«Cum Deo»

НАУКОВА РОБОТА

на тему

«КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛІТИЧНОЇ РИТОРИКИ ОЛЕГА ЛЯШКА)»

2018 рік

ЗМІСТ

ВСТУП……. 3

РОЗДІЛ 1. Комунікація у сфері політики……. 6

1.1. Поняття політичного дискурсу в комунікативній лінгвістиці……. 6

1.2. Комунікативні стратегії і тактики політичного дискурсу…… 9

РОЗДІЛ 2. Комунікативно-стратегічний арсенал політичної риторики Олега Ляшка…… 13

2.1. Комунікативні стратегії і тактики в політичній риториці Олега Ляшка…… 14

2.2. Вербальні засоби реалізації комунікативних стратегій політика…. 19

2.3. Невербальні засоби реалізації комунікативних стратегій політика..... 23

ВИСНОВКИ…… 27

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 30

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ…….. 31

ВСТУП

У сучасному суспільстві важливе місце посідає політика й політична комунікація. Характер політичного спілкування зумовлює наявність двох протилежних сторін, при цьому роль адресата найчастіше належить народу, а роль адресанта – політикові, державному діячеві.

Складне комунікативне явище, яке стосується сфери політики, виступає в певному ситуативному контексті, спрямоване на здійснення конкретних прагматичних інтенцій і реалізується завдяки використанню вербальних і невербальних засобів виразності, називається політичним дискурсом. Політичний дискурс є відображенням суспільно-політичного життя країни, носієм елементів її культури, загальних, специфічних національних та інституційних цінностей.

Останнім часом проблеми політичного дискурсу стали об'єктами обговорення в науковій і публіцистичній літературі. Категорії дискурсу загалом і політичного зокрема присвятили свої праці Ф. С. Бацевич [3], Т. М. Ващук [6], І. Ю. Вільчинська [9], Н. В. Кондратенко [12], К. Я. Кусько [14], В. А. Підгрушний [21], В. П. Горбатенко [25], О. Й. Шейгал [31], О. В. Яшенкова [32] та ін. Про те, наскільки значимою стала політика й політична комунікація, свідчить і поява окремої галузі – політичної лінгвістики – дисципліни, яка розвинулася на перетині політології та мовознавства і яка досліджує закономірності й механізми взаємовпливу і взаємозв’язку між мовою, мисленням, комунікацією, політичними суб’єктами й політичною свідомістю суспільства, щоб створити умови для вироблення ефективних стратегій і тактик політичної діяльності [22]. А оскільки мова – це важлива складова політичної діяльності, необхідна для впливу, керування життям країни і світоглядом її громадян, то планування мовних дій політика, спрямоване на досягнення поставлених цілей, його

мовну комунікацію можна вважати стратегічним процесом, котрий реалізується через конкретні комунікативні тактики.

За висловленням Р. Шварценберга, політична комунікація для політичної системи – «це те саме, що кровообіг для організму людини» [цит. за: 22], тому **актуальність** нашого **дослідження** зумовлена необхідністю всебічного ґрунтовного аналізу сучасного політичного дискурсу, зокрема й на рівні вивчення ідіостилю політичних лідерів, їхнього комунікативно-стратегічного потенціалу.

Мета роботи – дослідити специфіку використання комунікативних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі (на прикладі політичної риторики Олега Ляшка).

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань:**

- розглянути сутність поняття «політичний дискурс» у комунікативній лінгвістиці;

- схарактеризувати основні комунікативні стратегії й тактики політичного дискурсу;

- зібрати й представити матеріал про комунікативно-стратегічний арсенал політичної риторики Олега Ляшка;

- проаналізувати зібраний матеріал з погляду використання вербального й невербального кодів.

Об’єктом дослідження є сучасний український політичний дискурс.

Предмет дослідження – комунікативні стратегії та особливості їхнього використання в сучасному українському політичному дискурсі (на прикладі політичної риторики Олега Ляшка).

Під час проведення дослідження було використано загальнонаукові (узагальнення, спостереження) та власне лінгвістичні (описовий метод, метод

дискурсивного аналізу) **методи**, а також метод суцільної вибірки, класифікаційний метод, метод когнітивної інтерпретації.

Матеріалом для дослідження слугували статті українських журналів, власні публікації політика в соціальних мережах, блозі, а також відеоматеріали з політичних програм, сайту Радикальної Партії Олега Ляшка й офіційного каналу народного депутата на YouTube.

Практичне значення роботи. Результати та матеріали наукової роботи можуть бути використані в дослідженнях із проблем комунікативних стратегій у політичному дискурсі, під час викладання спецкурсу «Комунікативні стратегії», при написанні дипломних та курсових робіт.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше комплексно представлено та досліджено матеріал про комунікативно-стратегічний арсенал політичної риторики Олега Ляшка з погляду використання вербального й невербального кодів.

Апробація матеріалів дослідження. Матеріали роботи опубліковано в статті «Інтернет-комунікація, їх жанри й лінгвальна специфіка» (текст додається).

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та списку використаної літератури. Зміст роботи викладений на 29 сторінках, загальний обсяг дослідження – 34 сторінки. Список використаної літератури налічує 32 позиції.

РОЗДІЛ 1.
КОМУНІКАЦІЯ У СФЕРІ ПОЛІТИКИ

1.1. Поняття політичного дискурсу в комунікативній лінгвістиці

У лінгвістичній літературі термін «дискурс» розглядають не просто як акт мовлення, а як конкретну ситуацію, позамовний контекст і невисловлені цілі й наміри, які супроводжують цей акт мовлення [24, с. 52]. Дискурс може бути визначений як мова, занурена в життя, вписана в комунікативну ситуацію [28, с. 114–121].

Виокремлюють два типи дискурсу: *персональний* (особистісно орієнтований) та *інституційний* (галузевий). Персональний дискурс передбачає міжособстісний контакт між комунікантами, а за інституційного адресант і адресат перебувають у статусно-рольових відносинах: один із учасників комунікації виступає виразником певного соціального інституту (наприклад, правового (суддя), освітнього (учитель) тощо), а інший учасник – клієнтом, який користується послугами соціального інституту (сторони (позивач та відповідач), учень тощо) [28, с. 120]. До різновидів інституційного дискурсу належить політичний дискурс.

Політика, а отже, і політична комунікація посідає важливу роль у житті сучасного суспільства. А оскільки мова – необхідна складова й один із головних інструментів регулювання життям країни, світоглядом і поведінкою її громадян, більшість учених розглядає політичну діяльність як мовленнєву, бо значна частина політичних дій є за своєю природою мовленнєвими.

Політичний дискурс – це політична комунікація, учасниками якої виступають сторони суспільно-політичних відносин. Вона поєднує в собі інформацію з конкретними прагматичними цілями, тобто політична комунікація завжди має інтенційний характер. Головна інтенція цього типу дискурсу – боротьба за владу, а тому мовлення сприймається як боротьба, головна мета якої змагання та перемога.

А. Михальська виділяє два типи відносин у політичному дискурсі:

1) *агональний тип відносин* (зосереджений на суперництві та перемозі);

2) *гармонізуючий тип відносин* (в основу якого закладено істину й згоду) [17].

Якщо політику вважати боротьбою за утримання й захоплення влади, політичний дискурс є демонстрацією цієї боротьби. Тому «розуміння політичного дискурсу передбачає знання фону, очікувань автора й аудиторії, прихованих мотивів, сюжетних схем і улюблених логічних переходів, що існують у конкретну епоху» [10, с. 118].

Учасниками політичного дискурсу є адресат – соціум (народ, партійні прихильники), адресант – політик, лідер політичної партії, президент, державний діяч [28, с. 114–121].

Політичний дискурс має свої жанри. Він може існувати як у писемній, так і в усній формі. До писемної форми політичного дискурсу належать різні документи: угоди, партійні програми, маніфести, політичні листівки та плакати, рубрики політичних новин у пресі, блоги політиків у мережі Інтернет. До усної форми політичного дискурсу відносять публічні виступи політиків, їхні виступи на радіо, по телебаченню, інтерв'ю, прес-конференції, парламентські дебати, теле- та радіоновини.

Н. Кондратенко класифікує політичні дискурси за певними критеріями [12]:

1. *За чинником мовця* (адресантно прямий, адресантно опосередкований).

2. *За чинником адресата* (особисто адресований, масово адресований).

3. *За метою*: інформативний, спонукальний, іміджевий, мотиваційний, експресивний.

4. *За сферою функціонування*: телевізійний, газетно-журнальний, радіо, рекламний, PR.

Політичні діячі активно використовують виступи в різних сферах своєї діяльності, тому за місцем реалізації (вибори, парламент, офіційні зустрічі,

дебати тощо) вирізняють парламентський (він регламентується особливими вимогами), передвиборний, партійний, привітальний, святковий (присвячений пам’яті когось) виступи [28, с. 195–199]. Часто така комунікація зорієнтована на масову аудиторію, до якої звертаються за допомогою засобів масової інформації, зокрема до Інтернет-мережі, яку політики тривалий час ігнорували. Нині майже кожний політичний діяч має персональну сторінку в соціальних мережах, блог чи канал, де вони розміщують свої передвиборчі програми, спілкуються з виборцями, що робить їх популярними та ближчими до народу.

Основою політичної комунікації є політичний текст. Це інструмент боротьби за владу сил та інтересів, які конфліктують між собою. Діапазон політичний текстів досить широкий, але спільне в них те, що всі вони є формою для представлення народу своїх політичних мотивів і цілей відповідно до головної мети політики – здобуття та утримання влади.

Тип комунікації політичного дискурсу – змішаний, адже він являє собою письмово підготовлений текст і усну промову в тісній контактній єдності. За своєю природою політичний дискурс є монологічним, але в ньому наявні й елементи діалогу. Провідною його особливістю є колективний характер, адже він репрезентує інтереси групи політиків, адресат мовлення лише висвітлює їх у промові. Тому політичний текст зазвичай представлений двома й більше індивідами, тобто власне автор (спічрайтер), який завжди є анонімним, і політик, який озвучує текст і якому офіційно приписують авторство [28, с. 199–205].

Ефективність і успішність комунікативного акту політичного дискурсу залежить від підготовленості адресанта. «Щоб виступ мав успіх, добре сприймався аудиторією, необхідно його оригінально побудувати» [7, с. 50]. Кожен політичний діяч усвідомлює необхідність правильного компонування, розташування мовних одиниць, тобто всього того, що являє собою суть і специфіку побудови промови. Тому в основі політичного тексту лежить трихотомічна система античної риторики (вступ, основна частина і висновок), кожен елемент якої виконує свої функції.

З погляду мовної структури, на *синтаксичному рівні* сучасні політики для побудови текстів своїх промов найчастіше використовують прості речення, адже вони легше сприймаються і мають більший вплив на слухачів. Таке спрощення зумовлене загальними тенденціями розвитку мови і впливом на нього ЗМІ, мови реклами [28, с. 202]. Також широко вживаються питальні та умовні речення, що пояснюється дебатним характером виступів.

Лексика політичних промов складається із загальновживаних літературних слів, доступних усім присутнім адресатам. Полемічність політичного дискурсу впливає на добір лексики й зумовлює певну театралізацію останньої, а також передбачає наявність різних цінностей та оцінок, створення негативного образу політичного опонента [2, с. 5]. Політики використовують слова-гасла та ключові слова, щоб викликати в слухачів очікувану реакцію, саме за допомогою них оратор подає інформацію із простотою у вираженні складного.

Отже, найважливішою функцією політичного дискурсу є функція політичної пропаганди, переконання та впливу. Мовне маніпулювання політичною свідомістю в політичному дискурсі здійснюється за допомогою способів і засобів побудови промови, використання слів-гасел та ключових слів і мовно-риторичних прийомів.

1.2. Комунікативні стратегії і тактики політичного дискурсу

Термін «стратегія» вперше з’явився у військовій сфері. У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» це слово пояснюють як «мистецтво підготовки і ведення війни та великих військових операцій» [8]. Людське спілкування базується на плануванні мовленнєвих дій та виборі оптимального способу досягнення цілей комунікантів. «Кожен конкретний крок реалізується, як правило, через різні заходи та дії, які можуть розтягнутися на значний відрізок часу» [25, с. 321]. Тобто комунікацію можна назвати стратегічним процесом, який забезпечується через конкретні комунікативні стратегії.

Як зазначає О. Яшенкова, *комунікативна стратегія* – це «головна лінія мовленнєвої поведінки в межах конкретної комунікативної події, що

визначається загальною метою комунікації, ситуативним контекстом і уявленнями про адресата» [32, с. 156].

Досягнення поставленої мети й реалізація комунікативної стратегії здійснюється завдяки *тактикам*. З одного боку, тактика – шлях реалізації стратегії, а з іншого боку, спосіб мовленнєвого впливу, сукупність мовленнєвих засобів. У межах однієї стратегії може існувати кілька мовленнєвих тактик, які відрізняються залежно від типу дискурсу, мети адресанта, мовленнєвого жанру тощо.

Оскільки політична діяльність також ґрунтується на владі впливу, а керування здійснюється словом, комунікативні стратегії існують і в політичному дискурсі. Сучасні науковці виокремлюють низку різноманітних комунікативних стратегій в політичному дискурсі.

О. Яшенкова виділяє різновиди стратегій відповідно до жанрів політичного дискурсу та конфігурації інтенцій у конкретного суб'єкта дискурсу в певній ситуації. До її класифікації входять такі стратегії: самопрезентації, агітаційна (тактики *обіцянки, застереження, надання оцінного значення, протиставлення, наведення аргументів «за», запрошення, прямого спонукання, апелювання до авторитету, апелювання до моральних цінностей тощо*), формування емоційного настрою, інформаційно-інтерпретаційна (тактики *визнання існування проблеми, акцентування на позитивній інформації, пояснення, коментування, розгляду проблеми під новим кутом, вказування на шлях розв'язання проблеми*), аргументативна, маніпулювання (тактики *навішування ярликів, гіперболізацію, применшення, спрощення понять, замовчування, підтасовку і фабрикацію фактів, посилання на авторитети тощо*), дискредитації (тактика *акцентування на негативних якостях опонента або вказування на помилки опонента*), нападу (тактики *звинувачення та образи*), самозахисту (тактики *переадресації удару або превентивного нападу*) та інші [докладніше див.: 32, с. 162–170].

Інший підхід до систематизації політичних стратегій мають науковці О. Семенюк та В. Паращук, які поділили їх відповідно до наявності адресата-спостерігача, котрим виступає потенційний виборець:

Стратегія «гра на зниження», яка спрямована на суперника, щодо демаскування та викриття його позицій [23]. Ця стратегія представлена такими тактиками [28, с. 199–200]:

1) *тактика аналіз-«мінус»* – розгляд ситуації, що спирається на конкретні факти, який має на меті вираження негативного ставлення до цієї ситуації, а також до людей, їхніх дій та вчинків;

2) *тактика (безособового) звинувачення* – визнання будь-кого винним у будь-чому, а також розкриття вчинків, дій винних осіб, при цьому їхніх імен не називають, а провини стають предметом відкритого обговорення й осуду;

3) *тактика викриття* – наведення фактів і аргументів, що викривають чиїсь провину, злочинність;

4) *тактика образи* – завдавання образи, приниження певної особи, що супроводжується демонструванням емоційної складової замість наведення доказів проти звинувачуваного.

Стратегія «гра на підвищення» характеризується бажанням мовця виставити себе у вигідному світлі, збільшити свою значимість в очах електорату, підвищити свій авторитет. До її тактик належать [28, с. 200]:

1) *тактика аналіз-«плюс»* – розгляд ситуації, що спирається на факти і має на меті імпліцитне вираження позитивного ставлення мовця до ситуації, про яку йдеться;

2) *тактика самопрезентації* – представлення певної особи в привабливому вигляді, позитивного оцінювання адресантом себе у вигідному світлі;

3) *тактика відведення критики* – наведення з метою доказу невинності аргументів та (або) фактів, за допомогою яких можливо пояснити (виправдати) певні вчинки та дії;

4) *тактика самовиправдання* – заперечення негативних суджень про об’єкт критики та його причетності до того, чому дають негативну оцінку.

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. Стратегія реалізується через такі тактики [28, с. 200–201]:

1) *тактика підбурювання* – заклик до певної дії, до прийняття певної позиції;

2) *тактика кооперації* – спосіб звертання до адресата, за допомогою якого адресант конструює образ адресата, апелюючи до ідей та цінностей, носієм яких він, на думку мовця, є;

3) *тактика інформування* – наведення даних та фактів, яке не супроводжується вираженням ставлення мовця до них;

4) *тактика обіцянки* – добровільне зобов’язання зробити щось;

5) *тактика провокації* – підбурювання певної особи до дій (учинків), які можуть спричинити тяжкі наслідки для неї.

С. Абрамович розрізняє дві основні тактики мовленнєвого впливу: *пряму* та *непряму*. При застосуванні непрямої тактики «комунікант не вносить до своїх тверджень прихованого смислу – мається на увазі лише те, що сказано, і нічого більшого» [1, с. 294]. Використання непрямої тактики передбачає завуальований зміст висловлювання співрозмовника, який, за допомогою певних прийомів, говорить про те, що не може сказати прямо.

Оскільки метою політичної промови є вплив на свідомість та підсвідомість слухача, то для досягнення успіху політик зазвичай використовує певні засоби – комунікативні стратегії, за допомогою яких промовець маніпулює цільовою аудиторією. На вибір конкретної стратегії промови впливають такі фактори, як мета промови, комунікативні настанови та характер взаємодії зі слухачем.

РОЗДІЛ 2.
КОМУНІКАТИВНО-СТРАТЕГІЧНИЙ АРСЕНАЛ ПОЛІТИЧНОЇ РИТОРИКИ ОЛЕГА ЛЯШКА

Однією з яскравих постатей сучасного українського політикуму є Олег Валерійович Ляшко – український політик, колишній журналіст і телеведучий, лідер Радикальної Партії Олега Ляшка.

Виборча й передвиборча кампанія Ляшка та створеної ним Радикальної Партії була зосереджена на абсолютизації побудови образу «народного політика», який би відповідав його епатажному стилю. Це відбивалося в поведінці, діях політика (обов'язковим атрибутом були вила) та, звичайно, у рекламній пропаганді (фраза з реклами: «Україна починається з корови»).

Вершиною популярності Олега Ляшка можна вважати його діяльність під час Євромайдану. Цьому суттєво сприяли соціальні мережі, користувачем яких є політик: Facebook [20], Instagram, офіційний канал політика на YouTube [18], Twitter [19], Блог Олега Ляшка [5], сайт Радикальної Партії [27] тощо. Його загальновизнаність забезпечується правильним і влучним контентом, який подає власник сторінки (чи його команда) в мережі. Стежачи за діяльністю політика, можна відзначити його активність в усіх сферах життя, де є шанс бути поміченим. Майже щодня в мережі публікуються нові записи, оприлюднюються відео, які завдяки епатажності й емоційності швидко розповсюджуються серед користувачів Інтернету.

Показником його затребуваності є запрошення до участі в різних телепрограмах, особливо коли потрібно розворушити дражливу тему чи взагалі перетворити подію на фарс. Такі постаті, як Олег Ляшко, привертають увагу аудиторії до себе, тим самим спонукаючи народ до певної відповіді, певного реагування, що дуже впливає на рейтинги як каналу, програми, так і самого політика. Для телебачення образ правдоруба, якого намагається дотримуватися Олег Ляшко, є вигідним, адже персонально він ні

за що не відповідає. Народний обранець чудово розуміється на електоральних настроях, запитах виборця, який ототожнюється переважно з простими людьми, тому й звертається до аудиторії відповідною дохідливою мовою [15].

Постать Олега Ляшка є неоднозначною як серед колег-політиків, так і в народі. Його ім'я «стало одним із активних джерел збагачення словника українських перифрастичних зворотів: *скандальний депутат, скандальний чиновник, чоловік із вилами, такий собі український Жириновський, радикальний опозиціонер, одіозний український політик, двічі судимий, проект влади, політик-блискавка, політик-скандал, сусід найопозиційніших представників режиму Януковича, жирний кіт парламенту, український Робін Гуд, Устим Кармелюк, «простий хлопець», головний радикал країни, баритональний бас, бойовий півень*» [29, с. 40]. Найновіша номінація політика, яку ми зафіксували в мережі Facebook у грудні 2017 року, – *Святолег Радикальчук* – становить складне нашарування імен радикала Олега Ляшка та Святослава Вакарчука, який поновив свої спроби пробитися на український політичний олімп. І, з огляду на такий спосіб називання, ці спроби не є вдалими, принаймні поки що.

2.1. Комунікативні стратегії і тактики Олега Ляшка

Найважливішим інструментом впливу політика на людей уважають мову й невербальні засоби, які в сукупності забезпечують втілення його комунікативних стратегій і тактик. Завершальна мета їх використання – це модифікація поглядів, свідомості адресата на користь адресанта або для їхньої взаємної вигоди. Залежно від наміру п вдалими олітичного діяча (чи то завоювання влади в результаті вдало проведеної передвиборчої кампанії, чи то утримання влади з поясненням ефективності роботи її інституцій), обираються ефективні комунікативні стратегії й тактики, котрі реалізуюються у виборі мовцем комунікативних дій.

Журналістське минуле Олега Ляшка дозволяє йому вміло користуватися мовою, вдало обирати доречні засоби, які забезпечуюють максимальну

реалізацію його інтенцій. Тобто політик, керуючись певною стратегією для досягнення комунікативної мети, скоординовує з нею мовленнєві ходи під час спілкування з адресатом.

Проаналізувавши досить значну кількість виступів лідера Радикальної Партії, ми дійшли висновку, що найхарактернішою й найуживанішою в його арсеналі є **стратегія «гра на зниження»**, яка реалізується через використання низки комунікативних тактик.

Тактика аналіз-«мінус». Політик представляє наявну ситуацію, спираючись на достовірні факти, і висловлює негативне ставлення до описуваного і до людей, які пов'язані з аналізованою подією, їхніх дій та вчинків. Наприклад, у студії програми «ШустерLive» Олег Ляшко засуджує своїх опонентів: *«З 21 народного депутатаУкраїни, які входять до фракції Радикальної Партії, проти 7 народних депутатів порушені кримінальні справи і під слідством. Я питаю: «Це що робиться? Це виходе, шо найбільший кримінал, найбільша корупція в країні – це Ляшко і його команда. Це не боротьба з корупцією. Це розправа з нами за те, що ми перейшли в опозицію»* [ЛЮ].

Олегові Ляшку притаманна ***тактика (безособового) звинувачення***, яку можна зустріти майже в кожному експресивному виступі політика. Лідер Радикальної Партії часто звинувачує різних осіб, при цьому їхніх імен не називає, а їхні вчинки обговорюються й засуджуються усім народом. Це забезпечується використанням у промовах займенників другої особи множини та збірних, абстрактних іменників. Наприклад:

*«…так **ви** не виводьте гроші з України»* [ЛЮ].

*«Покажіть меморандум з МВФ, який **ви** підписали, мовчить, не показує…, от чому **вони** не показують»* [РП].

*«**Ви** всі корупціонери, грабіжники!»* [ЛЮ].

*«Внаслідок антидержавної, антилюдської, здирницької політики, яку проводить нинішня **влада,** мільйони українців доведені до зубожіння»* [БЛ].

Констатуючи достовірні факти, аргументи, які так чи так демаскують чиюсь злочинність, вину, політик використовує ***тактику викриття***. Не дарма Олег Ляшко здобув собі славу «політичного кілера», який нещадно критикував своїх опонентів: Арсенія Яценюка, Олександра Турчинова та інших лідерів опозиції:

«В парламенті України є дві політичні сили – ***кремлівські троянські коні*** *і* ***московські зозулі*** *– які три роки поспіль не голосують за фінансування армії, вигадуючи будь-які приводи, для того щоб догодити Кремлю, ослабити обороноздатність нашої країни»* [ЛЮ].

Відомо, що Олег Ляшко є дуже експресивним у своїх висловлюваннях, тому в мовленні політика можна зустріти лексику для приниження та образи, як спрямована на адресата **(*тактика образи*).** Часто такі зневажливі слова демонструють емоції мовця, які не підкріплюються доказами проти звинувачуваного. Політик не соромиться називати свого опонента лайливими словами. Цитати цих виступів швидко поширюються через Інтернет. Вульгарні слова є своєрідними маркерами, що характеризують розумову діяльність, зовнішній вигляд або поведінку адресата. Наприклад:

«Можеш писати рапорти своєму Луценку…, ***що ти харя, що ти свиня, що ти хабарник****…»* (у телефонній розмові з прокурором Черніговщини Віктором Носенком) [ЛЮ].

«Я дуже злий на ***Юльку*** *(Юлію Тимошенко). Ця* ***московська зозуля****, одягнена в українські вишиванки, намагалася чужими руками реалізувати путінський, кремлівський план по захопленню влади»* [ЛЮ].

Особливістю політичного мовлення є наявність адресата-спостерігача, на якого спрямовані комунікативні дії. Саме це сприяє реалізації **стратегії театральності**, яка представлена в мовленні Олега Валерійовича і здійснюється за допомогою низки тактик.

Викриваючи негативні сторони своїх опонентів, Ляшко часто спонукає їх до конкретних дій, до прийняття інших, інколи протилежних поглядів. Це забезпечується ***тактикою підбурювання***. Наприклад:

«Я звертаюся з вимогою до Президента України: позбавити Тимошенко українського громадянства за антидержавну діяльність!» [ЛЮ].

Ляшко використовує практичну аргументацію в 90 % своїх виступів, це забезпечується ***тактикою інформування*** про конкретні дані та факти, які не передбачають особистісних думок і емоцій мовця про них. Особливо популярною інформацією для представлення аудиторії є статистичні дані. Наприклад:

«Доходи державного бюджету від підвищення мінімалки зросли на 50 %, доходи пенсійного фонду зросли на 40 %, доходи місцевого бюджету зросли на 70 %» [БЛ].

«Давайте подивимося на факти, які, як відомо, річ уперта, досі не радифіковано угоду про асоціацію з Євросоюзом, через позицію Нідерландів…» [ЛЮ].

«Маємо констатувати: через два роки після Революції гідності реальної реформи судочинства й прокурорської системи не відбулося» [ЛЮ].

Тактика обіцянки дуже рідко простежується в промовах народного депутата, він намагається завуальовано подати свої наміри. Начастіше такі конструкції виражені дієсловами майбутнього, теперішнього часу або інфінітивом:

«Ми розірвемо усі угоди, в результаті яких українці позбавляються роботи й зарплати» [РП].

«Завтра фракція Радикальної Партії блокує парламентську трибуну» [ЛЮ].

Досить небезпечною в політичному мовленні є ***тактика провокації.*** Нерідко Олег Ляшко підбурює своїх опонентів до дій, указуючи на недоліки особи. Такі провокації можуть спричинити тяжкі наслідки, тобто закінчуватися погрозами, побиттям тощо. Наприклад, бійка під час засідання погоджувальної ради в парламенті, коли народний депутат Юрій Бойко побив лідера Радикальної Партії після того, як Ляшко звинуватив представника Опозиційного блоку в тому, що той їздить до Москви по

інструкції від російської влади. Тобто Олег Валерійович спровокував активні дії Бойка своїми словами.

Не менш задіяною в побудові промов політика є **стратегія «гра на підвищення»**, яка відображає мотиви голови Радикальної Партії збільшити значимість власного статусу на тлі опонентів. Прагнення піднести себе над суперниками забезпечується такими тактиками:

Тактика (само)презентації реалізується майже в кожному виступі Олега Валерійовича. Вона полягає в представленні себе чи своїх прибічників у вигідному світлі. У промовах народний депутат починає з представлення себе та називає належність та посаду в політичній партії:

«Я, Олег Ляшко, лідер Радикальної Партії» [РП, ЛЮ].

Специфікою вираження цієї тактики є використання особових займенників:

*«**Я** готовий бути прем'єр-міністром, і в **нас** є програма дій, яку **ми** пропонуємо чітко»* [РП].

*«…Центральна виборча комісія зареєструвала «Радикальну Партію Ляшка» учасником виборчого процесу, в результаті жеребкування **наша** Радикальна Партія у виборчому бюлетені отримала номер один…»* [ЛЮ].

*«…коли почалися ці трагічні події під Верховною Радою…першими кинулися допомагати постраждалим національним гвардійцям – це **депутати від фракції Радикальної Партії** – Сергій Скуратовський, Оксана Корчинська…»* [ЛЮ].

Як і кожен інший політик, Олег Ляшко стає об'єктом викриття, звинувачень у його бік. Потрапляючи в такі ситуації, політичний діяч використовує ***тактику відведення критики***, метою якої є надання доказів невинності, за допомогою яких можливо пояснити (виправдати) певні вчинки та дії. Часто це забезпечується шляхом переадресації провини:

«Доля країни залежить не лише від Ляшка, а від кожного народного депутата» [ЛЮ].

Тактика самовиправдання. Під час нападу Олег Ляшко займає позицію самооборони й виправдовується, знецінюючи всі претензії до нього. Таку позицію політик зайняв на програмі «Свобода слова»: ведучий задав питання: *«А в 2005 де був Ляшко?»* у відповідь на репліку Олега Валерійовича: *«Всі, хто в 2005 продав Революцію помаранчеву, сьогодні продають так само Революцію гідності…»*, на що останній відразу, захищаючись, відповів, що він працював журналістом і очолював газету «Свобода» [ЛЮ].

Отже, завдяки вибору комунікантом певної моделі поведіки із застосуванням вдало дібраних комунікативних стратегій і тактик забезпечує ефективне спілкування, яке допомагає політику досягти жаданої цілі.

2.2. Вербальні засоби реалізації комунікативних стратегій політика

Мовна особистіть політика реалізується у відповідній тактико-стратегічній парадигмі, що включає наявність комплексу різнорівневих мовних засобів, які необхідні для складання текстів. Ефективність і впливовість промов забезпечується за допомогою різноманітної лексики, уживання відповідних синтаксичних стилістичних фігур (епіфори, анафори, паралелізму, риторичних запитань тощо) та конструкцій тощо.

Тексти для публічного виступу політика зазвичай пишуть спеціально навчені фахівці – спічрайтери, – які контролюють правильність побудови ораторської промови, її точність, лаконічність і ясність. Але не лише грамотно структурований текст політичного виступу впливає на слухачів. Успішному політичному діячеві треба мати запаси знань із риторики, лінгвістики та психології, які допоможуть ефективно створити, подати текст і справити бажаний ефект на аудиторію.

Аналізуючи комунікативну поведінку Олега Ляшка, ми звернули увагу, що він дуже часто з’являється на публіці. Його можна побачити на різних мітингах, зустрічах, конференціях і, звичайно, у Верховній Раді. Послуговуючись простою розмовною мовою, просторіччями, діалектизмами, Ляшко самоствердився в образі «народного політика». Для частини аудиторії

він став (і сам себе так позиціонує) чи не єдиним борцем за справедливість і захисником народних інтересів серед парламентарів.

Однією з найхарактерніших і найяскравіших ознак мови політичного діяча є експресивна лексика, за допомогою якої він намагається вплинути на слухачів, зацікавити їх. Але, як відомо, такий стиль мовлення є недоречним для офіційних заходів. Наприклад, використання слів *«дурите»* замість «обманюєте», *«каже»* замість «говорить», *«бабло»* замість «гроші» чи *«за комуналку»* замість «за комунальні послуги», *«болячка»* замість «хвороба» та ін.

Лідер Радикальної Партії часто апелює до соціальних проблем, тому в словниковому запасі є чимало суспільно-тематичної лексики: *земля, пенсія, селяни, зарплата, сільські, молоко, копійки, платіжки, годувати, робота, сім'я, батько, довели, люди, хлопець, паразити, подачки, корова, дурити, злидні, кістка, кості, липка, набивають, обдирають, прогодувати, трударі, трудовий стаж, свинина, сіно, рідна, сімейні, магазин* та ін. [13].

З початку АТО вагомою частиною словникового запасу політика стала військова лексика, яку максимально використовували під час агітаційної програми народного депутата:

*«**Стратегія** Радикальної Партії щодо **звільнення, деокупації, десепаратизації тимчасово окупованих територій…,** в Україні склалася вкрай **вибухонебезпечна** ситуація, якою може скористатися **агресор**»* [РП].

*«…вимагаючи від України виконання політичної частини угоди до **припинення вогню, роззброєння сепаратистів і виведення російських військ,** встановлення контролю над нашим кордоном»* [ЛЮ].

Образ «народного борця» підсилюється використанням просторічних висловів, фразеологізмів, які часто не вписуються в офіційно-діловий тон виступів: *йдіть і не вертайтеся; баба ягодка поять; як віл відпахали; втратили відчуття землі; у Бога за пазухою; вперед ногами винести* та ін.

Хоча сам політик розмовляє українською й спонукає кожного державного діяча послуговуватися лише національною мовою, іноді

спостерігаємо вкраплення русизмів у мовленні Олега Ляшка: *дєтдом, чемодан, рожа, по якому праву, все до лампочки* та ін.

Вплив усного мовлення Олега Ляшка посилюється за допомогою стилістично знижених лексем. Політику притаманні жаргонні слова як із кримінальної, так і молодіжної сфери вжитку:

«Коли Лазаренка ***«шмонали»*** *американські міграційні служби, Генпрокурор заявив, що наша країна докладе всіх зусиль, аби повернути Павла Лазаренка в Україну...»* [ЛЮ].

«Оці регіонали, комуністи ***«шарахалися»*** *від цих людей, як чорт від ладана»* [ЛЮ].

«Українські козаки – ***найкрутіші!*** *І так було, є і буде завжди!»* [БЛ].

«...це ***фейкова*** *ціна, яку вони вигадали спеціально, щоб окрадать людей»* [ЛЮ].

Часто в інтернеті можна побачити відео виступів Олега Ляшка, які містять ненормативну лексику. У його промовах трапляються такі лихослів'я: *б**дь, с*ка, *об твою *ать, на**й* [РП, ЛЮ]. Найуживанішою лайкою політика є слово *скотиняка*: *Ви гірше Януковича,* ***скотиняки!*** [ЛЮ]. *Досить дурити українців,* ***скотиняки!*** [ЛЮ].

Зауважимо, що використання лихослів'я на публіці, яке іноді звучить й у прямих ефірах телеканалів, не варто оцінювати як невихованість чи емоційну нестриманість людини: це влучний і продуманий стиль поведінки, користуючись яким народний депутат намагається самоствердитися, відчути свою вседозволеність, а з іншого боку, спровокувати чи й принизити опонента.

Олег Ляшко родом із Чернігівщини [15], тому він використовує й притамані цій території діалектні форми слів, які він навіть не думає викорінювати зі свого мовлення. Вплив наріччя спостерігається у вимові закінчень дієслів: *зробе, підходе, носе, виходе, трате, заробе* та ін.

Під час публічних виступів політик іноді неправильно наголошує слова: *зада'ли, говорю', приве'ли, вжи'вання, пода'ткова, ві'сімдесят, оди'надцять, вказіво'к, до'йдемо, то'му, дове'ли* та ін.

На синтаксичному рівні політичних текстів голова Радикальної Партії використовує структури складних багатокомпонентних речень, які створюють градаційне навантаження змісту висловлювань. Аналізуючи публічні виступи Олега Ляшка, помічаємо прийом надмірності, який проявляється у використанні тієї самої інформації експліцитно й імпліцитно (за допомогою лексичних повторів компонентів у тотожному та синонімічному вияві, перифразів, повторювання сполучників, а також компонентів, у яких відсутня інформаційна цінність):

«Ми готуємося до ефіру для того, щоб глядачі «112» каналу отримали ***найпрофесійнішу, найкомпетентнішу і найактуальнішу*** *інформацію»* [ЛЮ].

«Щойно генеральний прокурор Луценко публічно, на всю країну, погрожував нам, ***коли*** *я цому повідомив про те, що наша фракція підписала за його відставку;* ***коли*** *я публічно йому в очі дав оцінку, що він* ***непрофесійний, некомпетентний, заанґажований і безвідповідальний****.* ***У відповідь ми почули*** *не пояснення,* ***у вдповідь ми почули*** *звинувачення,* ***у відповідь ми почули*** *погрози»* [ЛЮ].

Серед моделей із підрядною структурною основою з явищем надмірності виділяємо моделі з однорідною супідрядністю, послідовною підрядністю та з подвійною супідрядністю. Наприклад:

«А поки що наше завдання – зробити так, щоб ці люди почувалися у будь-якому куточку країни, як вдома» [ЛЮ].

«Безплатні ліки – це можливість врятувати життя сотень тисяч українців, які помирали лише тому, що не мали грошей на ліки» [РП].

Задля встановлення контакту з аудиторією, підвищення експресивності промов, а також для загострення уваги слухачів, Олег Ляшко застосовує емоційне формулювання тексту за допомогою риторичних прийомів, які

реалізуються у використанні повторень, риторичних питань, інверсій тощо. Найуживанішим засобом створення емоційності та діалогічної форми виступу є риторичні питання, які не потребують відповіді у двох випадках. «Перший – найпоширеніший, тому що відповідь і так усім слухачам відома, треба тільки актуалізувати її для сприймання слухачем. Другий випадок: риторичним запитанням є таке, на яке ніхто не знає відповіді або її й зовсім не існує» [16, с. 148]. Їх можна зустріти майже в кожному тексті політика:

«Совість у цих держиморд є?» [ЛЮ].

«А у нас навпаки – все закривається і стоїть. З чим ми тоді перемагатимемо?» [ЛЮ].

«Тим паче, що важелів впливу вони мають явно більше, ніж пересічний громадянин. Хіба ні?» [РП].

Схожими до риторичних питань є питально-відповідальні конструкції, у яких політик і задає питання, і відразу відповідає на нього:

«Чим це закінчилось для українців? Могилою або еміграцією» [ЛЮ].

«Чи вони займалися "макрофінансовою стабілізацією", зменшенням державних видатків або мінімізацією бюджетного дефіциту? Ні, вони рятували економіку!» [ЛЮ].

Питально-відповідальні конструкції відтворюють ефект штучного діалогу: адресант запитує адресата про щось [30, с. 224].

Лідер Радикальної Партії часто послуговується ще одним засобом виразності – повтором, а саме – анафорою – елементом додавання, який реалізується в єдинопочатку суміжних речень:

*«**Кому це** треба?! **Кому це** принесе користь?»* [ЛЮ].

Ця фігура надає висловлюванню гостроти й дозволяє з кожним новим реченням посилити, підкреслити сенс сказаного.

Отже, для цілеспрямованого ефективного впливу на електорат Олег Ляшко послуговується цілим арсеналом різноманітних мовних засобів.

2.3. Невербальні засоби реалізації комунікативних стратегій політика

Почувши слова «політик» і «риторика» значна частина українців згадує Олега Ляшка. Навіть аналітика ораторського мистецтва політиків України за 2015 рік, проведена Інститутом риторики імені Джона Кеннеді, зазначила Олега Ляшка на 3 сходинці (після Міхаїла Саакашвілі та Андрія Кузьменка) у своєму рейтингу [4].

О. Ляшко – один із небагатьох українських політиків, який використовує прийоми риторики незалежно від формату заходу. Кращі оратори ефективні й переконливі і під час масових зібрань, і під час таємних переговорів. Аудиторія завжди більш уважна до людини, яка володіє ораторським мистецтвом. Ляшко завжди підготовлений до виступу. Якщо ж він не володіє темою, намагається перевести дискусію у своє поле й виграти дебати. Вдалі «пікіровки» в ток-шоу з опонентами, уміння відповідати на провокаційні питання й знання прийомів «чорної риторики» – усе це робить Олега Валерійовича в очах людей одним із найкращих політичних ораторів.

Єдиний недолік Олега Ляшка в ораторському мистецтві – його передбачуваність, стабільність. Він заручник свого образу. Власне, сучасна риторика розробляє нові напрями, використовуючи які Ляшко став би іншим і не менш цікавим та епатажним. Його стиль спілкування можна схарактеризувати як «активний і предметний, але водночас змагальний і конфліктний» [3, с. 113].

Аналізуючи інтернет-ресурси (Блог Олега Ляшка, його публікації в соціальних мережах тощо), а також публічні виступи політика (прес-конференції, радіо- і теледебати, заяви, інтерв’ю, радіо- і телезвернення тощо), можна неозброєним оком помітити професійну підготовку, кардинальні зміни щодо проголошення промов, його мовлення порівняно з тим рівнем, що був у нього в 1990-х роках. Це проявляється в правильно поставленому голосі, доречній жестикуляції й міміці, майстерності управління своїм станом, добором аргументації в промовах.

Олег Ляшко завжди підготовлений до виголошення промов, ніколи не читає з папірця (пор. виступ у Верховній Раді, коли він уперше читав

специфічний текст, написаний «мовою Азарова»). Разом із текстом промови політик використовує невербальні засоби, а саме: жести, пози, міміку, погляд тощо, тим самим підсилюючи чи навіть змінюючи зміст слів. Частіше невербальні сигнали подаються на підсвідомому рівні, тому під час спілкування невербальна поведінка виступає об'єктом тлумачення не сама по собі, а як показник прихованих від безпосереднього спостереження індивідуально-психологічних і соціально-психологічних характеристик політичного лідера.

Олегові Ляшку притаманна активна жестикуляція з постійним використанням «підсилювачів». Політик є ініціативною й бойовою натурою, котра хоче завжди бути центром уваги, тому час від часу можна помітити в нього невербальний сигнал – *піднятий вгору палець*. Цей жест засвідчує, що промовець хоче бути поміченим аудиторією.

Під час виступів у Верховній Раді, гострих розмов, інтерв'ю політик часто використовує й інший жест – *виставлена вперед долоня, всі пальці зігнуті, крім вказівного*. Психологи пояснюють, що цей сигнал є характерним для лідерів і означає «закінчили з цим, закрили тему». Це жест домінування, залучення уваги, який ефективно підсилює значення сказаного. Також він уважається одним із найбільш дратівливих жестів, тому активно використовується для придушення опонента, для того щоб поставити його на місце. Аналізуючи різні відео виступів Олега Валерійовича, можна помітити характерне *стискання рук у кулаки*, яке свідчить про хвилювання, переживання, певне напруження й тривогу за те, про що йдеться в промові [26].

Голос має дуже велику силу впливу на слухачів. «Це багатющий музичний інструмент, у роботі якого бере участь весь організм людини» [11, с. 56]. Олег Ляшко має у своєму арсеналі такий прийом «голосового агресора»: тиск на опонента за допомогою голосових модуляцій, що свідчить про схильність політика до властолюбства й суперництва.

Помітно, що майже під час кожного свого виступу лідер Радикальної Партії намагається брати нижні ноти, щоб голос звучав голосніше, потужніше, а можливо, навіть більш «грізно», «по-чоловічому». Використання такого прийому під час спілкування визначає мовця як владного, самовдоволеного, схильного до активних дій.

Мова Олега Валерійовича миттєво привертає увагу, він уміло грає інтонаціями, користується паузами, які дозволяють "вмикати" аудиторію, іноді різко підвищує тон свого голосу, зривається на крик, перебиває опонента. У дебатах часто використовує спритний психологічний прийом придушення: він просто перекрикує того, з ким сперечається, тим самим емоційно підносячись над ним. Як тільки політику вдається перевести опонента з раціональної площини в емоційну завдяки підвищеному голосу та хамству, він здобуває перемогу.

Політичному діячеві притаманний пильний немиготливий погляд (його часто використовують для маніпуляції), найчастіше на тлі статичності міміки обличчя, на якому активні й рухливі тільки губи під час говоріння. Погляд Ляшка – цілеспрямований, він притаманний тій людині, яка вміє контролювати свою тривожність, ховати страхи.

Фундаментом іміджу політика є демонстративна поведінка, яка виявляється в динамічних жестах, міміці та голосових кодах народного депутата. Водночас виникає своєрідна манера вимови Олега Ляшка. Коли слухаєш народного депутата, виникає відчуття, що говорить хлопець із глибинки. З одного боку, це дещо заважає сприймати політика серйозно, але з іншого – до "своєї людини" в аудиторії завжди буде довіра. Загалом специфіка комунікативної поведінки депутата, яка охоплює й риси, які зазвичай є мінусом для політика, стала, навіть попри його одіозність, козирем цього громадського діяча.

ВИСНОВКИ

Політика як особлива сфера діяльності людини посідає одне з чільних місць у житті сучасного суспільства. Політична риторика є одним із засобів боротьби за владу й гармонізації суспільних відносин шляхом подолання соціальних конфліктів силою слова.

Дослідження комунікативних стратегій сучасного українського політичного дискурсу дало змогу зробити такі висновки:

1. Багато науковців розглядають політичну діяльність як мовленнєву, адже її своєрідність проявляється в дискурсивному характері: велика частина політичних дій є мовленнєвими за своєю природою. *Політичний дискурс* – це комунікація між учасниками суспільно-політичних відносин, яка поєднує в собі інформацію з конкретними прагматичними цілями та передбачає використання вербальних і невербальних засобів виразності.

2. Комунікацію можна назвати стратегічним процесом, який забезпечується через конкретні комунікативні стратегії. Шлях реалізації стратегії називають тактикою. Сучасні науковці виокремлюють низку різноманітних комунікативних стратегій у політичному дискурсі, які розкриваються у відповідних тактичних виявах.

Дослідження комунікативних стратегій вимагає міжгалузевого підходу. Найефективніших результатів можна досягти завдяки співпраці лінгвістів, соціологів, політиків, психологів.

3. Одним із найяскравіших представників сучасного українського політикуму і найкращих ораторів є Олег Ляшко, лідер Радикальної Партії. Він використовує прийоми риторики незалежно від формату заходу. Народний депутат дотримується гарно сформованого образу «борця за справедливість», тому така стабільність форми дещо робить його виступи передбачуваними.

Проаналізувавши виступи лідера Радикальної Партії, ми дійшли висновку, що найхарактернішою й найуживанішою в його арсеналі є

стратегія «гра на зниження», активно використовуються *стратегії театральності* та *«гра на підвищення»*.

4. Ефективність і впливовість промов забезпечується внаслідок вдалого використання вербальних і невербальних засобів.

З-поміж **вербальних** виокремлюємо:

Лексичні засоби:

•експресивна лексика: «*дурите*» замість «*обманюєте*», «*бабло*» замість «*гроші*» чи «*за комуналку*» замість «*за комунальні послуги*» та ін.;

•суспільно-тематична лексика: *земля*, *пенсія*, *селяни*, *зарплата*, *сільські*, *молоко*, *копійки*, *платіжки*, *годувати*, *робота*, *сім'я*, *батько*, *люди* тощо;

•військова лексика: *стратегія*, *деокупація*, *десепаратизація окупованих територій*, *вибухонебезпечна ситуація*, *агресор* та ін.;

•стилістично знижені лексеми (кримінальний і молодічний жаргон): *шмонали*, *шарахалися*, *банда*, *фейкова* тощо;

•русизми: *дєтдом*, *чемодан*, *рожа* та ін.;

•ненормативна лексика: *б**дь*, *с*ка*, **об твою *ать* тощо;

•просторічні вислови, фразеологізми: «*йдіть і не вертайтеся*», «*баба ягодка опять*», «*як віл відпахали*», «*у Бога за позухою*» та ін.;

•діалектні форми слів (на рівні східнополіських говіркових рис, які виявляються насамперед у вимові закінчень дієслів): *зробе*, *підходе*, *носе*, *виходе*, *трате*, *заробе* та ін.

На акцентуаційному рівні спостерігається неправильне наголошування слів: *зада'ли, приве'ли, вжи'вання, пода'ткова, ві'сімдесят, оди'надцять, вказіво'к, до'йдемо, то'му, дове'ли* та ін.

На синтаксичному рівні політичних текстів голова Радикальної Партії використовує структури зі складних багатокомпонентних речень, які створюють градаційне навантаження змісту висловлювань. З-поміж моделей із підрядною структурною основою з явищем надмірності виділяємо моделі з

однорідною супідрядністю і послідовною підрядністю, з подвійною супідрядністю.

Для встановлення контакту з аудиторією, підвищення експресивності промов, а також для загострення уваги слухачів Олег Ляшко застосовує емоційне формулювання тексту за допомогою **риторичних прийомів**, які реалізуються у використанні повторень, риторичних питань, інверсій: «*Совість у цих держиморд є?*», «*Чим це закінчилось для українців? Могилою або еміграцією*», «*Кому це треба?! Кому це принесе користь?*».

Невербальні засоби спілкування підсилюють виразність його промов, збільшують їхній вплив на адресатів. Олегові Ляшку притаманна активна жестикуляція, яка характеризується постійним використання «підсилювачів». Олег Валерійович уміло грає інтонаціями, користується паузами, які дозволяють "вмикати" аудиторію. Фундаментом іміджу цього політика є демонстративна поведінка, яка виявляється в динамічних жестах, міміці та голосових кодах.

5. Усі проаналізовані вербальні й невербальні засоби, віртуозно використані з комунікативно-стратегічного погляду, дозволяють політикові досягти поставленої мети. Зважаючи на імідж О. Ляшка загалом, можна відзначити, що специфіка його комунікативної поведінки, зокрема й з урахуванням рис, які зазвичай є мінусом для політика, стала козирем цього громадського діяча. Однак статичність іміджу «хлопця з народу», його передбачуваність призводить, особливо останнім часом, до небажаних результатів: від тріумфального входження Радикальної Партії на український політичний олімп до сьогоднішнього кардинального падіння рейтингів через популізм, перетворення депутата на одіозну фігуру, що свідчить про необхідність корекції його комунікативно-стратегічного арсеналу.

Перспективи наукових пошуків убачаємо в дослідженні репертуару комунікативних стратегій в ідіостилі провідних політиків, організації тематичних конференцій для обговорення різноманітних аспектів порушеної проблеми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

БЛ – Блог Олега Ляшка

РП – Сайт Радикальної Партій Олега Ляшка

ЛЮ – Офіційний канал Олега Ляшка на YouTube

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамович С. Д. Мовленнєва комунікація : Підручник / С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 472 с.

2. Алексенко С. Ф. Особливості вираження експресивності комунікативно-прагматичної стратегії «гра на підвищення» в англійській політичній промові [Електронний ресурс] / С. Ф. Алексенко // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – Вип. 27. – 2015. – С. 3 – 13. – Режим доступу: http://psptkl_2015_27_3.pdf

3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 376 с.

4. Белов Н. Рейтинг лучших ораторов Украины 2015 года [Текст] [Електронний ресурс] / Н. Белов // Институт риторики им. Д. Кеннеди. – Режим доступу: http://rhetoric-hall.com/articles/view/reiting-lutshih-oratorow-ukrainy-2015

5. Блог Олега Ляшка : [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://shamotiy.wordpress.com/

6. Ващук Т. М. Політичний дискурс як об’єкт лінгвістичного дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studentam.net.ua/content/view/

7. Введенская, Л. А. Человеческое слово могуче… [Текст] : книга для внеклассного чтения учащихся 8–10 классов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – М. : Просвещение, 1984. – 159 с.

8. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] : [250 000 сл. та словосполучень з дод. та доп.] / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. : Ірпінь : ВТФ "Перун", 2009. – 1736 с.

9. Вільчинська І. Ю. Політичний дискурс: основні напрями дослідження [Електронний ресурс] / І. Ю. Вільчинська // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2013. – № 3. – С. 198–201. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2013_3_48

10. Гон М. М. Мова політики у парламентських виборах 2012 року в Україні [Електронний ресурс] / М. М. Гон // Панорама політологічних студій. – 2012. – Вип. 9. – С. 116–123. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pps_2012_9_19

11. Иванова С. Ф. Специфика публичной речи / С. Ф. Иванова. – М. : Знание, 1978. – 126 с.

12. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс: Текстуалізація реальності / Н. В. Кондратенко; відп. ред. : О. В. Александров; ОНУ ім. І. І. Мечникова. – Одеса : Чорномор´я, 2007. – 155 с.

13. Кульчинський О. «Вбивство, гвалтування, мертвонароджений, вішатися, кривавий, насильство, труна, поховав». Риторика Ляшка залякує провінціалів [Текст] [Електронний ресурс] / О. Кульчинський // Тексти.org.ua. – 2015. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/62674/Vbyvstvo_gvaltuvanna_mertvonarodzhenyj_vishatysa_kryvavyj_nasylstvo_truna?a_srt=&a_offset=159?view

14. Кусько К. Я. Проблеми дискурсної лінгвістики / К. Я. Кусько // Іноземна філологія. Укр. наук. зб. – Л. : ЛНУ, 2001. – 158 с.

15. Ляшко Олег Валерійович : [Електронний ресурс] // Вікіпедія – вільна енциклопедія. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ляшко_Олег_Валерійович

16. Мацько Л. І. Риторика: навч. посіб. / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. – К. : Вища шк., 2003. – 311 с.

17. Михальская А. К. Педагогическая риторика: история и теория / А. К. Михальская. – Москва : Академия, 1998. – 432 с.

18. Офіційний канал Олега Ляшка на YouTube : [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.youtube.com/user/lyashkocomua

19. Персональна сторінка Олега Ляшка в Twitter : [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://twitter.com/ovliashko

20. Персональна сторінка Олега Ляшка на Facebook : [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.facebook.com/O.Liashko

21. Підгрушний В. А. Особливості політичного дискурсу в сучасній лінгвістиці [Електронний ресурс] / В. А. Підгрушний // Студентський вісник НУВГП – 2015. – Вип. 2 (4). – С. 248–251. – Режим доступу: http://ep3.nuwm.edu.ua

22. Політична лінгвістика : [Електронний ресурс] // Вікіпедія – вільна енциклопедія. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Політична_лінгвістика

23. Попова О. В. Стратегія на підвищення versus стратегія на зниження у політичному дискурсі [Електронний ресурс] / О. В. Попова, А. П. Король, К. І. Ткаченко // «Humanities and Social Sciences in Europe : Achievements and Perspectives». Proceedings of the 1 International symposium (December 18, 2013). Volume 2. – Vienna : «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2013. – P. 113–118. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/33720/5/PopovaStrategy.pdf

24. Попович М. Бути людиною / М. Попович. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2011. – 223 с.

25. Прикладна політологія : навч. посіб. / За ред. В. П. Горбатенка. – К. : ВЦ «Акдемія», 2008. – 472 с.

26. Рыхальская Е. Эксперт составила психологический портрет Ляшко: "клоун" истероидного типа [Текст] [Електронний ресурс] / Е. Рыхальская // Обозреватель. – 2015. – Режим доступу: https://www.obozrevatel.com/health/diseases/83764-ekspert-sostavila-psihologicheskij-portret-lyashko-kloun-isteroidnogo-tipa.htm

27. Сайт Радикальної Партій Олега Ляшка : [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://liashko.ua/

28. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : Навчальний посібник / О. А. Семенюк, В. Ю. Паращук. – К. : ВЦ «Академія», 2010. – 240 с.

29. Степаненко М. Політичне сьогодення української мови: актуальний перифрастикон : монографія / М. І. Степаненко. – Харків : Видавець Іванченко І. С., 2017. – 616 с.

30. Хоменко Г. Є. Експресивний синтаксис у текстах політичної тематики [Електронний ресурс] / Г. Є. Хоменко // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. – 2011. – Вип. 6(2). – С. 222–228. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2011_6%282%29__33

31. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Е. И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 431 с.

32. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації / О. В. Яшенкова. – К. : Видавничий центр «Академія», 2010. – 312 с.

АНОТАЦІЯ
наукової роботи під шифром «Cum Deo»

Робота присвячена комплексному аналізові комунікативно-стратегічного арсеналу політичної риторики Олега Ляшка з погляду використання вербального й невербального кодів.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю всебічного ґрунтовного аналізу сучасного політичного дискурсу, зокрема й на рівні вивчення ідіостилю політичних лідерів, їхнього комунікативно-стратегічного потенціалу. А оскільки мова – це важлива складова політичної діяльності, то планування мовних дій політика, спрямоване на досягнення поставлених цілей, його мовну комунікацію можна вважати стратегічним процесом, котрий реалізується через конкретні комунікативні тактики.

Мета роботи – дослідити специфіку використання комунікативних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі (на прикладі політичної риторики Олега Ляшка). Для досягнення мети було реалізовано такі **завдання:** розглянуто сутність поняття «політичний дискурс» у комунікативній лінгвістиці; схарактеризовано основні комунікативні стратегії й тактики політичного дискурсу; зібрано й представлено матеріал про комунікативно-стратегійчний арсенал політичної риторики Олега Ляшка; проаналізовано зібраний матеріал із погляду використання вербального й невербального кодів.

Об'єктом дослідження є сучасний український політичний дискурс.

Предмет дослідження – комунікативні стратегії та особливості їхнього використання в сучасному українському політичному дискурсі (на прикладі політичної риторики Олега Ляшка).

Під час проведення дослідження було використано загальнонаукові (узагальнення, спостереження) та власне лінгвістичні (описовий метод, метод дискурсивного аналізу) **методи**, а також метод суцільної вибірки, класифікаційний метод, метод когнітивної інтерпретації.

Структура: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, списку використаної літератури. Зміст роботи викладений на 29 сторінках, загальний обсяг дослідження – 34 сторінки. Список використаних джерел налічує 32 позиції.

Ключові слова: політичний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, невербальні засоби, вербальні засоби, риторика.