

ТИПОЛОГІЯ МОВЛЕННЕВИХ ЖАНРІВ УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Кондратенко Н.В.,

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова,
вул. Дворянська, 2, Одеса, 65000
kondr_nat@ukr.net

У статті досліджено тексти української політичної комунікації в аспекті їх жанрової приналежності. Визначено поняття мовленнєвого жанру, окреслено основні погляди щодо сутності й типології жанрів у політичному дискурсі. Виокремлено жанрові різновиди українських політичних текстів на підставі функційного критерію, запропоновано їх комплексну типологію. Схарактеризовано презентаційно-іміджеві, інформативні, ритуальні, агітаційні та агонально-аргументативні мовленнєві жанри політичних текстів.

Ключові слова: політичний дискурс, політична комунікація, політичний текст, мовленнєвий жанр, типологія.

Кондратенко Н.

Типология речевых жанров украинского политического дискурса

В статье исследованы тексты украинской политической коммуникации в аспекте их жанровой принадлежности. Определено понятие речевого жанра, представлены основные концепции сущности и типологии жанров в политическом дискурсе. Выделены жанровые разновидности украинских политических текстов на основании функционального критерия, предложена комплексная типология жанров политического дискурса. Охарактеризованы презентационно-имиджевые, информативные, ритуальные, агитационные и агонально-аргументативные речевые жанры политических текстов.

Ключевые слова: политический дискурс, политическая коммуникация, политический текст, речевой жанр, типология.

N. Kondratenko

Typology of Speech Genres of Ukrainian Political Discourse

The article deals with the study of texts of Ukrainian political communication in the aspect of their genre affiliation. In political communication, the language genres are constantly evolving, new genre types arise in accordance with the present-day communicative needs and caused by the need for powerful influence on potential recipients. The need for a study of the genres of Ukrainian political discourse is due to polyfunctionality and syncretism of political texts directed simultaneously to achieve various goals of political actors — information, agitation, reminder, etc. This complicates the definition of speech genres and identifies the relevant genre features in each political text.

The purpose of the article is to develop and present a typology of genres of Ukrainian political discourse. The objectives of the study are the following: to define the notion of the speech genre and to outline the main views of linguists on the types of genres in political communication; to define the main genres of Ukrainian political discourse; to qualify and generalize the speech genres of political communication into a complex typology.

The article defines the concept of the speech genre, outlines the main views on the nature and typology of genres in political discourse. The linguistic genre is defined as a verbal representative of the typical situation of communication within the social interaction of language carriers. The genre varieties of Ukrainian political texts are singled out on the basis of a functional criterion and a complex typology of genres of political discourse is proposed. The presentation-image, informative, ritual, agitation and agonality-argumentative speech genres of political texts are divided. The presentation and image includes a slogan, program and biography; to the informative — a message, a statement and an interview; to ritual — inaugural speech, treatment, greetings, gratitude, obituary; to campaigning — slogan-call, speech and postcard, to agonality-argumentative — debate and talk shows.

Key words: political discourse, political communication, political text, speech genre, typology.

Вступ. Сучасна політична лінгвістика скерована на вивчення політичної комунікації, що визначає пріоритетність дослідження мовленнєвої взаємодії в політичній сфері в комунікативно-дискурсивних і лінгвопрагматичних аспектах. З огляду на суперечливість і дискусійність параметрів, за якими визначають жанрові різновиди усних і письмових текстів у політичній комунікації, одним із важливих питань є виокремлення мовленнєвих жанрів (далі — МЖ) у політичному дискурсі.

Політичні МЖ постійно розвиваються, тому, відповідно до вимог сьогодення, виникають нові жанрові різновиди, що викликається потребою потужного впливу на потенційних реципієнтів під час політичних кампаній. Крім того, необхідність дослідження МЖ українського політичного дискурсу (далі — ПД) зумовлюється поліфункційністю й синкретичністю політичних текстів, скерованих одночасно на досягнення різних цілей політичних суб'єктів, а саме: інформування, агітацію, нагадування тощо. Це ускладнює дефініювання МЖ та виявлення відповідних жанрових ознак у кожному політичному тексті й доводить актуальність вивчення МЖ українського ПД.

Критичний огляд літератури. Питання МЖ як лінгвістична проблема постало в наукових працях М. Бахтіна. Науковець визначав жанр як тип висловлювань, що закріплені в мовленні, є типовими у спілкуванні й тексті за ознаками теми, стилю, композиції [1, 198]. Зважаючи на це, носії мови вибирають потрібний МЖ у відповідних комунікативних умовах, спираючись на власну комунікативну компетенцію. У зарубіжному мовознавстві проблеми МЖ та їх типології в різних типах дискурсів висвітлено в наукових розвідках А. Вежбицької, Дж. Сьорля, В. Дементьева, М. Кожині, К. Седова, О. Сиротініної, Т. Шмельової та ін., а в українському — Ф. Бацевича, О. Почепцова, С. Шабат-Савки, Т. Яхонтової та ін. МЖ політичної комунікації вивчено фрагментарно, здебільшого в лінгвопрагматичних працях, присвячених ПД, зокрема аналізу жанрів мас-медійних текстів (О. Іссерс), PR-текстів (О. Кривоносов), політичних промов (Л. Славова), ритуальних текстів (Л. Стрій), агітаційних текстів (О. Билінська), проте комплексна класифікація політичних МЖ у лінгвістиці належить до перспективних наукових завдань.

Мета статті — розробити і навести типологію МЖ українського ПД. **Завдання** — визначити поняття МЖ та окреслити основні погляди лінгвістів щодо їх типів у політичній комунікації; визначити основні МЖ українського політичного дискурсу; кваліфікувати та узагальнити МЖ політичної комунікації в комплексну типологію.

Методологія дослідження ґрунтується на комунікативно-дискурсивному підході до аналізу політичних текстів, що зумовило використання

таких методів, як дискурсивний, лінгвостилістичний та лінгвопрагматичний аналіз.

Матеріалом дослідження слугували тексти промов українських політиків, політичні слогани, біографії та програми, тексти політичної реклами тощо за період 2007–2016 рр.

Результати дослідження та обговорення. У сучасному мовознавстві МЖ потрактовують як «вербальне оформлення типової ситуації соціальної взаємодії людей» [6, 44], що характерно для різних типів комунікації, зокрема й ПД як інституційного різновиду спілкування. Однак у лінгвістиці представлено різні, часом суперечливі погляди на сутність МЖ. Ф. Бацевич окреслює основні концепції витлумачення МЖ як комунікативно-дискурсивного поняття, власне текстового явища, особливого типу висловлення та стилістичного явища [2, 51]. Ми пропонуємо визначити МЖ як вербальний репрезентант типової ситуації спілкування в межах соціальної взаємодії носіїв мови.

Комунікативна компетенція мовця допомагає вибрати МЖ, потрібний для ефективного й успішного спілкування, оскільки носій мови «здійснює вибір жанрів, що передбачає зміну жанрів та жанрового репертуару відповідно до комунікативної ситуації» [7, 77]. Для політиків-мовців МЖ здебільшого детермінують спічрайтери та копірайтери згідно зі специфікою комунікативної ситуації.

Якщо поняття МЖ отримало ґрунтовне потрактування й пояснення в лінгвістиці, то проблема типології МЖ залишається нерозв'язаною через відсутність єдиних критеріїв їх кваліфікації. Окремі спроби розроблення типологій фіксуємо у працях українських і зарубіжних дослідників: О. Акулової, Н. Арутюнової, Ф. Бацевича, Т. Винокур, А. Габідулліної, В. Дементьева, Ю. Краснопорової, Л. Маркової, К. Седова, Т. Шмельової та ін., але в кращому разі — це «переліки мовленнєвих жанрів, за можливістю деталізовані» [4, 156]. Більшість дослідників схиляється до врахування єдиного критерію розподілу МЖ залежно від характеру поданої інформації — фатичні та інформативні жанри (Т. Винокур, В. Дементьєв, О. Шейгал та ін.). Інформативні жанри мають на меті повідомлення нової та актуальної інформації, а фатичні — настанову на спілкування, мінімізацію нової інформації, пріоритет експресивності та етикетності у взаємодії. Т. Винокур наголошує на тому, що у фатичній комунікації найважливішим є «конотативний аспект комунікативно-стилістичного характеру» [3, 108].

Ми пропонуємо поділяти МЖ у ПД на такі групи: презентаційно-іміджеві, інформативні, ритуальні, агітаційні та агонально-аргументативні.

1. Презентаційно-іміджеві МЖ становлять обов'язковий комплекс текстів, потрібних для участі мовця в політичній діяльності й представлені слоганом, програмою та біографією. Ці тек-

сти є основними для ПД. Вони представляють політичного суб'єкта — політика або політичну партію, тому функціонують як в офіційній формі, поданій до відповідних державних органів, так і в неофіційній, презентованій у масовій комунікації, або є елементом політичної реклами. Ці тексти спрямовані на створення політичного іміджу та його підтримку, тому мають завдання позиціонувати політичного суб'єкта в позитивному або негативному світі. Характерною ознакою МЖ цієї групи є їх скерованість на створення політичного іміджу людини-легенди, що ґрунтується на «вербальній міфологізації особистості» (І. Черепанова) [8, 153].

Політичні слогани презентаційного типу слугують своєрідними візитними картками політичного суб'єкта. Вони орієнтовані на формулювання концептуальної ідеї політичної сили, основних політичних пріоритетів політика або партії, напр.: *Жити по-новому* (Блок Петра Порошенка); *Настав час УДАРу!* (партія «УДАР»); *Українці за «Нашу Україну»* (партія «Наша Україна»); *Сильна команда для складних часів* (партія «Народний фронт»); *Візьми і зроби* (ПО «Самопоміч»); *Мир. Стабільність. Відродження* (Опозиційний блок); *Україна переможе!* (ВО «Батьківщина») тощо. На семантичному рівні слоган є концептуальним ядром виборчої кампанії, передає основну ідею та пріоритети політичного суб'єкта. Він має «бути стрижневим семантичним елементом програми» [5, 55], а на структурному рівні становити синтаксичну конструкцію переважно монопредикативного типу.

Політична програма містить розгорнутий виклад пріоритетів політичної діяльності та перспективного плану дій політичного суб'єкта в разі перемоги на виборах. Програма також належить до текстів, який необхідно подати в офіційних джерелах, тому функціонує у двох варіантах — розгорнутого ділового документа та адаптованого для пересічного реципієнта тексту, напр.: *Ми заборонимо продаж землі і ліквідуємо нелегальний земельний ринок, на якому збагачуються товстосуми та спекулянти. Запровадимо право оренди землі під жорстким контролем держави. Заборонимо іноземцям розпоряджатися нашими чорноземами* (Політична програма Радикальної партії О. Ляшка, 2014). На семантичному рівні політична програма має перформативний характер — вона є політичним комісивом, оскільки не стільки передає заплановані дії суб'єкта, скільки містить їх обіцянки, адресовані виборцям. На структурному рівні програми мають три форми репрезентації — тезову (блокову), контрастну і питально-відповідну. Тезова є найпоширенішою, вона передбачає виклад інформації у вигляді окремих змістових блоків, що охоплюють проблеми внутрішньої і зовнішньої політики, соціальні питання, проблеми культури, економіки, еколо-

гії, обороноздатності тощо, напр.: (в економічній сфері) *Функціонування економіки України на засадах вільної конкуренції і чесної змагальності; жорсткий контроль держави та суспільства за діяльністю природних монополій* (Політична програма партії «Громадянська позиція», 2012). Контрастний принцип реалізовано у протиставленні або різних політиків, або інформації про виконане та заплановане, напр., дві частини однієї листівки з такими заголовками: *Ю. Тимошенко зробила на посаді прем'єра. Ю. Тимошенко завадили зробити на посаді прем'єра* (Політична програма Ю. Тимошенко, 2010). Питально-відповідний принцип подібний до тезового, проте кожний блок інформації замість заголовка розпочинається питанням, що посилює діалогічний характер політичної комунікації, напр.: *Блок Костенка — Плюща в запитаннях і відповідях* (Програма партії «Блок Костенка — Плюща», 2007).

Політична біографія містить виклад інформації про особу політика, подану в хронологічній формі з пріоритетною актуалізацією кар'єрного росту та позитивних особистісних рис, напр.: *2010 — взяла участь у президентських виборах в Україні і закликала виборців не голосувати ні за Януковича, ні за Тимошенко — а тільки за нових кандидатів* (з політичної біографії І. Богословської, 2012). Політик постає в таких текстах як непересічна особистість, варта довіри виборців, тому на перший план висувають лише позитивні факти і замовчують негативні; це має бути біографія політика-легенди.

За структурою розрізняємо біографію-конспект і біографію-розповідь, що відрізняються характером подання інформації та обсягом. У біографії-конспекті переважає цифрова і фактична інформація, а в біографії-розповіді — пояснення, коментарі та емоційно-експресивні зауваження щодо особистості політика.

2. **Інформативні МЖ** подібні до журналістських. Вони повідомляють оперативну інформацію, проте на противагу медійним текстам мають оптимізований характер. Сюди відносимо такі МЖ, як повідомлення, заява та інтерв'ю.

Повідомлення зображує певну подію новинного характеру, відзначається об'єктивністю фіксації фактів, тому позбавлене аналітичності та аргументативності. Основним каналом розповсюдження політичних повідомлень є друковані й електронні ЗМІ, напр.: *Президент Петро Порошенко провів зустріч із президентом США Дональдом Трампом. Про це він розповів у Вашингтоні під час спілкування із журналістами* (Українська правда, 20.06.2017). Політичні повідомлення фіксують ту інформацію, що потрібна для вдалого висвітлення дій політика або політичної сили.

Заява як політичний текст передає офіційну позицію політика або політичної організації щодо певної проблеми чи події, напр.: *...кожен*

ЗМІ, який *всупереч правді і об'єктивності розмістить цю кремлівську брехню*, — автоматично визнає себе рупором кремлівської пропаганди (Заява партії «Народний фронт», 24.05.2017). Заява є офіційною реакцією політичного суб'єкта на важливі події в суспільстві; її мета — пояснити політичну позицію та спростувати хибну інформацію; основним адресатом заяви є громадськість.

Інтерв'ю має діалогічний характер, а одним із комунікантів у цьому жанрі є політик, від імені якого подано коментарі певної політичної події, напр.: *Деякі ваші колеги з фракції не на диктофон говорять, що дуже незадоволені тим, що відбувається в Опоблоці. Ви можете відверто поговорити про це? Я з ними солідарний на 100 %. Я теж багато чим незадоволений* (Інтерв'ю з Н. Шуфричем. Главком, 21.07.2017). Інформативні МЖ, з одного боку, мають містити об'єктивну й оперативну інформацію здебільшого фактичного характеру, а з другого — оптимізувати її для висвітлення певних подій або характеристики особистостей якнайвигідніше, при цьому пріоритетною є оптимізація, а не об'єктивність. Звідси й використання маніпулятивних прийомів в інформативних політичних текстах, що допомагають модифікувати інформацію, посиливши її впливовий потенціал.

3. **Ритуальні МЖ** пов'язані з посиленою фатичністю ПД і супроводжують політичні ритуали, що містять вербальні складники — виступи або звернення до громадськості. В українському ПД ритуали представлені широко: паради, інавгурація, святкові урочистості, що супроводжуються виголошенням промов і підготовкою текстів. Виокремлюємо такі ритуальні МЖ, як інавгураційна промова (виголошується новобраним президентом країни), привітання (подається від імені політиків з нагоди свят або річниць), некролог (готується у зв'язку із втратою суспільно значущої персони), подяка (адресована політичному суб'єкту, роль якого необхідно відзначити) тощо. Спільною рисою ритуальних текстів є мінімізація інформативності та новизни, закріпленій та періодичний характер, визначеність хронотопу й учасників мовленневої взаємодії, напр.: *Я, (ім'я та прізвище), волею народу обраний Президентом України, заступаючи на цей високий пост, урочисто присягаю на вірність Україні. Зобов'язуюсь усіма своїми справами боронити суверенітет і незалежність України, дбати про благо Вітчизни і добробут Українського народу, обстоювати права і свободи громадян, додержуватися Конституції України і законів України, виконувати свої обов'язки в інтересах усіх співвітчизників, підносити авторитет України у світі* (Клятва Президента України, ст. 104 Конституції). Ритуальні тексти мають визначену структуру, зміст та коло адресатів, вони є втіленням етикетної форми комунікативної взаємодії в політиці. З огляду на це обов'язковими елементами офіційного спіл-

кування у ПД є обмін запрошеннями, подяками, привітаннями між політиками й політичними об'єднаннями.

4. **Агітаційні МЖ** здебільшого функціонують у період виборчих кампаній, їх основне завдання — спонукати виборців до участі в голосуванні та підтримки політичного суб'єкта. З огляду на те, що агітаційні складники в цих жанрах переважно поєднано з інформативними, ритуальними та аргументативними, МЖ агітаційного типу мають синкретичний характер, а їх основними різновидами є слоган-заклик, політичні виступи та листівки, напр.: *Голосуй за себе, голосуй за «Батьківщину»* (Слоган ВО «Батьківщина», 2014); *Закликаю Вас виявити свою громадянську свідомість і прийти проголосувати на Ваші виборчі дільниці* (Політична листівка, 2010). Агітаційні слогани скеровані на отримання підтримки виборців, вони закликають до участі у виборах та переконують підтримати певну політичну силу або політика. Виступи агітаційного характеру характерні для періоду виборчої кампанії, оскільки їх мета — переконати адресатів у перевагах відповідного політичного суб'єкта. Листівки є універсальним засобом агітації через їх доступність, лаконічність та економічність: комбінований характер цього МЖ уможливорює поєднання в них інформації різного типу й зумовлює їх поліфункційність, напр.: *Не піддавайся спокусі за гроші чи кусок хліба, не зраджуй свою родину, майбутнє своїх дітей та Україну! Повстань проти корупції і брехні, пробуди в собі гідність, справедливість!* (Політична листівка В. Яреми, 2015). При цьому агітаційні МЖ не обов'язково містять спонукальні синтаксичні конструкції, їх головна ознака — прагматична скерованість на схилення адресата до відповідних дій, а мовні засоби вираження цього спонукання можуть бути різноманітними.

5. **Агонально-аргументативні МЖ** представлені в полілогічній взаємодії політиків, зокрема під час спілкування в телепрограмах і ток-шоу. Елементи змагальності, пріоритетні в цьому разі, скеровані на створення позитивного іміджу політика, але не засобами сторонніх фахівців, а безпосередньо самим політиком. Звідси й активна участь у дебатах, проблемних телепрограмах, політичних ток-шоу, в яких політики нагадують про себе потенційним виборцям та представляють власні погляди щодо актуальних проблем, напр.: *...перше: чому Ляшко правий? Тому що я правду кажу. Тому люди мене і підтримують* (О. Ляшко. Свобода слова, 18.08.2014). Інформативна цінність цих жанрів мінімальна, але вони подібні до портретних нарисів, що представляють політиків як особистостей. Останнім часом в українському ПД ці МЖ набули поширення завдяки віртуалізації політичної комунікації: політики перетворюються на «фантомних» особистостей, образ яких створюється й підтримується виключ-

но медійними засобами. Фіксуємо зміну в комунікативному просторі: якщо раніше основними видами діяльності політичних суб'єктів були законодавча, економічна, соціальна тощо, то тепер — іміджева, тому реципієнти сприймають їх більше як представників шоу-бізнесу, ніж політиків.

Висновки і перспективи дослідження. Основними групами МЖ у ПД є іміджево-презентаційні (слоган, програма, біографія), інформативні

(повідомлення, заява, інтерв'ю), ритуальні (промова, привітання, подяка, некролог), агітаційні (слоган-заклик, виступ, листівка) та агонально-аргументативні (дебати, ток-шоу). Синкретичний характер і поліфункційність політичних МЖ ускладнює виокремлення жанрових різновидів та характеристику текстів, що потребує додаткової уваги до текстів і визначає перспективи дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. Проблема речевих жанров // Бахтин М.М. Собрание сочинений. — М. : Русские словари, 1996. — Т. 5. — С. 159–206.
2. Бацевич Ф.С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи : [монографія] / Ф.С. Бацевич. — Львів : ПАІС, 2005. — 264 с.
3. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т.Г. Винокур. — М. : Наука, 1993. — 172 с.
4. Дементьев В.В. Теория речевых жанров / В.В. Дементьев. — М. : Знак, 2010. — 600 с.
5. Кондратенко Н.В. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності / Н.В. Кондратенко. — Одеса : Чорномор'я, 2007. — 156 с.
6. Седов К.Ф. Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации / К.Ф. Седов // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. — М. : Лабиринт, 2007. — С. 7–38.
7. Славова Л.Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсоналогії: США — Україна : [монографія] / Л.Л. Славова. — Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. — 360 с.
8. Черепанова И.Ю. Заговор народа: Как создать сильный политический текст / И.Ю. Черепанова. — М. : КСП+, 2002. — 464 с.

REFERENCES

1. Bakhtin, M.M. (1996). Problema rechevykh zhanrov [Problem of Speech Genres]. Moscow, Russkii slovari. *Sobraniiie sochinenii*, Vol. 5, 159–206.
2. Batsyevych, F.S. (2005). Lnhvystychna henolohiia: problemy i perspektyvy: [Linguistic Genology: problems and perspectives]. Lviv, PAIS, 264 p.
3. Vinokur, T.G. (1993). Govoriashchii i slushaiushchii. Varianty rechevogo povedeniia [Speaker and Listener. Variants of Speech Behavior]. Moscow, Nauka, 172 p.
4. Dementiev, V.V. (2010). Teoriia rechevykh zhanrov [The Theory of Speech Genres]. Moscow, Znak, 600 p.
5. Kondratenko, N.V. (2007). Ukrainskyi politychnyi dyskurs: tekstualizatsiia realnosti [Ukrainian Political Discourse: Textualization of Reality]. Odesa, Chornomoria, 156 p.
6. Sedov, K.F. (2007). Chelovek v zhanrovom prostranstve povsednevnoi kommunikatsii [Man in the Genre Space of Everyday Communication]. Moscow, Labirint. *Antologiiia rechevykh zhanrov: povsednevnaia kommunikatsiia*, 7–38.
7. Slavova, L.L. (2012). Movna osobystist lidera u dzerkali politychnoi lnhvopersonolohii: SShA — Ukraina [The Linguistic Personality of the Leader in the Mirror of Political Lingvopersonology: USA — Ukraine]. Zhytomyr, Vyd-vo ZhDU im. I. Franka, 360 p.
8. Cherepanova, I. (2002). Zagovor naroda: Kak sozdat silnyi politicheskii tekst [Conspiracy of the People: How to Create a Strong Political Text]. Moscow, KSP, 464 p.