

of compound names are observed in the legal text: descriptions, classical compound names, conventional compound names. In legal language compounded of abbreviations words and abbreviations are observed including: an initial type of abbreviations, a syllabic type and a mixed type.

In the paradigmatic aspects vocabulary of legal language has homonyms which aren't commonly homonyms in ordinary language. Adding to the main meaning of a name in common language it's homonymous meaning is constructed by legislator in legal definitions. As in the case of homonyms polysemes and paronyms are neutralized with context. There are so-called dead metaphor in the texts of legal acts, a metaphor that is generally recognized, figurative nature of which has not realized. In the Criminal Code of Ukraine metonymous transferring is made from the name of a participant of a social event on the event itself, from an actant on an action. Synecdoche in legal language is presented by synonymous use of plural nouns in singular meaning and singular nouns in plural meaning, in particular for the description of subject of the crime or victim.

Thus, the analysis of lexical and deprivation features of texts of legal language and functional-semantic potential of legal acts has confirmed that legal language is a functional sort of literary language with distinctive linguistic features coursed by specific legal area and communicative-professional needs in it.

*Key words:* legal language, vocabulary of legal acts, descriptions, classical compound names, conventional compound names, relational names, privative names, lexical and semantic transformed names.

*Стаття надійшла до редакції 22.01.2014 р.*

*Прийнято до друку 28.03.2014 р.*

*Рецензент – д. філол. н., проф. Глуховцева К. Д.*

**Н. В. Стасюк (Київ)**

УДК 32(477) – 051:811.161.2'271'42

**СЕМАНТИЧНІ ТА ПРАГМАТИЧНІ ОЗНАКИ  
МОВЛЕННЄВОГО АКТУ ЗАКЛИКУ  
(НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ)**

Загальноприйнятим і широковідомим є твердження про те, що мова – найважливіший засіб суспільної комунікації. Людина використовує мову в різноманітних її функціях, зокрема й для спонукання адресата до тої чи тої поведінки, необхідності виконання якоїсь діяльності або її припинення. Тому виправданим є вивчення мови як інструмента дії [Кобозева: 2003]. Значний інтерес для мовознавців становлять проблеми, які стосуються відображення в мовленні інформації про учасників та умови спілкування, адже мова реалізується в

мовленні. На думку сучасних учених, найточніший аналіз мовних подій і процесів здійснюють, застосовуючи прагматичний підхід, пов'язаний з людиною, яка використовує мову як інструмент для спілкування і яка усвідомлено робить свій вибір для досягнення поставлених цілей. Важливим є також урахування всіх прагмалінгвістичних чинників, які впливають на відмінності між типами мовленнєвих актів (далі – МА), усіх варіантів стосунків між учасниками спілкування. З одного боку, як уважає Ю. Степанов, прагматика має свій предмет – „вибір мовних засобів з наявного репертуару для найкращого впливу”, але з іншого, „вона в „чистому” вигляді досліджує ті проблеми, які в „прихованому” вигляді вивчають семантика й синтаксис” [Степанов 1981: 325 – 326]. У прагматичному підході особливе місце посідає вивчення впливу мовця на адресата МА та спонукання останнього до відповідної реакції.

У випадку впливу на адресата за допомогою МА заклику та спонукання його в такий спосіб до конкретних дій особливо актуальними стають пошуки прагматичної насиченості цього МА, з одного боку, і з'ясування семантичного змісту, з іншого. Адже, „відображення в слові будь-якого явища дійсності (предмета, якості, дії, стану) є його внутрішнім змістом, значенням, чи семантикою” [Плющ 2003: 118].

У працях багатьох мовознавців описано прагматичні (А. Баранов, А. Любавина, А. Маслова) та семантичні (В. Кравченко, О. Бодик, М. Ончуленко, Т. Рудакова) підходи до аналізу мови; розкрито специфіку вияву прагматичних і семантичних явищ, проаналізовано прагматику МА (Н. Добрушена, О. Авраменко, О. Епштейн, С. Сковородіна, Ф. Бацевич); з'ясовано особливості виникнення спонукальних МА (В. Іосифова, О. Нарушевич-Васильєва, О. Петрова); розглянуто питання функціонування МА заклику (А. Баранов, А. Козлова, В. Зубарева, В. Юматов, О. Шейгал, М. Ончуленко, М. Осадчий, Т. Радбіль).

Заклик, як „особливий тип мовленнєвого акту” [Баранов 2007: 412] стає об'єктом обговорення багатьох учених, які розглядають його в різних аспектах: у лінгвістичній експертизі тексту, у поетичному тексті, залик як модель із загальним значенням, як жанр, як публічний МА екстремістської спрямованості, функціонування його в офіційно-діловому стилі, а також аналіз заклику на матеріалі різних мов. Такий комплексний підхід до розгляду заклику неодмінно передбачає з'ясування його змісту в особливому аспекті – семантико-прагматичному, окрім того – у політичній сфері функціонування мови. Для такого підходу необхідно з'ясувати прагматичні та семантичні особливості МА заклику на матеріалах українського політичного дискурсу. Цій меті присвячено наше дослідження. Для досягнення мети необхідно розв'язати такі завдання: 1) проаналізувати контексти аутореферентного вживання МА заклику; 2) з'ясувати прагматичні та семантичні ознаки заклику на матеріалі українського політичного дискурсу; 3) систематизувати й узагальнити характерні риси заклику в політичній сфері функціонування мови.

Спонування – це своєрідний тип МА, за якого відбувається волевиявлення мовця, звернене до особистості, групи людей з метою здійснення ними якихось дій. Спонукальний МА передбачає двох комунікантив: того, хто спонукає до дії, тобто продуцента, і того, кого спонукають до дії, тобто реципієнта.

Заклик, як було зазначено, є спонукальним, особливим типом мовленнєвого акту, інтенцію якого описує семантична формула, запропонована Г. Вежбицькою для семантичної експлікації імперативів: „Я хочу, щоб ти зробив Р” [Вежбицька 1985: 251 – 275]. Як відомо, у лінгвістичній літературі заклик відносять до нейтрального типу спонування з погляду інтенсивності волевиявлення. Водночас О. Нарушевич-Васильєва має інший підхід, оскільки вважає, що „спонукальний акт нейтральним не буває: він завжди пов’язаний із впливом однієї людини на іншу”. Тому доцільним вважає введення терміна „спонування на розсуд адресата” і на основі однієї з прагматичних ознак заклику („взаємна незалежність учасників спілкування”) відносить цей МА до зазначеного вище типу спонування [Нарушевич-Васильєва 2002: 52, 86]. Ми підтримуємо думку щодо введення такого терміна й послуговуватимемося ним у роботі.

Типи спонукальних МА різноманітні, їх може бути передано відповідним віддієслівними іменниками: заборона, порада, попередження, прохання, пропозиція, обіцянка, наказ та ін. Ці спонування використовують з метою передачі різних інтенцій, наприклад, для *наказу* характерні наявність субординації, високий рівень впливу на реципієнта й вимога обов’язкового виконання, „а мовленнєві акти *поради, прохання* залишають за адресатом свободу в прийнятті рішення, причому порада здійснюється, насамперед, на користь адресата” [Баранов 2007: 412], тоді як *проханню* властива значна залежність від нього. Акцентуємо увагу на тому, що центр інтенції спонування є спільним для всіх директивів (спонукальні МА відповідно до класифікації Дж. Серля).

Беззаперечним є те, що заклик як особливий МА залишається малодослідженим в усіх лінгвістичних аспектах (щодо семантики, прагматики, граматики та ін.), зокрема в українській мові. Водночас він має характерні ознаки, які дають змогу виокремити його серед інших типів спонувань. А. Баранов наводить протиставлення, які враховують у детальній характеристиці зазначених підтипів МА, що входять до великого типу (у нашому випадку підтипи спонукального типу МА):

- 1) відношення між мовцем і адресатом;
- 2) відношення між мовцем, адресатом і третіми особами;
- 3) ставлення мовця до того, що має бути зроблено;
- 4) ставлення адресата до того, що має бути зроблено [Баранов 2007: 413].

Окрім того, для МА характерною є наявність умов успішності, за умови виконання яких спілкування стає осмисленим, безконфліктним,

між комунікантами з'являються взаєморозуміння та згода. Тому, щоб досягнути поставленої мети дослідження, насамперед варто проаналізувати контексти, у яких самі комуніканти вказують на використання мовної конструкції як заклику. Це контексти аутореферентного використання МА, до яких належать такі випадки, коли МА говорить сам за себе, коли мовець обговорює його чи коментує.

Розглянемо аутореферентні контексти вживання заклику, поставивши за мету з'ясувати семантичні та прагматичні його характеристики, що ляжуть у майбутньому в основу умов успішності.

Дієслово *закликати* в одній із варіацій його тлумачення використовують з метою здійснення мовленнєвих актів, які доцільно номінувати закликами:

(I) *Закликати*. 2. до чого і з інфін. Звертатися до якої-небудь групи людей з метою залучити їх до виконання якогось важливого завдання, політичної вимоги тощо [СУМ III: 147]. „УДАР *закликає* до попереджувального страйку” (Із громадського телебачення 12 лютого 2014 р.). „Народна Рада України ... *закликала* провести в регіонах громадські слухання щодо ухвалення місцевих бюджетів із широким залученням громад” (Із офіційної WEB-сторінки ВО „Свобода”).

Представлені приклади розкривають МА заклику, який, звичайно, є типом спонукання (звернутися до кого-небудь з метою залучення до виконання, здійснення, реалізації чогось) взяти участь у вагомій, суспільно-значимій діяльності (у представлених прикладах – заклики до страйку, до проведення слухань щодо ухвалення місцевих бюджетів). У цих прикладах реципієнт постає узагальнено – народ, суспільство чи якась його частина, яка розділяє й підтримує ідеї партії, що *закликає*, громада). Ідентичне використання дієслова *закликати* та відповідного іменника *заклик* знаходимо й у пресі:

(II) 1. „А. Яценюк *закликав* усіх учасників Будапештського меморандуму гарантувати безпеку, територіальну цілісність, єдність України” (ГУ, 28 лютого 2014 р.). 2. „Він [О. Турчинов] *закликав* усі політичні сили забути всі минулі образи та взяти відповідальність за стан держави” (23 лютого 2014 р.). 3. „Делегати [про з'їзд депутатів усіх рівнів південно-східних областей України, АР Крим і Севастополя] звернулися до депутатів Верховної Ради із *закликом* повернутися в округи й працювати там до відновлення гарантій безпеки” (ГУ, 23 лютого 2014 р.). 4. „А. Кінах висловився за перегляд бюджету та *закликав* вжити невідкладних заходів задля стабілізації фінансової системи” (ГУ, 28 лютого 2014 р.).

У деяких прикладах групи (II) йдеться не лише про значиму суспільну діяльність, як у прикладі (II.4), а й про такі цінності, як безпека, територіальна цілісність, єдність держави (II.1), відповідальність перед державою (II.2), гарантії безпеки (II.3). Хоча йдеться про цінності, ідеали, проте досягнення їх відбувається через діяльність, виконання конкретних дій. Тобто, у фразі *гарантувати*

безпеку, територіальну цілісність, єдність України мають на увазі залучення окремої групи людей до виконання деяких дій задля збереження зазначених цінностей, а під контекстом *забути всі минулі образи та взяти відповідальність за стан держави* розуміють діяльність, спрямовану на об'єднання всіх громадян і спільне взяття відповідальності за долю держави. Суттю заклику (П.3) є політичні дії, спрямовані на заспокоєння людей та виконання їхніх професійних обов'язків допоки не з'явиться гарантія безпеки. Отже, наявність ціннісних категорій можна охарактеризувати як змістові скорочення, за якими прихований вагомий суспільно-політичний зміст.

Щодо адресації, то в групі (П) у переважній більшості контекстів спостерігаємо явного адресата, а саме у прикладах: (П.1) – учасники Будапештського меморандуму, (П.2) – політичні сили, а (П.3) – депутати Верховної Ради.

Беззаперечним є те, що приклади обох груп складають головну групу контекстів, які безпомилково виступають МА заклику. Для порівняння наведемо такі приклади аутореферентного використання дієслова *закликати* та відповідного іменника *заклик*, які не є закликами у зазначеному вище значенні.

(III) 1. Кликати, запрошувати кого-небудь прийти, приїхати, з'явитися кудись з певною метою. *Марина дівчат до себе на вечорниці закликала* (Нечуй-Левицький, I, 1956, 96) [СУМ III: 148].

(IV) // Взагалі кликати. *Позаду в колоні хтось радісно закликав товаришів, щоб глянули вгору: високо над військами пролітали на північ журавлі* (Олесь Гончар, III, 1959, 306) [СУМ III: 148].

(V) ♦ Закликати (закликати) на допомогу свою волю (витримку і т. ін.) – напружувати, зосереджувати свою волю (витримку і т. ін.). *Турбай закликав на допомогу всю свою витримку* (Микола Руденко, *Остання шабля*, 1959, 69) [СУМ III: 148].

(VI) 1. Прохання, запрошення прийти, приїхати, з'явитися куди-небудь. *Яків Претвич з Гаврон, трембовецький староста, прибув перший на заклик свого давнього друга Острозького* (Іван Ле, *Наливайко*, 1957, 48) [СУМ III: 147].

(VII) // Звук, вигук, що кличе, закликає. *Мов солдат, який чує заклик сурми, Андрій покійно побрів до берега* (Любомир Дмитерко, *Наречена*, 1959, 190) [СУМ III: 147].

(VIII) \* Образно. *І все було мені потрібно: кав'ярні, пляжі, і причали, Красунь незнаних сміх принадний, Очей вологих заклик звабний* (Ігор Муратов, *Осінні сурми*, 1964, 28) [СУМ III: 147].

У прикладах (III), (VI) наявне запрошення кудись і дієслово *закликати* ідентичне за значенням з дієсловом *запросити* (III), а іменник *заклик* – відповідно з іменником *запрошення* (VI); у прикладах (IV), (VII) – зов, клич, а замість дієслова *закликати* за контекстом підходить дієслово *зукнути* (IV), тоді як іменник *заклик* за змістом можна замінити іменником *зов* чи *клич* (VII); у прикладі контексту (V) представлено

напруження, зосередження волі, витримки та ін.; в останньому прикладі (VIII) образно вжито іменник *заклик* замість іменника *погляд*.

Отже, порівняння контекстів груп (I) і (II) та (III) – (VIII) дало можливість з'ясувати характерні особливості закличного МА. Дослідження різних контекстів аутореферентного використання дієслова *закликати* та відповідного віддієслівного іменника *заклик* дозволяє стверджувати, що в усіх прикладах ідеться про спонукання. Водночас зауважимо, що зміст його в групах (I) і (II) та (III) – (VIII) суттєво відрізняється. Виконання реципієнтом дій, завдань, вимог, що є вагомими та значимими в суспільній діяльності, є змістом спонукань (I) і (II) груп прикладів. Пригадаймо, що у випадках (II.1) – *безпека, територіальна цілісність, єдність держави*, (II.2) – *відповідальність перед державою*, (II.3) – *безпека* ідеться і про ціннісні категорії, ідеали, досягненню яких сприяє суспільно значима діяльність.

Контексти груп (I) і (II) відрізняються від інших контекстів не лише змістом, а й комунікантами: мовцями й адресатами в прикладах груп (III) – (VI) є художні герої, абстрактні поняття, а в прикладах групи (V) – (VIII) іменник *заклик* взагалі вжито в значенні звуку та образному значенні. У контекстах аутореферентного використання МА заклику (I) і (II) продуцентами й реципієнтами є політичні особи (А. Яценюк, О. Турчинов, А. Кінах), політичні організації, інститути (Партія „УДАР”, Народна Рада України), законодавчі та виконавчі органи державної влади, їх представники (Верховна Рада України та Кабінет Міністрів України), учасники міжнародних зібрань (учасники Будапештського меморандуму), з'їзди, їх делегати (З'їзд депутатів усіх рівнів південно-східних областей України, АР Крим і Севастополя) громада, українське суспільство чи його частина. Інакше кажучи, комунікантами МА заклику є політики, президент, лідери політичних сил, державні (політичні) діячі, народ, партійні прихильники, тобто політичні суб'єкти (можливі – особи, що є їх представниками), які виражають певні суспільно-політичні позиції, а комунікація між ними має яскраво виражений прагматичний характер. Очевидно, що МА заклику має особливу адресантно-адресатну конфігурацію.

Вираження учасниками суспільних і політичних позицій зумовило виокремлення ще однієї, не менш важливої риси аналізованого нами МА заклику в досліджуваному розумінні – він є „частиною суспільно-політичної комунікації” [Баранов 2007: 419], що підкріплено яскравими прикладами з українського політичного дискурсу.

Отже, заклик, у досліджуваному нами ракурсі, можливий лише в офіційній політичній обстановці, коли комуніканти – це політичні суб'єкти або особи, які є їх представниками, і соціальне становище продуцента є не нижчим, ніж становище реципієнта; крім того, адресант, спонукаючи адресата до виконання конкретних дій, політичних вимог, не може змусити останнього їх здійснити, а тому за реципієнтом залишається вибір – виконувати ці дії, вимоги чи ні, тобто „заклик не

потребує негайного виконання, і, швидше за все, є рекомендацією для поведінки, заснованої на тих чи тих морально-етичних, ідеологічних, ціннісних категоріях” [Баранов 2007: 421]. Виконання закличного спонування здійснюється виключно за бажанням адресата, відповідно до його зацікавленості тими діями, до яких закликає мовець, і визначенням рівня корисності для себе та свого оточення.

Аналіз контекстів аутореферентного вживання МА заклику дозволив нам з’ясувати такі його семантико-прагматичні ознаки на матеріалі українського політичного дискурсу:

- спонування на користь реципієнта, з одного боку, оскільки саме для реалізації його інтересів продуцент здійснює цей МА, а з іншого – на користь продуцента, оскільки заклик – це безпосередній інструмент політичної агітації, яка, своєю чергою, є інструментом боротьби за владу, що становить основну мету продуцента та провідну функцію політичного дискурсу;

- опис майбутніх дій реципієнта, які мають суспільно-політичний характер;

- можливість виконання адресатом дій, до яких його спонукають і які є політично спрямованими;

- невиконання спонукальних дій і відсутність бажаного результату;

- явне розуміння комунікантами того, що адресат не виконає бажану продуцентом дію без здійснення останнім відповідного МА;

- комуніканти є політичними суб’єктами чи особами, які представляють політичні суб’єкти;

- незалежність реципієнта від продуцента;

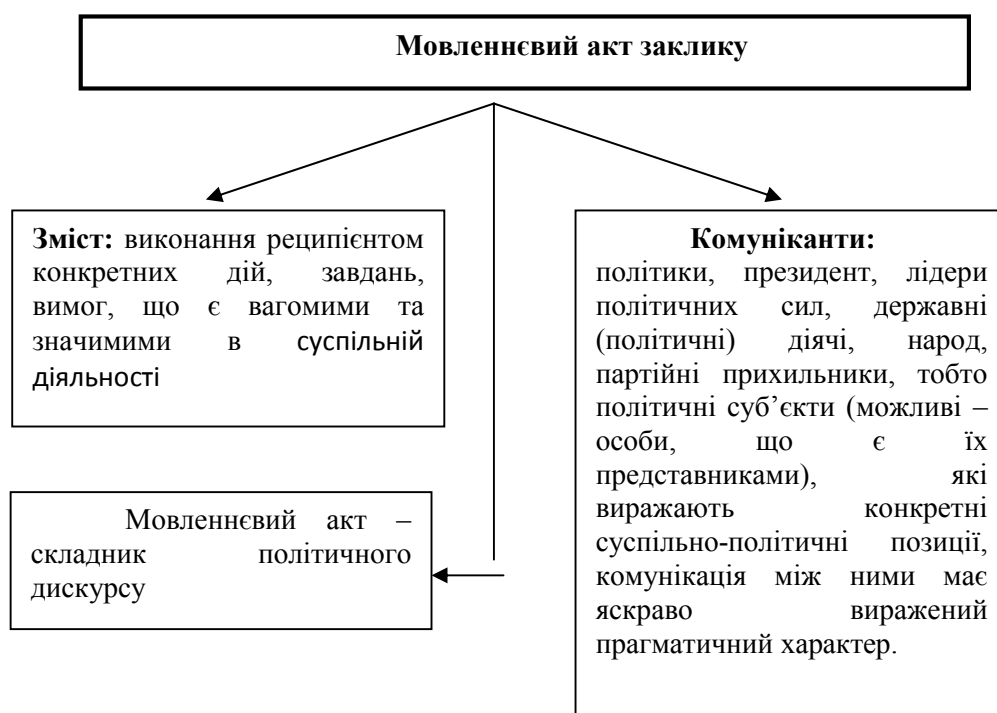
- мовленнєвий акт – складник політичного дискурсу;

- бажання продуцента бачити реципієнта, які мають вагоме суспільно-політичне значення, знати про їх виконання;

- вільний вибір адресата щодо виконання спонукальних дій у політичній галузі, спрямованих у його бік;

- ставлення реципієнта до дії невідоме.

Систематизувавши та узагальнивши характерні риси МА заклику в політичній сфері, схематично представимо його зміст та адресантно-адресатну конфігурацію:



Аналіз контекстів аутореферентного вживання МА заклику дав можливість з'ясувати семантичні та прагматичні характеристики цього типу МА, а відповідно, зміст та адресантно-адресатні відношення, за якими виокремлюємо його з-поміж суміжних спонувань. З'ясування семантично-прагматичних особливостей заклику дає підстави розглянути в подальшому умови успішності цього МА та критерії його ефективності.

#### Література

**Баранов 2007** – Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учеб. пособие / А. Н. Баранов. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 592 с.; **Вежбицкая 1985** – Вежбицкая А. Речевые акты / А. Вежбицкая; пер. с англ. С. А. Крылова // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – С 251 – 275; **Кобозева 2003** – Кобозева И. М. Лингво-прагматические аспекты анализа языка СМИ / И. М. Кобозева // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во МГУ, 2003 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://invivio.net/ua-dict/17490>; **Нарушевич-Васильєва 2002** – Нарушевич-Васильєва О. В. Категорія спонукальності у прагмастилістичному аспекті : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Нарушевич-Васильєва Оксана Вікторівна. – О., 2002. – 177 с.; **Плющ 2003** – Плющ М. Я. Сучасна українська літературна мова : підруч. для студ. вузів / за ред. М. Я. Плющ. – 4-те вид., стер. – К. : Вища шк., 2003. – 430 с.; **СУМ III** – Словник української мови : в 11 т. / за ред.



І. К. Білодіда. – Т. 3. – К. : Наук. думка, 1972. – 744 с.; Степанов 1981 – Степанов Ю. С. В поисках прагматики : проблема субъекта / Ю. С. Степанов // Известия АН СССР. – Сер. литературы и языка. – Т. 40. – М. : Наука, 1981. – № 4. – С. 325 – 332.

**Стасюк Н. В. Семантичні та прагматичні ознаки мовленнєвого акту заклику (на матеріалі українського політичного дискурсу)**

Статтю присвячено аналізу семантичних і прагматичних особливостей мовленнєвого акту заклику.

Описано ракурси, у яких досліджували мовленнєвий акт заклику, та семантичну формулу, за допомогою якої представлено його інтенцію. Визначено ознаки, за якими заклик відносять до спонукальних мовленнєвих актів. Проаналізовано контексти аутореферентного вживання мовленнєвого акту заклику. На основі наведених прикладів аутореферентного вживання іменника *заклик* та дієслова *закликати* здійснено порівняльний аналіз контекстів. Визначено дефініцію заклику в досліджуваному ракурсі. Описано умови здійснення закличного мовленнєвого акту. Розкрито прагматичну насиченість заклику та його семантичний зміст на матеріалі українського політичного дискурсу. Систематизовано й узагальнено характерні риси мовленнєвого акту заклику в політичній сфері функціонування мови. З'ясовано особливості змісту та адресантно-адресатної конфігурації мовленнєвого акту заклику. Визначено перспективу подальших розвідок у напрямку дослідження.

*Ключові слова:* політичний дискурс, мовленнєвий акт, спонукування, заклик, прагматичні та семантичні особливості, контекст аутореферентного використання мови, адресантно-адресатна конфігурація.

**Стасюк Н. В. Семантические и прагматические признаки речевого акта призыва (на материале украинского политического дискурса)**

Статья посвящена анализу семантических и прагматических особенностей речевого акта призыва. Описаны ракурсы, в которых исследовали речевой акт призыва, и семантическую формулу, с помощью которой представлена её интенция. Определены признаки, по которым призыв относят к побудительным речевым актам. Проанализированы контексты аутореферентного употребления речевого акта. На основе приведенных примеров аутореферентного употребления существительного *призыв* и глагола *призывать* осуществлен сравнительный анализ контекстов. Определена дефиниция призыва в исследуемом ракурсе. Описаны условия осуществления призывного речевого акта. Раскрыта прагматическая насыщенность призыва и его семантическое содержание на материале украинского политического дискурса. Систематизированы и обобщены характерные черты речевого акта призыва в политической сфере функционирования языка. Выявлены

особенности содержания и адресантно-адресатной конфигурации речевого акта призыва. Определена перспектива дальнейших разведок в направлении исследования.

*Ключевые слова:* политический дискурс, речевой акт, побуждение, призыв, прагматические и семантические особенности, контекст аутореферентного использования языка, адресантно-адресатная конфигурация.

**Stasiuk N. V. Semantic and Pragmatic Features of Speech Act of Appeal (based on Ukrainian Political Discourse)**

The article deals with the semantic and pragmatic features of the speech act of appeal.

The need for a pragmatic approach to the use of the most complete analysis of speech events and processes is emphasized.

In the article the definition of pragmatics and semantics, and the essence of appeal type of speech act and its features are revealed; the perspectives of examination of the speech act of appeal and its semantic formula, by means of which its intention is described, are shown; the features, on which the appeal is determined as an incentive speech act, are determined.

The author has selected the samples of different types of incentive speech acts in order to determine the distinctive features of appeal as an inducement; shown the number of opposites that take into account the detailed analysis of subtypes of speech act compiling a particular large type such as an incentive one in this case; analyzed the contexts of self-referent use of the speech act of appeal. On the basis of the different samples of self-referent use of the word 'call' as noun and verb the comparative analysis of the contexts has been studied; the definition of the appeal has been determined in a research perspective; conditions of implementation of the speech act of appeal has been described; the pragmatic intensity of appeal and its semantic meaning based on Ukrainian political discourse has been revealed; characteristics of speech act of appeal has been systematized and generalized in the political sphere of functioning of speech; the peculiarities of the content and the addressee-addresser configuration of speech act of appeal has been found out.

The article outlines the prospects for further research towards the study.

*Keywords:* political discourse, speech act, incentive, appeal, semantic and pragmatic peculiarities, contexts of self-referent use of the speech, addressee-addresser configuration.

*Стаття надійшла до редакції 10.02.2014 р.*

*Прийнято до друку 28.03.2014 р.*

*Рецензент – к. філол. н., доц. Лєснова В. В.*