

Алла Башук, к. філол. н., докторант

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ВІЙСЬКОВО-ПАТРІОТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ FACEBOOK-СТОРІНКИ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ПЕТРА ПОРОШЕНКА)

Alla Bashuk, PhD in Philology, ScD candidate

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

SPECIFICS OF REALIZATION THE MILITARY-PATRIOTIC DISCOURSE (BASED ON THE FACEBOOK PAGE OF THE PRESIDENT OF UKRAINE PETRO POROSHENKO)

The purpose of the article is disclosure of the specifics of realization the military-patriotic discourse in the presidential Facebook communications. The most popular categories of content of the official public page of the President of Ukraine Petro Poroshenko for the period from 13.10.2014 to 13.10.2015 are determined, which are based on the military-patriotic discourse. A separate group of content is identified, which is defined by the main concepts of «War» (ATO), «Armed Forces of Ukraine» and «Ukraine» in the aspect of forming a new state policy, which is actualized on the background of Russian aggression. The main communicative techniques of realization the military-patriotic discourse are revealed, namely: 1) the declaration of unity; 2) formation of the Ukrainian militaristic myth; 3) demonstration of competence of the Supreme Commander; 4) implication of national symbols, connection with the country; 5) calls for peace («Magic Words»).

Keywords: military-patriotic discourse, presidential communications, Facebook content, communicative techniques.

Вступ. Дискурс – міждисциплінарне і навіть популярне наразі поняття, яке потрапляє у поле зору фахівців різних наукових галузей. Окреслимо ті підходи, які важливі для вирішення наукової проблеми нашого дослідження. Теоретико-концептуальні узагальнення дискурсивних практик влади представлені у роботах філософів, соціологів, лінгвістів – М. Фуко, П. Бурд'є, Н. Лумана, Т. ван Дейка. Спроби інституціоналізувати дискурсологію як нову суспільствознавчу дисципліну належать представникам екатеринбурзької школи політичних наук (О.Ф. Русакова, О.Г. Дьякова, О.Є. Спасский та ін.), які також вводять у науковий обіг поняття PR-дискурсу¹.

Лінгвістичні аспекти дискурсивного підходу у межах комунікативних досліджень розкриваються у роботах українських і зарубіжних вчених – Т. ван Дейка, Ф.С. Бацевича, К.С. Серажим, А.В. Голоднова та ін..

Дискурс-аналіз як методологію дослідження соціальної реальності представляють Н. Філіпс і С. Харді. Важливим є зауваження П. Серіо про французьку школу аналізу дискурсу, яка розвивалася у контексті подій травня 1968 р. і «була майже цілком спрямована на політичні тексти», тому вираз «аналіз політичного дискурсу» є певною мірою надмірним: оскільки дискурсність визначається всередині ідеології, всякий дискурс, взятий за предмет аналізу, має по суті своїй входити у сферу політики»².

¹ Русакова, О.Ф., Русаков, В.М. (2008). *PR-дискурс: Теоретико-методологический анализ*. Екатеринбург: УрО РАН, Институт международных связей.

² Серіо, П. (1999). *Как читают тексты во Франции. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса*. Москва: Прогресс, 12-53.

Політичний дискурс, або як варіант – радянський тоталітарний, є популярним об'єктом дослідження на пострадянському просторі, що представлено у роботах В.М. Бріцина, Н.О. Купіної, Л.Т. Масенко, О.Л. Михальнової, К.С. Серажим, О.І. Шейгал, Н.П. Шумарової, Г.М. Яворської та ін. Розглядаючи політичний дискурс у максимально широкому розумінні, О.І. Шейгал підкреслює прозорість меж дискурсу, коли відбувається накладання характеристик різних видів¹, а кримська дослідниця М.О. Новікова пропонує розрізнити патріотичний і глобалістський дискурси, а також регіональний, що посідає між ними проміжну позицію і інакше осмислює «державність» та «інституціональність»².

Мета дослідження – розкрити особливості реалізації військово-патріотичного дискурсу у президентських Facebook-комунікаціях, що передбачає розв'язання таких завдань: 1) проаналізувати контентну стратегію офіційної публічної сторінки президента України Петра Порошенка; 2) визначити найпопулярніші категорії контенту; 3) виявити головні комунікативні техніки реалізації військово-патріотичного дискурсу.

Методи дослідження. Робота ґрунтується на загальнонауковому системному підході до владних PR-комунікацій. Спеціалістське дослідження контент-аналізу і глибинного дискурс-аналізу дозволяють виявити не тільки Що? опубліковано на президентській Facebook-сторінці – які теми і питання, але й Як? – форма подачі матеріалу і відповідні комунікативні техніки.

Виклад основного матеріалу. Проаналізувавши контентну стратегію офіційної публічної сторінки Facebook президента України Петра Порошенка в аспекті залученості користувачів, тобто які дописи отримали найбільшу кількість лайків, репостів і коментарів (усього виділено 300 дописів), ми визначили найпопулярніші категорії контенту – вітання, актуальні проблеми суспільства, міжнародні заходи, засудження тероризму (у порядку зменшення кількості реакцій). Усі визначені категорії певним чином апелюють до військово-патріотичного дискурсу. Окрема категорія дописів, на якій ми зупиняємося у межах цього дослідження, становить смислове ядро військово-патріотичного дискурсу і визначається основними концептами «війна» («АТО»), «Збройні Сили України» і «Україна» (національні символи, топоніми) в контексті формування нової державної політики, що актуалізується на фоні російської агресії. Аналіз проводився станом на 19.10.2015 р.. Аналітика обраної сторінки включає період з 13.10.2014 р. до 13.10.2015 р., що характеризується стрімкою динамікою зміни рейтингу президента, вперше від часів Л. Кравчука на тлі зовнішньої загрози обраного у першому турі абсолютною більшістю голосів.

Наявність зовнішнього ворога завжди сприяє об'єднанню громадян усередині країни. Протягом аналізованого періоду АТО у президентських Facebook-комунікаціях ототожнюється із «Вітчизняною війною» (допис за типом відео від 31.12.2014, 8353 лайки, 519 коментарів, 1039 репости)³, яка призвела до окупації Російською Федерацією Криму, частини Донецької і Луганської областей, відповідно активізувала військово-патріотичний дискурс, якій знайшов відгук в аудиторії. Він реалізується за допомогою наступних комунікативних технік:

- 1) декларація єдності;
- 2) формування українського мілітарного міфу;
- 3) демонстрація компетентності Верховного Головнокомандувача Збройних Сил України (президента);
- 4) залучення національних символів, зв'язку з країною;
- 5) заклики до миру («магія слів»).

Декларація єдності виявляється у а) дописах, присвячених Криму (хештег #КримЦеУкраїна) – їх усього три, але два з них – лідери за кількістю реакцій. Абсолютним лідером за популярністю з найбільшою кількістю лайків та репостів та 2-ю позицією за кількістю коментарів є допис за типом фото (краєвид Криму, що поєднує гори і море) з текстом підводки українською і кримськотатарською мовами: «Друзі, прошу підтримати та максимально поширити. Крим – це Україна! Тут наші люди і наші серця! Достлар, риджа этем ярдым костерынъыз ве баишъларгъа бильдырынъыз. Къырым – Украинадыр. Анда бизим халкъымыз, бизим юреклеримыз!» (20.03.2015,

¹ Шейгал, О.І. (2004). *Семиотика политического дискурса*. Москва: Гнозис, 24.

² Новікова, М.А. (2006). *Малая родина, Великая родина (концепты при переводе текстов патриотического дискурса)*. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского*, 2, 51.

³ У дужках зазначена дата допису і кількість усіх реакцій – при цьому курсивом виділяємо ті, які не входять у кількісний діапазон топ-100.

35302 лайки, 1524 коментарів, 26182 репости); б) дописах, присвячених актуальній проблемі унітарності країни в умовах окупації частини території (хештег #УкраїнаЄдина #UnitedForUkraine): наприклад, допис за типом фото, на якому крупним планом зображено обличчя П. Порошенка і його цитата: «100% українців зараз за єдину, унітарну країну. Ніякої федералізації не буде!» (29.11.2014, 5103 лайки, 353 коментарів, 305 репости); в) дописах, які передають світову підтримку України, наприклад – текст-підводка до відповідного фото: «Мер Праги вивісив український прапор над мерією. Дякую чехам та всьому цивілізованому світу за підтримку України!» (15.11.2014, 8064 лайки, 200 коментарів, 1150 репости).

Формування українського мілітарного міфу виявляється насамперед у а) дописах про нові державні свята. Г.Г. Почепцов підкреслює, що саме міфологічні повідомлення є базовими для роботи у сфері публік рилейшнз, оскільки діють на рівні, котрий слабо може спростовуватися масовою свідомістю; з іншого боку, це ніби повтор повідомлення, яке вже закодовано у глибинах пам'яті, відповідно не потребує додаткової інформаційної обробки¹. М. Еліаде, аналізуючи давні обряди, зазначає, що міфи «святкуються», тобто актуалізуються². Це справедливо й щодо сучасних міфів.

Державні свята поєднують минуле і теперішнє, підкреслюючи спадкоємність поколінь, подвиг предків, містять сакральний (релігійний) компонент. Насамперед йдеться про День захисника вітчизни, який перенесено на 14 жовтня, – дату, що має вагоме символічне навантаження: це і православне свято Покрови Пресвятої Богородиці, й селянське свято закінчення сезонних робіт, а головне – дата з історичним контекстом: це і офіційний День українського козацтва (із 1999 р.), і річниця створення Української повстанської армії (УПА) у 1942 р. (святкується з 2005 р.), що підкреслює неперервність національної військової традиції. Тобто ця дата важлива для націотворчих процесів в Україні. Продовжуючи традиції, президент України Петро Порошенко своїм Указом від 14 жовтня 2014 р. встановив 14 жовтня Днем захисника України, про що інформує допис за типом фото, на якому папка із надписом Указ Президента України, з текстом підводки «Скасував 23 лютого та установив на 14 жовтня, свято УПА та українських козаків – День захисника України <посилання на Указ, нині неактивне – А.Б.> Слава Україні!» (14.10.2014, 6748 лайки, 367 коментарів, 1569 репости). Зауважимо, що перенесення дати державного свята, згідно з Указом Президента України №806/2014 «Про День захисника України», відбувається «з метою вшанування мужності та героїзму захисників незалежності і територіальної цілісності України, військових традицій і звитяг Українського народу, сприяння дальшому зміцненню патріотичного духу у суспільстві та на підтримку ініціативи громадськості»³.

Загалом цій даті присвячено чотири дописи. Найпопулярнішим за кількістю усіх реакцій є допис за типом відео «День захисника Вітчизни – 14 жовтня, а не 23 лютого», що представляє звернення П. Порошенка, оприлюднений напередодні річниці нового державного свята (21.02.2015, 13066 лайки, 920 коментарів, 2474 репости). Він займає 12-у позицію у топ-100 найбільш вподобаних і поширюваних дописів і 10-у позицію у топ-100 найбільш обговорюваних дописів. У зверненні до громадян, яке дублюється у тексті підводки, президент обґрунтовує своє рішення, розкриваючи символізм нової дати. Значна кількість коментарів свідчить про неоднозначність сприйняття рішення громадськістю.

Цікавим з точки зору PR-технологій є допис, що формує відповідний емоційний стан аудиторії за допомогою зворушливої фотодобірки (4 фото) із домовиком у синьо-жовтому вбранні, якого передали П. Порошенку захисники Донецького аеропорту т.зв. «кіборги». На фото цю сувенірну іграшку передає президенту України його радник і волонтер Юрій Бірюков, на інших – домовик з кіборгами у напівзруйнованому аеропорту та у кабінеті президента. Допис опубліковано на свято Покрови Пресвятої Богородиці 14 жовтня 2014 р., коли продовжувалися довготривалі бої за Донецький аеропорт, із текстом підводки: «Приймаю цей подарунок від Кіборгів, захисників Донецького аеропорту, як естафету життя. Повертайтеся живими!» (8405 лайки, 208 коментарів, 472 репости). Символічність подарунку полягає у тому, що домовик у народній міфології захищає і оберігає оселю та її мешканців. Підкреслимо, що поняття «кіборг», яке

¹ Почепцов, Г.Г. (2001). *Теория коммуникации*. Москва, Киев: Рефл-бук, Ваклер, 351.

² Еліаде, М. (1995). *Аспекти мифа*. Москва: Инвест-ППП, 24.

³ Указ про День захисника України 2014 (Президент України). *Офіційне інтернет-представництво Президента України*. <<http://www.president.gov.ua/documents/8062014-17816>> (2018, березень, 14).

з'явилося в інформаційному просторі на позначення військовослужбовців української армії, що брали участь у боях, обороняючи Донецький аеропорт 242 дні, міфологізує можливості воїнів: представляє їх як надприродні, порівнюючи воїнів із гібридом людини і машини. Незважаючи на те, що цей допис не представлено серед топ-100 найбільш обговорюваних, він має достатню кількість коментарів, які передають лише позитивні емоції.

Відповідно до цієї групи контенту відносимо б) дописи, що апелюють до нових героїв України. Це як учасники теперішніх бойових дій на сході України (кіборги, військові, Надія Савченко), так і історичні персонажі, які свого часу використовували у радянській міфології про «ворогів народу», про зло націоналізму і добро інтернаціоналізму (наприклад, допис щодо примирення воїнів радянської армії та УПА від 09.05.2015). Український політолог П. Демчук підкреслює, що більшовицька влада ввела в ранг державної політики боротьбу проти українського буржуазного націоналізму в особі Степана Бандери, бандерівців та ОУН–УПА¹. Міф структурує і спрощує ускладнений різноманітний світ, пропонуючи готові відповіді на складні питання, поєднуючи правду і неправду та готові висновки, які не піддаються сумніву у масовій свідомості. Як зазначає Г.Г. Почепцов, «міф ніби зупиняє час, не дозволяючи інші інтерпретації світу, він фіксує єдино можливий погляд на світ»², що пояснює довготривале функціонування міфу у масовій свідомості. Формування нової суспільної свідомості та нових міфів не можливе без руйнування старих, але структура міфу незмінна. Відомий історик Г.В. Касьянов звертає увагу, що репрезентації діячів націоналістичного руху, де головним претендентом виступив Степан Бандера, хоча його культ тривалий час обмежувався переважно Західною Україною, передовсім Галичиною, є радикальною альтернативою образу Леніна³. Він підсумовує: «Іншими словами, Бандера був «Леніним»⁴ націоналістичного дискурсу», який поєднався із національним дискурсом.

Цікавою є історія президентського допису, що стосується мему «Цинічний Бандера». Його появі сприяла обмовка П. Порошенка під час виступу на урочистостях із нагоди 23-ї річниці створення СБУ (25.03.2015), коли замість «цинічні бандити» прозвучала фраза «цинічні бандери», яка швидко у мережевому суспільстві стала мемом і викликала неоднозначні коментарі – від обурливих і критичних до нейтральних, іронічних і примирливих⁵. За кілька днів на президентській Facebook-сторінці з'явився допис за типом фото (фотодобірка) із текстом підводки, написаним особисто П. Порошенком: «ПП: #ЦинічнийБандера:) (значок «смайлик» – А.Б.) Доки ми вміємо жартувати над собою – ми непереможні!» (30.03.2015, 7998 лайки, 598 коментарів, 1296 репости). Він став досить популярним: представлений у топ-100 усіх реакцій, входить у топ-25 найбільш коментованих і поширюваних дописів. Загалом Facebook-аудиторія позитивно оцінила подібний вихід із ситуації з обмовкою, називаючи, зокрема, «найкращим вибаченням».

Демонстрація компетентності Верховного Головнокомандувача Збройних Сил України виявляється у а) дописах, що демонструють реформу / міць Збройних сил України, ототожнюючи здобутки військової сфери із діяльністю президента як Верховного Головнокомандувача. Зауважимо, що остання прес-конференція П. Порошенка (28.02.2018) довела, що тема успіху військової реформи буде активно висвітлюватися його командою протягом майбутньої президентської кампанії, а «війна Росії проти України» прогнозовано залишається ключовим викликом 2018 р.⁶

Дописи означеного періоду відповідають новинному порядку денному Адміністрації Президента – робочим зустрічам і візитам П. Порошенка, представляючи їх у позитивному ракурсі.

¹ Демчук, П. (2006) *Обережно, політичні міфи! Філософсько-політологічний трактат*. Київ: Молодь, 43.

² Почепцов, Г.Г. (2000). *Имиджелогия*. Москва, Киев: Рефл-бук, Ваклер, 173.

³ Касьянов, Г.В. (2018). *Past continuous: історична політика 1980-х – 2000-х. Україна та сусіди*. Київ: Laurus, Антропос-Логос-Фільм, 262.

⁴ Касьянов, Г.В. (2018). *Past continuous: історична політика 1980-х – 2000-х. Україна та сусіди*. Київ: Laurus, Антропос-Логос-Фільм, 263.

⁵ Рибаченко, В. «Цинічний Бандера» під градом критики та похвал. *Час і Події*.

<<http://www.chasipodii.net/article/14949/?vsid=c3d814c3c98a647dacd630bae1498fb1>> (2018, січень, 04).

⁶ Виступ Президента України Петра Порошенка на прес-конференції на тему: «Виклики – 2018». *Офіційне інтернет-представництво Президента України*. <<http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-pres-konferen-46030>> (2018, березень, 14).

Проте зауважимо, що подібні елементи подієвого PR, представлені на президентській Facebook-сторінці, неоднозначно сприймаються користувачами: частина підтримує президента, частина звинувачує у «піарі», «показусі», що пояснює розподіл реакцій у бік обговорення серед топ-100. Але у цілому такі дописи є досить популярними. Наприклад, дописи із текстами підводки до відповідних фото: «*Оглянув та випробував на ходу перший екземпляр нового сучасного БТР «Дозор» (на фото – П. Порошенко за кермом БТР) (30.01.2015, 4417 лайки, 569 коментарів, 184 репости); «Я особисто за кермом НММВВ побачив, що це є надзвичайно ефективна та потужна бойова машина, яку сьогодні чекають в українському війську» (на фото – П. Порошенко за кермом американського армійського позашляховика «Хамві») (25.03.2015, 4271 лайк, 356 коментарів, 306 репости).*

Демонструє також президент силу і професійність української армії – текст підводки: «*Сьогодні відбулися справжні танкові бої. Українські Збройні Сили перемогли в цих боях. Противник заплатив високу ціну за те, що авантюрно намагається нападати на наші Збройні Сили. По всій лінії фронту ми міцно тримаємо позиції, незважаючи на те, що інтенсивність обстрілів в десять разів перевищувала те, що було до початку інтенсивної фази бойових дій» (фото робочої наради, у кадрі з секретарем РНБО О. Турчиновим, міністром оборони України С. Полтораком та ін.) (22.01.2015, 2196 лайки, 696 коментарів, 181 репост). У період збільшення інтенсивності бойових дій та у контексті загрози подальшого наступу російських військ цей допис активно дискутується, посівши 16-ту позицію у топ-100.*

Разом з тим президент визнає проблеми – текст підводки: «*Нам є чим пишатися, але є багато такого, чому треба вчитися. Вірю, що немає у нас іншого шляху, окрім як до перемоги!» (хештег #UnitedForUkraine; текст українською і англійською мовами, на фотодобірці (4 шт.) – П. Порошенко в армійській їдальні харчується разом із українськими і американськими солдатами, які проходили сумісні навчання. Показано достатньо різноманітний і багатий раціон харчування у вигляді «шведського столу», що включає м'ясо, овочі та фрукти) (20.04.2015, 3210 лайки, 385 коментарів, 252 репости).*

Намагаючись уникнути паніки та іміджевих втрат на фоні ескалації збройного конфлікту, комунікаційна команда президента у ряді дописів пропонує Facebook-аудиторії офіційну позицію щодо боїв за Дебальцівський плацдарм – одного із найбільших зіткнень на Донбасі. У період посилення збройного протистояння президент анонсує збільшення фінансування військовослужбовців, підвищуючи їх мотивацію і популяризує службу у ЗСУ, – наприклад, текст підводки: «*Вже з 1 лютого український солдат, який бере безпосередню участь в бойових діях, отримуватиме додатково до місячного грошового утримання – 1000 гривень на день. Також, наші хлопці отримуватимуть грошову винагороду за кожен збитий танк ворога, БМП, артилерійську систему або літак» (хештеги #УкраїнськаАрмія, #АТО; на фото – ЗСУ) (29.01.2015, 2761 лайк, 451 коментар, 540 репости). Користувачі цей допис активно обговорювали і поширювали. Символічна його поява у міфологізовану дату – День пам'яті Героїв Крут як символу мужності, хоробрості, самопожертви військових у відстоюванні української державності.*

Якщо користувачі активно обговорювали роль президента у реформуванні Збройних сил України, то поширювали охоче б) дописи, які популяризують українську армію, прославляють подвиг військових. Наприклад, допис за типом відео із посиланням на офіційну сторінку Youtube рекламного агентства Banda Agency, яке створило 1-хвилинний ролик у межах національної кампанії на підтримку Збройних сил України «Кожен з нас», із текстом-підводкою «*Жоден з нас не народжений для війни. Повертайтесь живими!» (16.10.2014, 4116 лайки, 174 коментарів, 1183 репости). На каналі Youtube представлено опис проекту і зазначено номер «гарячої лінії» для бажаючих вступити до Українського війська¹.*

Залучення національних символів, зв'язку з країною виявляється насамперед у дописах, присвячених українському прапору. Наприклад, добірка 30-секундних патріотичних відеороликів (3), об'єднаних гаслом «Більше, ніж символ» (хештег #НашіКольори), які потрапили до топ-100 найбільш поширюваних дописів, але не стали достатньо популярними серед вподобаних і обговорюваних аудиторією. Усі вони представляють історії пересічних громадян – лікаря (вчорашній випускник надає перемогу пораненим), дівчини зі Сходу України (змушена

¹ Кожен з нас. Збройні Сили України. Banda Agency. Youtube. <<https://www.youtube.com/watch?v=yYX7KVEtLo>> (2018, березень, 14).

через війну залишити домівку, при цьому забирає з собою український прапор, згодом повертається у звільнене місто і вивішує його із вікна), військового (йдучи на фронт бере із собою прапор, повертається після боїв у Донецькому аеропорту до сім'ї та вивішує прапор над ліжком маленького сина), розкриваючи роль синьо-жовтого прапора як українського оберегу у сучасному збройному конфлікті в Україні, який репрезентовано як продовження одвічної боротьби за незалежність. Тексти підводки: «*Синьо-жовтий прапор – оберіг Української Нації, що об'єднує українців у боротьбі за Незалежність. Коли ми разом – ми непереможні!*» (19.08.2015, 1651 лайк, 73 коментарів, 557 репости); «*Синьо-жовтий прапор – більше, ніж символ!*» (21.08.2015, 1885 лайки, 77 коментарів, 706 репости); «*Напередодні Дня Незалежності підіймаймо синьо-жовтий прапор по всіх куточках нашої держави! Нехай наш прапор замайорить над усією Україною!*» (22.08.2015, 2143 лайки, 76 коментарів, 681 репост). Цими дописами президент закликав громадян підтримати ініціативу та прикрасити домівки державним прапором. З одного боку, поява патріотичних емоційних дописів відповідає порядку денному – День Державного Прапора України відзначається з 2004 р. на загальнодержавному рівні 23 серпня¹, з іншого – є своєрідним «містком», підготовкою до святкування головного державного свята, що відображено у роликах – останній кадр із надписом «3 Днем Незалежності!».

Заклики до миру («магія слів») – полягає у використанні у переконуючій комунікації слів, котрі несуть позитивне психоемоційне навантаження, яке несвідомо переноситься реципієнтом на політика, що позиціонується². Відповідно щодо противника використовуються слова із негативним емоційним забарвленням. До таких сильнодіючих слів належать слова *війна* і *мир*, які набувають особливого значення у контексті збройного протистояння в Україні. Деякі дописи президентської сторінки апелюють до цих вічних категорій, ґрунтуючись на конкретних подіях. Наприклад, в очікуванні перемир'я на сході країни після Мінського саміту досить популярним є допис, що залучає церковно-релігійний чинник, посівши високу 6-ту позицію у топі вподобаних, – текст підводки українською і англійською мовами: «*Молимося за мир в Україні*» (14.02.2015, 15489 лайки, 439 коментарів, 1328 репости). Тип допису – фото, на якому П. Порошенко разом із сім'єю у Володимирському соборі ставить свічки. Усі коментарі спрямовані на підтримку молитви за Україну, зокрема пишуть користувачі з Бразилії, Грузії, Канади, Словаччини, Фінляндії, Швеції, Британії, Франції.

За результатами поїздки у Сєверодонецьк на першу річницю звільнення міста від «бойовиків», де П. Порошенко виступив із промовою, з'явився допис із суперечливими коментарями і текстом підводки: «*Київ – це столиця миру. Столиця війни – Москва. Але весь світ з Україною! З нами правда! З нами Бог!*» (22.07.2015, 3815 лайки, 681 коментар, 235 репости). Звернення до риторичних прийомів (метонімія, гіпербола) асоціює президентську владу П. Порошенка з миром і справедливістю. Тип допису – фото, яке нагадує епічний кінокадр: П. Порошенко йде по футбольному полю від вертольоту.

Висновки. Президентські Facebook-комунікації означеного періоду ґрунтуються на військово-патріотичному дискурсі, до якого апелюють найпопулярніші категорії контенту офіційної публічної сторінки президента України Петра Порошенка, а саме: вітання, актуальні проблеми суспільства, міжнародні заходи, засудження тероризму. Сміслові ядро військово-патріотичного дискурсу становить окрема категорія дописів, що визначається взаємопов'язаними концептами «війна» («АТО»), «Збройні Сили України» і «Україна» в контексті формування нової державної політики. Військово-патріотичний дискурс реалізується переважно дописами за типом фото, інколи – відео, які репрезентують національні символи і місця/локації країни, що потерпають/потерпали від російської агресії, або діяльність президента як національного лідера (затвердження нових державних свят, героїзація/міфологізація учасників бойових дій, історичних персонажів) і Верховного Головнокомандувача Збройних Сил України. Головними комунікативними техніками реалізації військово-патріотичного дискурсу є наступні: декларація єдності; формування українського мілітарного міфу; демонстрація компетентності Верховного Головнокомандувача; залучення національних символів, зв'язку з країною; заклики до миру («магія слів»).

¹ Указ про День Державного Прапора України 2004 (Президент України). Офіційний сайт Верховної Ради України. <<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/987/2004>> (2018, березень, 14).

² Пушкарєва, Г.В. (2002). *Политический менеджмент*. Москва: Дело, 200.

References:

1. Rusakova, O.F., Rusakov, V.M. (2008). *PR-diskurs: Teoretiko-metodologicheskij analiz* [PR-discourse: Theoretical and methodological analysis]. Ekaterinburg: UrO RAN, Institut mezhdunarodnyh svjazej [in Russian].
2. Serio, P. (1999). Kak chitajut teksty vo Francii [How they read texts in France]. *Kvadratura smysla: Francuzskaja shkola analiza diskursa* [Quadrat of the meaning: French school of discourse analysis]. Moscow: Progress [in Russian].
3. Shejgal, O.I. (2004). *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Moscow: Gnosis [in Russian].
4. Novikova, M.A. (2006). Malaja rodina, Velikaja rodina (koncepty pri perevode tekstov patrioticheskogo diskursa) [Small homeland, Great homeland (translating concepts of patriotic discourse)]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo* [Scientific Notes of Taurida National University named after V.I. Vernadsky], no. 2, 51 [in Russian].
5. Pohepcov, G.G. (2001). *Teorija kommunikacii* [Theory of communication]. Moscow, Kyiv: Refl-buk, Vakler [in Russian].
6. Eliade, M. (1995). *Aspekty mifa* [Aspects of a myth]. Moscow: Invest-PPP [in Russian].
7. *Ukaz pro Den zahysnyka Ukrainy* [Decree on the Defender's Day of Ukraine] 2014 (The President of Ukraine). *Oficijne internet-predstavnytvo Prezydenta Ukrainy* [Official website of the President of Ukraine]. <<http://www.president.gov.ua/documents/8062014-17816>> [in Ukrainian].
8. Demchuk, P. (2006). *Oberezhno, politychni mify! Filosofsko-politologichnyj traktat* [Careful, political myths! Philosophical and political treatise]. Kyiv: Molod' [in Ukrainian].
9. Pohepcov, G.G. (2000). *Imidzhologija* [Imageology]. Moscow, Kyiv: Refl-buk, Vakler [in Russian].
10. Kas'janov, G.V. (2018). *Past continuous: istorychna polityka 1980-h – 2000-h. Ukraina ta susidy* [Past continuous: historical politics of the 1980s – 2000s. Ukraine and its neighbors]. Kyiv: Laurus, Antropos-Logos-Fil'm [in Ukrainian].
11. Rybachenko, V. «Cynichnyj Bandera» pid gradom krytyky ta pohval [«Cynical Bandera» under the hail of criticism and praise]. *Chas i Podii* [Time and Events]. <<http://www.chasipodii.net/article/14949/?vsid=c3d814c3c98a647dacd630bae1498fb1>> [in Ukrainian].
12. Vystup Prezydenta Ukrai'ny Petra Poroshenka na pres-konferencii' na temu: «Vykylyky – 2018» [Speech by the President of Ukraine Petro Poroshenko at the press conference «Challenges – 2018»]. *Oficijne internet-predstavnytvo Prezydenta Ukrainy* [Official website of the President of Ukraine]. <<http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-petra-poroshenka-na-pres-konferen-46030>> [in Ukrainian].
13. Each of us. Armed Forces of Ukraine. Banda Agency. *Youtube*. <<https://www.youtube.com/watch?v=yYX7KVEtfLo>>.
14. *Ukaz pro Den Derzhavnogo Prapora Ukrainy* [Decree on the State Flag Day of Ukraine] 2004 (The President of Ukraine). *Oficijnyj sajt Verhovnoyi Rady Ukrayiny* [The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine]. <<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/987/2004>> [in Ukrainian].
15. Pushkareva, G.V. (2002). *Politicheskij menedzhment* [Political management]. Moscow: Delo [in Russian].