

Отримано: 8 вересня 2018 р.

Прорецензовано: 5 жовтня 2018 р.

Прийнято до друку: 6 жовтня 2018 р.

e-mail: aleks-8408@ukr.net

DOI: 10.25264/2519-2558-2018-3(71)-40-43

Білінська О. С. Сугестивний потенціал синкретичних жанрів агітаційного політичного дискурсу (на матеріалі політичних листівок). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 3(71), вересень. С. 40–43.

УДК 811.161.2'42:323.23

Білінська Олександра Сергіївна,
кандидат філологічних наук, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СУГЕСТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СИНКРЕТИЧНИХ ЖАНРІВ АГІТАЦІЙНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ПОЛІТИЧНИХ ЛИСТІВОК)

У статті розглянуто мовленнєві жанри, що виконують агітаційну функцію як основну, проте мають достатньо великий обсяг, більший за одне висловлення. Увагу приділено усним і письмовим формам реалізації власне агітаційних текстів, зокрема політичним листівкам. Доведено, що політична листівка, будучи основною формою репрезентації власне агітаційних синкретичних мовленнєвих жанрів, реалізує впливові механізми як на структурному, так і на мовному рівні. Визначено, що основним мовним показником агітаційності в листівках є спонукальні синтаксичні конструкції, звертання та наказовий спосіб дієслівних компонентів.

Ключові слова: мовленнєвий жанр, агітаційний текст, політичний дискурс, політична листівка, сугестивний потенціал, передвиборча кампанія.

Былинская Александра Сергеевна,
кандидат филологических наук, Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СУГЕСТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СИНКРЕТИЧЕСКИХ ЖАНРОВ АГИТАЦИОННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИСТОВОК)

В статье рассмотрены речевые жанры, которые выполняют как основную агитационную функцию, однако имеют достаточно большой объем, более чем одно высказывание. Внимание было уделено устным и письменным формам реализации собственно агитационных текстов, в частности политическим листовкам. Доказано, что политическая листовка, являясь основной формой репрезентации собственно агитационных синкретических речевых жанров, реализует механизмы воздействия как на структурном, так и на языковом уровне. Определено, что основным языковым показателем агитационности в листовках являются синтаксические конструкции побудительного типа, обращения и повелительное наклонение глагольных компонентов.

Ключевые слова: речевой жанр, агитационный текст, политический дискурс, политическая листовка, сугестивный потенциал, предвыборная кампания.

Oleksandra Bylinska,
PhD, Odessa I. I. Mechnikov National University

THE SUGGESTIVE POTENTIAL OF SYNCRETICAL GENRES OF THE PROPAGANDA POLITICAL DISCOURSE (ON THE MATERIAL OF POLITICAL LEAFLETS)

The article deals with speech genres, which perform as the main agitational function, but they have a rather large volume, more than one utterance. Attention was paid to the oral and written forms of the implementation of the actual propaganda texts, in particular political leaflets. It is proved that the political leaflet, being the main form of representation of strictly agitational syncretic speech genres, implements mechanisms of influence both at the structural and linguistic level.

It is determined that the main linguistic index of agitation in leaflets is the syntactic constructions of the incentive type, the treatment and the imperative mood of the verbal components. It has also been proven that in its propaganda texts the intention is to motivate certain actions.

It is proved that the propaganda leaflets themselves have structural and semantic specifics. At the structural and compositional level, they consist of several components, such as address to the addressee, an appeal to certain actions and a conclusion.

Key words: speech genre, propaganda text, political discourse, political leaflet, suggestive potential, pre-election campaign.

Актуальність статті. Агітаційний політичний дискурс (далі – АПД) – різновид політичного дискурсу, визначальними рисами якого є наявність визначеної цільової групи адресата; прагматична скерованість на отримання конкретного результату; поєднання структурної логічності та вербальної сугестивності; наявність унікальної політичної пропозиції; переконання адресата й заклик (імплицитний чи експліцитний) до підтримки певного політика або політичної сили. В АПД актуалізовано розмежування позицій адресанта й адресата, а основним завданням є вплив на виборців, завоювання і утримання їхніх симпатій. Це завдання реалізується як заклик до масової аудиторії, а зацікавленість у збільшенні кількості прихильників зумовлює необхідність адресувати тексти великому загалу, масовому адресату. На сьогодні питання розроблення типології жанрів політичного дискурсу (далі – ПД) досі залишається дискусійним для сучасної політичної лінгвістики, оскільки основною проблемою залишається вибір визначального критерію розподілу політично орієнтованих текстів за їх жанрами.

Мета статті полягає у дослідженні специфіки політичної листівки як окремого мовленнєвого жанру (далі – МЖ), скерованого на заохочення подальшого вибору кандидата та його програми у перегонах та заклик до здійснення виборцями певної «необхідної» дії. Мета зумовила розв'язання таких **завдань**: охарактеризувати політичну листівку як МЖ; окреслити структурно-композиційні особливості листівок; визначити синкретичний характер листівок на різних структурних рівнях; проаналізувати імперативність політичних листівок на синтаксичному рівні; виявити реалізацію сугестивної унії у політичних листівках.

Об'єктом дослідження є український ПД у лінгвопрагматичному аспекті, а **предметом** – МЖ політичної листівки. **Матеріалом** для аналізу було обрано тексти агітаційних та передвиборчих листівок відомих українських політичних партій, блоків та окремих політиків останніх 10 років (2007-2017 рр.) загальною кількістю понад 100 мовних одиниць.

Серед синкретичних МЖ основне місце належить власне агітаційним, що охоплюють письмові та усні репрезентативні жанрові форми. Їх основне призначення – спонукати адресата до певних дій – взяти участь у виборах, підтримати певну політичну силу, проголосувати тощо, тобто виступити активними суб'єктами в політичному процесі під час виборів.

Письмова форма власне агітаційних МЖ представлена передусім *політичними листівками*. Н. Кондратенко, потрактовуючи листівки як МЖ, що реалізує маніпулятивний потенціал політичного дискурсу, визначає їх як «односторінкове чи двосторінкове друковане видання, що має переважно вербальний зміст та використовується з метою ефективного оперативного інформування аудиторії про події, для заклику до конкретних дій або донесення до реципієнтів елементів програми кандидата» [3, с. 18]. Незважаючи на комбінований, синкретичний характер листівки на функційному рівні, на змістовому її характерною рисою є зосередженість на одній ідеї, сконцентрованість навколо однієї проблеми. М. Варій визначає такі параметри листівок, як концептуальність семантики, аргументованість, простота і доступність, композиційна чіткість, привабливість і помірність [1, с. 164–165]. Листівки мають розгалужену систему жанрових виявів: іміджеві, презентаційні, біографічні, інформативні, листівки-запрошення, листівки-пам'ятки, листівки останнього дня, листівки-подяки, проблемні листівки, дискредитаційні, підтримувальні листівки тощо [4, с. 302–304]. Н. Кондратенко поділяє листівки на біографічні, програмні, агітаційні та іміджеві [3, с. 19].

Спираючись на цю типологію, де визначено агітаційні як окремий тип листівок, зазначимо, що власне агітаційні листівки мають структурно-семантичну специфіку. На структурно-композиційному рівні вони складаються з кількох компонентів: звернення до адресата, заклику до певних дій та висновку, напр.: *Шановний виборцю! 31 жовтня 2010 року відбудуться вибори в Іллічівську міську раду. Закликаю Вас виявити свою громадянську свідомість і прийти проголосувати на Ваші виборчі дільниці. Навіть якщо Ви не підтримуєте жодного з кандидатів, позначте графу проти усіх, це також вияв Вашої позиції. Не дайте скористатися Вашим голосом з метою фальсифікації* (Політична листівка М. А. Мельника, партія «Сильна Україна», 2010). У цьому фрагменті листівки представлено звертання до масового адресата – виборців, і наявний прямий заклику до дій – прийти та проголосувати під час виборів, висновок також має імперативний характер. Пряма адресованість, імперативність та використання форм 2-ої особи однини створює ефект діалогічної взаємодії із адресатом, що, на нашу думку, є характерною рисою агітаційних політичних текстів.

Наявність звертань та апеляцій до цільової аудиторії є частотним структурним компонентом власне агітаційних листівок, оскільки в такий спосіб актуалізується роль адресата, який повинен розпізнати комунікативну інтенцію мовця. У власне агітаційних текстах інтенцією є спонукання до певних дій, напр.: *Народ України! Будь Гідний своєї славної історії! Скажемо «Так» референдуму по НАТО! Скажемо «Ні» НАТО! Політиків, що тягнуть Україну у рабство і у злидарство, викинемо на звалище Історії! Прийди на референдум-опитування 31 березня 2007 року!* (Листівка Комуністичної партії України, 2007). Для власне агітаційних листівок розпізнавання інтенції не становить особливих труднощів, настанова мовця інтерпретується однозначно. Зважаючи на це, обов'язковим елементом на мовному рівні є спонукальні речення, форми наказового способу дієслів, здебільшого у формі однини, – це посилює інтимізацію викладу інформації, напр.: *Одесите! Єдина наша зброя проти помаранчевого беззаконня – це бюлетень! Скористуйся ним – прийди 30 вересня і проголосуй. Твій невикористаний бюлетень – це завтрашній постріл тобі у спину!* (Листівка Партії регіонів, 2007). Наведений текст демонструє всі необхідні структурні елементи та підпорядкований інтенції спонукання до дії: представлено звертання з найменуванням адресата – вузької цільової групи, констатувальну частину, спонукальну частину та узагальнення, що є негативним наслідком в разі невиконання директиви.

На семантико-прагматичному рівні власне агітаційні листівки містять спонукання до дій та заклики різного скерування. Насамперед це заклики до участі у виборах, що передбачає використання дієслів *голосувати, прийти, взяти участь, підтримати* тощо у формі наказового способу, напр.: *Не помились це раз! Голосуй за екологічну компенсацію для себе і своїх дітей! Підтримай «Партію екологічного порятунку «ЕКО +25%»* (Листівка партії «ЕКО +25%», 2006); *Після виборів все зміниться! Разом з Януковичем подолаємо злидарство. Вибори – це вихід! Голосуй за себе!* (Листівка партії «Громадянська ініціатива», 2012); *Голосуй за Блок Наталії Вітренко! Захистимо національні інтереси України, увійшовши до Єдиного економічного простору з Росією, Білорусією і Казахстаном! Разом ми сила!* (Блок Н. Вітренко, 2007). Основною синтаксичною конструкцією в такому разі є «Голосуй за + об'єктна синтаксема (родовий відмінок однини або множини)».

За цією моделлю створюють більшість власне агітаційних текстів, вона може виконувати і текстотвірну роль, напр.:

Голосуй за «Сильну Україну». 7 причин ЗА:

1. **За чесну владу у місті.**
2. **За захист малого і середнього бізнесу.**
3. **За гідну роботу для молоді.**
4. **За підвищення якості комунальних послуг.**
5. **За нове життя паркам і пляжам.**
6. **За екологічно чисте місто.**
7. **За повернення Одесі слави морської столиці!**

Голосуй за № 7 (Листівка партії Сильна Україна, 2012).

Спонукання до дії – голосування – тут позначено лише в заголовковому комплексі, а основний текст листівки побудований як актуалізації синтаксичної моделі «За + родовий відмінок іменника», причому прийменник виступає анафоричним елементом у кожній пропозиції, що подані за принципом синтаксичного паралелізму. Оцінна позитивація кожного окремо винесеного рядка, що сприймається адресатами як перспектива майбутнього ідеалізованого життя, побудовано за принципом імпліктури: визнання кожного представленого положення із запропонованих семи, вимагає визначити й основний заклику та проголосувати за партію «Сильна Україна». Висновок закріплює це переконання: парцельована складна синтаксична побудова спрощує сприйняття змісту та є одним з потужним прийомів маніпулятивного впливу: погоджуючись з

твердженням, представленим у повторюваній частині, реципієнт погоджується і з тим, що потрібно проголосувати за відповідну політичну силу. Агітаційний потенціал зазначеної синтаксичної моделі настільки потужний, що вона працює і без експлікації імперативного компонента, напр.: *За Одесу! За Януковича! За визволення із злидарства! За пам'ять наших предків! За нашу рідну мову! Будь разом з нами! 17 січня на виборчій дільниці!* (Листівка В. Януковича, президентські вибори 2010). Заклична функція реалізована виключно завдяки синтаксичній конструкції, проте дієслівна семантика мається на увазі, тому адресат правильно інтерпретує намір мовця як заклик до участі у виборах та електоральної підтримки.

Імперативність агітаційних МЖ виражається насамперед у дієслівній семантиці, що не лише репрезентує заклики до голосування, а й інші дії потенційних адресатів, напр.:

25 травня очистимо Київ від Черновецького!

Голосуй за Миколу Катеринчука та його команду!

Найважливіші справи на цей день:

1. Не думайте, що все вже вирішено за вас. Владі вигідно, щоб ви вважали саме так. Не дайте їй знову себе ошукати.

Прийдіть та проголосуйте!

2. Не погоджуйтесь «продати» свій голос. Навіть якщо ви змушені були взяти запропоновані гроші, НИХТО не зможе перевірити, за кого ви голосували.

3. Прийдіть голосувати якомога раніше, щоб не стояти у черзі.

4. Якщо ви підтримуєте кандидата в мери Катеринчука, то буде важливо підтримати і його Блок. Шукайте у бюлетені № 28 – Блок Миколи Катеринчука.

5. Обирайте зважено та самостійно! (Листівка Блока Миколи Катеринчука, вибори мера м. Київ, 2008).

Заголовок листівки містить прямий заклик до голосування, проте структура тексту передбачає не повторення спонукань одного змістового ряду, а й урізноманітнення закликів. Текст складається, крім заголовка, з п'яти закличних висловлень, у яких вжито як дієслівні синоніми (*голосуйте, проголосуйте, обирайте*), так і дієслова іншої семантики (*не погоджуйтесь, прийдіть, шукайте, не думайте, не дайте*), що передають як директиви, так і заборони імперативного характеру. Структурна симетрія, синтаксичний паралелізм та так би мовити «семантичне дублювання» спонукань та заборон створюють особливий ритмічний малюнок тексту та впливають на адресата на лише на рівні структури та семантики, а й невербальному рівні.

«Семантичне дублювання» визначаємо як багаторазове використання синтаксично однакових конструкцій, що мають різну семантику, але спільні граматичні ознаки та спільну комунікативну настанову. У нашому випадку це політична агітація, здійснена в імперативній формі із вживанням форм наказового способу дієслів та спонукальних речень. Дієслова мають різну семантику, але об'єднані не лише формою наказового способу, а й директивним змістом, вони здійснюють вплив на реципієнта за допомогою поєднання в одному тексті як порад, так і наказів, а також директив побутового та соціального характеру, напр.: *Переможемо, щоб стати сильніше! Від імені Партії регіонів я закликаю Вас не залишатися осторонь і обов'язково взяти участь у виборах 30 вересня. Голос за нашу партію – це голос на користь стабільності, добробуту і свободи. Ми здатні це забезпечити, якщо отримаємо мандат Вашої довіри – наш Уряд зробить все можливе, щоб життя змінювалось лише на краще, щоб хаос, здивування і кризи назавжди залишилися у минулому. Надії на краще стануть реальністю, якщо Ви прийдете на вибори 30 вересня і віддасте свій голос за ПР. Щоб перемога була переконливою, запро- сить проголосувати і Ваших близьких, друзів, колег по роботі. Голосуйте за успішну державу, за наше спільне майбутнє!* (Листівка Партії регіонів, 2007). У наведеному тексті представлено як дієслова в наказовому способі, так і в теперішньому часі (*закликаю, прийдете, віддасте*), проте загальна семантика, що охоплює конкретні дії потенційних виборців, сприяє розумінню тексту не лише як директиви, а й як програми дій. Перформативний характер висловлення мовця (я закликаю) налаштовує адресата в комунікативній взаємодії на те, щоб сприймати текст акціонально: заклик не лише описується, а й безпосередньо здійснюється. Крім того, лексика в тексті, що актуалізує, по-перше, семантичні опозиції аксіологічного характеру, а по-друге, реалізує мовленнєву стратегію консолідації, посилює ефект спонукання до сумісних дій. Позитивно оцінна семантика абстрактної лексики (*стабільність, добробут, свобода, довіра* тощо) та протиставлення її негативній (*хаос, криза, здивування* тощо) актуалізують семантичні опозиції, серед яких вибір адресата зумовлений комунікативним наміром мовця.

В агітаційних листівках фіксуємо й використання заперечних конструкцій, хоч цей прийом і не є характерним для рекламних текстів як дівний, напр.:

Не бійся! Захищаємо своїх рідних, свої права і свою справу!

Не зраджуй! Бережемо традиції, доробок суспільства, спадщину дідів і свою землю!

Не мовчи! Боремося за чесну і справедливую владу, вимагаємо захисту своїх прав! (Листівка Н. Яшан, Одеське відділення партії «Народний Рух України», 2010).

Листівка має тричленну композиційно-структурно будову: складається із трьох текстових синтаксичних єдностей, кож- на з яких містить спонукальне непоширене односкладне речення загальнозаперечного типу (*Не бійся! Не зраджуй!, Не мовчи!*) та стверджувальну конструкцію, що є реакцією у відповідь наведених заперечень. Речення-реакції також є одно- складними дієслівними означено-особовими, проте поширеними, а предикативний центр виражений у них дієсловом у теперішньому часі (*Захищаємо..., Бережемо..., Боремося і вимагаємо...*). Структурна цілісність, поєднана із семантичним протиставленням, створює ефект «розриву шаблону»: адресат не очікує після наказів у заперечній формі програмних твер- джень, оскільки спонукання скероване на реципієнта, він повинен виконувати зазначені дії, але після цього від нього не чекають реакції, а навпаки – пропонують власний план дій. Вважаємо, що мовленнєвий вплив тут здійснено не лише на семантичному, а й на структурному рівні.

Іншим структурним прийомом мовленнєвого впливу вважаємо «колову» композицію тексту агітаційних листівок: *Ска- жи помаранчевим «СТОП!»: Злидар вільним не буває! Лише вибори – шлях до зростання благоустрою твоєї родини і ви- зволення із помаранчевого рабства злидарства! Ти хочеш, щоб твої діти вчилися російською мовою? Тільки вибори дадуть нам можливість зберегти рідну мову і культуру! Вихід є! Скажи їм «СТОП!»* (Листівка Партії регіонів, 2007). Структурна

епанафора, використана в цьому тексті, виступає своєрідним «обрамленням» основного тексту, у якому фіксуємо вияв однієї з технік нейролінгвістичного програмування – рефреймінгу. Т. Ковалевська зазначає, що «сама мова є рефреймінговим феноменом, бо надає змогу по-різному описати, об'єктувати певні константи довкілля з урахуванням індивідуальних інтерпретацій» [2, с. 270]. Текст демонструє суб'єктивну інтерпретацію подій із використанням метафор, абстрактної лексики, оцінних номінацій тощо, тобто багатьох прийомів сугестивного впливу.

Висновки та результати дослідження. Агітаційний політичний дискурс має систему мовленнєвих жанрів, що становлять мовленнєву репрезентацію інтерактивної взаємодії мовця та адресата в типових соціальних ситуаціях спілкування. Мовленнєві жанри агітаційного політичного дискурсу мають на меті вплив на адресата й переконання, скероване на забезпечення політичної підтримки, тому актуалізуються насамперед під час виборчих перегонів. Основною формою репрезентації власне агітаційних синкретичних МЖ є політична листівка, що має тричленну композиційно-структурно будову і реалізує впливові механізми як на структурному, так і на мовному рівні. Основним мовним показником агітаційності в листівках є спонукальні синтаксичні конструкції, звертання та наказовий спосіб дієслівних компонентів.

Література:

1. Варій М. Психологія та виборчі технології. Львів : Ельга ; Ніка-центр, 2002. 230 с.
2. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : [монографія]. Одеса : Астропринт, 2008. 324 с.
3. Кондратенко Н. В. Політичні листівки в маніпулятивних технологіях: мовний вплив на реципієнтів. *Діалог : Медіа-студії : [зб. наук. праць]*. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2007. Вип. 5. С. 18–24.
4. Кривонос А. Д. PR-текст в системі публичних комунікацій. СПб. : Петербургское востоковедение, 2002. 288 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2006. 716 с.