

*Шаповал А. С.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри іноземних мов та перекладу**Одеського національного морського університету**<https://orcid.org/0000-0001-9718-5002>*

ЛІНГВОРИТОРИЧНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ В ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ АМЕРИКАНСЬКИХ ТА БРИТАНСЬКИХ ЛІДЕРІВ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню лінгвориторичних засобів впливу в політичних промовах американських та британських лідерів.

З'ясовано, що політична риторика особливо важлива, оскільки її основна мета – вплинути на свідомість аудиторії, змусити людей змінити свої погляди, мобілізувати виборців або підтримати певні політичні рішення.

Встановлено, що політичні діячі використовують лінгвориторичні прийоми впливу для досягнення різних цілей: залучення та мотивації виборців, маніпулювання громадською думкою, виправдання власних невірних рішень, створення іміджу, лобювання власних ідей та інтересів, нівелювання суперника на дебатах тощо.

Здійснено комплексний аналіз мовленнєвих стратегій, лексичного наповнення і граматичних особливостей виступів провідних американських та британських політичних діячів. Встановлено, що для британської та американської риторики притаманне використання зазначених лінгвориторичних засобів впливу на аудиторію таких, як риторичне запитання, лексичні повтори, ототожнення себе з аудиторією, контраст, перебільшення. Риторичне запитання допомагає встановити контакт із аудиторією, привернути увагу до нагальних політичних питань, спонукати громадян до дій. Серед досліджуваного матеріалу зустрічалися риторичні запитання-негації або риторичні запитання, що мають імпліцитно заперечний зміст, посилюючи ідеологічне повідомлення політика. Найпоширенішими були риторичні питання із пресупозицією, тобто відповідь присутня уже у формулюванні. При відтворенні риторичних питань політики використовують маніпулятивно-дискурсивну стратегію, щоб аудиторія через когнітивне залучення сама дійшла до потрібного висновку. Лексичні повтори в досліджуваних промовах реалізовувалися через анафору, що створює значний емоційний вплив на аудиторію, надає чітку ритміку та милозвучність тексту, має персуазивний характер, допомагає зосередитись на основній думці промови, сприяє запам'ятовуванню. Метод ототожнення себе з аудиторією здійснюється за допомогою займенників “we” та “our”. Займенник “we” – це особовий займенник, який створює колективну ідентичність. Присвійним займенник “our” зменшує дистанцію між оратором і слухачами, формує відчуття спільного простору. Лексичний контраст в аналізованих публічних виступах зорієнтований навколо лексичної опозиції друг-ворог, світло-темрява, свій-чужий. Досліджені антитези створюють емоційний резонанс, мобілізують слухача, викликають довіру, посилюють функцію переконання. Засіб перебільшення втілюється за допомогою суперлативних конструкцій. Аналізовані гіперболи викликають драматизацію політичного моменту, викликають резонанс у суспільстві, надають події виняткової значущості.

Проведене дослідження свідчить про те, що аналізовані лінгвориторичні засоби виконують персуазивну, аксіологічну, прагматичну, полемічну, емоційно-сугестивну, консолідуючу та фатичну функції, що допомагає політичним лідерам вплинути на аудиторію та досягти перлокутивного ефекту.

Ключові слова: політична промова, вплив, оратор, риторичне запитання, лексичні повтори, ототожнення себе з аудиторією, контраст, перебільшення.

Постановка проблеми. Риторика є визначальним інструментом у політиці, а публічні виступи є потужним засобом впливу на аудиторію. Досліджуючи саме лінгвориторичні засоби впливу у політичних промовах, важливо визначитись із поняттям «вплив». Вплив – це дія, яку певна особа, предмет або явище справляє на іншу особу, предмет чи об'єкт. Це процес зміни поведінки, думок, емоцій або стану об'єкта під дією зовнішнього чи внутрішнього факторів. Вплив може бути прямим чи непрямим, усвідомленим або неусвідомленим. Також словник подає ще одне значення: «Сила влади, авторитету» [1, с. 43]. Політики використовують у своїх промовах різні методи впливу на аудиторію, задля досягнення своєї мети, адже промова, їх ораторське мистецтво, це їх найсильніша зброя, яка вирішує долі людей, а інколи і цілих націй.

Політична риторика особливо важлива, оскільки її основна мета – вплинути на свідомість аудиторії, змусити людей змінити свої погляди, мобілізувати виборців або підтримати певні політичні рішення.

Політичні діячі використовують лінгвориторичні прийоми впливу для досягнення різних цілей: залучення та мотивації виборців, маніпулювання громадською думкою, виправдання власних невірних рішень, створення іміджу, лобювання власних ідей та інтересів, нівелювання суперника на дебатах тощо.

Публічні виступи завжди супроводжуються прийомами, які включають категорії риторики та лінгвістики. Отже, особливої актуальності набуває дослідження механізмів функціонування політичного дискурсу, його здатності впливати на свідомість, формувати громадську думку, уособлювати погляди суспільства, переконувати, що реалізується через систему мовленнєвих і риторичних засобів. Американський і британський політичні дискурси сформувалися впродовж тривалого історичного розвитку та суттєво вплинули на формування різних сфер глобального світового суспільного простору. У зв'язку з цим, доцільним є виявлення та комплексний аналіз мовленнєвих стратегій, лексичного наповнення і граматичних особливостей виступів провідних американських та британських політичних діячів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До аналізу політичного дискурсу зверталась низка сучасних лінгвістів: А. Загнітко (комунікативно-прагматичні аспекти сучасного політичного газетного дискурсу), О. Шейгал (політичний дискурс як семіотичний простір), В. Петренко (політична мова як засіб маніпулятивного впливу), О. Пушкар (способи реалізації атональності в англійському політичному дискурсі), С. Шило (агітаційно-політичний дискурс в контексті теорії дискурсу), А. Фінлейсона (аргументація в політичній промові) та інші.

Мета статті передбачає дослідження лінгвориторичних засобів впливу в публічних промовах американських та британських лідерів.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні політичний дискурс є одним із найпотужніших та найвпливовіших ресурсів, які формують не тільки ключові світові цінності, але й впливають на долю людства. Політичні діячі використовують різноманітні лінгвориторичні прийоми впливу. Перш за все, звернемо увагу саме на **риторичне запитання**. Як зазначає словник філологічних термінів, «Риторичне запитання – це таке запитання, яке ставиться не для того, щоб дістати на нього відповідь, а щоб привернути увагу до певного явища чи самим запитанням висловити ствердну думку» [1, с. 84]. Риторичне запитання акцентує увагу на незвичайності ситуації, комізмі або трагізмі. Особливо висока ефективність риторичних питань у стані напруженого очікування, коли аудиторія емоційно збуджена.

Американський президент Джон Ф. Кеннеді у своїй інавгураційній промові 20 січня 1961 року використовує наступні риторичні запитання: *“Can we forge against these enemies a grand and global alliance, North and South, East and West, that can assure a more fruitful life for all mankind? Will you join in that historic effort? [2]”*. Джон Кеннеді закликає згуртуватися та об’єднатися проти спільних ворогів для всього американського народу, використовує емотивні риторичні запитання для збудження аудиторії та директивні риторичні запитання задля спонукання його до дії.

Рональд Рейган в своїй визначній промові *“A Time for Choosing”* зазначає: *“Why, then, should we think that collectively, as a nation, we are not bound by that same limitation?” [3]*. Політичний лідер використовує риторичне запитання-негацію, що дає змогу емоційно підсилити аргументацію. Форма запитання з негацією має приховану відповідь: нація так само обмежена у ресурсах, як і окрема людина. В даному випадку риторичне запитання-негація є риторичною стратегією, посилює ідеологічне повідомлення політика.

Політичний дискурс Гілларі Клінтон також багатий на риторичні запитання. Подібний прийом допомагає їй встановити контакт з публікою, створює ефект діалогу та привертає увагу до промови та нагальних запитань, які в ній розглядаються: *Do I think it will be easy? Of course not [4]*.

Політик Джо Байден використовує риторичне питання для того, щоб знівелювати конкурента, показати свою перевагу та спонукати американців задуматися над майбутнім, якщо Дональда Трампа знову оберуть президентом: *“Is that the America you want for you, your family, your children?” [5]*. Зазначене риторичне запитання має імпліцитно заперечний зміст, воно запитальне, але містить приховану думку, те що це не та Америка, якою її хоче бачити народ. Політичний діяч використовує маніпулятивно-дискурсивну стратегію, так

як аудиторія через когнітивне залучення сама доходить до потрібного висновку.

71 міністр Великої Британії, Маргарет Тетчер, використовує риторичне запитання, щоб привернути увагу аудиторії до важливості економічних реформ задля забезпечення стабільності та підтримки традиційних цінностей: *“Is there a better way to protect our values than ensuring economic stability?” [6]*. Політикиня застосовує маніпулятивну стратегію, бо риторичне запитання звужує коло відповідей лише до одного можливого. Семантично воно містить одну відповідь, що кращого варіанту не існує. Зазначений випадок належить до риторичних питань із пресупозицією, тобто відповідь закладена уже у формулюванні.

Лексичні повтори. Повторення одних і тих самих слів, їхніх складових частин чи однакових словосполучень у мові твору будь-якого жанру виконують певну стилістичну функцію. Часте повторення слів або фраз допомагає аудиторії краще запам’ятати ключові ідеї.

Мартін Лютер Кінг у своїх промовах-проповідях не нехтував лексичними повторами: *“I have a dream that one day this nation will rise up... I have a dream that one day on the red hills of Georgia... I have a dream that my four little children will one day live in a nation where they will not be judged by the color of their skin... [7]”* Повтор фрази *“I have a dream”* на початку кожного речення посилює емоційний вплив, привертає увагу до теми рівноправ’я. Мартін Лютер Кінг використовує анафору задля персуазивного потенціалу промови. Анафора створює ритмічність та мелодійність. Лексема *“dream”* стає ключовим концептом промови. Анафора *“I have a dream”* складає тематичну когезію аналізованої промови.

Численні повтори характерні і для політичної риторики Дональда Трампа: *“And on November 3rd, we will make America safer, we will make America stronger, we will make America prouder, and we will make America greater than ever before!” [8]*. Зазначена цитата транслює високий рівень патріотизму підкреслений численними повторами лексеми *“America”*. Анафора *“we will make America”* на початку кожного рядка емоційно впливає на аудиторію, здійснює ритміку, привертає увагу. Зазначена анафора створює маніпулятивно-персуазивний вплив на виборців. Також тут з’являється паралелізм *we will make America + прикметник*, що підсилює переконливість промови.

Промова Вінстона Черчилля *“We shall fight on the beaches”* виголошена перед Палатою громад під час Другої світової війни, є еталоном політичної риторики та британської стійкості: *“We shall fight on the beaches, we shall fight on the landing grounds, we shall fight in the fields and in the streets, we shall fight in the hills; we shall never surrender” [9]*. Черчилль використовує лексичний повтор *«we shall fight»*, що посилює емоційний вплив. Досліджувана анафора в умовах війни виконує прагматичну функцію, тобто формує рішучість, спонукає до опору аудиторію, мобілізує, закликає до єдності. Повтор допомагає легше зрозуміти і запам’ятати промову. В даному випадку анафора створює чіткий ритм, надає доповіді урочистого характеру, дає змогу зосередитись на головному. Синтаксичний паралелізм має наступну форму: *We shall fight + обставина місця*, що також впливає на персуазивну функцію.

Лексичні повтори в досліджуваних промовах реалізовувались через анафору, що здійснює значний емоційний вплив на аудиторію, утворює чітку ритміку та милозвучність тексту, має

персуазивний характер, допомагає зосередитись на основній думці промови, легше запам'ятати. Зустрічались форми лексичних повторів + прикметник/обставина дії, що утворювали синтаксичний паралелізм, який тільки посилював функцію переконання в політичній промові.

Ототожнення себе з аудиторією. Українська дослідниця І. О. Кухарчук звертає особливу увагу на використання політиками у своїх промовах займенників «ми», «наш», «нас». Займенник «ми» має силу зближувати політика з народом та формувати ідею, що вони є єдиним цілим, тому за його допомогою легко маніпулювати свідомістю адресатів. Такою силою також володіє присвійний займенник «наш», що робить політика належним до спільноти. В залежності від контексту вживання, зазначений займенник також може мати риторичну мету – посилити вплив сказаного, звертаючись до емоційної складової аудиторії. Це робить звернення більш інтимним, персоналізованим і близьким для слухачів, змушуючи їх відчувати себе частиною того, про що говориться [10].

Дональд Трамп у своїй промові наголошує: *“We are one national family, and we will always protect, love and care for each other”* [11]. Декілько разів в цитаті зустрічається займенник “we” – це особливий займенник, що створює колективну ідентичність. Президент США застосовує займенник «ми», що робить політика ближчим до народу. Використання цієї лексики викликає відчуття єдності з лідером, емоційної підтримки, консолідації та впливає на функцію переконання.

Баррак Обама часто використовує займенник «наш» у своїх політичних виступах: *«This is the meaning of our liberty and our creed – why men and women who have been held in darkness for so long, now march into the light»* [12].

“Our” є присвійним займенником 1-ї особи множини, який вказує на колективну приналежність, зменшує дистанцію між оратором і слухачами, формує відчуття спільного простору. Політик демонструє, що йому не чужі цінності народу, бо це їх спільні цінності.

Для британської політичної традиції також притаманне використання займенника «our». Найчастіше зустрічаються наступні вирази *«our heritage»*, або *«our democracy»*, що дає відчуття, що ці традиції належать не лише уряду, а й усім громадянам. Девід Камерон наголошує: *«Our heritage of liberty, democracy, and the rule of law is what makes Britain unique»* [13]. Оратор використовує вираз *«our heritage»*, чим підкреслює важливість британських принципів, які є основою британської політичної ідентичності. Займенник “our” зближує оратора із слухачами, викликає довіру, відчуття турботи та рівності.

Контраст. У термінологічній енциклопедії «Сучасна лінгвістика» О.О. Селіванова дає таке визначення терміну контраст: *«...як композиційно-стилістичний принцип розгортання мовлення, як динамічне протиставлення двох змістовно-логічних планів оповіді. Контраст у риторичі – це техніка, яка полягає в порівнянні двох або більше елементів для підкреслення їхніх відмінностей або для створення драматичного ефекту. Цей метод використовується для посилення важливості ідеї, показу контрасту між концепціями, а також для залучення уваги до певних аспектів, що можуть бути менш помітними без такої порівняльної техніки»* [14, с. 520].

Так, Вінстон Черчилль вибудовує контраст між ворожою стороною та країнами-союзниками, називаючи Францію «другом», а Німеччину – «ворогом»: *When you have a friend and comrade at whose side you have faced tremendous struggles, and your friend is smitten down by a stunning blow, it may be necessary to make sure that the weapon that has fallen from his hands shall not be added to the resources of your common enemy* [15]. Лексичний контраст у цій промові зорієнтований навколо лексичної опозиції друг/ворог, світло/темрява. Лексичний контраст включає позитивно марковану лексику: *friend, comrade, faced tremendous struggles*; та негативно марковану лексику: *smitten down, stunning blow, enemy*. Формуються семантичні поля *свій-чужий, єдність-загроза*. Лексичний контраст мобілізує слухача, викликає довіру, дає зрозуміти, що ти *свій* і прийняв правильну сторону, посилює функцію переконання, створює емоційний резонанс.

Для ораторського мистецтва Джо Байдена також притаманні антитези: *“For love is more powerful than hate. Hope is more powerful than fear. Light is more powerful than dark”* [16]. Антитеза тут реалізована як семантичний контраст на основі прямої антонімії: *love – hate, hope – fear, light – dark*. Опозиція *light – dark* є також концептуальною, бо *світло* – це життя, надія, а *темрява* – загроза, зло. У своїх передвиборчих промовах Джо Байден систематично використовує зазначену антитезу, в якій є прихований зміст та метафоризація, бо світлом називає себе, а Дональда Трампа – темрявою. Така опозиція створює емоційний резонанс, створює ілюзію вибору та посилює персуазивну та аксіологічну функції.

Перебільшення застосовують для відвернення уваги від наявних реальних проблем або, навпаки, надання їм більшої ваги. Гіперболізація може використовуватися для того, щоб викликати резонанс у суспільстві, загострити сприйняття подій, які матимуть негативні наслідки для політичної еліти країни. В інших випадках перебільшуються конкретні дані, що наводяться в повідомленні. Політики також, час від часу, вдаються до перебільшення у своїх виступах.

Борис Джонсон у своїй риторичі неодноразово використовував перебільшення. Виступ щодо пандемії COVID-19: *“Now it is the biggest crisis since the Second World War”* [17]. Маркером перебільшення є суперлативна конструкція *“the biggest crisis”* – *найвищий ступінь порівняння прикметника big*. Борис Джонсон порівнює пандемію з війною, звертаючись до найбільш масштабної кризи ХХ ст. Така гіперболізація була здійснена з метою привернути увагу до проблеми, викликати тривогу, показати всю серйозність ситуації та спонукати аудиторію до дій. Перебільшення виконує прагматично-персуазивну функцію, надаючи події виняткової значущості.

Промова Давида Кемерона в контексті референдуму Brexit також має елементи гіперболізації: *«This is the most important decision the British people will ever make»* [18]. Конструкція *“the most important decision”* є суперлативом, і ключовим індикатором перебільшення. Гіпербола підсилюється фразою *“will ever make”*, яка охоплює весь можливий для народу час. Кемерон зазначав, що цей вислів був перебільшенням, оскільки інші історичні рішення, мали не менш важливий вплив. Досліджувана гіпербола викликає драматизацію політичного моменту, привертає увагу британського народу до безпрецедентності ситуації.

Під час президентських виборів 2016 року Хілларі Клінтон назвала Дональда Трампа: «*He is the most dangerous person to ever run for president*» [4]. Суперлатив “*the most dangerous*” виступає маркером негативного оцінювання конкурента. Це аксіологічна гіпербола, яка допомагає дискредитувати опонента. Така гіперболізація викликає страх у виборців, почуття небезпеки та ризику.

Отже, досліджуючи риторичну британських та американських політичних діячів, можемо зазначити, що британська риторика більш стримана, орієнтована на логіку та переконання. Американська риторика більш емоційна, орієнтована на контакт з аудиторією. Але, як для британської, так і для американської риторики притаманне використання зазначених лінгвориторичних засобів впливу на аудиторію, таких як риторичне запитання, лексичні повтори, отожднення себе з аудиторією, контраст, перебільшення. Аналізовані лінгвориторичні засоби виконують персуазивну, аксіологічну, прагматичну, полемічну, емоційно-сугестивну, консолідуючу та фатичну функції, що допомагає політичним лідерам вплинути на аудиторію та досягти перлокутивного ефекту.

Література:

- Барань Є., Газдаг В. Словник філологічних термінів. Берегове : Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II., 2024. С. 584
- John F. Kennedy Presidential Library and Museum. URL: <https://www.jfklibrary.org/learn/about-jfk/historic-speeches/inaugural-address>
- Reagan R. A Time for Choosing : speech supporting B. Goldwater, 27 Oct. 1964. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/speech-support-barry-goldwater-time-for-choosing>
- Hillary Clinton. Address Accepting the Presidential Nomination at the Democratic National Convention in Philadelphia. The American Presidency Project. URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/address-accepting-the-presidential-nomination-the-democratic-national-convention-philadelphia>
- Biden J. Democratic National Convention 2020 : speech, 20 Aug. 2020. URL: <https://www.rev.com/transcripts/joe-biden-2020-dnc-speech-transcript>
- Thatcher M. Speech to the College of Europe, Bruges, 20 Sept. 1988. URL: <https://www.margaretthatcher.org/document/107332>
- King M. L. I Have a Dream: speech, 28 Aug. 1963. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IR-PRrWhMGM>
- Trump D. Full acceptance speech at the 2016 Republican National Convention, 21 Jul. 2016. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=S-GVPXaFEixc>
- Churchill W. We Shall Fight on the Beaches : speech, 4 Jun. 1940. URL: <https://www.nationalarchives.gov.uk/education/worldwar2/the-battle-of-britain.htm>
- Кухарчук І. О. Мовні особливості сучасного політичного дискурсу. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. Одеса. 2018. №33 (1). С. 45-47.
- Trump, D. J. Remarks at the Republican National Convention, 28 August 2020. Full transcript. CNN. URL: <https://www.cnn.com/>
- Obama, B. H. Inaugural Address, 20 January 2009, Washington, D.C. – transcript. URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>
- Cameron, D. British values: article by David Cameron (15 June 2014). Gov.uk. URL: <https://www.gov.uk/government/news/british-values-article-by-david-cameron>
- Селіванова О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 520 с.
- Churchill, W. S. War of the Unknown Warriors, 14 July 1940. URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/war-of-the-unknown-warriors>
- Biden, J. R. Remarks at the Democratic National Convention acceptance speech, 20 August 2020. URL: <https://www.rev.com/transcripts/joe-biden-2020-dnc-speech-transcript>
- Johnson, B. Prime Minister’s statement on coronavirus (COVID-19), 23 March 2020. GOV.UK. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-address-to-the-nation-on-coronavirus-23-march-2020>
- Cameron, D. Prime Minister’s statement on the EU referendum, 20 February 2016. London: GOV. UK. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pms-statement-on-the-eu-referendum-20-february-2016>

Shapoval A. Linguorhetorical means of influence in the political speeches of American and British leaders

Summary. The article is devoted to the study of linguorhetorical means of influence in the political speeches of American and British leaders.

It has been established that political rhetoric is of particular importance, as its primary aim is to influence the audience’s consciousness, encourage people to change their views, mobilize voters, and support specific political decisions.

The research shows that political figures employ linguorhetorical persuasive devices to achieve various communicative goals, including engaging and motivating voters, shaping and manipulating public opinion, justifying controversial decisions, constructing a positive public image, promoting their own ideas and interests, and diminishing their opponents in debates.

A comprehensive analysis of speech strategies, lexical choices, and grammatical features in the speeches of leading American and British political actors has been conducted. The findings indicate that both British and American political rhetoric are characterized by the use of such linguorhetorical means of influence as rhetorical questions, lexical repetition, identification with the audience, contrast, and hyperbole. Rhetorical questions help establish contact with the audience, draw attention to urgent political issues, and encourage citizens to take action. The analyzed material contains rhetorical negation questions or rhetorical questions with an implicitly negative meaning, which intensify the ideological message of the politician. The most common type was rhetorical questions with presupposition, where the answer is already embedded in the formulation itself. In reproducing rhetorical questions, politicians employ a manipulative-discursive strategy, enabling the audience, through cognitive engagement, to arrive at the intended conclusion independently. Lexical repetition in the analyzed speeches is realized through anaphora, which produces a strong emotional impact on the audience, provides the text with a clear rhythm and euphony, and has a persuasive character. It also helps focus attention on the central idea of the speech and facilitates memorization. The strategy of identifying oneself with the audience is implemented through the use of the pronouns “we” and “our”. The pronoun “we” functions as a personal pronoun that constructs a sense of collective identity. The possessive pronoun “our” reduces the distance between the speaker and the listeners, creating a sense of shared space. Lexical contrast in the analyzed public speeches is structured around oppositional pairs such as friend–enemy, light–darkness, and us–them. The examined antitheses create emotional resonance, mobilize

the audience, foster trust, and strengthen the persuasive function of the speech. The device of exaggeration is realized through the use of superlative constructions. The analyzed hyperboles dramatize the political moment, generate public resonance, and attribute exceptional significance to the event.

The study demonstrates that the analyzed linguorhetorical devices perform persuasive, axiological, pragmatic, polemical, emotionally suggestive, consolidating, and phatic functions, thereby enabling political leaders to influence the audience and achieve a perlocutionary effect.

Key words: political speech, influence, orator, rhetorical question, lexical repetition, identification with the audience, contrast, hyperbole.

Дата першого надходження статті
до видання: 23.02.2026

Дата прийняття статті до друку
після рецензування: 20.03.2026

Дата публікації (оприлюднення)
статті: 29.04.2026