

Шило С. Б.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СИНКРЕТИЧНИЙ СТАТУС АГІТАЦІЙНО-ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

На розвиток та осмислення реальності як цілісної, структурно складної й багаторівневої системи суттєво впливають явища синкретизму, що різновекторно репрезентовані в різних сферах життєдіяльності суспільства. Постаючи в різноманітних формальних і змістових виявах, синкретизм із неоднаковим ступенем інтенсивності стосується рівнів індивідуальної та суспільної свідомості, які важко уявити поза межами політики. Вивчення агітаційно-політичного дискурсу допомагає зрозуміти й усвідомити політичні процеси сучасного суспільства. Ця сфера дослідження має яскраво виражений синкретичний характер, оскільки в ній інтегровано особливості різних типів дискурсів, зокрема медіа- та інтернет-дискурсу.

Статтю присвячено дослідженню проблеми синкретичного статусу агітаційно-політичного дискурсу, його зв'язкам із медіа- та інтернет-дискурсом. Проаналізовано наявні підходи до інтерпретації політичного, масмедійного та інтернет-дискурсу. Доведено беззаперечний зв'язок медіадискурсу й політики з огляду на те, що ЗМІ є фактично основним середовищем існування й каналом провадження політичної комунікації. Медіадискурс слугує своєрідним посередником між різними типами дискурсів і соціумом. Політик спілкується з аудиторією за допомогою медіа, а ЗМІ, зі свого боку, поширюють ту інформацію, яка потрібна для формування громадської думки, повідомлення фактів про політичних лідерів.

Зроблено висновок про те, що агітаційно-політичний та інші різновиди дискурсів (масмедійний, інтернет-дискурс) мають синкретичну природу. Інтернет-дискурс постає важливим каналом і специфічною формою політичної комунікації, функції якої модернізовані й трансформовані за допомогою можливостей сучасних новітніх технологій. Нині соцімережі – це важливий канал політичної комунікації, який політичні лідери використовують для взаємодії з електоратом та впливу на цільову аудиторію. Оскільки аналізовані різновиди дискурсів мають подібні комунікативні наміри й мовленнєві дії, логічно стверджувати, що агітаційно-політичний дискурс пов'язаний з іншими різновидами, які реалізовані у сфері масової комунікації. Синкретизм агітаційно-політичного дискурсу репрезентований двома різновидами: як функційний синкретизм і формальний синкретизм засобів вираження.

Ключові слова: синкретизм, агітаційно-політичний дискурс, масмедійний дискурс, політична комунікація, інтернет-дискурс.

Постановка проблеми. Синкретизм як складне й своєрідне явище постає об'єктом дослідження в різних сферах гуманітарного знання, зокрема у філософії, культурології, релігієзнавстві, політології, соціології, літературознавстві, лінгвістиці та інших. Він є ключовим поняттям сучасної епохи, оскільки втілює тенденцію до формування нової єдиної картини світу в умовах соціально-політичного життя суспільства. Синкретичний характер сучасних мовознавчих досліджень зумовлює виникнення нових тенденцій у міжгалузевих студіях, мета яких – взаємопроникнення різних сфер наукового знання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «синкретизм» вдало співіснує в різних сферах вивчення специфіки сучасного політич-

ного дискурсу. Як перспективний об'єкт сучасної лінгвістики, політичний дискурс перебуває в центрі уваги багатьох дослідників (О. Билінська, Р. Водак, А. Голоднов, Л. Нагорна, А. Чудінов, О. Шейгал та інші), що зумовило виникнення окремого наукового напрямку – політичної лінгвістики. Вивчення різних аспектів політичної комунікації пов'язане з аналізом її форм, завдань та змісту й має міждисциплінарне спрямування у сферу перетину когнітивної лінгвістики, теорії дискурсу, соціолінгвістики тощо.

У мовознавстві поняття синкретизму актуалізоване порівняно недавно, тому серед дослідників немає єдиної думки щодо його трактування. У лінгвістичній площині синкретизм витлумачують як: 1) формальне нерозрізнення, злиття

в одній формі у процесі еволюції мовної системи функційно різних граматичних категорій і форм; 2) поєднання (синтез) диференційних ознак мовних одиниць (певних розрядів слів, значень, речень, членів речень тощо), протиставлених один одному в системі мови і пов'язаних явищами перехідності [8, с. 269–270]; «злиття в одній мовній одиниці одночасно кількох ознак» [12, с. 541] тощо (докладніше про трактування синкретизму див.: [16, с. 29–31; 17, с. 23–30]).

Більшість мовознавців (В. Бабайцева [2], А. Загнітко [8], О. Селіванова [12], Л. Шитик [16] та інші) ототожнюють синкретизм із поняттями «синтез», «поєднання», тобто акцентують увагу на буквальному значенні лексеми, що повністю вмотивоване з огляду на його лінгвальну репрезентацію. Феномен синхронної перехідності (або синкретизму) як кількоплощинного явища постав об'єктом вивчення Л. Шитик. Дослідниця обґрунтувала концептуальні засади вивчення синхронної перехідності, з'ясувала чинники породження синкретизму в синтаксичній площині, вибудувала модель синхронної перехідності синтаксичних одиниць у внутрішньоранговій (спільнокатегорійній і різнокатегорійній) та в різноранговій площинах [16].

З огляду на галузеву багатовекторність синкретизму його вивчали в різних проєкціях: як синкретизм художньої образності (О. Єременко [7]), синкретизм художнього мислення (Л. Кавун [9]), синкретизм мовної особистості політика (М. Цуцаєва [13]), жанровий синкретизм (О. Билінська [3]) тощо. Попри це, дискурсна сфера реалізації синкретизму потребує належної уваги.

Постановка завдання. Мета статті – обґрунтувати синкретичний статус агітаційно-політичного дискурсу, простежити його синкретичний зв'язок із масмедійним та інтернет-дискурсом.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю аналізу агітаційно-політичного дискурсу як специфічного феномена політичної комунікації й виявлення когнітивних механізмів, що лежать в основі репрезентації дійсності та способів їх синкретичного вираження. Наукова новизна дослідження полягає в тому, що агітаційно-політичний дискурс проаналізований в аспекті синхронної перехідності, зокрема, схарактеризовано синкретичний зв'язок масмедійного, інтернет-та агітаційно-політичного дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Дослідження політичного дискурсу як синкретичного феномена потребує окреслення його меж, що пов'язано з двома підходами до розуміння його специфіки:

вузьким і широким. Відповідно до вузького розуміння політичний дискурс обмежений тільки інституційними формами комунікації, де спілкування постає складником публічної організації. Оскільки публічне спілкування орієнтоване на певні стандарти поведінки, то варто звернути увагу на набір типових для цієї сфери моделей мовної поведінки, комунікативних подій, тематики спілкування. Політичний дискурс за широкого підходу витлумачено як особистісний. Він являє собою сам спосіб, яким інституційний рівень актуалізований в індивідуальній свідомості, як він виявляється в професійній діяльності, а також у сприйнятті людиною світу [15, с. 98].

О. Шейгал констатує, що «основна спрямованість політичного дискурсу полягає в навіюванні адресатам необхідності політично правильних дій та оцінок. Навіювання – це процес впливу на психіку людини, під дією якого знижується рівень критичності сприйняття змісту повідомлення» [15, с. 48].

Дослідниця пропонує польовий підхід до аналізу політичного дискурсу і вважає, що до сфери політики належить один з елементів: адресант, адресат або зміст висловлення [15, с. 115]. Польовий підхід спрямований на виявлення сфер перетину політичного дискурсу з іншими різновидами – як інституційними, так і неінституційними.

Політичний дискурс має функційну специфіку, що репрезентована в основній функції – використанні його як інструменту впливу, реалізованій у боротьбі за владу, збереженні та утриманні її.

Політичний дискурс функціонує задля того, щоб:

- політик міг завоювати авторитет і зміцнити свій імідж, сподобатися народові;
- створити емоційний настрій у виборців;
- дати адресатові нові знання, нові уявлення, інформувати про свою позицію;
- переконати адресата погодитися з позицією мовця, його думками, сприйняти його погляди;
- закликати адресата проголосувати на виборах за кандидата, партію, блок тощо [11, с. 21].

Функційною особливістю політичного дискурсу є переконання адресата й спонукування до потрібного адресантові вибору, що реалізовано за допомогою найпоширенішого засобу політичної боротьби – агітації. Услід за О. Билінською надаємо перевагу функційному чинникові, який і слугує підґрунтям для виокремлення агітаційно-політичного дискурсу [3, с. 14].

У межах агітаційно-політичного дискурсу провадять статусне спілкування, що відбувається не

між конкретними людьми, а між представниками соціальних груп. Агітаційно-політичний дискурс нав'язує суб'єктам правила спілкування, відповідно до яких адресант є більш активним і за допомогою дискурсивних практик навіює адресатові політичні реалії та спонукає зробити правильний вибір на свою користь, а адресат є пасивним об'єктом впливу.

Агітаційно-політичний дискурс, репрезентований на сторінках газет, у теле- й радіоэфірі, на просторах Інтернету є реалією сьогодення. Його основна мета – завоювання й утримання влади, досягти якої можна тільки через залучення на свій бік якомога більшої кількості виборців. Тому, на нашу думку, логічно говорити про синкретичний статус агітаційно-політичного дискурсу, оскільки в ньому поєднані характеристики масмедійного, пропагандистського, рекламного, інтернет-дискурсу та наявні рівні, представлені інституційними та неінституційними різновидами політичного дискурсу. Синкретизм агітаційно-політичного дискурсу репрезентований передусім поєднанням мовних рис тих чи тих функціональних стилів, а також передбачає й синкретизм його функцій. Як зауважує Р. Водак, «з одного боку, важливо, щоб він був доступним для розуміння відповідно до завдань комунікації, а з іншого – орієнтованість на певну групу часто суперечить зрозумілості політичної мови» [5, с. 22].

На думку Т. ван Дейка, «наші знання і ставлення до політиків, партій значною мірою здобуваються, змінюються або підтримуються за допомогою сприйняття тексту й мови в процесах соціалізації, освіти, сприйняття інформації ЗМІ та неформальних розмов» [6, с. 192].

Своєрідним посередником між різними видами дискурсу і соціумом слугує медіадискурс. У сучасному світі дискурс масмедіа є однією з ключових форм вираження політичної влади й висвітлення політичних подій та формування громадської думки. Проблеми взаємовпливу масмедійного й політичного дискурсу досліджували такі вчені, як А. Баранов, Р. Водак, О. Паршина, А. Чудінов, Т. ван Дейк, Ю. Габермас, О. Шейгал та інші.

О. Шейгал вважає, що «політичний дискурс опосередкований чинником масмедіа, оскільки засоби масової інформації є основним каналом реалізації політичної комунікації» [15, с. 85]. З огляду на багатожанровість політичного дискурсу, що зумовлена набором характеристик і стилістичних рис його текстів, медіадискурс дає змогу втілити стратегії й тактики спонукання, що важливо для реалізації агітаційно-політичного дискурсу.

Комунікативна взаємодія політика й виборця – це складний процес, оскільки під час розгортання агітації важливо не тільки надати аудиторії актуальну інформацію, а й домогтися утримання уваги й заручитися підтримкою адресатів, спонукати обрати потрібного кандидата. Наприклад: *21 липня будьте уважними під час голосування! Знайдіть у бюлетені поруч із прізвищем кандидата текст: «Суб'єкт висування – політична партія «Слуга народу». Тільки кандидати, яких висунула партія, – це команда Президента. Голосуйте лише за справжніх слуг народу! Зробимо їх ще раз!* (відеоролик партії «Слуга народу»); *Ось так політики слухали тебе, коли встановлювали ціни на газ, домовлялись з олігархами, заробляли на війні. Прийшов час це змінити. Позбавити олігархів впливу. Мій голос за вищі зарплати. Із твоїм голосом будуть рахуватися. Не дамо депутатам працювати більше двох термінів у Раді, а за прозули заберемо мандат. Приєднуйся до нас 21 липня. Твій голос змінює все!* (відеоролик партії «Голос»).

Аналіз мовних особливостей політиків дає змогу виявити стратегії, тактики й методи маніпулювання суспільною свідомістю, які застосовують для переконання виборців. Ефективність використуваних стратегій залежить від багатьох чинників. Це, зокрема, точне визначення ситуації спілкування, уміння «розгледіти» вербальні інтенції й особливості опонента, а також правильне вибудовування плану дій залежно від бажаного результату. Важливо наголосити, що вибір стратегічних установок залежить і від особливостей культурної своєрідності нації, її історичного розвитку, економічної та політичної ситуації.

За допомогою інструментів ЗМІ політики поєднують основні функції політичної системи (ухвалення рішень) та функції системи ЗМІ (інформування й порушення важливих питань і тем для обговорення), щоб забезпечити інтеграцію суспільства. Засоби масової інформації допомагають вибудувати «правильну», потрібну політикам дійсність. Акцентуючи на важливості ролі ЗМІ в реалізації політичного дискурсу, дослідники називають тенденцію до зрощення дискурсу масмедіа й політичного дискурсу [15, с. 90].

На думку О. Шейгал, найважливіша відмінність політики від інших сфер полягає в тому, що вона постає єдиною професійною сферою спілкування, яка орієнтована на масового адресата. Політична комунікація опосередкована ЗМІ, які фактично є основним середовищем її існування. Як справедливо зауважує дослідниця, особливу

роль у політичному дискурсі відіграє дискурс масмедіа, що нині слугує основним каналом реалізації політичної комунікації [15, с. 145]. Тому беззаперечним постає той факт, що однією з особливостей агітаційно-політичного дискурсу є його опосередкованість засобами масової інформації, що слугує основою для формування складної синкретичної структури «масмедійного агітаційно-політичного дискурсу».

С. Виноградова, навпаки, розділяє масмедійний і політичний дискурси: «тоді як висловлення політика належать до політичного дискурсу, репортаж про виступ дипломата на телебаченні тяжіє до сфери ЗМІ; якщо текст закону є частиною політичного дискурсу, то газетна стаття про закон належить до дискурсу ЗМІ» [4, с. 46].

Ще одним важливим каналом реалізації політичної комунікації є мережа Інтернет, яка проникає в усі сфери людського життя, зокрема і в політику. Сьогодні інтернет – це основне джерело інформації для населення, що випереджає радіо, телебачення та друковані ЗМІ. Як справедливо зауважує Н. Луман, «інтернет створює зовсім нове соціальне поле, у якому виникають новітні види взаємин політичних суб'єктів» [10, с. 215–222]. З переходом інтернет-ресурсів у повноцінне комунікативне середовище зростає зацікавленість мовознавців вивченням характерних для них дискурсивних практик. Це стало поштовхом до виокремлення особливого різновиду дискурсу – інтернет-дискурсу, потрактованого і як процес створення тексту у віртуальному середовищі на тлі прагматичних і соціокультурних чинників, і як кінцевий результат цієї дії [1, с. 24]. Важливими ознаками інтернет-дискурсу, що повною мірою відображені в агітаційно-політичному дискурсі, є активний зворотний зв'язок, висока проникність, інтерактивність, неформальне спілкування.

Інтернет-дискурс, до якого зараховують сайти, соціальні мережі, домінує за обсягом інформаційних потоків. Він охоплює велику кількість населення й має колосальні інтерактивні та впливові можливості. Описуючи деякі події, ЗМІ, зокрема й в інтернет-середовищі, формують відповідне сприйняття цих фактів і реакцію на них суспільства.

Політичне життя конкретної мовної спільноти відображене в нових медіа, зокрема в соціальних мережах, які змінили політичну комунікацію, а також стали зручним ресурсом політиків для унаочнення їхньої діяльності. Залежно від мети політика, соціальна мережа може бути майданчиком для відповідей на запитання виборців, місцем представлення своєї позиції або інструмен-

том піару й агітації. Вибір однієї з цих функцій впливає на інтернет-дискурс. Наприклад: *Українська земля – не для продажу! Приєднуйтеся до флешмобу, якщо ви проти продажу землі. Для цього поставте цю рамку собі на аватарку – натисніть кнопку «Спробувати» під цим постом* (представництво політичної партії «Батьківщина» у Facebook). У наведеному фрагменті представники політичної партії агітують приєднатися до флешмобу, поставивши рамку з кольоровою символікою партії та відповідним текстом, у такий спосіб показати свої політичні вподобання та спонукати інших користувачів соцмереж підтримати саме цю політичну силу.

В іншому прикладі політик, по-перше, використовує звертання, щоб акцентувати на стосунках між адресантом та адресатом і посилити спонукання; по-друге, дає чіткий алгоритм дій, окреслює, що потрібно зробити, щоб популяризувати українську мову: *Друзі, у мережі зараз набирає обертів петиція щодо впровадження українського дубляжу та субтитрів на популярних платформах для перегляду фільмів і серіалів: Netflix та Amazon Prime Video. Це дуже правильна та потрібна ініціатива! І щоб це стало можливим, ми самі маємо чітко продемонструвати: українці читають, дивляться, та слухають українською! Тому, якщо ми хочемо, щоб світ розмовляв до нас українською, варто почати з простих кроків: **обрати** українську основною мовою у браузері та в соцмережах Facebook і Youtube; **слухати** українською в Apple Music та **переглядати** українськомовний контент на YouTube; **обирати** український дубляж і субтитри, **дивитися, слухати, читати** українською всюди, де вже зараз така можливість; **підписати** петицію до Netflix та Amazon: **Борись за українське!** (допис П. Порошенка в соцмережі Facebook).*

Інтернет дає змогу встановлювати інтерактивну взаємодію в межах віртуального діалогу, тобто адресант та адресат однаково активні. У соціальних мережах навіть пасивний користувач час від часу стає активним комунікатором, а агітаційно-політичний дискурс реалізований як сукупність присвячених різним темам відкритих обговорень. Усе це дає змогу впливати на суспільну думку, змінювати політичні погляди виборців.

Висновки і пропозиції. Отже, особливістю агітаційно-політичного дискурсу є прагматична спрямованість на управління процесом інформування виборців, на формування в адресата оцінки отриманого повідомлення та забезпечення відповідної емоційної реакції на нього. Посиленню

впливу агітаційно-політичного дискурсу сприяє його синкретична природа – синтез різних типів дискурсів, зокрема масмедійного та інтернет-дискурсу. Оскільки названі дискурси мають подібні комунікативні наміри й мовленнєві дії, логічно стверджувати, що агітаційно-політичний дискурс

має синкретичний зв'язок з іншими типами дискурсу, реалізованими у сфері масової комунікації. Синкретизм агітаційно-політичного дискурсу репрезентований двома різновидами: як функційний синкретизм і формальний синкретизм засобів вираження.

Список літератури:

1. Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление : автореф. дисс. ... д-ра филол. наук : спец. 10.02.19. Москва, 2009. 35 с.
2. Бабайцева В. В. Явление переходности в грамматике русского языка. Москва : Издательский дом «Дрофа», 2000. 638 с.
3. Билінська О. С. Агітаційні жанри українського політичного дискурсу: сугестивний і лінгвопрагматичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01. Одеса, 2017. 20 с.
4. Виноградова С. А. Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом. *Мир науки, культуры, образования*. 2010. № 4 (23). С. 45–47.
5. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / пер. с англ. и нем. В. И. Карасика, Н. Н. Трошиной. Волгоград : Перемена, 1997. 139 с.
6. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / сост. В. В. Петрова ; под ред. В. И. Герасимова ; вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. Москва : Прогресс, 1989. 426 с.
7. Єременко О. В. Міжродовий синкретизм в українській літературі ХХ ст.: монографія. Київ : Київський ун-т ім. Б. Грінченка, 2013. 178 с.
8. Загнітко А. П. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни : у 4 т. Донецьк : ДонНУ, 2012. Т. 3. 350 с.
9. Кавун Л. І. Синкретизм художнього мислення в прозі Шевченка. *Тарас Шевченко і європейська культура*. Черкаси : Брама, 2001. С. 197–203.
10. Луман Н. Теория общества. *Теория общества. Фундаментальные проблемы* / под общ. ред. А. Ф. Филиппова. Москва : Канон-пресс-Ц, 1999. 416 с.
11. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... докт. филол. наук : спец. 10.02.01. Саратов, 2005. 325 с.
12. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
13. Цуциева М. Г. Языковая личность политика как динамический феномен дискурса и текста. *Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов*. 2013. № 5 (83). С. 104–108.
14. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учебное пособие. Москва : Флинта ; Наука, 2006. 254 с.
15. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монография. Москва : Гнозис, 2004. 326 с.
16. Шитик Л. В. Синхронна перехідність синтаксичних одиниць в українській мові : монографія. Черкаси : видавець Чабаненко Ю. А., 2014. 474 с.
17. Shytyk L. General concept of transitivity. *The phenomenon of transitivity in the Ukrainian language* / L. Shytyk, H. Martynova (Eds.). LAP LAMBERT Academic Publishing, 2019. P. 8–38.

Shylo S. B. SYNCRETIC STATUS OF AGITATION-POLITICAL DISCOURSE

The development and understanding of reality as a holistic, structurally complex and multilevel system is significantly influenced by the phenomena of syncretism, which are differently represented in different spheres of society. Appearing in a variety of formal and semantic manifestations, syncretism with varying degrees of intensity concerns levels of individual and social consciousness that are difficult to imagine outside of politics. The study of agitation-political discourse helps to understand and comprehend the political processes of modern society. This area of research has a pronounced syncretic character, as it integrates the features of different types of discourses, including media and Internet discourse.

The article is devoted to the research of the problem of syncretic status of agitation-political discourse, its connections with media and Internet discourse. The existing approaches to the interpretation of political, mass media and Internet discourse are analyzed. The indisputable connection between media discourse and politics has been proved, given that the media is in fact the main environment and channel of political communication. Media discourse serves as a kind of mediator between different types of discourses and society. The politician communicates with the audience through the media, and the media in turn disseminates the information needed to form public opinion, to report facts about political leaders.

It is concluded that agitation-political and other types of discourses (mass media, Internet discourse) have a syncretic nature. Internet discourse is an important channel and a specific form of political communication, the functions of which are modernized and transformed with the help of modern technologies. Today, social networks are an important channel of political communication that political leaders use to interact with the electorate and influence the target audience. Since the analyzed types of discourses have similar communicative intentions and speech actions, it is logical to say that agitation-political discourse is related to other types implemented in the field of mass communication. The syncretism of agitation-political discourse is represented by two varieties: as functional syncretism and formal syncretism of means of expression.

Key words: *syncretism, agitation-political discourse, mass media discourse, political communication, internet discourse.*