

**LINGUISTICS AND TRANSLATION STUDIES.
МОВОЗНАВСТВО І ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО**

УДК 323-051:811.161.2'42(477)

[https://doi.org/10.31548/philolog14\(1\).2023.01](https://doi.org/10.31548/philolog14(1).2023.01)

**Стратегія самопрезентації сучасного українського політика: прагмалінгвістичний вимір
Strategy of Self-Presentation of the Modern Ukrainian Politician: the Pragmalinguistic Dimension**

Інна ЗАВАЛЬНЮК, доктор філологічних наук, професор, декан факультету
філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Inna Zavalniuk, Doctor of Philology, Professor, Dean of Faculty of Philology and Journalism
named after Mykhailo Stelmakh
E-mail: zavalniukinna@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3993-9555>
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського, м. Вінниця, Україна
Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, Ukraine

Валентина БОГАТЬКО, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови
Valentya BOHATKO, Ph.D in Philology, Associate Professor
of the Department of Ukrainian Language
E-mail: bogatkovv@i.ua
<https://orcid.org/0000-0002-3634-9488>
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського, м. Вінниця, Україна
Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, Ukraine

Abstract. *The article analyzes one of the speech strategies - the strategy of self-presentation, which is actively used in modern Ukrainian political discourse. It has been established that the question of the role of political discourse, in particular the influence of the linguistic personality of a Ukrainian politician on the formation of the country's internal and external political image, is becoming particularly relevant today, given the conditions of the multinational and multilingual situation that has developed in Ukraine, on the one hand, and the full-scale invasion of the Russian Federation to our land, on the other hand. In such conditions, the mechanisms of self-representation, the tactics of implementing the linguistic influence of government representatives on the citizens of the state are changing, which needs to be studied.*

The scientific investigation clarified the role of self-presentation in the formation of the linguistic personality of the Ukrainian politician, analyzed the main mechanisms of this communicative strategy and the pragmalinguistic specifics of its implementation in today's conditions.

Emphasis is placed on the interdependence, mutual subordination of the content of the communicative strategy of self-presentation of a linguistic personality and a wide range of communication methods and communicative intentions of self-presenters.

It was established that the tactics of identification, self-praise, demonstration of professional success and promises serve as means of actualizing the strategy of self-presentation, the application of which is outlined by certain linguistic means. The specificity of the mentioned tactics is clarified and a description of lexical and grammatical means is presented, which are important in the formation of the strategy of self-presentation of the linguistic personality, since they significantly emphasize not only the communicative and situational features of the speech of individual politicians, but also the authorial discourses of political figures within the limits of various tactics. We see the perspective of the research in studying the mechanisms of implementation of other communicative strategies in the linguistic activity of famous Ukrainian politicians, delineating the pragmalinguistic specificity of their statements, taking into account the intentions of the addressee and the peculiarities of the perception of information by the addressee.

Keywords: *act of self-expression, self-presentation tactics, communicative intention, linguistic personality, pragmalinguistic specificity, political discourse.*

Актуальність (Introduction). Політичну комунікацію розглядають зазвичай як культурну традицію, мовну самосвідомість, навички й методологію переконання певної аудиторії. У центрі її уваги перебуває людина зі своїм мисленням, досвідом, особливостями концептуалізації та категоризації світу. Застосування механізмів когнітивної лінгвістики, психології до вивчення цього різновиду комунікації сприяє глибшому осмисленню взаємозв'язку між процесами мислення й вербалізації думки.

Основними стратегіями політичної комунікації є самопрезентація, агітаційна, маніпулювання, дискредитація, самозахисту, інформаційно-інтерпретаційна. Найчастіше політичну комунікацію потрактовують із позиції самопрезентації мовної особистості, її узаємодії з соціумом та окреслюють її тактичний потенціал: ототожнення з ким-не-будь або чим-небудь, солідаризації з адресатом, створення «свого кола», дистанціювання, самосхвалення та ін. [8, с. 192].

Термін «самопрезентація» до наукового обігу ввів американський соціолог І. Гофман у середині ХХ ст. Він описав концепцію феномена самопрезентації у класичній праці «Презентація себе в повсякденному житті». Синонімічними до стрижневого терміна «самопрезентація» слугують поняття «самопредставлення», «само-опис», «акт самовираження», «автохарактеристика», «автомовлення». У пропонованій статті послуговуємося терміном «самопрезентація» і кваліфікуємо його як акт самовираження та поведінки, спрямований на створення позитивного враження. Отже, ми поділяємо думку тих дослідників, які розглядають самопрезентацію як засіб самовираження, як уміння ефектно і виразно подавати себе в різних ситуаціях, засвідчити індивідуальний стиль спілкування, створити неповторний привабливий образ і навіть «комфортне психоемоційне середовище для розвитку та соціальної життєдіяльності» [12, с. 125] особистостей, які сприймають інформацію й аналізують її.

Дискурс як соціолінгвістичне явище має на меті аналіз спілкування, ролі його учасників, обставин, у яких воно відбува-

ється, на тлі широкого соціокультурного контексту. Найбільш сприятливою сферою для застосування різних мовленнєвих стратегій і тактик є на сьогодні політичний дискурс. В умовах багатонаціональної, полімовної та багатокультурної ситуації, яка склалася в сучасній Україні, з одного боку, й повномасштабного вторгнення російської федерації на нашу землю, з іншого боку, питання ролі політичного дискурсу, зокрема впливу мовної особистості українського політика на формування внутрішнього і зовнішнього політичного іміджу країни набуває особливої *актуальності*. Саме тому об'єктом дослідження обрано комунікативну стратегію самопрезентації мовної особистості українського політика, яка в умовах сьогодення виявляє інші механізми реалізації мовного впливу представників влади на громадян держави, а предметом дослідження – лексико-граматичні й комунікативно-прагматичні вияви мовних одиниць у межах різних тактик стратегії самопрезентації представників сучасного українського політикуму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications). Процес самопрезентації мовної особистості проаналізовано в низці праць зарубіжних і вітчизняних дослідників [3; 4; 5; 6; 7; 10; 13; 15 та ін.], зокрема окреслено роль мовної самопрезентації в дискурсивних процесах, розглянуто складні кореляції між мовою і свідомістю, мовою і пізнанням. З'ясовано також, що цей процес досить активно зреалізовується в політичній комунікації як психічний феномен, здатний продукувати, сприймати й формувати мовлення.

Метою пропонованої статті є аналіз комунікативної стратегії самопрезентації мовної особистості українських політиків з огляду на соціальні, психологічні, особистісні чинники. Її **завдання (Purpose):** 1) схарактеризувати змістове наповнення стратегії самопрезентації сучасних українських політиків, окреслити спектр методик їхнього спілкування та комунікативних інтенцій; 2) з'ясувати специфіку тактик ототожнення, самовихваляння, демонстрації професійного успіху й обіцянки як засобів актуалі-

зації стратегії самопрезентації; 3) проаналізувати лексико-граматичні мовні засоби вираження авторських дискурсів у межах різних тактик стратегії самопрезентації мовної особистості.

Матеріали і методи дослідження. (Materials and methods of research).

Об'єкт та предмет дослідження.

Матеріалом для дослідження слугували діалогічні та монологічні фрагменти усного мовлення, дібрані з Офіційного вебпорталу парламенту України, Мультимедійної платформи іномовлення України (Укрінформ), Офіційного інтернет-представництва Президента України Володимира Зеленського, зокрема стенограми публічних виступів, промов сучасних українських політиків – В. Арешонкова, А. Єрмака, В. Зеленського, М. Княжицького, О. Кучеренка, Р. Стефанчука, М. Федорова та ін.

Основними методами дослідження були *описовий* і *метод спостереження* за особливостями висловлення політиків у певних конситуаціях. Окрім них, на різних етапах використано також метод *семантико-стилістичного* аналізу (за потреби виявити відхилення від мовних норм, визначити авторські мовні прийоми), *прагматичний* метод із залученням методики *актомовленнєвого аналізу* (для окреслення специфіки функціонування різномовних мовних одиниць в усному мовленні українських політиків).

Результати дослідження (Results of the research).

Самопрезентація мовної особистості – це своєрідна мовленнєва здатність комуніканта, яка має психологічне підґрунтя, адже можлива лише за умови реалізації механізмів породження і сприйняття мовлення в проєкції на психічну діяльність людини. Для реалізації певної стратегії політик ставить перед собою комунікативну мету, яка регламентує вибір тої чи тої мовної одиниці, специфіку їхнього поєднання, сприяє емоційності викладу шляхом використання придатних для цього мовних одиниць (питальних речень, спонукальних структур, повторів, інверсії тощо).

У процесі комунікації політичні діячі застосовують переважно дві найпоширеніші тактики продукування мовлення – самопросування та екземпліфікацію (ґрунтування на

прикладках), основною метою яких є якнайвигодніша презентація себе, а в умовах сьогодення – і країни загалом. Використовують різні мовні засоби самопрезентації: позитивно марковану емотивну лексику, форми найвищого ступеня порівняння прикметників і прислівників, особові займенники, повтори та ін. Додатково в мовному середовищі застосовують непрямі тактики, пов'язані з оперуванням різномовними інтенсифікаторами виразності, розчленованими синтаксичними конструкціями, складнопідрядними означальними реченнями, риторичними запитаннями, інверсією та іронією [4, с. 94].

Нерідко реалізація стратегії самопрезентації відбувається через тактики конструювання харизми, акцентування на соціальному статусі, експлікацію соціально-політичної позиції, виокремлених на підставі розмежування персональних, соціальних, символічних характеристик, що є складовими іміджу політика. Отже, в основі самопрезентації мовної особистості політика перебуває мотив і породжена ним інтенція – створити позитивний імідж представника певної політичної сили, яка щоразу декларує себе як особливу ідеологічну структуру. Ураховуючи сукупність психологічних, соціальних, статусних та лінгвістичних особливостей комунікативної поведінки політика, здійснюють комплексний аналіз його особистості.

З огляду на висловлене констатуємо, що комунікативна стратегія (КС) – «основна лінія мовленнєвої поведінки в межах конкретної комунікативної події, що визначається загальною метою комунікації, ситуативним контекстом і уявленням про адресата» [8, с. 189]. У політичній комунікації виняткове значення має КС самопрезентації, яка ґрунтується на мовленнєвих уміннях народних обранців. Підтвердженням такої комунікативної компетенції слугує, зокрема, фрагмент виступу Голови Верховної Ради Руслана Стефанчука: **Нам дуже важливо створити спеціальний трибунал. Пропрацюємо із багатьма парламентами, з багатьма урядами можливість створення цього механізму. Ми обговорили всі питання, і Британія в**

при-нципі підтримує створення спеціального трибуналу. Зараз **ми формуємо** коаліцію країн, які погодяться взяти на себе лідерську місію щодо створення спеціального трибуналу. **Я думаю, що** найближчим часом, обговоривши питання щодо форми такого трибуналу, **буде прийнято** відповідне рішення (Р. Стефанчук, 28.03.2023, 22.07, <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3688681-koalicia-krajin-aki-stvorat-spectribunal-dla-putina-majze-gotova-stefancuk.html>). Як бачимо, створюючи висловлення, політик застосовує психолінгвальний механізм контролю – контролю за діяльністю Верховної Ради і контролю за результатом – прийняттям важливого рішення щодо створення спеціального трибуналу. Регулюючи в такий спосіб власну мовленнєву поведінку, парламентар обирає відповідні семантичні одиниці, конструює речення стверджувального змісту, які вселяють упевненість у реалізації запланованого: **«нам дуже важливо створити», «ми обговорили», «ми формуємо», «я думаю, що... буде прийнято»**. Отже, політик вибудовує власний позитивний імідж людини, яка дбає про свій народ, про справедливі рішення для нього в умовах жорстокої війни, коли звірство диктатора і його прибічників переходить усілякі межі – передусім здорового глузду.

Загальновідомо, що будь-яку КС реалізують за чітким алгоритмом: 1) окреслюють мету, якої прагнуть досягти; 2) обирають ефективні для досягнення мети лінгвальні та екстралінгвальні засоби; 3) визначають важливий для адресатів обсяг інформації. Добираючи мовно-стратегічні засоби, варто пам'ятати й про потребу співвіднесення квантів інформації зі станами свідомості комунікантів, зважати на чинник емпатії тощо. На нашу думку, у політичному дискурсі цей елемент реалізації КС є досить істотним, адже настрої суспільства, його запити, потреби, психологічний стан, зрештою, навіть рівень матеріального достатку, а сьогодні – й сенс життя, боротьба за нього, виборювання свободи, волі й незалежності стають визначальними в процесі комунікації політика з громадянами

України. Пор. висловлення керівника Офісу Президента України Андрія Єрмака: *Війна триває, і є багато викликів. Однак ми маємо перемогти. Готуємо* [ми – І. З., В. Б.] *нові операції. Ситуація важка, але ми тримаємо наші позиції* (А. Єрмак, 28.03.2023, 23.17, <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3687117-ermak-zustrivsa-z-glavou-mzs-litvi-govorili-pro-situaciju-na-fronti.html>).

Як слушно зауважує Н. Деренчук, у КС самопрезентації «беруть участь опозиції людської свідомості: свій-чужий (цільова настанова – пошук внутрішнього ворога), боротьба ідеологій (цільова настанова – демонстрація унікальності й непогрішності власної ідеології), відродження минулого – пошук нового шляху (цільова настанова – відмова від відповідальності за минулі політичні дії), політик – вища влада (цільова настанова – ідентичність прагнень виборця та політичного діяча)» [1, с. 134]. До того ж, сучасна комунікація дедалі активніше набуває ознак віртуальності, адже більшість громадян України в умовах воєнного стану користуються інформаційними ресурсами, узятими з інтернет-простору. Українці здебільшого позбавлені «живого» спілкування з політиками на зустрічах у залах чи на мітингах, а тому закономірно, що «онлайн-спілкування переноситься в той віртуально-комунікаційний простір, де, з одного боку, можна вільно висловлювати думки, з іншого – чинити масовий вплив на користувачів, формувати суспільні відносини, що здійснюються в колі різних спільнот, об'єднань, урядових порталів і пересічних користувачів» [2, с. 256]. Засобами актуалізації КС самопрезентації мовної особистості політика слугують тактики *ототожнення, самовихваляння, демонстрації професійного успіху, обіцянки*, кожна з яких має власну специфіку мовного оформлення. Цей процес залежить від індивідуальних чинників політика і комунікативної ситуації. Істотну роль відіграють також мотивація, сенсорні механізми, пам'ять та цілеспрямованість у формуванні цікавих і важливих за змістом висловлень.

Тактику *ототожнення* застосовують у різних комунікативних регістрах. Кожен

політик чи група політиків ідентифікують себе передусім з ідеологічного боку, пор.: **Як голова Комітету з питань правової політики** хочу запевнити, що зараз в нас є єдине бачення того, що нам треба створювати, відновлювати систему воєнної юстиції або військової юстиції. Але **моє розуміння** полягає в тому, що найбільш ефективним буде створення вертикальної моделі, яка включатиме відповідний орган досудового розслідування, відповідну спеціалізовану прокуратуру та відповідну судову установу. **Думаю**, саме таким чином ця структура, ця вертикаль працюватиме ефективно (А. Костін, 27.07.2022, с. 14, <https://www.rada.gov.ua/uploads/documents/74018.pdf>). У цьому висловленні тактику ототожнення від імені «я» употужнено за допомогою бінарного іменного словосполучення «моє розуміння» та дієслівної форми «думаю»; **А ми як «Європейська солідарність», партія, постійно наголошували на тому, що треба вкладати в вітчизняний якраз газовидобуток і тільки в такий спосіб робити нас, наш цей ринок незалежним** (М. Бондар, 08.07.2022, 13.32, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8021.html>).

Загалом мовні формули самоідентифікації є основними для пропаганди світоглядних позицій у руслі самопрезентації політика. Привернення уваги до особистої думки здійснюють шляхом активного використання особових займенників *я, ми, ми з вами* в поєднанні з прикметниковими чи дієслівними формами, вдаються до повторень таких поєднань задля поглиблення акцентуації на дії. Напр.: **Дорогі українці та українки, побратими та посестри, шановні іноземні гості! Рік – рік незламності, рік героїзму, рік початку повномасштабної війни. Я подумки повертаюся до того тривожного лютневого світанку. Я до деталей пригадую минулорічний день, коли ми з вами опинилися в нових реаліях. Я вдячний кожному з вас, хто був того дня і вже протягом року продовжує працювати тут, у цій пленарній залі, за те, що поруч, за те, що не втекли, за те, що ви не зради-ли і не сховалися. Як казав наш великий Тарас: «Ми не лукавили з тобою, ми просто йшли, у нас нема зерна**

неправди за собою» (Р. Стефанчук, 24.02.2023, 10.22, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8109.html>); **Ми беззастережно віримо в те, що всі злочинці, які вчиняють воєнні злочини на території України, включно з вищим політичним та військовим керівництвом, будуть притягнені до відповідальності. Ми з вами тут бачимо найжорсткіші воєнні злочини, які є у міжнародному праві і не лише. Ми бачимо злочини проти цивільного населення. Ми бачимо спеціальне нищення цивільної інфраструктури в Україні. Ми бачимо злочини сексуального насильства, примусову депортацію переміщення українських громадян включно з дітьми. Ми вважаємо, беззаперечно, що це рішення є перемогою України на дипломатичному фронті, пере-могою наших міжнародних партнерів** (М. Бардіна, 20.03.2023, 12.43, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8111.html>).

Найбільш активними для масового адресата є займенниково-дієслівні формули на зразок *я закликаю, я вважаю, я звертаюся, я сподіваюся, я не раджу, я вірю, я наполягаю, я переконаний*, які зорієнтовують на продовження процесу сприйняття чи на продукування мовлення відповідно до мотивації та потреби: **Тому я закликаю вас стати частиною консенсусу щодо підтримки нашої заявки та почати планувати приєднання України до НАТО вже зараз** (Р. Стефанчук, 27.03.2023, 18.49, <https://www.rada.gov.ua/news/Topnovyna/234743.html>); **Я переконаний, що Олександр Камишін, який до цього очолював Укрзалізницю, показав себе як ефективний керівник. І я сподіваюся, що на посаді в новому міністерстві, він зможе так само нормально організувати роботу цього міністерства, як до цього організував роботу в Українській залізниці. Тому я закликаю всіх підтримати пана Камишіна на посаду міністра стратегічних галузей промисловості** (Д. Кисилевський, 21.03.2023, 11.40, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8118.html>).

Основний сенс самопрезентаційної тактики – «я – чесний політик, який дбає про український народ» – закладено майже у всіх публічних виступах народних

обранців. Задля цього активно використовують словоформи дієслівного ряду, поєднані за моделлю «дієслово волевиявлення + основна дієслівна форма»: **Хочу** ще раз **запевнити** шановних колег народних депутатів, які доклали багато особистих зусиль для того, щоб ми як країна залучили якомога більше іноземних і міжнародних інституцій задля допомоги Україні в розслідуванні воєнних злочинів... **Хочу** ще раз **нагадати** і **запевнити**, що така співпраця може бути успішною, якщо будуть разом український парламент, українська правоохоронна система, українська судова система, українські військові та Верховний Головнокомандувач Збройних Сил України (А. Костін, 27.07.2022, с. 15, <https://www.rada.gov.ua/uploads/documents/74018.pdf>); **Хочу повернутися** до того, що нещодавно у Верховній Раді була створена спеціальна комісія, яка має співпрацювати в рамках досліджень положень міжнародного гуманітарного та міжнародного кримінального права (В. Арешонков, 27.07.2022, с. 16, <https://www.rada.gov.ua/uploads/documents/74018.pdf>). Як бачимо, запропоновані приклади тактики самопрезентації засвідчують основну мету продукування мовлення: привернути увагу аудиторії до мовної особистості промовця, ідентифікувати його на тлі інших, представити позицію, незалежну від думок інших представників політикуму. Окреслені вище мовні формули допомагають глибше пізнати цілі та методи діяльності багатьох політиків.

Підґрунтям для іншої тактики – само-вихваляння – слугує бажання політичного діяча презентувати себе якнайкраще, демонструючи власний талант, наявні вміння, позитивні риси характеру та достойну поведінку. Для реалізації цієї тактики політичні діячі використовують позитивно марковану лексику: прикметники *успішний, гідний, системний, сильний, надійний*; дієслова та дієслівні словосполучення *перемагати, знати, вважати, пишати, вести за собою, бути лідером, бути переконаним, мати досвід, мати кваліфікацію, мати знання* та ін. Обов'язковий «атрибут тактики само-вихваляння – наявність займенника я як

ознаки домінування особистісного стрижня» [1, с. 134], пор.: *Ми не маємо жодного політичного бекграунду, але ми маємо успішний досвід, ми маємо кваліфікацію і знання в інших сферах суспільного життя. Ми є успішними в житті, а політиками ми ще вчимося бути* (П. Халімон, 04.12.2019, 15.00, http://static.rada.gov.ua/zakon/new/par_sl/sl0412119.htm).

У процесі реалізації тактики само-вихваляння важливою є емоційність подання інформації, експресивність у вияві правдивості власної позиції. Задля цього нерідко використовують структури «питання-відповідь» чи ланцюги питальних структур. Кожне наступне питальне речення в таких висловленнях доповнює попереднє, розгортає логіку думок, употужнює сприймання інформації. А відповіді слугують відтворенням позиції політика, його спонтанною реакцією на висловлене. Водночас такий «питальний діалог» у монологічному викладі демонструє прагнення політика до прийняття правильних рішень, засвідчує його бажання і вміння робити щось краще, ніж інші, виявляти компетентність і професіоналізм в питанні, що обговорюється. Пор.: **Що відбувається зараз? Нічого. Створено було міністерство. Чи ефективно працювало це міністерство? Є штучний не конфлікт, а невідповідний розподіл обов'язків між міністерством і Укроборон-промом, хто за що відповідає. Безліч чиновників, але оборонпром і це міністерство і зброя не працюють, і зброя не виробляється. У чому причина? Так, ми можемо сказати, що зараз ми живемо в небезпечний час, оскільки нібито наші підприємства можуть постраждати від бомбардувань ворога-агресора. Справді можуть...** (М. Княжицький, 20.03.2023, 13.14, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8111.html>); **Про що ви говорите? Ви зверніть увагу на те, що сьогодні відбувається в Харківській області, в Харкові, в Дніпропетровській, в Донецькій, коли зараз обстріли, якими немов би зараз керує НАК «Нафтогаз», всі гроші абсолютно віддають нагору, в них не вистачає грошей на ремонти сьогодні. Як вони мають відновити постачання**

газу під обстрілами? З чим люди будуть входити в зиму? Про що ви взагалі, про яку калорійність говорите, теоретики та демагоги? Тому ці закони не мають поки ніякого смислу (О. Кучеренко, 08.07.2022, 13.36, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8021.html>).

У політичному мовленні Михайла Федорова – кандидата на посаду Віце-прем'єр-міністра України з інновацій, розвитку освіти, науки та технологій – Міністра цифрової трансформації України – спостерігаємо тактику демонстрації професійного успіху, коли політик звертає увагу аудиторії на здобутий ним на посаді Віце-прем'єр-міністра України – Міністра цифрової трансформації України політичний досвід, а також на особливості реалізації потужних напрацювань командою професіоналів Міністерства цифрової трансформації України. Пор.: За цей час, поки ми створили Мінцифру і завдяки вашій підтримці, **ми зробили певний технологічний прогрес**. Сьогодні вже тільки застосунком «Дія» користуються 19 мільйонів користувачів. У цьому році **ми напевно вже закінчимо цифровізацію найбільш популярних послуг**. Разом з вами **ми запустили один з найкращих податкових режимів в світі і правових для IT-компаній – це ДіяСіті... Ми розвиваємо цифрову освіту, вже більше півтора мільйона українців пройшли проект «Дія. Цифрова освіта», отримали сертифікати, отримали знання, інтегровані в нову економіку**.

Ми активно розвиваємо сферу телекомунікацій. Тільки в минулому році підключили, за півтора року, підключили 6 тисяч об'єктів соціальної інфраструктури, завдяки «інтернет-субвенції». Тобто всі цілі, які ми поставили перед Мінцифрою на 3 роки, ми їх активно виконуємо і в цьому році найголовніші проекти будемо вже успішно завершувати і трансформувати в нові цілі...

Є чотири напрямки, на яких **ми хочемо сфокусуватися. Перший, це трансформація менеджменту в освітній системі. Ми хочемо надати максимальну свободу освітнім менеджерам для того, щоб вони могли наймати на**

гідну оплату талановитих менеджерів, педагогів, які будуть навчати наших з вами дітей, максимальна свобода, деюрократизація, покращення умов, де навчаються діти.

Наступний напрямок дуже важливий, є напрямок цифровізації освіти. Найкращий наш досвід, який ми зробили в Дії, ми будемо переносити на сферу освіти і зробимо все, щоб батьки і діти отримали найкращий цифровий сервіс і подолаємо бюрократію в цьому напрямку.

Наступний важливий крок – це сфера інновацій і military-tech. Те, що зараз ми робимо в проекті «Армія дронів», як ми розвиваємо завдяки «старлінкам», БПЛА сферою інновацій, ми повинні масштабувати і це майбутнє нашої цифрової економіки. Тому через місяць ми вже запустимо military-кластер brain one, який буде займатися тим, що розвивати military – стартапи в нашій країні.

І останній напрямок – це **розробка стратегії, реалізація взагалі по всіх напрямках стратегії інновацій...** (М. Федоров, 21.03.2023, 10.48, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8118.html>). Виступ посадовця М. Федорова, безперечно, є фактологічним, чітко структурованим, засвідчує майстерність в окресленні справ і майстерність власно презентації як політика-професіонала. Основними мовними засобами в цій тактиці слугують позитивно марковані словосполучення з семантикою досягнення результату (**технологічний прогрес, один з найкращих податкових режимів, найголовніші проекти, найкращий наш досвід, найкращий цифровий сервіс, важливий крок, стратегії інновацій**, та ін.) особові займенники та дієслова з позитивною семантикою успіху, які демонструють значний унесок команди у справу розвитку важливих послуг та країни загалом (**ми зробили певний технологічний прогрес; у цьому році ми закінчимо цифровізацію найбільш популярних послуг; ми розвиваємо цифрову освіту; ми запустили один з найкращих податкових режимів у світі; ми активно розвиваємо сферу телекомунікацій; найголовніші проекти ми будемо вже успішно завершувати і трансфор-**

мувати в нові цілі; ми повинні масштабувати і под.).

Тактика **обіцянки** в стратегії самопрезентації мовної особистості – найбільш поширена, оскільки різноаспектними є види звернень до громадськості. У лінгвістичних працях дефініцією поняття «тактика обіцянок» слугує «добровільне зобов'язання зробити що-небудь», аби виконати обіцяне.

На мовному рівні цю тактику в українському політичному дискурсі найчастіше виражають морфологічними засобами (передусім форми теперішнього і майбутнього часу дієслів доконаного й недоконаного виду в поєднанні із займенниковими формами), які слугують репрезентантами психологічного механізму констатації фактів та ймовірного їх прогнозування, зокрема реалізації усвідомлених, важливих дій, задекларованих сучасними політиками як передбачення. Пор.: **Ми переможемо в цій війні. Робимо все для цього. Підтримуємо одне одного. Посилюємо державу. Об'єднуємо світ** заради нашої перемоги, яка складається насправді з дій усіх, хто бореться за Україну, хто воює за нашу державу й за своїх побратимів, хто робить усе, щоб не віддати ворогу ані нашу землю, ані українську славу (В. Зеленський, 14.03.2023, 23.37, <https://www.president.gov.ua/news/micnist-nashih-sil-oboroni-j-bezpeki-u-micnosti-nashogo-naro-81621>).

Аналіз обстеженого матеріалу дав змогу визначити, що прихованими мовними маркерами досліджуваної тактики на синтаксичному рівні нерідко слугують складно-підрядні речення з прислівними чи детермінативними підрядними частинами. Пор. відповідь президентці Європейського Парламенту пані Роберті Мецолі: **Я хочу повідомити вам, що парламент України, як і обіцяв, з честю проходить свій шлях по виконанню семи рекомендацій від Європейського Союзу... Парламент України зробить все необхідне, щоб ми з вами зустрілися під час повернення до нашого європейського дому** (Р. Стефанчук, 13.12.2022, 12.42, <https://www.rada.gov.ua/meeting/stenogr/show/8088.html>). У поданих висловленнях за допомогою підрядних речень вербалізовано прагнення, які фактично є

компресією смислу повідомлення, обіцянки політика чи групи політиків і мають мати успішний кінцевий результат.

Тактику обіцянки в публічних виступах зреалізують по-різному. До прикладу, мовленнєва здатність В. Зеленського – нинішнього Президента України – у передвиборчій промові виявилася в різноаспектному поєднанні одиниць лексико-синтаксичного рівня мови, зокрема у використанні повторів (**Україна, мрія, робота, оголошення, пишатись/поважати, де, те, це** та ін.), у ланцюговому розташуванні підрядних речень (означальних: **Україну, де стріляють лише салюти на весіллях та днях народження; Україну, де відкрити бізнес можна за годину**; займенниково-означальних: **те, у що я вірю; те, чому готовий служити** та ін.), активному розчленуванні синтаксичних побудов (парцеляція: **Де немає оголошень «Робота в Польщі»; Де в молоді сім'ї є один клопіт – обрати квартиру в місті чи замиський будинок** тощо), а також в активному використанні позитивно маркованих сполучень слів: **реальна заробітна плата, гідна пенсія, недоторкані Карпатські ліси, Україна реальної та здійсненої мрії** і под., із тим щоб актуалізувати стрижневі кванти думок, звернути на них особливу увагу слухача, який би повірив в обіцянки, сприйняв їх душею і зробив свій вибір на користь цього політика. Пор.: **Я розповім Вам про Україну своєї мрії. Україну, де стріляють лише салюти на весіллях та днях народження. Україну, де відкрити бізнес можна за годину, отримати закордонний паспорт – за 15 хвилин, а проголосувати на виборах – за одну секунду в Інтернеті. Де немає оголошень «Робота в Польщі». А в Польщі є оголошення «Робота в Україні». Де в молоді сім'ї є один клопіт – обрати квартиру в місті чи замиський будинок. Де лікарі та вчителі отримують реальну заробітну плату, а корупціонери – реальні строки. Де недоторканими є Карпатські ліси, а не депутати. Де бабуся отримує гідну пенсію, а не інфаркт від рахунку за комуналку. Де підставою призначення на посаду стають розум, освіта, талант і совість, а не те, що разом хрестили дітей. Де дороги є, а дурнів – немає. Це – Україна реальної та**

здійсненної *мрії*. *Україна* найближчого майбутнього. *Україна*, у яку повертаються. *Україна*, якою ми будемо *пишатись* та *цінувати*, а всі решта – *знати і поважати*. *Україна* – з якої не поїдуть наші діти. А тепер про *те*, як це зробити. *Те*, що я презентую – *це не просто моя програма. Це мої цінності. Це те*, у що я вірю і чому готовий служити (В. Зеленський, https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_Rik_diyalnosti_Prezydenta.pdf).

Схвально, що промова В. Зеленського вирізняється чіткою ціннісною ієрархією завдань, які потрібно розв'язати, тому майбутній політик використовує парцельовані структури, підрядні речення в ланцюговому розташуванні, а також багаторазові повтори, які, як слушно зауважують дослідники, «сприяють реалізації прагматичної мети коментування і виконують експресивну прагматистичну функцію, оскільки виражають почуття та роздуми мовця і не спонукають читача до аналізу поданої інформації» [9, с. 268]. До того ж, аналіз лексем, які позначають предмет обіцянок, уможливорює висновок про те, що в українському політичному дискурсі з однаковою частотністю вживаються лексичні одиниці конкретного (*заробітна плата, пенсія, будинок, квартира, рахунок за комуналку, корупціонери, депутати* та ін.) й абстрактного (*розум, освіта, талант, мрії, цінності* тощо) змісту. Спостереження за мовним матеріалом дає підстави стверджувати, що тактика обіцянки в українському політичному дискурсі є істотним засобом аргументації для досягнення конкретної мети.

Висновки і перспективи (Conclusions and future perspectives). Отже, обираючи конкретну комунікативну стратегію, український політик дотримується алгоритму її реалізації, з огляду на конкретну мету, якої хоче досягти. У центрі уваги перебуває вибір мовних та позамовних засобів, які будуть ефективними в процесі досягнення цілей.

Самопрезентація мовної особистості як комунікативно-психічний феномен має власну специфіку, що вирізняє її на тлі інших комунікативних стратегій. Змістовий компонент набуває різних варіантів залеж-

но від жанру автохарактеристики, комунікативних інтенцій автора, мотивації його поведінки, актуалізації асоціацій як засобів побудови вербальної мережі політиків, здатних до особливого продукування мовлення. Задля досягнення певної мети представники українського політикуму чітко аналізують можливі стилі спілкування та власну мовленнєву поведінкову здатність, обираючи ту чи ту мотиваційно зумовлену стратегію суспільного впливу й оптимальні для певної аудиторії мовні засоби.

Засобами актуалізації стратегії самопрезентації слугують різноманітні тактики: ототожнення, самовихваляння, демонстрації професійного успіху й обіцянки, застосування яких окреслене певними мовними засобами. Значну роль у цих тактиках відіграють пам'ять, сенсорні механізми, мотивація та цілеспрямованість у формуванні результативних висловлень. Природа процесу сприйняття мовлення, осмислення його реципієнтами залежить передусім від індивідуальних рис політика-комуніканта, його вміння переконувати й впливати на слухачську аудиторію, а також від ситуації спілкування.

З'ясовано, що тактику *ототожнення* найчастіше актуалізують уживанням форм «я вважаю», «я закликаю». Прерогативою тактики *самовихваляння* слугує використання комплексу позитивно маркованих лексичних одиниць, а неодмінним її атрибутом – наявність займенника «я» як ознаки домінування особистісного стрижня. Основними мовними інструментами в тактиці *демонстрації професійного успіху* є дієслова зі значенням результативності у поєднанні з особовими займенниками, та позитивно марковані іменні словосполучки з семантикою досягнення успіху. Тактику *обі-цянки* в українському політичному дискурсі на мовному рівні найчастіше виражають формами майбутнього часу дієслів доконаного і недоконаного виду, а також активним використанням лексичних одиниць конкретного й абстрактного значення.

Перспективу дослідження вбачаємо в потребі вивчення механізмів реалізації інших комунікативних стратегій у мовній діяльності відомих українських політиків,

окреслення прагмалінгвістичної специфіки висловлень у зіставленні й проєкції на аперцепційну базу адресата – сприймача

Список використаних джерел

1. Деренчук Н. В. Мовний портрет сучасного українського політика: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Луцьк, 2018. 228 с.
2. Лазаренко Н. І., Коломієць А. М., Паламарчук О. М. Комунікація в інтернет-просторі: психологічний аспект. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2018. Том 65. № 3. С. 249–261.
3. Киричок І. Самопрезентація майбутніх керівників загальноосвітніх навчальних закладів як психолого-педагогічна проблема. *Молодий вчений*. 2017. № 5. С. 369–374.
4. Кузьмич Н. Комунікативна стратегія самопрезентації і тактики її реалізації (за матеріалами телевізійних інтерв'ю). *Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови*. 2013. Вип. 21. С. 89–94.
5. Сердійчук Л. Автобіографія як спосіб самопрезентації мовної особистості. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2004. Вип. 16. С. 120–122.
6. Стрій Л. Ритуальні жанри українського політичного дискурсу: структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти: автореф. дис. ...канд. філол. наук: 10.02.01. Одеса, 2015. 20 с.
7. Папіш В. Самопрезентація демонстративної мовної особистості у драматичній поемі Лесі Українки «Одержима». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2014. Вип. 48. С. 99–102.
8. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2010. 312 с.
9. Zavalniuk I., Kholod I., Bohatko V., Pavlyuk O. Lexical-syntactical repetition in the system of stylistic figures: status, specification, functions. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. 2022. Vol. 12 (1). Special Issue (12/01-XXV). P. 268–274.
10. Charteris-Black J. Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. 274 p.

актуальної інформації, а також в аналізі гендерного аспекту дослідження мовної особистості.

11. Oktar L. The ideological organization of representational processes in the presentation of them and us. *Discourse & Society*, 12. 2001. S. 313–346.
12. Pavlushenko O., Mazai L., Koliadych Y., Pavlykivska N., Prokopchuk L., Poliarush N. The concept of the Family in the thinking of the young generation of Ukrainians. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. Vol. 11. Issue 1. Special Issue XVII. March, 2021. P. 125–128.
13. Schlenker B. Self-presentation. *Handbook of Self and Identity*. 2003. S. 492–518.
14. Tedeschi J. Identities, the phenomenal self, and laboratory research. *Impression management theory and social psychological research*. N.Y.: Academic Press. 1981. S. 3–22.
15. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis. A Cross-disciplinary Inquiry. *Pragmatics & Cognition*. Amsterdam, 2007. Vol. 15 (1). P. 203–225.

References

1. Derenchuk N. Linguistic portrait of a modern Ukrainian politician. Doctor's thesis. Lutsk, 2018. 228 p.
2. Lazarenko N., Kolomiets A., Palamarchuk O. Communication in the Internet space: psychological aspect. Information technologies and teaching aids. 2018. T.65. №3. P. 249–261
3. Kyrychok I. Self-presentation of future heads of general educational institutions as a psychological and pedagogical problem. *A young scientist*. 2017. №5. P. 369–374.
4. Kuzmych N. Communicative strategy of self-presentation and tactics of its implementation (based on the materials of television interviews). *Bulletin of Lviv University. Foreign languages series*. 2013. Issue 21. P. 89–94.
5. Serdiychuk L. Autobiography as a way of self-presentation of a linguistic personality. *Bulletin of Zhytomyr State University named after Ivan Franko*. 2004. Issue 16. P. 120–122.
6. Striy L. Ritual genres of Ukrainian political discourse: structural-semantic and

linguistic-pragmatic aspects. Extended abstracts of candidate's thesis. Odesa, 2015. 20 p.

7. Papish V. Self-presentation of a demonstrative language personality in Lesya Ukrainka's dramatic poem "Possessed". *Scientific notes of the National University "Ostroh Academy". Series: Philological*. 2014. Issue 48. P. 99–102.

8. Yashenkova O. Basics of the theory of language communication. Kyiv, publishing center "Akademiya", 2010. 312 p.

9. Zavalniuk I., Kholod I., Bohatko V., Pavlyuk O. Lexical-syntactical repetition in the system of stylistic figures: status, specification, functions. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*. 2022. Vol. 12 (1). Special Issue (12/01-XXV). P. 268–274.

10. Charteris-Black J. Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. 274 p.

11. Oktar L. The ideological organization of representational processes in the presentation of them and us. *Discourse & Society*, 12. 2001. S. 313–346.

12. Pavlushenko O., Mazai L., Koliadych Y., Pavlykivska N., Prokopchuk L., Poliarush N. The concept of the Family in the thinking of the young generation of Ukrainians. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. Vol. 11. Issue 1. Special Issue XVII. March, 2021. P. 125–128.

13. Schlenker B. Self-presentation. *Handbook of Self and Identity*. 2003. S. 492–518.

14. Tedeschi J. Identities, the phenomenal self, and laboratory research. *Impression management theory and social psychological research*. N.Y.: Academic Press. 1981. S. 3–22.

15. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis. A Cross-disciplinary Inquiry. *Pragmatics & Cognition*. Amsterdam, 2007. Vol. 15 (1). P. 203–225.

Анотація. У статті проаналізовано одну з мовленнєвих стратегій – стратегію самопрезентації, яку активно застосовують у сучасному українському політичному дискурсі. Установлено, що питання ролі політичного дискурсу, зокрема впливу мовної особистості українського політика на формування внутрішнього і зовнішнього політичного іміджу країни, набуває сьогодні особливої актуальності з огляду на умови багатонаціональної й полімовної ситуації, яка склалася в Україні, з одного боку, й повномасштабного вторгнення російської федерації на нашу землю, з іншого боку. У таких умовах змінюються механізми самопредставлення, тактики реалізації мовного впливу представників влади на громадян держави, що й потребує вивчення.

У науковій розвідці з'ясовано роль самопрезентації у формуванні мовної особистості українського політика, проаналізовано основні механізми цієї комунікативної стратегії і прагмалінгвістичну специфіку її реалізації в умовах сьогодення.

Акцентовано на взаємозалежності, узаємодіюванні змістового наповнення комунікативної стратегії самопрезентації мовної особистості й широкого спектру методик комунікації та комунікативних інтенцій самопрезентантів.

Установлено, що засобами актуалізації стратегії самопрезентації слугують тактики ототожнення, самовихваляння, демонстрації професійного успіху й обіцянки, застосування яких окреслене певними мовними засобами. З'ясовано специфіку згаданих тактик і представлено опис лексико-граматичних засобів, які є важливими у формуванні стратегії самопрезентації мовної особистості, оскільки істотно увиразнюють не лише комунікативно-ситуативні ознаки мовлення окремих політиків, а й авторські дискурси політичних діячів у межах різних тактик. Перспективу дослідження вбачаємо у вивченні механізмів реалізації інших комунікативних стратегій у мовній діяльності відомих українських політиків, окресленні прагмалінгвістичної специфіки їхніх висловлень, ураховуючи інтенції адресанта й особливості сприймання інформації адресатом.

Ключові слова: акт самовираження, тактики самопрезентації, комунікативна інтенція, мовна особистість, прагмалінгвістична специфіка, політичний дискурс.