художнього і ін.), тому деякі лексичні особливості інших дискурсів можуть стати відмінною особливістю турецького політичного дискурсу усного політичного виступу.

Враховуючи всі вище наведені факти, характеристики й особливості, які є властивими політичним промова, ми будемо використовувати публічні промови президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана задля виокремлення лексичних особливостей турецьких політичних промов.

А. П. Чудинов розглядає такі характеристики політичної комунікації, які ми використаємо за характеристики політичного дискурсу:

*Авторство тексту.* Автор і розповідач тексту не завжди є однією особою. У зв'язку з цим виокремлюють: власне авторські тексти, тексти без формального автора, тексти з заміщенням авторством. Якщо мова йде про

офіційне звернення, посилення, то за ним зазвичай стоїть робота цілої групи спеціалістів. Втілюючи текст у промову, політичний діяч бере на себе відповідальність за його зміст. Автором тексту (промови), яку ми обрали прикладом для нашого дослідження

- Наявність лексичної і граматичної суб'єктивної модальності.

Суб'єктивна модальність відображає результат майбутньої дії з різною мірою категоричності (від припущення до обіцянки), а також в запитальній або заперечно-запитальній модальності може використовуватись в категорії “повинності”, що відноситься до групи “прохання”. Ступінь категоричності може також уточнюватись за допомогою таких модальних слів як *belki*, *galiba*, *mutlaka*, *muhakkak*, і ін.

Суб'єктивна модальність реалізує відношення мовця до змісту висловлення. Наприклад, використання таких модальних слів, як *muhakkak* – *безсумнівно, безперечно*; *tabii* – *звичайно*; *kuşkusuz*, *şüphesiz* – *безсумнівно пов'язане з актуалізацією модального компонента оцінки ступеня достовірності інформації*.

- Використання європейських запозичень замість власне турецьких аналогів: *kriz* замість турецького *bunalım* – *криза*; *tema* замість турецького *ana konu* – *тема, головне запитання*; *baykot* замість турецького *grev* – *байкот, страйк*.

- Використання арабської лексики замість власних турецьких аналогів: *mahiyyet* замість *nitelik* – *сутність, властивість, якість*; *zaaf* замість *zaıflık* / арабізм з турецьким словотвором *güçsüzlük* – *слабкість, безсилля*; *talima* замість *yönerge* – *вимога, розпорядження, директива, інструкція*.

- Використання “три слів”. Досвідчений політичний діяч використовує прийом гри слів в своєму виступі, щоб шляхом зміни або зсуву семантики спробувати змінити і ставлення слухачів до висловлення, тобто домагається конкретних комунікативних цілей. У політичному дискурсі актуальним є виділення з слова основного значення і посилення пов'язаних з ним конотацій. Семантика слова може змінюватися в залежності від його

зовнішньої форми. Найчастіше це відбувається в абрєвіатурах і скорочення. Прикладом гри слів служить абрєвіатура правлячої партії Турецької Рєспубліки Партії Справедливості та Розвитку (ПСР) в турецькому варіанті *AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi)*, що трансформувалася в *Ak Parti* (досл. : “біла партія”);

- Використання лєксии з релігійним компонентом.

Використання лєксии з релігійним компонентом в турецькому політичному дискурсі націлене не лише на утворення більшої емоційності й яскравості висловлювання, але й на прихильність до себе аудиторії, тобто перехід з позиції "чужий" до позиції "свій". Але в залежності від мети висловлювання лєксика з релігійним компонентом може наповнюватись або високим змістом, або мати нейтральний або іронічний потенціал.

Для політичної промови, яка відрізняється великою кількістю інформації, типовим явищем є наявність загальноприйнятих абрєвіатур і скорочень: *AV (Avrupa Birliği) – ЄС (Європейський Союз, BMO (Birleşmiş milletler Örgütü) – ООН (Організація Об'єднаних Націй, BDT (Bağımsız Devletler Topluluğu) – СНД (Співдружність Незалежних Держав).*

У політичній мові слід виокремити наявність великої кількості стереотипних зачинів, що може свідчити про шаблонність промов: *çaba gösterilmeli, bunu söyleyebilir – слід докластати зусиль, можна стверджувати що і ін.*

Також ми спостерігаємо наявність оказіоналізмів (авторських неологізмів), які входять до категорії смакових уподобань мовця. Але оскільки авторство належить авторитетному політику й часто проходить по ЗМІ, то стає частиною усього турецького політичного дискурсу. Під впливом авторитету політика спостерігається трансформація оказіоналізмів в модизми ("*Biz Türkiye olarak*"), деякі з них стають стійкими образними висловлюваннями, частота використання яких підвищується і вони втрачають авторство.

Також ми спостерігаємо використання спортивно-ігрових образних засобів у переносному значенні в рамках метафоричної моделі. ("Політика – це спорт. Політика – це гра") для вираження політичної боротьби в країні й

описання зовнішньополітичних відносин. Наприклад, стан напіввирішеного питання про вступ Туреччини до ЄС Реджеп Таїп Ердоган виражає через порівняння з футбольним матчем: *"Maç artık başladı, maçın kullarını biliyoruz ve kurallar maçın ortasında değiştirilmez"* – *"Матч вже розпочався, ми знаємо правила гри і посеред матчу правила змінювати не можна"*.

Використання виразів з топографічними поняттями як відображення географічних реалій в політичному дискурсі, наприклад *"Türkiye bir köprü"* – *"Туреччина – це міст"*. Пояснюється це особливим розташуванням Туреччини на карті світу (країна розташована між Європою й Азією).

Використання політичних прізвиськ і звернень лідерами реалізується не лише під час політичної боротьби для приниження політичного суперника, а й часто виражають позитивне відношення до співрозмовника. Наприклад, президент Туреччини має такі прізвиська: *baba* – *батько*, *ağabey* – *старший брат*, *amca* – *дядько*, *Beu* – *пан*, *sultan* – *султан*.

Використання образних висловів і слів з переносним значенням, таких як метафора (також і політична метафора), метонімії, синекдохи, уособлення і ін. Образні вислови – це одна з технік потужного мовленнєвого впливу. З іншого боку, метою використання образних засобів є *"згладжування небезпечних політичних висловлювань"*, які торкаються суперечливих політичних питань. Наприклад, слово *"gündem"* має словникове значення *"порядок денний"*, проте має такі компоненти поняттєвого змісту, як *"питання для обговорення"*, *"актуальність"*, *"збори, засідання"* й ін. Поняттєвий компонент *"збори, засідання"* не співвідноситься зі словом *"Туреччина"* на відміну від поняттєвих компонентів *"питання для обговорення"*, *"актуальність"*, які утворюють підґрунтя для образності під час використання цього слова *"gündem"* в рамках конкретного контексту в рамках політичного дискурсу. Тому *"kendi gündemine dönmek"* в переносно-образному розумінні означає *"повернутися до питань, які є важливими, актуальними"*.

Використання прислів'їв і приказок. *"Türkiye'nin enerji merkezi haline gelmesini istiyoruz. Eskiden 'tüm yollar Roma'ya çıkar' denirdi. Biz de şimdi tüm"*

*enerji boru hatlarının Türkiye'den geçmesini istiyoruz" – "Ми хочемо перетворити Туреччину в енергетичний центр. Здавна говорили 'Усі дороги ведуть до Риму'. І зараз ми хочемо, щоб через Туреччину проходили усі трубопроводи".*

Також державотворці посилаються на історичні й сучасні джерела, вислови минулих постатей із метою показати взаємозв'язок минулого з сьогоденням у всесвітньому політичному просторі.

Важливою особливістю політичних промов Р. Т. Ердогана є використання ним рідної і простої мови, яку часто критикується деякими лідерами, але приймається громадськістю.

Важливим фактором успішних промов Президента тут є закінчення середньої школи Імам Хатип і прикладне навчання ораторському мистецтву в юності, після чого Р. Т. Ердоган славився успіхами в конкурсах читання поезії. Тож ще з ранніх літ було відомо, що в майбутньому він стане хорошим оратором. Потім вже Тайїп Ердоган удосконалив свої вміння у сфері успішного ораторства і спробував застосувати їх у своєму політичному житті.

Таким чином, різні мовленнєві засоби усного політичного дискурсу дають повноцінну картину про багатство, складності й ступені образності політичного дискурсу. Стійкі вирази й модизми полегшують сприйняття усного публічного виступу, елементи розмовної мови в усному публічному виступі використовуються для негативної характеристики політичних ворогів. Наявність паремій і образних висловів оживляє і робить промову політичного діяча більш презентабельною і яскравою, що сприяє реалізації комунікативних задач.

## **2.2. Стратегії і тактики мовленнєвого переконання у текстах промов Р.Т.Ердогана**

Проаналізувавши політичну діяльність і активні дії президента Туреччини Реджепа Тайїпа Ердогана напередодні муніципальних виборів, що відбулись в 2019 році та перед президентськими і парламентськими виборами,

складно не помітити високі темпи праці ще задовго до початку передвиборчої агітації. Президент щодня відвідує нові міста і бере активну участь у провінційних конгресах.

Стратегії в політичному дискурсі визначаються цілями, які викликає до життя політичне спілкування. Як правило, політик бажає:

а) спонукати адресата проголосувати на виборах за певного кандидата, партію, блок, рух і т.п. ;

б) завоювати авторитет або зміцнити свій імідж, «сподобатися народу»;

в) переконати адресата погодитися з промовистою, його думкою, прийняти його точку зору;

г) створити певний емоційний настрій, викликати певний емоційний стан адресата;

д) дати адресату нові знання, нові уявлення про предмет мовлення, інформувати адресата про свою позицію з будь-якого питання.

Цілеспрямований набір стратегій, а також реалізація їх тактик і прийомів можна позначити як стратегічне планування мови.

Аналізуючи промови Ердогана, ми бачимо, що крім основних організаційних питань, Партія Справедливості й Розвитку зробила великий внесок для підготовки до виборів.

Наприклад, Ердоган на з'їзді в провінції Бурса декілька разів підкреслював питання проінформованості молоді, щодо внеску Партії Справедливості й Розвитку під час їхнього правління. Президент закликав присутніх в залі людей поширювати цю інформацію. *“Üniversitelerdeki bütün arkadaşlarımıza, özellikle onlara bu meseleleri anlatmaya var mıyız; gençler bir de sizi göreyim” – Чи треба нам говорити всім своїм друзям у університетах, особливо їм; молодь, дозвольте мені побачити вас.*

Таким чином був продемонстрований спосіб збору голосів для Партії Справедливості та Розвитку, що включає голоси молоді, що буде голосувати вперше.



Іншою комунікативною особливістю президента є спілкування віч-на-віч, як незмінний метод політичної комунікаційної кампаній в спілкуванні, зустріч політичного Лідера або членів політичної партії з усіма членами суспільства не тільки напередодні виборів, а й в ході передвиборного процесу: *“Şüphesiz çaba, gayret, çalışma bizden, netice Allah'tandır. Biz seferle sorumluyuz, zafer Allah'tan. Olaya böyle bakacağız ve yolda öyle yürüyeceğiz. Bizim görevimiz ulaşılmadık tek bir seçmen, kapısı çalınmadık tek bir hane bırakmadan koşmak, koşturmaktır. Bizim görevimiz Türkiye'ye dair hayallerimizi ve hedeflerimizi Sakarya'daki tüm kardeşlerimizle paylaşarak onların gönlünü kazanmaktır.”* – «Звичайно, зусилля, прагнення, наш труд і результати приходять від Бога. Ми відповідальні за експедицію, слава Аллаху. Це наша думка щодо цього і наше бачення. Наш обов'язок – йти в перед, не залишаючи жодного виборця, до якого ми не достукались, жодного домогосподарства, в двері якого не постукали. Обмін інформацією з усіма нашими братами і сестрами в Сакар'я Наше завдання, наші мрії і наша мета завоювати їх серця для Туреччини ”

Особливий стиль спілкування Р. Т. Ердогана, спілкування віч-на-віч з суспільством, яким він часто користується задля досягнення найкращого результату своєї мети, в політичному житті Туреччини в наш час найкраще використовується саме Ердоганом . Перевага Президента в тому, що він бачити проблеми громадянина безпосередньо підтримуючи теплі і щирі відносини між ним і живими людьми, руйнуючи усі бар'єри між політикою і суспільством. У своїх виступах на провінційних з'їздах ПСР Ердоган прагне до глибоко вкорінення практики сусідства, які здаються простим способом, але займають визначне місце серед комунікативних стратегій Президента.

Основним фактором, який відрізняє спілкування віч-на-віч від всіх інших практик в політичних комунікаційних кампаніях, є те, що він усуває всіх посередників. Іншими словами, він видаляє засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, інтернет і газети, зокрема, від навіювання непотрібної точки зору, допомагаючи довести свою.

Безсумнівно, ЗМІ можуть займати значне місце і ступінь впливу, задля звертання до суспільства, але безпосереднє спілкування є найбільш важливим фактором у донесенні повідомлення, що зачіпає їх серця. Це не підтримка ЗМІ, що стоїть за успіхом на виборах Партії добробуту на виборах 1994 року і Партії Справедливості й Розвитку на виборах 2002 року, а той факт, що політичні кадри намагаються спілкуватися віч-на-віч з людьми як вищого класу, так і нижчого класу суспільства.

Центром навіювання думки суспільству є ЗМІ, але на етапі голосування люди зазвичай віддають перевагу тим, хто спілкується з ним більш безпосередньо.

Що стосується самих промов, аналіз тексту промови президента Туреччини Реджепа Таїпа Ердогана дозволила нам зафіксувати і системно описати основні стратегії і тактики мовленнєвого впливу політичного лідера. Ми встановили, що Р.Т. Ердоган надає перевагу використанню наступних стратегій:

Реалізація контактно-встановленої стратегії здійснюється завдяки використанню на початку промови звертання та вдячності за запрошення:

*Parlamentimizin değerli Başkanı, Sayın AK Parti Genel Başkanı ve Başbakan, Sayın Genelkurmay Başkanımız, Sayın Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı, Sayın Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Sayın Başbakanı, Değerli misafirler, sevgili İstanbullular; – Шановний наш Голова Парламенту, шановний заступник Партії Справедливості й Розвитку, пан Голова Генерального штабу, Генеральний директор Республіканської народної партії, пан Президент партії націоналістичного руху, пан Прем'єр-міністр Турецької Республіки Північного Кіпру, шановні гості, шановні жителі Стамбула;*

*81 vilayetimizde meydanlarda canlı olarak bizleri takip eden kıymetli vatandaşlarım, dünyanın dört bir tarafında gözü ve gönüğü bizimle olan kıymetli kardeşlerim, 15 Temmuz gecesi bir kez daha istiklali ve istikbali için kıyam eden, canı pahasına ülkesini Fethullahçı terör örgütüne, işgalcilere teslim etmeyen aziz*

*milletim; Sizleri en kalbi duygularımla hasretle, muhabbetle selamlıyorum. Sözlerimin hemen başında 15 Temmuz gecesini sokaklara, meydanlara inerek, havalimanlarını doldurarak namluların, tankların, helikopterlerin, uçakların karşısına dikilme cesareti gösteren tüm kardeşlerime bir kez daha şükranlarımı sunuyorum. – Наші шановні громадяни 81 провінцій, хто живе на цих площах, то йде за нами, мої улюблені брати і сестри, хто з нами по всьому світу, нація святих, яка в ніч на 15 липня знову приречена на незалежність і майбутнє, не віддала країну в руки фетуллаїстській терористичній організації та окупантам; Вітаю Вас з усім своїм серцем, тугою та прихильністю. На початку своїх слів я хотів би висловити вдячність усім моїм братам, які мали сміливість стояти перед гарматами, танками, гелікоптерами та літаками, йдучи вулицями, скверами та заповнюючи аеропорти в ніч на 15 липня.*

Усі виступи Р. Т. Ердогана перед загалом характеризуються дружні звертанням до публіки, сердечними вітаннями та щирими словами вдячності, яким Президент надає особливе значення акцентуючи увагу на деталях і використовуючи такі слова як *değerli, sayın, sevgili*.

Звертаючись до класифікації стратегій і тактик, запропонованих Міхалевою О. Л. [31], ми виділяємо стратегію на підвищення, яка характеризується використанням таких тактик в промовах Президента:

1) часто використовуваною *тактикою самопрезентації* акцентуючи увагу на позитивній інформації, використання якої не лише емоційно забарвлює промову Р. Т. Ердогана, а й дає особисту оцінку дійсності: *Siyasi hayatımız boyunca davamıza ve milletimize hizmet dışında bir gaye taşımadık. Milli iradenin üzerinde bir güç tanımadık. Milletimiz 1994 yılındaki İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığından beri girdiğimiz her mücadelede yanımızda oldu. – Протягом усього нашому політичного життя ми не несли нічого, крім служіння нашій справі і нації. Ми не визнали владу вище національної волі. Наша нація була з нами в кожній боротьбі, яку ми вели з 1994 року як мер столичного муніципалітету Стамбула.*

2) *тактикою відведення критики* шляхом нейтралізації негативного уявлення про себе: *Bu seçimde arzu ettiğimiz neticeleri alamadığımız yerlerdeki*

*sonucun tek sebebinin milletimize kendimizi yeterince anlatamamış, gönüllere yeterince girememiş olmamız olarak görüyorum. Sadece 50 günlük resmi kampanya döneminde 59 il ve 43 ilçe mitingi ile 9 televizyon ve sosyal medya programıyla milletimize kendimizi ifade etmenin gayreti içinde olduk. Buna rağmen eksiklerimiz varsa bunları düzeltmek boynumuzun borcudur. Bunu halkımızda arayamayız, milletimizde arayamayız, yine kendimizde arayacağız. Yarın sabahtan itibaren eksiklerimizi tespit ve telafi etmenin çalışmalarına başlıyoruz. – На цих виборах єдиною причиною не бажаних результатів у місцях, де ми не змогли достатньо проявити себе своїй нації і не змогли увійти в серця достатньо. Протягом 50-денного офіційного періоду кампанії ми намагалися проявити себе перед нацією 59 провінційних та 43 районних мітингів та 9 програм телебачення та соціальних медіа. Однак, якщо у нас є недоліки, ми повинні їх виправити. Ми не можемо шукати цього в нашому народі, ми не можемо шукати в нашій нації, ми знову шукатимемо в собі. З завтрашнього ранку ми починаємо працювати над виявленням та компенсацією своїх недоліків.*

В цьому аспекті Президент також використовує стратегію театральності і тактику обґрунтованих оцінок і тактику самовиправдання. Слід зазначити, що

3) *Тактикою ототожнення, у тому ж числі тактикою імітації політичної ідентичності: Yeni yönetim sistemimiz yaklaşık 9 aydır yürürlükte. Bu uygulama döneminden elde ettiğimiz neticeler ışığında hızlı ve etkin karar alma ve uygulama anlayışı çerçevesinde eksikleri tamamlayacak, tikanlıkları aşacak yeni reformlarla sistemi tahkim etmeyi özellikle sürdüreceğiz. Ve kardeşlerim, sistemin o dinamik yapısına uygun şekilde gerekiyorsa bakanlıklarımızda ve kurumlarımızda her türlü gerekli adımları da atacağız. Hep bazı provokatif ifadelerle bir şey söylüyoruz, nedir o? Durmak yok, yola devam... İşte bu uzun, ince yoldaki mücadelemizi gündüz-gece sürdüreceğiz. Rabbim yar ve yardımcımız olsun. Seçim sonuçlarının ülkemize ve şehirlerimize bir kez daha hayırlı olmasını diliyorum. – Наша нова система управління працює майже 9 місяців. Зважаючи на результати, отримані за цей період впровадження, ми продовжуватимемо арбітражувати систему новими реформами, які дозволять заповнити недоліки та подолати вузькі місця в*

рамках швидкого та ефективного підходу до прийняття рішень та впровадження. Браття і сестри, ми зробимо всі необхідні кроки в наших міністерствах та установах, якщо це необхідно, відповідно до динамічної структури системи. Ми завжди говоримо щось провокаційне, що це? Не зупиняючись, продовжуйте рухатися... Тут ми продовжимо свою боротьбу на цій довгій тонкій дорозі день-ніч. Нехай мій Господь допоможе. Бажаю, щоб результати виборів знову були корисними для нашої країни та міст.

Використовуючи тактику “аналіз-мінус”, Президент звертається до стратегії на пониження: *Esasen Türkiye'nin daha Osmanlı döneminde temelleri atılmış ve hedefleri belirlenmiş bir milli iktisat politikası vardır. Ancak, ardı ardına girilen savaşlar, ardından çok zor şartlarda kurduğumuz ve yaşatmak için büyük fedakarlıklarda bulunduğumuz Cumhuriyet döneminde bu politika tam manasıyla hayata geçirilemedi. Kapitülasyonların kaldırılması, devlet eliyle sanayileşme hamlesi başlatılması, ticaretin ve üretimin desteklenmesi gibi önemli adımlar gerçek bir milli iktisat hamlesi haline ne yazık ki dönüştürülemedi. Cumhuriyeti kuran kadro ekonominin en az siyasi ve askeri başarılar kadar hayati bir konu olduğunu aslında gayet iyi biliyordu. Dönemin şartlarında hem özel sektörün desteklendiği, hem de doğrudan devlet eliyle büyük yatırımların yapıldığı karma model bizi arzu ettiğimiz yerlere taşıyamadı.* – Дійсно, Туреччина Османської епохи заклала основи для подальших чітко визначених національних цілей економічної політики. Однак ця політика не могла бути повністю реалізована в республіканський період, який ми створили в дуже важких умовах і пішли на великі жертви заради збереження. На жаль, такі важливі кроки, як скасування капітуляції, ініціювання індустріалізації під керівництвом держави і сприяння торгівлі й виробництву, не можуть бути перетворені в реальний національний економічний крок. Кадри, що заснували Республіку, знали, що економіка так само важлива, як політичні і військові успіхи. В умовах періоду змішана модель, в якій підтримувався як приватний сектор, так і великі інвестиції, зроблені безпосередньо державою, не могла привести нас до потрібних місць.

Інтерпретація цієї тактики не однозначна, також її можна спиймати тактику ототожнення стратегії на підвищення.

Також, характерною для Р. Т. Ердогана є стратегія театральності, яку мовець часто використовує в своїх промовах використовуючи такі тактики:

1) *тактика обґрунтованих оцінок* за допомогою якої оратор намагається об'єктивно оцінити предмет і обґрунтувати свою оцінку: *Ekonomide ülkemizi ve milletimizi teslim alma amacı taşıyan saldırıların önünü önemli ölçüde kestik. Yapısal reformlarla bu tür saldırılara karşı daha dayanıklı bir ekonomik mimariyi mutlaka inşa edeceğiz. Başlattığımız istihdam seferberliğini kararlılıkla sürdürerek insanlarımızın işine, aşına, ekmeğine göz koyanların oyunlarını bozacağız. Yalan yanlış vaatlerde bulunanlar buyursunlar bakalım nasıl yönetecekler görecekiz. 2023 hedeflerimize ulaşana kadar devam eden bu süreçte önceliğimiz ekonomimizi güçlendirmek, teknoloji ve ihracat odaklı bir şekilde büyümeyi sürdürmek, istihdamı artırmak olacaktır. – В економіці ми жорстко блокували атаки, спрямовані на захоплення нашої країни і нації. Зі структурними реформами ми обов'язково створимо економічну архітектуру, яка буде більш стійкою до таких атак. Ми продовжимо мобілізацію зайнятості, яку ми почали з рішучості, і порушимо гри людей, які стежать за роботою, вакцинами та хлібом наших людей. Ті, хто дають неправдиві обіцянки, брешуть, подивимося, як вони впораються. У цьому процесі, який триває до тих пір, поки ми не досягнемо наших цілей в 2023 році, нашим пріоритетом буде зміцнення нашої економіки, підтримання зростання, орієнтованого на технології та експорт, а також збільшення зайнятості;*

2) *тактика обіцянки: Önümüzdeki bu uzun dönemi en verimli şekilde değerlendirmeye gayret edeceğiz. Kiminle? Milletimle, sizlerle beraber. Ülkemizin çözüm bekleyen tüm meselelerini reformcu bir anlayışla hal yoluna koymanın mücadelesini vereceğiz. – Ми будемо намагатись оцінити цю довгострокову перспективу найбільш ефективно. З ким? З моєю нацією, з тобою. Ми будемо боротися за те, щоб усі вирішені питання нашої країни перевести у стан реформи з реформаторським розумінням;*

Також, виділимо стратегію структурування інформації з її виділенням підтем шляхом постановки запитання і відповіді на нього, іноді питання можуть бути риторичними:

*İçinde milletin olmadığı bir siyasetin sonu nereye çıkar? Faşizme çıkar, diktatörlüğe çıkar, zulme çıkar. Bunun için bugüne kadar attığımız her adımda milletimizin rızasını ve desteğini aradık. Bundan sonra da aynı şekilde yolumuza devam edeceğiz, sizlerle beraber devam edeceğiz. – Де закінчується політика, в якій немає нації? Фашизм, диктатура, гніт. Щоб зробити це, з кожним кроком, який ми робили до сих пір, ми шукали згоду і підтримку нашого народу. Після цього ми продовжимо так само, ми продовжимо з вами.*

Ілюстративна стратегія використовується протягом усього звернення Президента і слугує для реалізації однієї з основоположних цілей усієї стратегії – впевнити народ у суверенності держави . У зв'язку з цим Президент наводить приклади героїзму турецького народу: *Siz göğsünüzü siper ettiniz. Namluların ucuna geldiniz bizzat vücudunuzu koydunuz. Tankların altına yattınız. – Ви захистили нас підставивши власні груди. Ви підійшли до кінця гармат і поставили своє тіло. Ви спали під танками.*

Впевнити – означає в умовах наявності в адресата свободи волі й можливості раціонально мислити, за допомогою вербальних і невербальних засобів вплинути на процес прийняття адресатом рішення шляхом зміни онтологічного статусу його знань про факт або поді таким чином, щоб адресат був впевнений у благополуччі для нього ж прийняття запропонованих думок, відносин, оцінок або здійснення певної дії.

Аналізуючи промови Р. Т. Ердогана, ми виявили часте використання аргументативної стратегії, що ґрунтується на розумових аргументах як раціональних, так і емоційних, що апелюють до цінностей адресата. Наше дослідження показує, що аргументативна стратегія політичної промови констатується на основі використання специфічних аргументативних тактик:

1) *Тактика контрастивного аналізу* базується на прийомі зіставлення. Зіставлення фактів, подій, результатів, прогнозів сприймаються адресатом як

переконливі аргументи. В основі представленого матеріалу, параметрами співвіднесення є темпоральні й просторові відношення. Категорія темпоральності в політичній промові найчастіше проявляється під час зіставлення двох основних характеристик: характеристика минулого, теперішнього і майбутнього. Модель структури фрагменту аргументативного тексту утворюється з дієслів (форми минулий простий і форми теперішнього часу), наприклад:

*Bu millet başka bir millet, gerçekten Türk milleti bin yıl önce Malazgirt'te hangi inanç ve kararlılıkla Anadolu'nun kapılarını açmışsa, 15 Temmuz'da da aynı hissiyatla darbecilerin karşısına dikilmiştir. ... Ecdadımız 100 yıl önce hangi idrakte Çanakkale'de kanının son damlasına kadar mücadele ettiyse, 15 Temmuz'da da aynı iradeyle FETÖ'cü terör örgütünü, darbecileri geri püskürttük. Gazi Mustafa Kemal'in İstiklal Harbi'ni başlatmasını ve zafere ulaştırmasını sağlayan inancın bir benzeri, 15 Temmuz'da Türkiye'nin tüm şehirlerinde adeta kol geziyordu. – Ця нація, інша нація, справді турецька нація тисячі років тому з вірою і рішучістю в Анатолії в м. Малазгірт, 15 липня відкрила двері з тими ж настроями проти перевороту. ... Наші предки 100 років тому з останньою краплею крові боролися за завоювання Чанаккале, 15 липня відбувся переворот з тією ж терористичною організацією ФТО. Війна незалежності Газі Мустафа Кемалю мала подібну точку зору щодо надання транспорту для початку і перемог, 15 липня, транспортом були озброєнні майже всі міста Туреччини.*

*Onun için her zaman ne diyoruz? Bir olacağız, iri olacağız, diri olacağız, kardeş olacağız, hep birlikte Türkiye olacağız. – Що ми про це завжди говоримо? Ми будемо, ми будемо величними, ми живі, ми брати і сестри, размо ми будемо Туреччиною.*

Незважаючи на те, що ментальний акт прогнозування може супроводжуватися певною часткою сумніву, апеляція до результату надає прогнозуванню аргументативну силу. Розгляд рішення з точки зору наслідків, які воно за собою тягне, є одним з найважливіших аргументів за чи проти цього рішення.



*Стратегія заклику до дій.* Завдання стратегії заклику до дії – вплинути на аудиторію таким чином, щоб спонукати їх до здійснення певних дій і вчинків. В цьому випадку залучається *тактика заклику і тактика обіцянки*: *Önümüzdeki bu uzun dönemi en verimli şekilde değerlendirmeye gayret edeceğiz. Kiminle? Milletimle, sizlerle beraber. Ülkemizin çözüm bekleyen tüm meselelerini reformcu bir anlayışla hal yoluna komanın mücadelesini vereceğiz. – Ми будемо намагатись оцінити цю довгострокову перспективу найбільш ефективно. З ким? З моєю нацією, з тобою. Ми будемо боротися за те, щоб усі вирішені питання нашої країни перевести у стан реформи з реформаторським розумінням.*

Тактика обіцянки на мовному рівні найчастіше маніфестується формами майбутнього часу або стверджувальними реченнями в теперішньому часі.

Аналіз лексем, що позначають предмет обіцянок, дозволяє виділити деяку закономірність. Для позначення обіцянок найчастіше вживаються лексичні одиниці двох груп, які можна умовно поділити як: 1) “*Barıl – haysiyet – bağımsızlık*” і 2) “*Ben (Cumhur Başkanı) – biz (türkler) – Türkiye Cumhuriyeti*”, тобто громадяни країни потребують миру, набуття почуття власної гідності й свободи, а Президент країни (я як президент) обіцяє виконати вимоги турецького народу. Інакше кажучи, предмет обіцянок у цих відносинах розташований на перетині потреб народу і стратегій Президента, що має на увазі особисту відповідальність по відношенню до своєї країни і народу.

Стратегія формування позитивної реакції аудиторії використовує *тактику формування ціннісних орієнтирів* у адресата. Тактика формування ціннісних орієнтирів тісно пов’язана з тактикою єднання, що успішно застосовує Президент Туреччини Р. Т. Ердоган в промові: *Önümüzdeki bu uzun dönemi en verimli şekilde değerlendirmeye gayret edeceğiz. Kiminle? Milletimle, sizlerle beraber. Ülkemizin çözüm bekleyen tüm meselelerini reformcu bir anlayışla hal yoluna komanın mücadelesini vereceğiz. – Ми будемо намагатись оцінити цю довгострокову перспективу найбільш ефективно. З ким? З моєю нацією, з тобою. Ми будемо боротися за те, щоб усі вирішені питання нашої країни перевести у*

стан реформи з реформаторським розумінням. Цю стратегію ми можемо порівняти також зі стратегією на підвищення.

Інформаційно-інтерпретаційна стратегія. (стратегія боротьби за владу), що характеризується такими тактиками:

*Визнання існування проблеми.* Її використання характеризує Р. Т. Ердогана як сильного політика, який не замовчує про “мінуси”, а відверто говорить про них: *Hayatın bir gerçeği olan değişimin sürekliliğini öncelikle kendi içimizde gerçekleştirmeden ülkemizi aynı istikamete yönlendiremeyiz. Önümüzdeki dönem hem partimiz, hem ülkemiz için daha hayırlıya ve daha iyiye doğru bir değişim dönemi olacaktır. 4,5 yıl seçim yok, seçim yok. Ne yapacağız? Hem ulusal, hem uluslararası bazda çalışmalarımıza odaklanacağız, kilitleneceğiz ve ülkemizi inşallah muasır medeniyetler seviyesinin üstüne çıkaracağız.* – Ми не можемо спрямувати нашу країну в той самий напрямок, не усвідомивши неперервність змін, що є фактом життя. Наступний період буде періодом змін і для нашої партії, і для нашої країни на краще і краще. 4,5 роки без виборів. Що ми робимо? Ми будемо зосереджуватись на нашій роботі як на національному, так і на міжнародному рівні, замикаємось і сподіваємось підняти нашу країну вище рівня сучасних цивілізацій.

Стратегія переконання і її тактика вказівки на перспективу націлена на вираження стратегічної мети, позиції і наміру мовця. У публічному зверненні не тільки оцінюється політична і економічна ситуацію в країні, але так само дається прогноз розвитку подій в майбутньому. Вказівка на перспективу включає пропоноване рішення і передбачуваний результат: *Şu anda Yüksek Seçim Kurulu neticeleri açıklayacak, açıkladığı zaman veya açıklayacağı ana kadar itirazlarımız varsa bu itirazlarımızı yapacağız nerede olursa olsun. Netice alırız veya almıyoruz, önemli değil. Niye? Kardeşlerim, şunu unutmayın: Her olanda hayır vardır. Demokrasi mücadelesi budur.* – Наразі Вища виборча комісія оголосить результати, якщо у нас будуть заперечення щодо часу або коли вона оголосить, ми зробимо ці заперечення незалежно від місця. Чи отримаємо ми результат чи

ні, не має значення. Чому? Брати, пам'ятайте: скрізь бувають "мінуси". Це боротьба за демократію.

Р. Т. Ердоган також використовує *тактики невербальної взаємодії*. Відомо, що невербальні засоби комунікації виконують метакомунікативну функцію, без якої неможливе ефективне спілкування, і більше того ефективне переконання аудиторії. Більшість складників невербальної комунікації передують вербальній комунікації, створюючи певне позитивне бачення аудиторії. До них ми можемо віднести те, як президент Туреччини виходить на сцену, чи в приміщення, де чекають його виступу, його дружні обійми і міцне рукостискання, рішучий вираз обличчя, спокійна посмішка, а також відповідна реакція аудиторії. Його виступ неодноразово переривалось оваціями. Жести, міміка, поза Президента Туреччини, його тон, модуляція і інтонація з якою він презентував промову – всі ці невербальні засоби комунікації, на нашу думку, мають великий потенціал для ефективного спілкування з аудиторією і переконання адресата.

На основі проаналізованого матеріалу слід відзначити, що тактика контрастивного аналізу зіставляє не лише минуле з теперішнім і майбутнім, а в першу чергу – факти, ідеї, світобачення двох рівнів життя: *Aynı şekilde son 6 yıldır her seçimi bir devri sabık, bir intikam, bir örtülü darbe, bir eskiye dönüş vesilesi haline getirme kampanyaları yürütüldü, hatta 15 Temmuz gibi tarihimizin en büyük ihanetine rağmen bu yöndeki çabalardan vazgeçilmedi. Darbecileri aklamak, darbe girişimini sıradan hale getirmek, ülkemize yapılan ihaneti örtmek, milletimizin kahramanlığını görmezden gelmek için akla hayale sığmayacak yollara başvuruldu.* - Аналогічним чином, в останні 6 років проводилися кампанії, з метою зробити вибори колишніми, помстою, завуальованим переворотом, приводом повернутися в минуле. Щоб відмити змовників, зробити спробу перевороту звичайною справою, приховати зраду нашої країни і ігнорувати героїзм нашої нації, це все не було взято до уваги.

*Sınırlarımıza kadar dayanan terör örgütlerine karşı yürüttüğümüz mücadeleyi önemsizleştirmek için her türlü yol denedi. Bölücü terör örgütünün güdümündeki*

*siyasi oluşumlarla kapalı kapılar ardında ittifaklar kuruldu. Ne yaşanırsa yaşansın, bu bölücü terör örgütünde bayrak var mı, ezan var mı, vatan var mı? Böyle bir şey yok. Ama bunlarla el ele, dirsek dirseğe ülkemizi bölme, parçalama gayreti içine girildi ve bunu da hukuk adına yaptılar. Hukuk devleti sınırları içinde yürüten, adalet dairesinden asla ayrılmayan Türkiye'nin bu onurlu duruşu dahi tenkit konusu yapıldı. Bu süreçte kim nereye savrulursa savrulsun, hamdolsun milletimiz darbeciler karşısında da, ekonomik tetikçiler karşısında da sapasağlam durmuştur. Milletimizin dirayetli ve kararlı duruşu sayesinde nice senaryolar yırtılıp atılmış, nice tuzaklar bozulmuş, nice hesaplar boşa çıkmıştır. – Він намагався всіма можливими способами підірвати нашу боротьбу з терористичними організаціями на наших кордонах. За зачиненими дверима були створені альянси з політичними формуваннями на чолі з сепаратистською терористичною організацією. Що б не трапилося, чи є прапор в цій терористичній організації сепаратистів, чи є заклик до молитви, чи є батьківщина? Немає. Але, взявшись за руки, зігнувши руки в ліктях, щоб розколоти нашу країну, спробували розпастися, вони зробили це від імені закону. Закон тримається в межах державних кордонів, ніколи не залишаючи цю почесну позицію Туреччини, навіть не було висунуто критики з боку юстиції. У цьому процесі, незалежно від того, хто вагається, наша нація твердо стояла перед обличчям змови з метою змови і економічних спускових механізмів. Завдяки сильній і рішучої позиції нашої нації, багато сценаріїв було розкрит, багато пасток було зламано, і багато рахунків було спустошено даремно.*

*Тактика обґрунтованих оцінок. Тільки обґрунтовані оцінки можуть бути прийняті як аргумент в промові оратора. Враховуючи це, безумовно, сама необхідність аргументації припускає наявність різних поглядів щодо однієї проблеми. Виділяючи в аргументованій стратегії тактику обґрунтованих оцінок, ми маємо на увазі судження, за допомогою яких оратор намагається об'єктивно оцінити предмет і обґрунтувати свою оцінку. На семантичному рівні це здійснюється встановленням між частинами аргументативного тексту причинно-наслідкових відношень: Aynı şekilde milli güvenliğimizle ilgili konulardaki*

*çalışmalarımızı da inşallah başarıya ulaştıracağımız bir döneme giriyoruz. Ülkemize Suriye sınırımız boyunca kurulan tuzağı zaten kısmen bozmuştuk. Şimdi hedefimiz Münbiç ve Fırat'ın doğusundaki terör yapılanmalarını ortadan kaldırarak Suriye'yi güvenli bir yer haline getirip ülkemizdeki sığınmacıların evlerine, yurtlarına dönebilmelerini sağlamaktır – Таким же чином ми вступаємо в період, коли сподіваємось, що наші зусилля з питань національної безпеки будуть успішними. Ми вже частково зламали пастку, встановлену уздовж нашого кордону з Сирією. Тепер наша мета – знищити терористичні структури на сході Мюнбич та Євфрату та зробити Сирію безпечним місцем, щоб біженці в нашій країні могли повернутися до своїх домівок.*

Як ми вже зазначали раніше провідне місце серед комунікативних прийомів належить метафорі. Президент Туреччини в своїх промовах дуже часто вживає конструкції, що містять метафору:

*Bazıları kendini darı ambarında sanıyor. – Деякі люди думають, що вони перебувають у сараї з просом;*

*Bu manzara, bin yıllık vatanımızın tek bir taşına dahi göz dikenlerin ödemeyi göze alacakları bedelin ilanı ve ispatıdır. – Цей погляд є декларацією і доказом ціни, яку навіть ті, хто дивиться на один камінь нашої тисячолітньої батьківщини, дозволять платити.*

*"İmandır o cevher ki ilahi ne büyüktür, imansız olan pashı yürek sinede yüküdür." – "Віра – це руда, яка божественна, а невірющий – тягар іржавого серця".*

Це збагачує його промови надаючи їм характер образності і величності. У мові політичного дискурсу метафора лежить на межі індивідуального і загального. Це пов'язано з тим, що тут своєрідно переплітаються, з одного боку, політологічна, юридична, економічна лексика і термінологія, та з іншого – експресивна та оцінна лексика текстів, розрахованих на широку аудиторію.

Тож, промови Реджепа Таїпа Ердогана можна охарактеризувати як власне авторську, адресовану своєму народу, що апелює до почуттів патріотизму, єдності турецького суспільства. Промовам Р.Т. Ердогана властиві

інформативність, особистісний характер, загальнодоступність, редукціонізм, експресивність, діалогічність, прихована оцінність і толерантність.

## Висновки до Розділу 2

Аналізуючи промови Р. Т. Ердогана, ми дійшли висновку, що характер виступу на пряму залежить від цільової аудиторії, мети виступу. Політичним промовам президента Туреччини Р. Т. Ердогана загалом характерні авторство, що виражається наявністю лексичної і граматичної суб'єктивної модальності, використанням європейських запозичень замість власне турецьких аналогів, використанням арабської лексики замість власних турецьких аналогів, використанням “три слів” і використанням лексики з релігійним компонентом, певну адресованість своєму народові, що апелює до почуттів патріотизму, єдності турецького суспільства, стратегію і тактику. Особливим підходом і способом впливу на слухача для Президента Туреччини є спілкування з народом віч-на-віч.

Промовам Р.Т. Ердогана властиві інформативність, особистісний характер, загальнодоступність, редуccionізм, експресивність, діалогічність, прихована оцінність і толерантність, що дають можливість йому маніпулювати свідомістю і діяльністю адресата.

В проаналізованих політичних промовах Р. Т. Ердогана ми чітко розмежували стратегії, що він використовує. В якості основних стратегій переконання, ми виділяємо такі стратегії, що реалізуються завдяки певним тактикам і певним особливостям: контактнo-встановлену стратегію, стратегію структурування інформації, ілюстративну стратегію, стратегію самопрезентації й інформаційно-інтерпретаційна стратегія з їхніми похідними тактиками та особливостями, а також аргументативна стратегія, стратегія закликy до дії, стратегія формування позитивних реакцій аудиторії.

Усі вище наведені властивості створюють сприятливі умови для досягнення цілей автором тексту, а саме – для успішного маніпулювання свідомістю та діяльністю адресата.

Завдяки чіткій систематизації та вигідному поєднанні різних компонентів інформації стратегічне планування мови оптимізує маніпулятивний вплив виступу.



## ВИСНОВКИ

1. Загально-теоретичну базу особливостей політичних промов становлять усі а) соціальні складові в політичному дискурсі, що розглядаються в межах відносин домінування та підкорення; б) використовуються такі аргументаційні моделі, що впливають не на розум людини, а на її почуття (мовець звертається до традицій, загально визнаних авторитетів, до соціокультурних цінностей, історичних прикладів і т. д.); в) мова політики прагматично орієнтована на досягнення результатів перерозподілу сил у процесі боротьби за владу. Вона є основним засобом маніпулювання в політичному середовищі. Проголошення політичного тексту тягне за собою об'єктивізацію та здійснення влади і призводить до соціальних наслідків у формі відносин домінування-підкорення в суспільстві. г) комунікативні стратегії політичного дискурсу реалізуються шляхом масовості комунікації, розмитості меж комунікативного простору, фантомності комунікативних елементів та інших прагматичних прийомів здійснення влади; ґ) політичний дискурс спрямований на майбутній контекст, який важко одразу заперечити або перевірити; д) політичний дискурс є полемічним, що впливає і на підбір лексики, на її певну театралізацію. Полемічність спрямована на нав'язування інших цінностей та оцінок, навіювання негативного ставлення до політичного противника.

2. Під час публічних виступів найефективнішими стратегіями мовного переконання є: аргументативна стратегія, стратегія заклику до дій, стратегія формування позитивних реакцій аудиторії, стратегія невербального впливу, що реалізуються за допомогою певних окремих тактик, лексико-синтаксичних засобів, невербальних засобів.

3. Політичним промовам Р. Т. Ердогана, як втіленню політичного тексту, властиві авторство, адресність, стратегія і тактика. Оскільки основною метою політичного промови є маніпулювання свідомістю і діяльністю адресата, то характерними особливостями в них є ритуальність, інформативність, інституційність і особистісний характер, езоцентричність і загальнодоступність,

редукціонізм і повнота інформації, стандартність і експресивність, діалогічність і монологічність, явна і прихована оцінність, агресивність і толерантність.

4. Основними стратегіями і тактиками мовленнєвого переконання, що використовує Р. Т. Ердоган стали: аргументативна стратегія, що несе в собі тактику контрастивного аналізу, тактику перспективи, тактику обґрунтованих оцінок і тактику ілюстрації; стратегія заклику до дії, що несе в собі тактику обіцянки, тактику заклику, стратегія формування позитивних реакцій аудиторії з її тактикою урахування усіх ціннісних орієнтирів у адресата, тактикою єднання, тактикою звертання до емоцій адресата. Окрім того президент Туреччини використовує в своїх промовах контактну-встановлену стратегію, стратегію структурування інформації, ілюстративну стратегію, стратегію самопрезентації й інформаційно-інтерпретаційна стратегія з їхніми похідними тактиками та особливостями.

## ÖZET

İnsanlar topluluk halinde yaşamalarından ötürü her daim lidere ihtiyaç duymuşlar, lider olarak seçtikleri kişilere de meşru ölçülerde toplumsal düzenin sağlanması noktasında bir otorite ve bu otoriteyi kullanma yetkisi vermişlerdir.

Çalışmamızın konusu “R. T. Erdoğan’ın konuşmasının metinlerinde iletişimsel stratejilerin uygulanması anlamına gelmesi”.

Çalışmamızın alaka düzeyi, politik iletişimin artan öneminden kaynaklanmaktadır, çünkü demokratik bir sosyal sistemde iktidar konusu açıkça tartışılmakta ve bir dizi politik sorunun çözümü bu sorunların dilde ne kadar iyi ele alınacağına bağlıdır. Son yıllarda, politik konuşmaların belli başlı konuları hem bilimsel hem de gazetecilik literatüründe aktif tartışmaların konusu haline gelmiştir, ancak verilerimize göre, politik iletişimin bütünsel resmi üzerinde ayrı bir çalışma henüz yapılmamıştır.

Çalışmamızın nesnesi, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın konuşma metinleri.

Çalışmanın öznesi, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın konuşma metinlerinde iletişimsel stratejiler ve uygulanmalarıdır.

Çalışmamızın amacı, Recep Tayyip Erdoğan’ın konuşmalarının metinlerinde iletişimsel stratejileri uygulama yollarının ana özelliklerini ve dil özelliklerini tanımlamaktır.

Bu nedenle, siyasi konuşmaların özelliklerinin genel teorik temelini hepsi olduğu sonucuna varabiliriz: a) egemenlik ve boyun eğme sınırları dahilinde ele alınan siyasal söylemdeki sosyal bileşenler; b) İnsan aklını değil duygularını etkileyen bu tür tartışmacı modeller kullanılır (konuşmacı gelenekleri, evrensel olarak tanınan makamları, sosyo-kültürel değerleri, tarihi örnekleri vb.); c) Siyaset dili, güç mücadelesi sürecinde güçlerin yeniden dağıtılmasının sonuçlarına ulaşmaya yönelik pratik bir şekilde yönlendirilir. Siyasi ortamda manipülasyonun ana aracı budur. Siyasi bir metnin ilanı, nesnelleşmeyi ve gücün kullanılmasını gerektirir ve toplumda tahakküm egemenliği biçiminde sosyal sonuçlara yol açar. d) İletişimsel politik

söylem stratejileri, kitlesel iletişim, iletişimsel alanın sınırlarının bulanıklaştırılması, iletişimsel öğelerin hayaleti ve diğer pragmatik egzersiz yöntemlerinin kullanılması yoluyla uygulanır; e) siyasal söylem, hemen tartışılması veya doğrulanması zor olan gelecekteki bir bağlamda yönlendirilir; f) politik söylem, kelime seçimini ve onun teatralizasyonunu etkileyen polimiktir. Tartışma, siyasal bir rakip karşısında olumsuz bir tutum uyandıran başka değerler ve değerlendirmeler getirmeyi amaçlar.

Kamuoyunda konuşma sırasında, en etkili dilsel ikna stratejileri şunlardır: tartışmacı strateji, eylem çağrısı stratejisi, izleyicinin olumlu tepkilerinin oluşumu stratejisi, belirli ayrı taktiklerin yardımı ile gerçekleşen sözel olmayan etki stratejisi, sözcüksel-sözdizimsel araçlar.

Siyasi metnin bir düzenlemesi olan RT Erdoğan'ın siyasal konuşmaları, yazarlık, hedefleme, strateji ve taktiklerle nitelendiriliyor. Siyasal konuşmanın asıl amacı muhatapın bilincini ve faaliyetini manipüle etmek olduğundan, karakteristik özellikleri ritüel, bilgilendirici, kurumsal ve kişisel nitelik, esosentriklik ve erişilebilirlik, bilginin indirgemeciliği ve bütünlüğü, standart ve açıklayıcı, değerlendirmenin standardı ve ifadesidir. ve hoşgörü.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Слобоженко Р. А. Особливості англійських політичних промов – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://er.nau.edu.ua:8080/handle/NAU/21916>
1. Самойлова І. В. Лексичні особливості політичних промов [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Nzfn\\_2016\\_1\\_47.pdf](http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nzfn_2016_1_47.pdf)
2. ‘Demokrasi Ve Şehitler Mitingi’nde Yaptıkları Konuşma [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/49925/demokrasi-ve-sehitler-mitinginde-yaptiklari-konusma>
3. 31 Mart 2019 Yerel Seçimler Sonrası Yaptıkları Balkon Konuşması [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/103807/31-mart-2019-yerel-secimler-sonrasi-yaptiklari-balkon-konusmasi>
4. Ковтонюк О. Ю. Засоби реалізацій комунікативних стратегій у текстах промов Реджепа Таїпа Ердогана / Матеріали Міжнародної студентської науково-практичної конференції “Ad orbem per linguas. До світу через мови”. – Київ, 2019. – С. 83-84
5. Нагорна Л. Б. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики, НАН України; Інститут політичних і етнонаціональних досліджень. – К.: Світогляд, 2005. – 316 с.
6. Заяць А. В. «АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ», Національний університет “Львівська політехніка”, кафедра систем автоматизованого проектування, 2012. – С. 200-209
7. Матыцина М. С. Исследование политического дискурса в российской и европейской лингвистике: актуальные направления, Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2017.

– Т. 16, № 3. – С. 181–187. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2017.3.18>

8. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 3-е изд. стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
9. Латынов, В. В. Конфликт: протекание, способы решения, поведение конфликтующих сторон. Обзор зарубежных исследований по психологии конфликта, Иностранная психология. – 1993. – Т. 2. – № 2.
10. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие, Воронеж, 2001. – 252 с
11. Клюев Е. В. Риторика (Инвенция, Диспозиция, Элокуция), Е. В. Клюев. – М.: ПРИОР, 2001. – 272 с.
12. Третьякова В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: дис. ... д-ра филол. наук / В. С. Третьякова. – 2003. – 301 с
13. Борисова, И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге, Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург, 1996.
14. Кузьмин П. В. Дискурс как способ политической деятельности, Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, Серия: философия. Том 19(58). – Симферополь, 2006. – №2. – С.223
15. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2006. 256 с.
16. Гусейнова Т. С. Определение содержания дискурса, Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2010. №13 (194). Вип. 43. С. 26-33
17. Шмелева Т. В. Речевой жанр: возможности описания и использования в преподавании языка, Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – Берлин : [б. и.], 1990. – № 2. – С. 20-32
18. Земская Е. А. Городская устная речь и задачи ее изучения, Разновидности городской устной речи. – М. : Наука, 1988. – 290 с.

19. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса, Жанры речи. – Саратов : [б. и.], 2002. – № 3. – С. 205-214
20. Колесникова С. Н. Особенности политического дискурса и его интерпретация, Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2011. №33 (248). Вып. 60. С. 67-69
21. Павлуцька В. О. Політичний дискурс: особливості та функції, Вісник Житомирського державного університету. Випуск 39. Філологічні науки. – Житомир, 2008. – С. 218-221.
22. Петренко І. І. ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС: ЗМІСТ, ОСОБЛИВОСТІ, ФУНКЦІЇ – стаття – ФІЛОСОФІЯ. ПОЛІТОЛОГІЯ. – ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2010 – 100 с.
23. Климинская С. Л. Лингвостилистические средства реализации стратегий и тактик убеждения в аргументативном дискурсе (на материале англоязычных телевизионных дискуссий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2010
24. Иссерс О. С. Речевое воздействие. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.
25. Калинин К. Е. Коммуникативные стратегии убеждения в англоязычном политическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук. – Н. Новгород, 2009. – 187 с.
26. Адаменко Г. А. КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ УБЕЖДЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ УДК 32, Вестник МГЛУ. Выпуск 5 (665), 2013
27. Репина Е. А. Политический текст: психолингвистический анализ воздействия на электорат. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 91 с
28. Паршина О. Н. Российская политическая речь: теория и практика, М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.
29. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка, М.: Высшая школа 2012. – 208 с.

30. Михалева О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия, М.: Либроком, 2009. 256 с.
31. Панарин И. Н., Панарина Л.Г. Информационная война и мир. – М.: Олма-Пресс, 2003. – 319 с
32. Селютин А. А. Пространство и время в интернет-коммуникации: влияние постмодернизма, Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2012. № 6 (260). Филология. Искусствоведение. Вып. 64. С. 122–124.
33. Михальская А. К. Полевая структура политического дискурса. Метод анализа и описания речевого поведения политика в политическом интервью, Журналистика в 1999 г. : тез. науч.-практ. конф. М., 2000. С. 28–70