

УКРАЇНСЬКА МОВА

УДК 811.161.2 : 81'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.2.1/01>*Алтицева Л. Ю.*

Національна академія Служби безпеки України

ОСОБЛИВОСТІ НАПІВРИТОРИЧНИХ ЗВЕРТАНЬ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДВИБОРНИХ ДЕБАТІВ)

Статтю присвячено аналізу особливостей напівриторичних звертань в українському політичному дискурсі на матеріалі передвиборних дебатів. У статті окреслено поняття напівриторичне звертання жанру дебатів. З'ясовано, що в текстах передвиборних промов під час політичних дебатів претенденти в президенти не використовували риторичні звертання, попри їхню спроможність слугувати засобом емоційного переконання. У цій статті проаналізовано всі напівриторичні звертання, дібрані методом суцільної вибірки з текстів виступів претендентів на посаду Президента України, виголошених під час головних передвиборних дебатів 2019 р. Описано структурні моделі й семантичні та граматичні особливості напівриторичних політичних звертань. У текстах передвиборних промов виявлено однокомпонентні звертання, виражені іменниками (народ, українці, виборці, друзі), двокомпонентні й трикомпонентні, у складі яких є присвійні займенники (мій, мої) та прикметники (український, дорогі, шановні). Усі напівриторичні звертання номінують виборця (об'єкт впливу) й адресовані йому. Найчастотнішим у зверненні політика до виборців є звертання, виражене іменником друзі.

У цій роботі досліджено функціональні особливості напівриторичних звертань, зумовлених загальними комунікативними завданнями звертань політичного дискурсу, зокрема й жанру дебатів. Виявлено, що функції напівриторичних звертань жанру дебатів, як і власне звертань політичного дискурсу, підпорядковані основній функції мови політики – отримання чи утримання влади, здійснення емоційно-психологічного впливу на електорат, скеровування громадської думки задля формування привабливого для аудиторії іміджу політика-лідера. Акцентовано увагу на прийомах посилення впливу функції звертань у тактиці підвищення значимості співрозмовника, до яких удаються політики під час дебатів. Серед прийомів посилення впливу функції звертань, які застосовують задля маніпулятивного впливу використано такі: акцентування звертання, уточнення звертань, контактний повтор звертання, часте вживання звертань до адресата, гетероніміація (контактна чи дистантна) у звертаннях, супровід звертання присвійними займенниками, обумовлення дозволу на звертання, порушення норм у звертаннях. З'ясовано, що відсутність звертань до виборців, тобто відсутність напівриторичних звертань, що номінують об'єкт впливу політичної промови, також є засобом мовленнєвої маніпуляції.

Ключові слова: політичний дискурс, риторичні звертання, напівриторичні звертання, функції напівриторичних звертань, прийоми посилення впливу функції звертань.

Постановка проблеми. Комунікаційна поведінка сучасних мовців в усіх сферах суспільного життя, зокрема політиці, стає об'єктом досліджень. Сучасна лінгвістика виявляє помітний інтерес до аналізу засобів комунікації в усіх її формах та способах реалізації. Оскільки звертання є компонентом комунікативного акту, елементом мовного етикету, ґрунтовне його вивчення в різних жанрах політичного дискурсу дозволить розв'язати низку

дискусійних питань, пов'язаних, зокрема, з проблемою наукового осмислення сучасної політичної комунікації.

На сьогодні ще не побудовано загальної типології політичного звертання, не розроблено важливих метамовних аспектів письмової та усної адресації, не з'ясовано функціональної спроможності не лише звертання, а й різних його функціональних аналогів.

Дослідження політичного звертання, його типів і моделей уможливить подальший розвиток мовленнєвої комунікації, зокрема в політичному дискурсі, розширить загальне мовознавче розуміння звертання політичного дискурсу та способів його наукової інтерпретації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Категорія звертання як об'єкт лінгвістичної розвідки не одноразово привертала увагу українських мовознавців – представників різних наукових традицій. Українські лінгвісти вивчають звертання з граматичного погляду (С. П. Бевзенко, І. Р. Вихованець, К. Г. Городенська, О. Г. Межов), звертають увагу на різноаспектність вивчення звертання, гендерні особливості, соціальну і культурологічну обумовленість, а також на комунікативно-прагматичну спроможність (Н. О. Дем'янова, Н. М. Величко, М. О. Кокора, Л. В. Корновенко, Л. Я. Нагірний, І. Ю. Шкіцька та ін.).

Постановка завдання. Мета статті – з'ясувати особливості та функціональну спроможність напівриторичного звертання в політичному дискурсі, зокрема в жанрі дебати.

Матеріалом дослідження слугували виступи й промови політичних діячів – кандидатів у президенти України під час «Головних дебатів» у квітні 2019 року, що були оприлюднені засобами мовної комунікації [2]. Загалом проаналізовано функції та структурно-семантичні особливості напівриторичних звертань, використаних учасниками цих дебатів. Приклади відібрано методом суцільної вибірки.

Виклад основного матеріалу. Дебати – один з основних агональних жанрів політичного дискурсу, що має модель змагального діалогу між політиками.

На думку Д. Яковлева, «театралізація політичної сфери в епоху домінування електронних мас-медіа зводить політику до рівня комедійного шоу», в якому громадянам відведена роль глядача. Політичні дебати – це практична альтернатива «політичному шоу». Він зазначає, що дебати можна розуміти як «змагання між політиками (краще у прямому ефірі), що мають особливу структуру та правила». Мас-медіа в цьому змаганні виконує особливу функцію посередника – спостерігача за дотриманням правил дебатів [9, с. 50]. Політичні дебати уможливають збереження зацікавленості громадян упродовж виборчих змагань та спонукають їх до прийняття політичних рішень. Тобто громадяни-виборці, які не є безпосередніми учасниками цього діалогу, стають основним об'єктом впливу.

На думку І. Ю. Шкіцької, звертання виступає знаряддям впливу в межах реалізації тактики підвищення значимості співрозмовника маніпулятивної стратегії позитиву. Така тактика полягає: «в позитивному оцінюванні адресата та вираженні мовцем позитивного ставлення до нього» [8, с. 105].

Ю. Ганжуров звертає увагу, що відносини між політиками і виборцями базуються на дихотомії: раціональність (правляча еліта) і емоційність (електорат). Уміння депутата перейти у площину експресивності є ознакою його професіоналізму, оскільки, як свідчить парламентська практика багатьох країн, емоційному переконанню належить вагоме місце в політиці [1, с. 110–111].

Звісно, чимало залежить від риторичних якостей політика, його вміння користуватися стилістичними засобами синтаксису. Невід'ємним складником стилістичних фігур є фігури риторичні, які, насичують текст новими модальними та емоційно-експресивними відтінками. О. О. Тараненко звертає увагу на виразально-зображальному ефекті риторичних фігур [7 с. 756]. К. С. Угненко зазначає, що їм характерні відхилення від комунікативно-логічних норм оформлення фрази або надфразної єдності, і стверджує, що риторичні фігури – «об'єднувальна ланка між мовою автора та мисленням читача» [6, с. 72].

У цій статті проаналізуємо напівриторичні звертання, наявні у текстах промов політиків – претендентів на посаду Президента України (2019 р.) [2].

Риторичних звертань, які за твердженням О. Пономаріва, «щодо змісту й призначення ... не є засобом спонукання співрозмовника до відповіді» і які «використовують як стилістичний прийом, як спосіб відтворити стан мовця, його впадобання, думки, відчуття й почуття» [5, с. 226], у текстах промов не виявлено, хоч вони й можуть слугувати засобом емоційного переконання. Але всі звертання, використовувані під час дебатів, зорієнтовані на відповідну реакцію. Прямі звертання передбачають безпосередню адекватну реакцію опонента політичного діалогу. Громадяни-виборці хоч і не беруть безпосередньої участі в дебатах, проте звертання, адресовані їм (напівриторичні), вирізняються звертальною наснагою та емоційністю, адже громадянин-виборець і є об'єктом впливу передвиборних промов. Очікувана реакція на такі звертання – відповідний політичний вибір.

Напівриторичні звертання політичного дискурсу розраховані на реакцію виборця, хоч і не безпосередню, і водночас передають бажання полі-

тика продемонструвати близькість, спільність, однакості з громадянами. Таку демонстрацію близькості з партнерами визначають як тактику солідаризації – одну із тактик втілення маніпулятивної стратегії позитиву [4, с. 129].

Найтиповішою формою такої масової адресації є звертання політика до свого виборця. Найуживанішим напівриторичним звертанням у політичному дискурсі є звертання до народу. Звертання до віддалених осіб збільшує ступінь їх умовності й розширює змістові виражальні можливості.

Напівриторичні звертання були виявлені у вступній промові та заключному слові П. Порошенка. Далі проаналізуємо їх.

Свій виступ претендент розпочав із привітання, що містило звертання до України: «Добрий вечір, Україна!...» Загалом вважають, що звернення до континентів, країн, населених пунктів належать до риторичних й можуть бути наповнені усвідомленням зв'язку мовця з Батьківщиною, місцем, де він народився і виріс, навчався тощо. Проте це звертання сприймаємо як напівриторичне метонімічне звертання, адресоване до всіх громадян України, особливо поряд із наступним метонімічним звертанням «Добрий вечір, НСК “Олімпійський”», адресованим до усіх, хто прийшов на стадіон, щоб бути присутнім на дебатах і, можливо, підтримати одного з опонентів чи визначитися в подальшому виборі. Далі у вступній промові П. Порошенка звертається до народу: «... і сьогодні я вас вітаю з цим, *дорогий український народ*, я вас вітаю із цим, *дорогі українці, які зібралися на цьому стадіоні...*».

Цікаво, що модель кожного наступного звертання за структурою складніша за модель попереднього: «Україна – НСК “Олімпійський” – *дорогий український народ* – *дорогі українці, які зібралися на цьому стадіоні...*». У промові можна виокремити синонімічні звертання до усіх громадян (Україна; *дорогий український народ*) та синонімічні звертання до присутніх на стадіоні (НСК “Олімпійський”; *дорогі українці, які зібралися на цьому стадіоні...*). Оскільки усі ці звертання стосуються виборця, то можемо вважати їх синонімічними. Така кількість звертань на початку виступу покликана не так активізувати виборців, як створити доброзичливу атмосферу, викликати позитивні емоції. Оратор намагається охопити усю аудиторію, звернутися до кожного виборця, який чує / почує цю промову й робитиме свій вибір. Атмосферу доброзичливості, солідарності далі посилює звертання «друзі», яким оратор неодноразово апелює до виборців.

З дев'яти прийомів посилення впливу функції звертань у тактиці підвищення значимості співрозмовника, які у своєму дослідженні виділила І. Ю. Шкіцька, на початку промови використано п'ять – акцентування звертання, уточнення звертань, контактний повтор звертання, часте вживання звертань до адресата, гетеронімація (контактна чи дистантна) у звертаннях [8]. У відповідях на запитання та в заключному слові П. Порошенка використовує ще два прийоми посилення впливу функції звертань – супровід звертання присвійними займенниками, обумовлення дозволу на звертання.

Акцентування звертання реалізовано постпозицією звертання щодо займенника другої особи (*вас*): «і сьогодні я *вас* вітаю з цим, *дорогий український народ*, ...».

Звертання-уточнення має вигляд складнопідрядного означального речення, належать до: «*дорогі українці, які зібралися на цьому стадіоні...*».

Під час контактного частого повтору (повтор може бути синонімічним) звертання «основна функція звертання відходить на задній план». Якісна оцінка адресата в такому звертанні водночас виражає особисте ставлення до нього мовця: «... *дорогий український народ*, я вас вітаю із цим, *дорогі українці, які зібралися на цьому стадіоні...*».

Часте вживання звертань до адресата свідчить «про позитивні почуття до адресата з боку мовця, посилену увагу до нього» [8], такий прийом дозволяє підкреслити значимість адресата. У виступі П. Порошенка звертання до виборців використано 12 разів.

Суть гетеронімації у звертаннях полягає в уживанні різних номінацій під час звертань до однієї і тієї ж особи. У виступах використано 6 номінацій у різних моделях.

Супровід звертання присвійними займенниками: «*шановні мої виборці*», «*дорогі мої друзі*», «*друзі мої*».

Обумовлення дозволу на звертання: «... *хочу звернутися до прихильників пана Зеленського, друзі, ...*».

Загалом під час дебатів П. Порошенка використав дванадцять напівриторичних звертань. Це різні моделі синонімічних звертань до виборців. Різна й частотність вживання цих звертань. Так, різні моделі звертання з компонентом «друзі», який використано для позначення дружніх стосунків, ужито п'ять разів: однокомпонентне звертання – двічі на початку фрази і один раз – у звертанні до виборців опонента після обумовлення дозволу; одноразово

використано двокомпонентне звертання, поширене означенням у постпозиції, вираженим присвійним займенником *мої* («*друзі мої*»), що підкреслює особливу довіру до виборця, однотайність поглядів, а також – трикомпонентне звертання, яке, крім присвійного займенника *мої* в препозиції, містить прикметник *дорогі* («*дорогі мої друзі*»), який акцентує увагу на важливості цих дружніх довірливих стосунків. Ще одне звертання «шановні мої виборці» також трикомпонентне, проте більш офіційне, оскільки атрибутивний компонент *шановні* засвідчує повагу й шану до адресата. Типове для політичного дискурсу трикомпонентне звертання «*дорогий український народ*» використано тричі.

Отже, як засвідчує ілюстративний матеріал, П. Порошенко вправний оратор, про що свідчить, зокрема, і вміле використання різних структурно-семантичних моделей звертань, які стали засобом маніпулятивної стратегії позитиву для посилення впливової функції звертань.

У засобах масової інформації неодноразово звертали увагу на ораторську майстерність П. Порошенка. Цікаво, що у своїй промові В. Зеленський також згадує про це: «*існує два Порошенка. Перший – прекрасний оратор, фахівець, фінансист, економіст, на всьому знається. Він, зазвичай, з'являється, коли є камери*». Проте далі це вміння опонента дискредитує, чим дискредитує і обраний опонентом образ політика, звинувачуючи його в нещирості й веденні подвійної політики: «*А потім, коли камери вимикаються, з'являється інший – такий собі Петро Другий*». Формуючи негативний образ політика-опонента, В. Зеленський використав антитезу та паралелізм й у такий спосіб не лише нівелював видатні здібності конкурента, а й визначив їх як ганебні. Антитеза – «неперевершений засіб маніпуляції», уважає О. С. Гриценко [3, с. 58]. Як антитезу до образу опонента – можна розглядати образ політика, який В. Зеленський самопрезентує виборцям. Формуванню такого образу, протилежного образу опонента, сприяє також відсутність звертань до виборців у виступі В. Зеленського. Звісно, відсутність звертань до електорату можна було б пояснювати непродуманою стратегією, недосконалою підготовкою тексту промови чи недостатнім політичним досвідом претендента в президенти, якби не результати виборів, які відбулися згодом. Тому, на нашу думку, відмова від звертань,

які в структурі промови мали б бути обов'язково, вплинула на формування близького глядачеві образу політика, який власне й не політик, а «*просто людина*», «*звичайний хлопець із Кривого Рогу*», якому немає потреби апелювати до народу, тому що він і є представником цього народу, який вимагає від экс Президента України Петра Порошенка відповідей на запитання, що турбують українське суспільство. Формуванню такої думки про політика сприяли й інші маніпулятивні засоби, зокрема активне використання в реченнях займенника *ми* у ролі підмета: «*... ми впевнено обрали президентом України в 2014 році*», «*Ми помилилися ...*», «*Чи могли ми тоді уявити ...*», «*Ми з вами голосували за одного Порошенка, а обрали іншого*»; використання низки невербальних засобів для встановлення контакту: «*Дуже дякую! Усім привіт!*», «*Кривий Ріг*» + вітальний жест V; заклик під час виголошення прощального слова – «*Зробимо їх разом!*». Усе це свідчить про продуманість образу політика й способу його формування. Зауважимо, що ефективність такої відмови від риторичних звертань зумовлена їх обов'язковістю в адресованій промові-зверненні, й можлива за умови розуміння того, до кого ця промова звернена. Порушення норм, у цьому випадку етикетних, також посилюють впливову функцію звертань у тактиці підвищення значимості співрозмовника: не номінувавши адресата, тобто об'єкта впливу, оратор не розподілив ролі, а, отже, не протиставив себе електорату, що підкреслило безпосередність, щирість спілкування, відсутність статусної дистанції та сприяло формуванню необхідного образу політика.

Висновки. Отже, на нашу думку, напівриторичне звертання жанру дебати – це слово або словосполучення, рідше речення, яким оратор в усній промові-зверненні номінує об'єкт маніпулятивного впливу – виборця – для привернення та втримання його уваги, а також для демонстрації однотайності, спільності, солідарності з ним. Такі звертання є одним із засобів мовленнєвої маніпуляції, складником наперед продуманої політичної стратегії боротьби, покликаної сформуванню той чи інший політичний образ (позитивний – мовця чи негативний – його опонента) та спонукати виборця проголосувати за позитивний образ – образ політика-лідера. Відсутність напівриторичних звертань (до виборців) також сприяють реалізації цієї стратегії.

Список літератури:

1. Ганжуров Ю. Парламентський дискурс в публічних комунікаціях // Політичний менеджмент. 2005. № 6. С. 103–113. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/8895/11-ganzhurov.pdf?sequence=1> (дата звернення: 10. 03.2024)

2. Головні дебати країни: Зеленський – Порошенко. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3ZF6mmnJRoQ> (дата звернення: 05.03.2023).
3. Гриценко О. С. Маніпулятивні впливи в текстах медіа протягом виборчої кампанії // Обрії друкарства. № 1(8). 2020. С. 52–59.
4. Кондрук А. Ю. Маніпулятивна стратегія позитиву як одна зі стратегій комуніканта-лицеміра // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 30 (69) № 3. Ч. 1 2019. С. 127–132.
5. Пономарів О. Звертання в поетичній творчості Івана Франка. // Іван Франко: дух, наука, думка, воля: матеріали Міжнародного наукового конгресу присвяченого 150-річчю від дня народження Івана Франка. Львів, 2010. Т. 2. С. 220–228.
6. Угненко К. С. Риторичні фігури в мові роману Ю. Яновського «Вершники» // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія». Вип. 80. 2019. С. 70–76.
7. Фігура мови//Українська мова: енциклопедія. Київ: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2007. 824 с.
8. Шкіцька І. Ю. Прийоми посилення впливової функції звертань // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. 2011. Вип. 31. С. 104–110.
9. Яковлев Д. В. Політичні дебати як засіб раціоналізації політичної взаємодії С. 50–56. URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/40_2010/9.pdf (дата звернення: 10. 03.2024).

Altytseva L. Yu. PECULIARITIES OF SEMI-RHETORICAL APPEALS IN UKRAINIAN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON MATERIALS FROM ELECTION DEBATES)

The article analyzes the peculiarities of semi-rhetorical appeals in Ukrainian political discourse based on materials from election debates. It outlines the concept of the semi-rhetorical appeal of the debate genre. It was found that presidential candidates did not use rhetorical appeals in their campaign speeches during political debates, despite their ability to serve as a means of emotional persuasion. This paper analyzes all semi-rhetorical appeals, selected from the texts of speeches given by candidates for the President of Ukraine during major pre-election presidential debates in 2019 using a continuous sampling method. It describes structural models and semantic and grammatical features of semi-rhetorical political appeals. Thus, one-component appeals expressed by nouns (people, Ukrainians, voters, friends), two-component and three-component appeals containing possessive pronouns (my) and adjectives (Ukrainian, dear) were found in the texts of their campaign speeches. All semi-rhetorical appeals denominate the voter (object of influence) and are addressed to them. The most frequent appeal used by politicians to their voters is the appeal expressed by the noun “friends”.

The article examines the functional features of semi-rhetorical appeals determined by the overall communicative objectives of appeals in the political discourse, in particular, the genre of debates. It was revealed that the functions of semi-rhetorical appeals of the debate genre, as well as appeals of political discourse, are subordinated to the main function of the political language – obtaining or retaining power; addressing the emotional and psychological impact on the electorate, directing public opinion to form an attractive image of a leader for the audience. The focus of the paper is accented on the techniques of enhancing the influence of the appellative function of language in the tactics of increasing the importance of the interlocutor used by politicians during debates. The techniques of enhancing the influence of the appellative function of language used to make a manipulative influence include the following: accentuation of the appeal, clarification of the appeal, contact repetition of the appeal, frequent use of appeals to the addressee, hetero-nomination (contact or distant) in appeals, use of possessive pronouns in appeals, stipulation of permission to appeal, violation of standards in appeals. It was found that the absence of appeals to voters, that is, the absence of semi-rhetorical appeals denominating the object of political speech influence, is also a means of speech manipulation.

Key words: political discourse, rhetorical appeals, semi-rhetorical appeals, functions of semi-rhetorical appeals, techniques of enhancing the influence of the appellative function of language.