

УДК 811.161.2'272

Г. В. Ситар
М. О. Рогова

МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОГРАМИ КАНДИДАТА У ПРЕЗИДЕНТИ УКРАЇНИ С. ТІГІПКА (НА МАТЕРІАЛІ ВИБОРІВ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ 2010 РОКУ)

У статті досліджено мовні особливості програми кандидата у Президенти України С. Тігіпка. Виявлено комунікативні ролі політичного діяча і проаналізовано мовні засоби, що їх репрезентують. Схарактеризовано політичний слоган передвиборчої кампанії С. Тігіпка.

Ключові слова: *гасло, кандидат у президенти, комунікативна роль, комунікативний імідж, маніпулятивна стратегія, мовленнєвий вплив, передвиборча кампанія, політична програма.*

DOI 10.34079/2226-3055-2019-12-21-182-186

Постановка проблеми. Сьогодні політична лінгвістика належить до важливих галузей прикладної лінгвістики, у центрі якої перебуває мова як один із найпотужніших інструментів впливу на світогляд сучасних виборців. Політична (передвиборча) програма – один з основних жанрів політичних текстів. У ХХІ столітті в науковій літературі все частіше можна зустріти поняття «комунікативний імідж політика». Один із виявів комунікативного іміджу втілено в політичних програмах.

Актуальність дослідження. Вивчення лінгвістичних особливостей політичних програм актуальне передусім тому, що дозволяє встановити комунікативні стратегії, втілені у відповідних політичних текстах, та ефективні мовні засоби впливу на електорат.

Мета дослідження – визначити мовні особливості програми кандидата у Президенти України С. Тігіпка (на матеріалі виборів Президента України 2010 р.). Поставлена мета дослідження передбачає вирішення таких **завдань**: 1) розкрити поняття політичної програми; 2) виділити комунікативні ролі кандидата; 3) схарактеризувати мовні засоби їх вираження; 4) проаналізувати слоган політичної програми С. Тігіпка.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням політичного маніпулятивного дискурсу займалися В. Красних, Дж. Ліч, О. Михальова, О. Шейгал та інші вчені. Серед українських досліджень, присвячених різним аспектам політичному дискурсу, варто відзначити праці М. Бабака, Ф. Бацевича, А. Башук, Я. Бондаренко, В. Демецької, О. Зернецької, К. Кантура, Н. Кондратенко, Н. Петлюченко, Г. Почепцова. Проте на сьогодні не достатньо вивченими залишаються закономірності мовленнєвого наповнення політичних програм українських політиків, потребує уточнення типологія мовних засобів впливу на адресата, реалізованих на матеріалі української мови.

Виклад основного матеріалу. Жодна процедура виборів неможлива без передвиборчої кампанії, у межах якої кандидат позиціює себе як гідну політичну силу й закликає електорат голосувати саме за нього.

За М. Вороновим, передвиборна програма – «офіційно зареєстрований письмовий документ політичної партії, виборчого блоку партій, що висунули список кандидатів

у депутати чи на виборну посаду, або окремих кандидатів, який містить основні напрями їх громадсько-політичної діяльності після обрання» [5, с. 483].

Б. Констан вважає партійну програму основоположним елементом у структурі партії, без якого не можна уявити її діяльність (за [1, с. 104]). М. Дюверже акцентує на підпорядкуванні політичної програми структурі й організації партії, оскільки програма служить лише засобом впливу на виборців [1, с. 105].

Н. Кондратенко цілком умотивовано наголошує на винятковій ролі слогану в політичній програмі: «Політична програма кандидата передбачає підготовку та створення низки текстів, де її можна репрезентувати. Насамперед – це рекламний слоган, який повинен стисло та афористично передавати основну ідею програми політика» [2, с. 55].

І. Морозова пропонує таке визначення слогана: «коротке самостійне рекламне повідомлення, що може існувати ізольовано від інших рекламних продуктів та становить згорнутий зміст рекламної кампанії» [3, с. 7].

У політичній програмі 2010 року С. Л. Тігіпка використано яскравий слоган *Сильний президент – сильна країна*, у якому сконцентовано основну ідею кампанії. Слоган побудовано як безсполучникову конструкцію з умовними відношеннями, створену за допомогою повтору позитивно оцінного прикметника *сильний*. Функція слогану – представити політика, підкреслити його основну рису, що позиціюється як перевага у порівнянні з іншими кандидатами. Крім цього, слоган перегукується з назвою партії «Сильна Україна», висуванцем якої є С. Тігіпка.

У праці О. Чорної виділено 16 комунікативних ролей політичного лідера [6], що можуть бути реалізовані у програмі певного політика. У програмі С. Тігіпка можна виділити кілька комунікативних ролей, але найбільш виразною, за нашими спостереженнями, є комунікативна роль «Компетентний керівник».

Передвиборча програма починається з основних біографічних відомостей: прізвище, ім'я, по батькові, рік народження, освіта, місце проживання й посади, які обіймав кандидат раніше.

У вступі виділено центральні проблеми, які потребують першочергового вирішення політиком, якщо він стане президентом: *«Я вважаю, що Україну до успіху може привести новий довгостроковий курс країни, який базується на трьох важливих складових. Це: конкурентоспроможна економіка, сильна держава, розвинена демократія»*. Отже, на структурному рівні політична програма має тезову (блокову) форму репрезентації. Слід зазначити, що кожен із трьох основних блоків містить тематичні абзаци із заголовками.

Реалізаторами зазначеної комунікативної ролі виступають:

1) «Я-висловлювання», що містять позитивну самопрезентацію діяльності / компетентності політика: *я думаю; я йду; я вважаю (4 рази); я вірю (3 рази); я за (6 разів); я бачу; я не допущу; я збираюсь (5 разів); я доб'юся; я виступаю; я підтримуватиму; я збираюся створити; я маю намір (4 рази); я створю; я ініціюватиму; я почну; я повернуся; я виступаю (2 рази); я поверну (2 рази); я зроблю (3 рази); я радикально покращу; я досягну;*

2) дієслова зі значенням результативності, ефективності: *піднімемо економіку; піднімемо країну;*

3) дієслова доконаного виду на позначення майбутніх дій (аналітична форма майбутнього часу): *у ній буде зафіксована роль Президентства; будуть відмінені політичні квоти; буде введено заборону на політичну діяльність; їм буде передана більша частина владних повноважень;*

4) апелювання до базових потреб людини (життя, здоров'я, безпека, мир і под.) з відповідним лексичним наповненням: *Я за впровадження обов'язкового медичного страхування. За розвиток сімейної медицини та державної системи профілактики захворювань; побудову сильної контрактної армії; я негайно розпочну розробку нової воєнної доктрини, виходячи з загроз і реалій сучасного світу. Нам потрібна мобільна професійна армія, з ефективною системою підготовки солдат і офіцерів резерву; оберігати спокій простих людей буде сильна професійна армія;*

5) стратегія апелювання до сімейних цінностей: *покращення умов для материнства і дитинства; діти – наше майбутнє; я радикально покращу умови для материнства і дитинства. Демографічна політика держави повинна підпорядковуватись інтересам конкретної сім'ї. Українці більше народжуватимуть дітей; наші діти та онуки житимуть у новій Україні;*

6) нагромадження проблем, що є запланованими майбутніми змінами (тобто констатація проблем і запевнення виборців у тому, що завдяки цьому політичному діячу вони будуть вирішені): *я думаю ... про країну, в якій зупинені зростання безробіття та падіння рівня життя людей; про державу, де немає боротьби за повноваження між гілками влади, яка призводить до паралічу державної системи; про економіку, яка звільнилась від пут непорідних податків, бюрократії та корупції; безвідповідальність державної влади, відсутність професіоналізму; стабільну національну валюту без стрибків та потрясінь; зниження рівня безробіття; подолання кризи; Україна не може ефективно розвиватися за нинішнього дефіциту транспортних магістралей; вдосконалити систему загального тестування;*

7) стратегія ми-інклюзивного, єднання з народом: *ми повинні залишити багату країну своїм дітям та онукам; наші діти та онуки житимуть у новій Україні; наші суперечності відійдуть у минуле; у нас занадто багато справ, які ми зможемо зробити тільки спільно; ми всі – українці; нам потрібна мобільна професійна армія.*

Характерними особливостями аналізованого політичного тексту є повтори та метафори. На початку передвиборчої програми привертає увагу нанизування однотипних конструкцій: *Я думаю про майбутнє України. Про країну... Про державу... Про економіку... Про майбутнє...* Ці основні положення, власне, є стислим переказом наступних 5 сторінок. Наприкінці програми також ужито повтор, здійснено акцентування уваги на словосполученні *нова Україна*, що втілює ідею позитивних змін: *...житимуть у новій Україні... У новій Україні буде...*

З метою посилити емоційність політичної програми до тексту введено низку метафор: *про державу, де немає боротьби за повноваження між гілками влади, яка призводить до паралічу державної системи* (метафора хвороби); *про економіку, яка звільнилась від пут непомірних податків* (метафора боротьби); *вжити термінові заходи для оздоровлення економіки країни* (метафора хвороби); *оживити банківську систему та кредитний ринок* (метафора життя / смерті) та ін.

З-поміж синтаксичних засобів у програмі варто відзначити градацію: *Що нам заважає? Безвідповідальність державної влади, відсутність професіоналізму та політичної волі; сільським жителям необхідні всі базові елементи сучасної інфраструктури: газ, світло, водопостачання, дороги, телефон та Інтернет – на рівні, доступному мешканцям міст.*

Для окреслення найгостріших проблем використано риторичне запитання «Що нам заважає?» з метою активізації уваги електорату.

Після викладу основних положень як підсумок вжито окличне речення **УКРАЇНА БУДЕ СИЛЬНОЮ!**, що має допомогти виборцю зробити такий висновок: держава стане

сильною тільки тоді, коли на пост президента України прийде С. Тігіпка. Цей прийом є також своєрідною маніпуляцією.

Останній абзац програми має особливе навантаження, оскільки він вирізняється з-поміж інших нагромадженням кількох маніпулятивних стратегій, активізацією засобів вербалізації одночасно кількох комунікативних ролей – «Відповідальний», «Лідер-що-єднає» і «Віруючий». Для першої комунікативної ролі властиві комісиви, які визначають високий рівень власної відповідальності перед слухачем: *і перед усім українським народом клянусь; я доб'юся ухвалення пакету законів; я зроблю...* Для другої – часте вживання назви країни (офіційна назва країни *Україна* зустрічається в програмі 25 разів). Третя комунікативна роль характеризується використанням релігійної лексики: *у це я свято вірю; незалежно від національності та віросповідання; свободи віросповідання.*

Висновки. Отже, політична програма містить різнотипні засоби впливу на виборця: образні звороти, оцінну лексику. З метою навіювання власних поглядів електорату і здобуття влади у проаналізованій програмі використано маніпулятивні стратегії. Кандидату створено образ «ідеального політика», який є узагальненням тих рис, які допоможуть здобути симпатію виборців. Досліджувана модель програми є досить вдалою, оскільки використано кілька взаємопов'язаних стратегій і комунікативних ролей («Компетентний керівник», «Відповідальний», «Лідер-що-єднає» та «Віруючий»).

Домінуюча комунікативна роль С. Тігіпка «Компетентний керівник» репрезентує кандидата як гідного очільника держави, координатора всіх політичних процесів, наголошує на його професійності, рішучості, відповідальності. Передвиборча програма С. Тігіпка апелює як до розуму громадян України, так і до емоцій. Саме до останніх звернуто образні звороти, використані в тексті політичної програми.

Перспективою подальших досліджень є простеження мовних особливостей політичних програм інших відомих українських політиків, а також зіставлення реалізованих комунікативних ролей і мовних засобів, використаних для їх оформлення.

Список використаної літератури

1. Дюверже М. Политические партии / М. Дюверже. – Москва : Академический Проект, 2002. – 560 с. ; Dyuverzhe M. Politicheskie partii / M. Dyuverzhe. – Moskva : Akademicheskii Proekt, 2002. – 560 s.
2. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс : Текстуалізація реальності / Н. В. Кондратенко. – Одеса : Чорномор'я, 2007. – 156 с. ; Kondratenko N. V. Ukrainskyi politychnyi dyskurs : Tekstualizatsiia realnosti / N. V. Kondratenko. – Odesa : Chornomoria, 2007. – 156 s.
3. Морозова И. Слагая слоганы / И. Морозова. – Москва : РИП-Холдинг, 2007. – 174 с. ; Morozova I. Slagaya slogany / I. Morozova. – Moskva : RIP-Kholding, 2007. – 174 s.
4. Передвиборна програма кандидата на пост Президента України Сергія Леонідовича Тігіпка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cvk.gov.ua/pls/vp2010/WP0011.html> ; Peredvyborna prohrama kandydata na post Prezydenta Ukrainy Serhiia Leonidovycha Tihipka [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://cvk.gov.ua/pls/vp2010/WP0011.html>
5. Політологічний енциклопедичний словник / за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Київ : Генеза, 2004. – 736 с. ; Politolohichnyi entsyklopedychnyi slovnyk / za red. Yu. S. Shemshuchenka, V. D. Babkina, V. P. Horbatenka. – 2-he vyd., dop. i pererob. – Kyiv : Heneza, 2004. – 736 s.

6. Чорна О. О. Комунікативний імідж президента : моногр. / О. О. Чорна. – Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. – 300 с. ; Chorna O. O. Komunikatyvnyi imidzh prezidenta : monohr. / O. O. Chorna. – Kyiv : Vydavnychiy dim Dmytra Buraho, 2017. – 300 s.

Стаття надійшла до редакції 29.10.2019.

H. Sytar

M. Rohova

**LANGUAGE FEATURES OF PROGRAM BY S. TIHIPKO,
CANDIDATE FOR PRESIDENT OF UKRAINE
(BASED ON 2010 PRESIDENTIAL ELECTION OF UKRAINE INFORMATION)**

The article investigates linguistic features in program of presidential candidate S. Tihipko. Communicative roles of a political figure, implemented in program, identified and analyzed; language, representing these roles, is emphasized.

The purpose of the article is to define the language features of program by S. Tihipko, candidate for President of Ukraine (based on 2010 presidential election of Ukraine information).

It found that the image of a politician is an integral part in modern politics, and the so-called communicative image is a special consideration. One of his manifestations is the communicative role. Namely, the ability of a politician «to play» (to explain, to describe, to convey an idea, to idealize himself) in public. Because of that the phenomenon of communicative image is not well researched, there is not consensus on the definition of communicative role. In our survey we use O. Chorna's classification, which distinguishes 16 communicative roles of a political leader, each of them has its own verbalizers and is characterized by a number of manipulative strategies.

It was revealed, that features in program of 2010 presidential candidate S. Tihipko, the communicative role of «Competent Leader» is dominating. Vivid objectivators are: «I am the statements», perfect verbs to indicate future actions (analytical form of the future tense), verbs with the meaning of effectiveness, efficiency.

The main image-creating communicative strategies are: appealing to basic needs (life, health, safety, peace); appealing to family values; accumulation of problems that implies future changes; a strategy of inclusive, unity with the people. Among figurative appeals, metaphors attract attention.

Distinctive of the candidate's election program was the use of several interconnected communicative roles (Competent Leader, Responsible, Unity Leader and Believer).

The political tagline of S. Tihipko is analyzed, on which the main idea of his election campaign is concentrated.

Dominant communicative role of S. Tihipko «Competent Leader» represents the candidate as a worthy head of state, coordinator of all political processes, emphasizes his professionalism, determination, responsibility. S. Tihipko's election program appeals to both the minds of Ukrainian citizens and emotions. Exactly, the latter are drawn to the figurative references used in the text of the political agenda.

The prospect of further research is to trace the linguistic features of the political programs of other well-known Ukrainian politicians, as well as to compare the communicative roles played and the linguistic means used to design them.

Key words: *tagline, presidential candidate, communicative role, communicative image, manipulative strategy, speech influence, election campaign, political program.*