

УДК 811.111'42

**Д. С. Мацько**

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДВИБОРЧОГО ПОЛІТИЧНОГО  
ДИСКУРСУ ЯК ТИПУ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
(НА МАТЕРІАЛІ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2008 РОКУ В США)**

Особливістю сучасного стану суспільних відносин виступає намагання людини брати активну участь у суспільно-політичному житті країни, долучатися до вирішення питань і проблем, які є важливими для розвитку суспільства. Одним з найбільш розповсюджених способів участі людини в житті суспільства виступає обрання особистістю своїх представників до органів влади, через яких виборець має надію розв'язати проблеми, що є актуальними як для нього особисто, так і для держави загалом.

Успішність політика визначається успішністю політичного дискурсу, результатом якого є установлення комунікативних зв'язків між адресантом (політиком) та адресатом (громадянином), що дозволяє політику передати людям ту чи іншу політичну інформацію. Підвищення інтересу до вивчення політичного дискурсу зумовлене бажанням особистості зрозуміти політичні процеси, що відбуваються в світі, та орієнтуватися в них, та зрозуміти смисл виступів політичних лідерів і сутність засобів маніпуляції, що використовуються політиками. Крім того, такий інтерес зумовлений також і динамічністю політичної сфери розвитку мовної системи. З огляду на вищевикладене вивчення політичного дискурсу є одним з актуальних завдань науки в цілому та лінгвістики зокрема.

Вивчення політичного дискурсу в цілому та його аспектів знайшло своє відображення в наукових розвідках Ю. Баранова, Ф. Бацевича, Е. Будаєва, Т. Ващук, М. Гаврилової, В. Дем'янкова, В. Карасика, О. Паршиної, А. Чудінова, О. Шейгал та інших учених. Так, спроби визначити сутність політичного дискурсу робляться, зокрема, в роботах Ю. Баранова [1], Ф. Бацевича [2], Т. Ващук [3]. Дослідження О. Шейгал присвячене семіотиці політичного дискурсу [4]. Утім, проведений аналіз наукової літератури засвідчив, що проблема визначення особливостей передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності є недостатньо розробленою та потребує уваги філологів.

З огляду на вищевикладене **мета** нашої статті полягає у визначенні особливостей передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності.

З'ясування особливостей передвиборчого політичного дискурсу вимагає уточнення сутності цього поняття, що досягається шляхом

аналізу змісту понять «дискурс» та «політичний дискурс» та визначення мети передвиборчого політичного дискурсу. Слід зазначити, що в науковій літературі немає чіткого загальноприйнятого визначення сутності терміну «дискурс». Так, пояснюючи розмитість терміна «дискурс» історією становлення останнього та певною невизначеністю місця цього поняття в системі існуючих категорій та модусів вияву мови, Ф. Бацевич трактує дискурс як сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій комунікантів, пов'язаних із пізнанням, осмисленням і презентацією світу мовцем і осмисленням мовної картини світу адресанта слухачем (адресатом) [2, с. 138].

Відсутність чіткого визначення є характерною також і для терміну «політичний дискурс». Цей термін трактується О. Шейгал як «... будь-які мовленнєві утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких відноситься до сфери політики» [4, с. 23]. На думку Ю. Баранова, під політичним дискурсом слід розуміти сукупність дискурсивних практик, що ідентифікують учасників політичного дискурсу як таких чи формують конкретну тематику політичної комунікації. Під дискурсивною практикою розуміються тенденції у використанні близьких за функцією, альтернативних мовних засобів висловлення певного смислу [1, с. 245—246]. За Т. Ващук політичний дискурс являє собою мовленнєві утворення (усні або письмові), що стосуються сфери політики, реалізуються вербально та екстравербально, актуалізуються у певному ситуативному контексті і спрямовані на здійснення конкретної прагматичної семантики [3, с. 1]. Кінцевою метою передвиборчого політичного дискурсу є залучення на свій бік якомога більшої кількості виборців, актуалізація в свідомості людей переваг своєї політичної програми порівняно з програмами конкурентів. Таким чином, ми трактуємо **передвиборчий політичний дискурс** як *тип комунікативної діяльності, який являє собою сукупність будь-яких мовленнєвих утворень, що стосуються сфери економічного та суспільно-політичного життя країни, актуалізуються в ситуаціях ведення передвиборчої агітації та спрямовані на залучення прибічників серед виборців.*

Визначення особливостей передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності передбачає з'ясування характеристик останнього та рівнів реалізації цього дискурсу. На наш погляд, характеристиками передвиборчого політичного дискурсу виступають:

— **«Я-спрямованість»:** дискурс має на меті демонстрацію переваг програмних положень кандидата (партії) над програмними положеннями конкурентів;

— **спонукання:** передвиборчий політичний дискурс спрямований на збільшення електоральної підтримки шляхом орієнтації виборців на сприйняття програми кандидата (партії);

— **співпричетність:** у передвиборчому політичному дискурсі чітко простежується тенденція до ототожнення політиком (партією) себе

з народом — політик (партія) показує себе невід'ємною частиною народу;

— **образність**: з метою демонстрації власних переваг і / або недоліків конкурентів у передвиборчому політичному дискурсі широкого використання набувають стилістично марковані одиниці;

— **«мовний мінімалізм»**: визначальною характеристикою передвиборчого політичного дискурсу виступає «мовний мінімалізм» останнього, що зумовлений намаганням політиків привернути увагу виборця насамперед до головної думки висловлювання.

Ми вважаємо, що реалізація передвиборчого політичного дискурсу відбувається на таких рівнях: а) *лексичному* (використання автором метафор, гіпербол, метонімії тощо); б) *морфологічному* (оперування в дискурсі категоріями числа, способу тощо); в) *синтаксичному* (наявність повторів, емфатичних конструкцій та ін.); г) *лексико-семантичному* (використання епітетів, порівнянь тощо). З'ясування характеристик передвиборчого політичного дискурсу та рівнів реалізації останнього дозволяє визначити особливості цього дискурсу. Ілюстративний матеріал для підтвердження сформульованих теоретичних положень ми добирали із виступів політиків під час президентської кампанії 2008 року в США.

Однією з визначальних характеристик передвиборчого політичного дискурсу виступає образність мови політиків (політичних текстів), кінцева мета якої полягає в демонстрації власних переваг і / або недоліків конкурентів. Підвищенню образності передвиборчого політичного дискурсу сприяє стилістично забарвлене мовлення політиків. Так, в журналі *Newsweek* (September, 15, 2008) було розміщено статтю про кандидата на посаду віце-президента США Сару Пейлін під назвою *Beware the Barracuda* — Стережіться Барракуду [5, с. 35]. Назва статті побудована на використанні *метафори* — загальне ім'я класу хижих риб перетворилося на власне ім'я. Як справедливо зазначає А. Чудінов, метафора виконує в політичній лінгвістиці такі функції: 1) когнітивну (метафора допомагає зрозуміти погляди та риси політика); 2) комунікативну (метафора дозволяє передавати інформацію в зрозумілій для адресата формі); 3) прагматичну (метафора сприяє формуванню в громадянина необхідного емоційного стану) [6, с. 124 — 128]. Через використання метафори автор вказав на риси, які притаманні як морським щукам, так і Сарі Пейлін як політику — динамічність, непоступливість, агресивність, здатність боротися і перемагати. Іншим прикладом образності мовлення політиків може вважатися виступ кандидата в президенти США Барака Обами, де він, ведучи мову про політику Республіканської партії США щодо себе, зазначає: “The only strategy they’ve got is to try to scare you about me... “He doesn’t look like all the presidents on the dollar bills” [7, с. 27]. Інакше кажучи, шляхом *порівняння* Обами з портретами президентів США на доларових

банкнотах (близького та зрозумілого американцям символу) конкуренти намагалися закріпити в свідомості громадян США відчуття неспроможності Обама бути успішним президентом («Він не схожий на президентів на доларових банкнотах»). Таким чином, особливістю передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності виступає **використання адресантом (політиком) стилістично маркованих одиниць**.

Політичний дискурс під час виборчої кампанії характеризується спонукальним характером промов та певним «мовним мінімалізмом», зумовленим намаганням, з одного боку, збільшити свою електоральну підтримку, а з іншого — привернути увагу виборця насамперед до головної думки висловлювання. Так, під час президентської виборчої кампанії кандидат Барак Обама використовував девіз “Vote for Change!” [8, с. 41]. Через використання наказового способу — „Голосуй за зміни (заради змін)!” — Обама закликав виборців проголосувати за нього і тим самим змінити життя суспільства і кожного громадянина на краще. Привернення уваги виборців до головної думки «месіджу» (висловлювання) політика стає можливим за рахунок використання в політичному дискурсі еліптичних речень, в яких опущено частину речення, що, однак, легко відновлюється. Наприклад, у своїй промові в Денвері Барак Обама, зокрема, сказав: “On Nov.4 we must stand up and say, ‘Eight is enough’.” [9, с. 4]. Промовляючи це, Обама мав на увазі, що восьмирічне керування країною представника Республіканської партії було невдалим і треба змінити як внутрішню, так і зовнішню політику. Таким чином, особливістю передвиборчого політичного дискурсу є **лозунговість та еліптичність** мовленнєвих утворень.

Визначальними характеристиками передвиборчого політичного дискурсу також виступають «Я-спрямованість» та співпричетність останнього, що мають демонструвати виборцям, з одного боку, позитивні відмінності кандидата у порівнянні з конкурентами; а з іншого — близькість політика до народу, розуміння ним проблем і бажань простої людини. З огляду на вищевикладене для політика важливо відсторонитися від політичних конкурентів, представити себе в кращому порівняно з ними світлі. Водночас політик прагне «розчинитися» в народі, показати себе його невід’ємною частиною. Тактика «розчинення» реалізується через використання займенників «я» (політик), «ви» (виборці) та «ми» (народ), а тактика відсторонення — через використання займенникової опозиції «я», «ви», «ми» — «вони» (політичні конкуренти).

Як приклад реалізації тактики «розчинення» в передвиборчому політичному дискурсі може слугувати девіз передвиборчої кампанії Барака Обама „Change We Need” (підкреслено нами — Д. М.) [8, с. 41]. Шляхом використання лозунгу «Зміни, яких ми потребуємо» Обама ототожнив себе з народом; показав, що пропонувані ним зміни вигідні

всім американцям. Прикладом реалізації тактики «відсторонення» виступають слова Джона Маккейна про успішність Барака Обама на посаді президента США: “I’m not questioning his patriotism. I’m questioning his actions. I’m questioning his lack, total lack, of understanding” (підкреслено нами — Д. М.) [7, с. 27]. Українською це висловлювання має бути перекладене приблизно так: «Я не ставлю під питання його патріотизм. Я ставлю під питання його дії. Я ставлю під питання відсутність, повну відсутність і нього розуміння». Таким чином, особливістю передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності виступає **реалізація** політиками **тактик «розчинення»** та **«відсторонення»**.

Політика відіграє важливу роль у розвитку людської цивілізації та в житті окремих країн і народів. Зростання інтересу до вивчення політичного дискурсу зумовлене динамічністю політичної сфери розвитку мовної системи та бажанням людини орієнтуватися в політичних процесах сьогодення і розуміти смисл виступів політиків. У науковій розвідці під передвиборчим політичним дискурсом розуміється тип комунікативної діяльності, який являє собою сукупність будь-яких мовленнєвих утворень, що стосуються сфери економічного та суспільно-політичного життя країни, актуалізуються в ситуаціях ведення передвиборчої агітації та спрямовані на залучення прибічників серед виборців. До особливостей політичного дискурсу віднесено використання адресантом (політиком) стилістично маркованих одиниць, лозунговість та еліптичність мовленнєвих утворень, реалізація політиками тактик «розчинення» та «відсторонення». Безперечно дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми, що розглядається. Перспективи подальших наукових розвідок у даному напрямку вбачаємо в аналізі дискурсу окремих політиків і виборчих кампаній.

### **Література**

- 1. Баранов А. Н.** Введение в прикладную лингвистику : учеб. пособ. / Анатолий Николаевич Баранов. — [2-е изд., испр.]. — М. : Едиториал УРСС, 2003. — 360 с.
- 2. Бацевич Ф. С.** Основы коммуникативной лингвистики : учеб. / Флорій Сергійович Бацевич. — К. : Видав. центр „Академія”, 2004. — 344 с. — (Альма-матер).
- 3. Ващук Т. М.** Політичний дискурс як об’єкт лінгвістичного дослідження [Електронний ресурс] / Т. М. Ващук. — Режим доступу до ресурсу — <http://studentam.net.ua/content/view/7154/97/>.
- 4. Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса / Елена Иосифовна Шейгал. — М. : Волгоград : Перемена, 2000. — 367 с.
- 5. Fineman Н.** Beware the Barracuda / Howard Fineman // Newsweek. — September 15, 2008. — p. 35.
- 6. Чудинов А. П.** Политическая лингвистика : учеб. пособ. / Анатолий Прокопьевич Чудинов. — [2-е изд., испр.]. — М. : Флинта : Наука, 2007. — 256 с.
- 7. Thomas E.** Here We Go Again / E. Thomas, H. Bailey,

J. Darman // Newsweek. — August 11, 2008. — pp. 26—27. **8. Hirsh M.** OK, You Two, What Would You Do to Solve This Mess / Michael Hirsh // Newsweek. — October 20, 2008. — pp. 40—42. **9. Obama B.** Perspectives / Barack Obama // Newsweek. — November 17, 2008. — p. 4.

**Мацько Д. С. Особливості передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності (на матеріалі виборчої кампанії 2008 року в США).**

У статті розглядається проблема аналізу політичного дискурсу. На основі з'ясування характеристик передвиборчого політичного дискурсу та рівнів реалізації останнього автор визначає особливості передвиборчого політичного дискурсу як типу комунікативної діяльності.

*Ключові слова:* дискурс, комунікативна діяльність, політичний дискурс, передвиборчий політичний дискурс.

**Мацько Д. С. Особенности предвыборного политического дискурса как типа коммуникативной деятельности (на материале избирательной кампании 2008 года в США).**

В статье рассматривается проблема анализа политического дискурса. На основе определения характеристик предвыборного политического дискурса и уровней реализации последнего автор определяет особенности предвыборного политического дискурса как типа коммуникативной деятельности.

*Ключевые слова:* дискурс, коммуникативная деятельность, политический дискурс, предвыборный политический дискурс.

**Matsko D. S. The peculiarities of the pre-election political discourse as a type of communicative activity (using the materials of the Campaign — 2008 in the USA).**

The article deals with analysis of the political discourse. Owing to the analysis of the features of the political discourse and the levels of its realization the author finds out the peculiarities of the pre-election political discourse as a type of communicative activity.

*Key words:* communicative activity, discourse, political discourse, pre-election political discourse.