

Вивчення мови – це засіб виховання високої культури спілкування, що є складовим компонентом поняття культури особистості носіїв мови. Саме тому обов'язковим чинником мовного навчання є використання культурологічного, країнознавчого підходу до добору текстового матеріалу для аналізу та виявлень під час практичних занять. Професійній, культурологічній підготовці майбутніх педагогів сприяє робота з інформативно-пізнавальними, фаховими, педагогічними, країнознавчими текстами наукового, (науково-публіцистичного) стилю з історії та культури України, світу, науки, обраної професії. Робота з таким текстовим матеріалом слугує формуванню національної свідомості, ментальності, моральних переконань громадянина, що є важливим у професійному становленні майбутнього вчителя.

Таким чином, упровадження лінгвокультурологічного, комунікативного підходу до організації мовної освіти майбутніх учителів сприятиме виробленню ними культури усного, писемного професійно-фахового спілкування, загальної культурологічної освіченості, що потребує практичного втілення у практиці вищої школи.

Крім того, засобами наукового стилю української літературної мови можна забезпечити формування і подальше вдосконалення творчих здібностей студентів для виконання науково-дослідної роботи, яка повинна стати обов'язковим чинником підготовки фахівців з вищою освітою в умовах Болонського процесу.

#### **Список використаних джерел**

1. Закович М.М., Зязюн І.А. Культурологія: українська та зарубіжна культура. – К.: Знання, 2004. – 567 с.
2. Паламар Л.М. Лінгводидактичні основи формування україномовної особистості. – К., 1997. – 235 с.
3. Пасинок В.Г. Теоретичні основи мовленнєвої підготовки вчителя: Монографія. – Харків: ІМІС, 2001. – 280 с.

*Анотація.* У статті розглядається проблема лінгвокультурологічної, комунікативної підготовки фахівців у вищій педагогічній школі. Нове бачення проблеми мовної освіти полягає у зміні акцентів з офіційно-ділового стилю на науковий, оскільки опанування у ВНЗ мовою професії – це засвоєння насамперед наукового стилю як функціонального різновиду національної літературної мови в межах обраної галузі знань, опанування засобами національної термінології і науковою фразеологією професійного спілкування.

*Ключові слова:* ділова українська мова, мовно-мовленнєва підготовка, мова наукових текстів, професійне спілкування.

*Summary.* We arise problem of linguistic-cultural, communicational education of specialists at high pedagogical schools in this article. New point of view in this problem of linguistic education consists of changing from the business style to the scientific as studying linguistic in the highest educational establishment is first of all studying of the scientific style as functional kind of national literature language in this knowledge field, studying national terminology and scientific phraseology of professional dialog.

*Key words:* Ukrainian business language, linguistic teaching, the language of scientific texts, professional communication.

**УДК 32(477)-051:811.161.2'271'42**

**Лось О.А.**

## **МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ АГІТАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ ДИСКУРСУ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИКІВ**

В процесі спілкування люди взаємодіють один з одним, координуючи свою поведінку з умовами конкретної ситуації, а також із власними намірами, потребами тощо. Для того щоб забезпечити узгодженість діяльності членів комунікативного процесу з власними інтересами, запобігти залученню себе до планів мовця та підкоренню себе його волі, слухач (підсвідомо) захищає себе та свої інтереси так званим бар'єром. Подолання такого бар'єру мовцем і вплив на свідомість та поведінку адресата, що відбувається на основі вербальних знакових систем, називається мовним впливом.

В наш час дослідження в області мовного впливу представлені декількома напрямками (теорія аргументації, теорія мовленнєвого впливу, теорія мовленнєвих жанрів і под.). П.Б. Паршин визначає мовний вплив як “вплив на індивідуальну і / або колективну свідомість і поведінку, що здійснюється різними мовленнєвими засобами, іншими словами – за допомогою повідомлень природною мовою” [4, 26]. Дослідник вказує, що іноді до мовного впливу відносять також пара лінгвістичні семіотичні системи, до яких належать міміка, жести, пози, а також естетичні коди словесної творчості і метаграфеміка (засоби графічного оформлення тексту). Графічні засоби (колір, шрифт) виконують інформаційно-експресивну функцію і виступають у тісному взаємозв’язку з вербальними компонентами.

Якщо говорити про мовний вплив у вузькому сенсі, то під цим поняттям розуміють використання особливостей будови та функціонування зазначених вище знакових систем, в першу чергу природної мови, з метою створення повідомлень, які матимуть здатність впливати на адресата.

Мовний вплив (у широкому розумінні) можна ототожнити з процесом вербального спілкування в аспекті його цілеспрямованості. Наукові дослідження свідчать про те, що в будь-якому акті комунікації його члени мають певні цілі, які впливають на діяльність співбесідника. Так, Р.М. Блакар стверджував, що висловитися “нейтрально” неможливо, оскільки навіть неформальна розмова передбачає “здійснення влади”, тобто вплив на сприйняття і конструювання світу іншою людиною [2, 91].

Мовний вплив завжди визначається позамовними завданнями. Соціальні відносини, політична ситуація, групові та суспільні інтереси знаходять вираження в мові, зокрема в конструюванні моделі світу, яка є бажаною для мовця. Мова наділена такими інтерпретаційними можливостями, які дозволяють планувати вербальний вплив. Сутність цього впливу полягає в такому використанні мови, при якому до моделі світу реципієнта (слухача, читача) вводяться нові знання та модифікуються вже відомі. Таким чином, мова є “інструмент соціальної влади”, здійснення якої передбачає, що за вербальним висловленням завжди знаходяться якісь інтереси, цілі, яка-небудь точка зору. Ці інтереси визначають комунікативні цілі дискурсу, зокрема політичного.

Мова політики – один з найважливіших інструментів влади будь-якої правлячої еліти. Мова політичного дискурсу, як і кожна мова, являє собою систему, представлену специфічним набором знаків. Як відомо, мовним знакам властива прагматика, здатність до впливу на людей і здатність викликати певну реакцію. Прагматика як область досліджень у семіотиці та мовознавстві розглядає ставлення до знаків мовців. При аналізі тексту прагматичні дані організуються у вигляді “фреймів”, які моделюють значення типових ситуацій і дозволяють правильно інтерпретувати зміст тексту. Згідно з дослідником Мінським, “фрейм – це структура даних, призначена для представлення стереотипної ситуації” [3, 82].

Фрейм є декларативним засобом представлення знань. А.М. Баранов дає більш чітке визначення цьому поняттю. Фрейм розуміється як структура знань, “опис типізованої ситуації” [1, 54], що складається з окремих частин. Кожна частина являє собою певний тип інформації, релевантний для фрагмента дійсності, який описується. Така структура частин об’єднує лінгвістичну й екстралінгвістичну інформацію. Яскравим прикладом використання подібних фреймів у мові українських політиків є агітаційні повідомлення.

Агітаційні тексти скеровано на те, щоб виборці прийшли й проголосували за певного кандидата або партію. Під час останніх виборів такі повідомлення були дуже поширені – від прямих закликів до прихованих запрошень.

Низку агітаційних текстів було підготовлено Партією регіонів. Так, наприклад, листівка “5 причин, з яких треба вступати до Партії регіонів” містить заклик *Чекаємо Вас в нашій команді! Станемо сильніше разом!*, а наступна листівка має заголовок *Приєднуйся! Прочитай і дій!*. У цій листівці наявний класичний агітаційний текст:

*- Вступи до Партії регіонів, бери участь в її заходах, роз’яснюй її політику. Майбутнє народжується в регіонах!*

*- Приведи в ряди партії свого товариша, колегу, друга, разом ми сильніше!*

*- Відстоюй інтереси людей, допомагай їм організовуватися – дій і будь з людьми!*

*- Розповсюджуй інформацію про ініціативи та заходи партії – нехай про нас дізнаються всі!*

У цьому прикладі кожний заклик має форму імператива – спонукального речення, яке є односкладним означено-особовим, що дозволяє звертатися до кожного адресата особисто, звертаючись до всіх разом.

Для агітаційних текстів взагалі характерно використання імперативів, здебільшого у формі прямого спонукування до дії, вираженого за допомогою означено-особових конструкцій: *Скажи своє “НЕ ТАК!” тим, хто знищує одеські стоянки! Не поТАКАй крадіям!* (партія “Не так!”); *Щоби хліб був на столі – голосуй ЗА номер 3!* (Блок Костенка-Плюща); *Хочете жити краще вже*

зараз – голосуйте за соціалістів! (Соціалістична партія України). Агітаційні тексти скеровано на отримання відповідної реакції реципієнта у вигляді підтримки на виборах. Не дивно, що саме цей різновид переважав на українських виборах 2006 року.

Безпрограшним елементом агітаційних повідомлень є те, що вони мають особисту адресованість, наприклад, агітаційний текст виборчого блоку “Громадянська позиція” (м. Одеса):

*Одесит, час проявити громадянську позицію!*

*Не вір передвиборним обіцянкам правлячих кланів:*

*київських, донецьких, дніпропетровських!*

*Віддай свій голос за співгромадян!*

*Проголосуй за № 20 до Одеської міської ради.*

Агітаційні тексти певною мірою можуть містити й елементи програм політичних сил, і заклики до голосування, і пропозицію певних дій, наприклад, усі листівки та прокламації громадського об’єднання “ПОРА” мають принципово агітаційний характер: *Міськрада ЧАС під контроль одеситів! ЧАС закликати владу до відповідальності!*

Особливістю агітаційних повідомлень, представлених на останніх виборах, була їхня інформативність, зумовлена необхідністю подати реципієнтам відомості про кандидатів від відповідної партії. Такі повідомлення можна вважати комбінованими: вони подають інформацію про конкретних кандидатів до органу влади (біографічні відомості, кар’єрний ріст, фотографії), містять програмні позиції відповідної політичної сили і заклик до голосування.

Наведемо приклад листівки Народного блоку Володимира Литвина, яка агітує голосувати за цю політичну силу в Одеську міську раду. З одного боку кольорової листівки (домінує зелений колір – символічний для цієї партії – як в оформленні листівки, так і в надрукованому тексті, адже ключові позиції виокремлено саме зеленим шрифтом) програма Народного блоку на виборах до міської ради під назвою “Ми – одесити”:

**Ми за стабільний розвиток і процвітання Одеси –  
індустріального і курортного міста України**

*\* Ми за відродження Вільної Економічної Зони в Одесі.*

*\* Ми за економічне співробітництво, розвиток інтеграційних процесів та партнерських стосунків з Росією, іншими країнами СНД і Євросоюзу.*

*\* Ми за чесний бізнес і розумні податки.*

*\* Ми за створення в Одесі сприятливого інвестиційного клімату.*

*\* Ми за створення і реалізацію програми “Одеса – курорт європейського значення”. (...).*

Текст поданий двома кольорами – чорним і зеленим (в статті – жирне накреслення). З іншого боку листівку надруковано нібито в двох частинах, її можна згорнути навпіл. Одна половина містить фотографічні портрети Володимира Литвина (кандидат від блоку його ж імені до Верховної Ради) і Сергія Гриневецького (кандидат до Одеської обласної ради), а друга половина – фотографії і прізвища перших п’ятьох кандидатів до одеської міської ради. Скрізь зазначено номери у виборчих бюлетенях і заклик до голосування.

Агітаційну функцію виконують і листи до виборців. Листи готують переважно у формі листівок, адресованих конкретним групам громадян: молоді, пенсіонерам, мешканцям певного міста тощо. Такі листівки містять звернення до громадян та інтерпретацію деяких програмних положень кандидата, наприклад:

**Звернення Віктора Ющенка до громадян України**

*Шановні співгромадяни!*

*Ми вистояли і перемогли!*

*Я дякую вам за підтримку, за вашу віру в мене, за віру в Україну!*

*Я, як всенародно обраний президент нашої країни, обіцяю вам, що:*

*- Україна стане багатою країною, державою стабільності і порядку.*

*- Україна житиме у мирі і злагоді з братським російським народом.*

*- Пенсіонери будуть отримувати належні пенсії, а не подачки перед виборами.*

*- Всі будуть рівні перед законом – і бізнесмени, і політики, і президент.*

*І кожен отримає за його діяннями.*

*З повагою, Віктор Ющенко*

Завершуються листи закликом голосувати за певного політика, наприклад, лист колишнього мера м. Одеси Е. Гурвіца, адресований одеситам, завершується висловом: *Я прошу всіх одеситів проголосувати за Віктора Ющенка. Щиро ваш, Едуард Гурвіц (підпис). Я прошу всіх одеситів проголосувати за Віктора Ющенка. Іскренне ваш, Едуард Гурвиц (підпис).* Залежно від категорії адресата листи повинні відрізнятися і за змістом.

Крім листів, адресованих цільовим групам громадськості, використовують і пряму поштову розсипку. У Росії цю технологію вперше використали в 1990 році під час виборів у мажоритарних округах, проте в нас вона не набула такого поширення. У 1993 році в Росії застосували розсипку

листів-подяк на виборах у Державну Думу. Цю технологію реалізують, орієнтуючись на списки виборців за відповідними округами. За свідченням І. Черепанової, “жодна інша форма агітації не дає таких результатів” [5, 310].

Отже, до мовних особливостей агітаційних повідомлень сучасного українського політичного дискурсу належать декаларативно-фреймова форма, імператив як пряме спонукання до дії, означено-особові синтаксичні конструкції, особисто-орієнтована адресованість, інформативність та конкретний заклик (часто наприкінці агітаційного тексту). Тема агітаційних процесів сучасного політичного дискурсу є актуальною і потребує подальшого дослідження, оскільки питання влади та лінгвістичного впливу на особистість з кожним новим днем набуває великого значення як для суспільства в цілому, так і для кожної окремої людини.

#### **Список використаних джерел**

1. Баранов А.Н. Очерк когнитивной теории метафоры / А.Н. Баранов, Ю.Н. Караулов // Русская политическая метафора : матер. к словарю. – М., 1991. – 191 с.
2. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти / Р.М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987. – С. 88-125.
3. Минский М. Фрейм для представления знаний / Минский М. – М. : Энергия, 1979. – 151 с.
4. Паршин П.Б. Теоретические перевороты и методологический мятеж в лингвистике XX века / П.Б. Паршин // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С. 19-42.
5. Черепанова И.Ю. Заговор народа: Как создать сильный политический текст / Черепанова И.Ю. – М. : КСП+, 2002. – 464 с.

*Анотація.* Стаття присвячена мовним особливостям агітаційних повідомлень сучасного українського політичного дискурсу. Розглядається специфіка мовного впливу на особистість, прагматика політичного тексту, фрейм як ситуативний шаблон. Наводяться приклади агітаційних текстів сучасних українських політичних сил з закликами до певних дій. Також робиться акцент на листи до виборців як ефективну форму агітації.

*Ключові слова:* політичний дискурс, агітаційні тексти, мовний вплив.

*Summary.* The article is devoted the linguistic features of agitation reports of modern Ukrainian political discourse. The specific of linguistic influence is examined on personality, pragmatist of political text, frame as situation template. Examples of agitation texts of modern Ukrainian political forces are made with appeals to the certain actions. An accent is also done on letters to the electors as an effective form of agitation.

*Key words:* political discourse, propaganda texts, language influence.

**УДК 811.161.2'373.233**

**Лук'яненко С.С.**

### **СПРОБА ВИЗНАЧЕННЯ ТЕМАТИЧНИХ МЕЖ ТА ВЛАСТИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ**

Дослідження лексико-словотвірних інновацій національної мови передусім передбачає глибоке й системне вивчення інноваційних процесів, їх механізмів та наслідків. Однією з передумов такого вивчення є сегментування корпусу новотворів на групи, пов'язані лексичною семантикою (яка, в свою чергу, мотивована об'єктивним зв'язком предметів і явищ довкілля). Цей розподіл є зручним робочим прийомом, пов'язаним із особливостями відображення мовою кожного аспекту пізнавальної діяльності людини.

Наше завдання полягає в окресленні меж групи номенів, що відображають політичні та соціальні аспекти функціонування суспільства із одночасним з'ясуванням властивостей цього об'єднання. Кінцевою метою розвідки є чітке виділення соціально-політичної групи серед інноваційних лексем української мови. Ця проблематика здавна привертала увагу вчених, а особливо у другій половині 20 – на початку 21 ст. внаслідок помітної ролі соціально-політичної складової у житті радянського суспільства, яка, по суті, зросла ще більше після демократизації суспільства та здобуття Україною незалежності.