

## АГОНАЛЬНА ПРИРОДА ДИРЕКТИВНОГО МОВЛЕННЄВОГО АКТУ ЗАКЛИКУ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Л. В. Суховецька, аспірант**

*Горлівський інститут іноземних мов ДВНЗ «ДДПУ»,  
вул. Комсомольська, 24, м. Артемівськ, 84511, Україна  
E-mail: sukhovetskaya2012@yandex.ua*

*Стаття присвячена аналізу лінгвальних і екстралінгвальних, чинників, що впливають на агональну природу мовленнєвого акту закликів в політичному дискурсі. Робота узагальнює й деталізує тлумачення закликів в лінгвістиці, встановлює його кореляцію з жанром лозунгу. Зосередивши увагу на аналізі комунікативної ролі адресата, автор виокремлює означений, неозначений та передбачуваний типи адресата. Пропонується класифікувати прагматичну роль виконавця на інклюзивний та ексклюзивний типи. Додано уточнення в семантичну модель закликів. Семантична типологія предикату виявила малефективний характер спонукальних дій, спрямованих на повалення політичного опонента. До чинників, що зумовлюють агональний характер закликів, автор відносить: фактор солідарності, малефективний характер дій, обов'язкову наявність об'єкта агресії та ілюктивний синкретизм.*

**Ключові слова:** агональність, вербальна агресія, політичний дискурс, заклик, гасло.

Проблема агональності розробляється дослідниками, які працюють у таких наукових сферах як філософія, психологія, соціологія, лінгвокультурологія, лінгвістика. З позицій культурології агональність відноситься до числа універсальї культури. Агон являє собою універсальну якість культури, що полягає у змагальності, яка витікає з потреби привласнювати, робити своїм інший простір. Агональність – це функціональне включення агона до сфери культурної діяльності людини [1, с. 10-11]. У лінгвістиці агональність трактують як такий модус спілкування, в якому обов'язково наявні протиборчі сторони, які добиваються за допомогою певних стратегій і тактик переваги за певним параметром [2, с. 6].

Складовими агонального мовленнєвого акту виступають агональна інтенція адресанта й вербальна або невербальна агональна реакція адресата [3, с. 4, 16]. Агональність, будучи властивістю політичного дискурсу (*надалі ПД*), часто виступає об'єктом дослідження політичної комунікації. Політика, якщо її розуміти як боротьбу за завоювання та утримання влади, виступає сферою агонального мислення, сферою буття агональних мовних ідеалів [4]. Агональність як базова функція ПД має два аспекти вияву: це «боротьба проти» (з метою повалення опонента), й «боротьба за» (за збереження свого статусу, наявного стану речей) [5, с. 236].

Дискурсивну агональність одночасно пов'язують як з ідеєю протистояння й боротьби, так і з проявом агресії, нетолерантності, конфлікту, а, значить, з емоціями, які здатні виступати «мотиваційною основою мовленнєвої поведінки» [6, с. 52]. Зазначається, що агональна комунікація, як правило, протікає в стані емоційного збудження, а агональність політичної комунікації неминуче пов'язана з тими чи іншими проявами агресії, тобто агресія, так само, як і оцінність, є рисою політичного дискурсу [2, с. 15; 5, с. 292].

Отже, велика питома вага агонального спілкування в структурі комунікації сучасного суспільства, агональна природа політичного дискурсу, зв'язок агональності з агресивним станом людини, що знаходить вираження в її мовленні, зумовлюють актуальність обраної проблематики дослідження. Метою роботи виступає встановлення сукупності чинників, що детермінують агональну природу закликів в політичному дискурсі. Завданнями цієї наукової розвідки постають: короткий огляд трактацій закликів в лінгвістиці, аналіз комунікативної ролі адресата агонального спілкування, уточнення семантичної моделі закликів, здійснення класифікації закликів за семантичним та прагматичним аспектами.

Об'єктом дослідження є мовленнєвий акт (*надалі МА*) заклику в агональній комунікації. Предметом дослідження виступають маркери вербальної агресії у межах МА заклику. Приклади заликів взято з мережі інтернет і подано зі збереженням правопису оригіналу; автор визначається електронним ім'ям. Головними **методами** дослідження постають: метод спостереження, зіставлення, узагальнення, семантичного й функціонального аналізу, а також елементи структурного аналізу.

Відомо, що агресія, будучи однією з фундаментальних властивостей людської поведінки, знаходить різноманітне вираження в мові. Подане дослідження ґрунтується на гіпотезі про те, що МА заклику виступає одним із способів прояву агональності в ПД. Під агональністю розуміємо такий психологічний стан готовності до боротьби з супротивником, який здатен породити різноманітні форми агресивної поведінки, у тому числі й вербальну.

У наукових розвідках мовну агресію тлумачать як перенасиченість тексту словесно вираженою негативною інформацією, що викликає в адресата тяжке враження; як форму мовної поведінки, що націлена на образу чи навмисне заподіяння шкоди людині, групі людей, організації або суспільству в цілому; до неї відносять всі типи негативного або критичного ставлення адресанта до адресата, виражені за допомогою мовних засобів; [7; 8; 9]. Одним із способів реалізації лінії поведінки, що спрямована на конфронтацію в суспільстві, виступає, на нашу думку, МА заклику. Розуміння заклику як «мовленнєвого злочину», або «мовного конфліктогену» найкраще розкриває його конфронтаційну властивість [10].

Заклик як мовленнєвий акт є різновидом пропонування, однак він виділений в окрему групу на підставі того, що адресатом є велика кількість людей. Заклику властиво використання спонукальних конструкцій, іноді без звертання до конкретної особи [11]. Більш точно та прийнятне визначення заклику надається в роботі О.М. Баранова. «Заклик – це мовленнєвий акт, звернений до адресата з метою спонукати його виконати певну дію або сукупність дій, усвідомлених як важливої частини суспільно-значущої діяльності, сприяє досягненню певних ідеалів, або спонукає адресата враховувати у своїй повсякденній поведінці ці ідеали, причому мовець і адресат є політичними суб'єктами або їх представниками, а сам мовленнєвий акт розглядається як частина суспільно-політичної комунікації» [12, с. 420].

Заклик – це найбільш радикальна й відкрита форма словесного впливу на поведінку людини [13, с. 57]. Фактично це слово стало родовим позначенням для спонукань у політичній сфері [12, с. 419]. Для заклику характерна свого роду неконкретність, тимчасова й персональна нелокалізованість, заклик адресований начебто всім і кожному. До релевантних умов заклику відносять також певний ступінь його соціальної або етичної вмотивованості – каузована дія здійснюється не безпосередньо в інтересах мовця або адресата, а в інтересах соціуму в цілому [14, с. 17].

Питання типології заликів привертає увагу науковців. Так, К. І. Бриньов розрізняє «неозначені» та «означені», підкреслюючи, що в «неозначених» закликах вказівка на конкретні дії в мовленнєвих актах заклику необов'язкова [15, с. 141-142]. Інші різновиди заликів включають «заклик-гасло», «заклик-апеляцію», «заклик-звернення», та «заклик-заклик» [15, с. 422-432]. Розмежовуються також «оцінно-невмотивовані» й «оцінно-вмотивовані» заклики [15, с. 455]. Деякі вчені оперують поняттям «еталонний» заклик, який не потребує негайного виконання, а є рекомендацією до поведінки, заснованої на тих чи інших морально-етичних, ідеологічних, ціннісних категоріях [12, с. 421].

М. А. Осадчий наголошує на тому, що особливу складність являє собою виявлення «прихованого» заклику. Такий заклик дає розгорнуту програму дій, до яких підбурює адресант мовлення, цілеспрямовано формує в адресата бажання діяти або почуття необхідності дій. Таким способом програмується поведінка адресата мовлення, використовуються методи мовного маніпулювання свідомістю, впливу на

психіку, підсвідомість [13, с. 62]. М. Д. Сайфуліна розрізняє заклики «раціональні», які інформують, наводять аргументи, апелюють до розуму й «емоційні», які, на відміну від раціональних, – яскраві, лаконічні, здатні ставати слоганами, що легко запам'ятовуються [16, с. 108]. У передвиборчому дискурсі політиків заклик зазвичай слідує за обіцянками кандидатів і завершує текст виступу [17, с. 172].

Традиційною сферою вживання закликів науковці називають офіційну промову мітингового типу і підкреслюють, що заклики реалізуються в специфічному мовленнєвому жанрі гасла, для якого характерно не конкретне, а узагальнене уявлення адресанта й адресата. Заклик-гасло – це спонукальне висловлювання, що становить цілісний текст, твір монологічної мови, що має на меті впливати на емоції, розум і волю узагальненого адресата [18, с. 22–23]. Основною функцією гасла є регулятивна функція, воно стає безпосереднім інструментом політичної боротьби й через це посідає провідне місце у політичній комунікації за лінією «суспільство → інститут» [5, с. 337]. Основна мета гасла в політичному дискурсі полягає в формуванні впливу, насамперед, на поведінку політиків [19, с. 126].

Гасло відображає стереотип нації про себе. За суттю, лозунговість – це спрощення лінгвістичної структури висловлювань, що зводить складно-структуровані пропозиції до простих. Як результат, з'являються гасла, достатні для передачі повідомлення й легкі для швидкого запам'ятовування. Багато з них являють собою елементарне модально-предикативне ядро, яке можна кинути в аудиторію та отримати значний сугестивний ефект [20, с. 154]. Для всіх гасел характерна обов'язкова ідеологічна маркованість, яка виявляється у співвіднесенні ціннісних позицій адресанта гасла з позицією одного з групових суб'єктів політичної комунікації [5, с. 350]. Політичне спілкування завжди ідеологізоване, оскільки комуніканти виступають у ньому не як особистості, а як представники інститутів і політичних груп [21, с. 9].

В іллокутивному аспекті жанротвірною ознакою гасла виступає директивність. До змістової і структурної специфіки гасла належать: тематична однофокусність, злободенність, ідеологічна маркованість, максимальна експліцитність у пропозиційному й аксіологічному плані, емоційність, наявність гаслових слів, домінування простих непоширених стверджувально-окличних речень, наявність часто повторюваних клішованих структур, ритму, рими й алітерації [5, с. 341-345].

У нашій роботі під закликом агональної комунікації розуміємо емоційно-забарвлене, ідеологічне звернення адресанта до своїх однодумців з метою підвищення їхньої суспільно-політичної активності в боротьбі з політичним супротивником заради покращення свого життя.

Оскільки обов'язковим компонентом заклику є образ адресата, вважаємо за доцільне проаналізувати заклики за цим критерієм. Результати дослідження виявили, що адресат заклику може бути **означеним, неозначеним і передбачуваним**.

**Означений** адресат – це конкретний виконавець дії заклику: ***The citizens of Britain must wake up and realize that the Tories are systematically dismantling our NHS, and preparing health for the sale agenda*** (languageandgenes, the Guardian, Comments, 8 Feb. 2012); ***Time for the Israeli people to vote this hooligan out – once and for all*** (richieroma, the Guardian, Comments, 26 Feb. 2015).

**Неозначений** адресат указує на виконавця, але не називає його. На лінгвальному рівні цей адресат виражається неозначеними займенниками ***we, you, everyone***, серед яких вживання займенника ***we*** характеризується найвищою частотністю: ***We have already reached the stage of too many fronts to protect – the abuse of sick and disabled people – general sanctioning of unemployed people – Workfare – the rise in poorly paid*** (afancdogge, the Guardian, Comments, 4 Sept. 2012); ***You got to get rid of those «Democrats»*** (RightThinker01, the Guardian, Comments, 24 Feb. 2012); ***Everyone should vote for anybody but the Tories, this party is finished*** (Excusemywife, the Guardian, Comments, 24 Feb. 2012).

Найбільший інтерес являє собою «***we*** – адресат» через те, що він може інтерпретуватися як «***я*** – суспільство» та «***я*** – суспільство – влада». У першому

випадку адресант звертається до своїх ідейних однодумців і такі заклики спрямовані на боротьбу зі владними структурами своєї країни: *The tory agenda of making money from everything we do in society, is so hideous, vile and nasty, that **we** really **need to dispose of the tories**, before they really destroy our country, like they have destroyed our economy* (languageandgenes, the Guardian, Comments, 8 Feb. 2012); ***We should stop talking about the «government» – they are all self-serving individuals who are lining their own pockets & manipulating their positions to increase the profits of their capitalist buddies*** (brainache, the Guardian, Comments, 19 Nov. 2014).

У випадку інтерпретації «**we** – адресата» як «**я** – суспільство – влада» адресант ідентифікує себе разом зі своїми однодумцями й владою як одне ціле, як активного учасника політичного процесу. Такі заклики спрямовані на протистояння спільному ворогу країни, яким може бути імміграція, корупція, зовнішній агресор, зовнішній борг, Євросоюз тощо: *There will be many countries that will overtake the EU and **we should aim for bilateral relations of equal influence and not bow down to the politburo of growth stunting beuacrats*** (xsyfer, the Guardian, Comments, 1 Nov. 2012); *If we wish to avoid further criminal acts like the Crimean Anschluss, **we have to stand up to fascist Corporal Putin now*** (realitybabes, the Guardian, Comments, 4 Jan. 2015).

Отже, розмежуванню адресата «**я** – суспільство» та «**я** – суспільство – влада» сприяє аналіз образу супротивника, який може бути ворогом у межах опозиції «народ – влада», або у межах опозиції «країна – спільний супротивник».

Апелювання до **передбачуваного** адресата притаманне імперативним формам і характеризується відсутністю вербалізованого виконавця дії, для встановлення якого необхідно залучити аналіз лінгвістичного та ситуативного контекстів: ***Kill Gove's ambitions to transfer schools from council control to business control!*** (CJJE, the Guardian, Comments, 24 Feb. 2012); ***Stand together and vote together to kick out the corrupt self-serving traitors*** (Datona, the Guardian, Comments, 04 Jan. 2015).

Як бачимо з наведених прикладів, денотатом сполучень *Gove's ambitions* та *corrupt self-serving traitors* виступають суб'єкти влади. Будучи вжитими в МА заклику, вони уособлюють образ супротивника, до боротьби з яким закликає адресант. Отже, адресатом-виконавцем у поданих висловленнях виступає суспільство, а не влада, оскільки влада не буде боротися проти себе самої.

Аналіз фактичного матеріалу виявив, що комунікативна роль адресата заклику збігається з прагматичною роллю виконавця. Виконавець – це одна з ключових складових прагматичної ситуації спонування, від якої очікується здійснення запропонованої дії [22, с. 17]. За участю адресанта в реалізації спонукальної дії розрізняємо виконавця **інклюзивного** (адресант відносить себе до виконавців) і **ексклюзивного** (виконавцем виступає визначена група людей, від якої адресант себе відокремлює): ***We must act and oppose Cameron's sanctions against Iran*** (Happytolive, the Guardian, Comments, 16 Jan. 2015) (**інклюзивний** виконавець); ***Greece, man up and grow some. Default and revert a Gold Standard and be done with it! Be masters of your own destiny*** (Hoth25, the Guardian, Comments, 13 March 2015) (**ексклюзивний** виконавець).

В обох випадках адресат-виконавець характеризується семою «колективний», через усвідомлення адресантом заклику необхідності солідарності зусиль для реалізації спонукальної дії у боротьбі з політичним опонентом. Таким чином, семантичний компонент «супротивник/опонент», що виконує роль об'єкта агресії й проектується на компонент «чужий» базової семіотичної опозиції «свій – чужий», виявляється значущою складовою семантичної моделі МА заклику. Наповнення цього компоненту здійснюється за рахунок вербалізації учасників політичного процесу або результату їх діяльності: ***vote the Torys out! its up to us!*** (Christopher Brennan, the Guardian, Comments, 12 January 2015); ***LET'S GET RID OF THIS COUNTRY'S DEBT AND NOT PASS IT ON TO TODAY'S CHILDREN AND THEIR CHILDREN*** (retired voter, the Express, Comments, 3 Feb. 2015).

За семантичним аналізом предикату було встановлено, що виявлені типи закликів співвідносяться з етапами прототипової ситуації суспільно-політичного протистояння. Перший етап цієї ситуації корелює з процесом пробудження свідомості суспільства для критичного аналізу суспільно-політичних обставин, актуальних на момент мовлення і включає заклики до **активізації свідомості суспільства**: (*to realize, to understand, to judge, to wake up, to pull critical thinking skills out of mothballs*): *Come on Britain, pull some of those critical thinking skills out of mothballs; I know we have them* (Celt23, the Guardian, Comments, 4 Jan. 2015); *We can expect a whole raft of bribes from Osborne over the coming months all of them justified as «for the hard working», but once he is re-elected just watch the «hard working» lose their attraction to him. WAKE UP AND SMELL THE COFFEE!!!!* (Compohoward, the Guardian, Comments, 8 Oct. 2013).

Наступна стадія передбачає здійснення адресатом вибору протиборчої сторони, на боці якої він планує виступати або яку він буде підтримувати й включає заклики до **здійснення вибору**: (**іменники**: *choice, decision*, **дієслова**: *to elect, to vote*): *Schools and hospitals are the RESULT of the investment and wealth such projects bring, not the other way round. The choice is yours folks* (Lameduck, the DailyMail, Comments, 26 October 2013); *Spend the money on Benefits or people in work? Make a decision, sick with it and get on with it!* (MichaelWW, the DailyMail, Comments, 26 Oct. 2013).

Етап консолідації односторонніх подано закликами до **єднання**: (**іменники**: *solidarity*; **дієслова**: *to stand together, to vote together, to join together, to work together, to connect to each other, to unite, to act collectively*): *The disabled are due another kicking next year with the abolition of DLA. I hope we then reach our «poll tax» moment and join together in real opposition to this barbaric government* (cymraeg147, the Guardian, Comments, 4 Sept. 2012).

Вступ до будь-якої боротьби не має сенсу без усвідомлення кінцевої мети протистояння, яка оформлена закликами до:

– **знищення супротивника** (**дієслова**: *to defeat, to dump, to scrap, to crush, to wreck, to smash, to kill, to bury, to consign to history*): *Every one who disagrees with the Tories privatisation of the NHS, is like a nail in the Tory coffin. With our opposition we can bury the Tories* (languageandgenes, the Guardian, Comments, 8 Feb. 2012);

– **усунення супротивника** (**дієслова**: *to dispose, to deport, to remove, to vote out, to kick out, to boot out, to keep out, to weed out, to get rid, to fire, to leave behind, to deny, to boycott*): *A return to genuinely democratic representative democracy is well over due in the UK. Time for a «British Spring» and to boot out the small cartel who run this island for the benefit of their own little elite* (TheLibrarianApe, the Guardian, Comments, 20 Dec. 2014).

Останній різновид закликів презентує способи боротьби з супротивником:

– **ускладнення обставин для супротивника** (**дієслівні сполучення**: *to make life difficult, to show «tough love», to come down hard on*): *I have a better idea, lets come down hard on the job centers* (cheekychic, the Guardian, Comments, 23 June 2015);

– **вуличні акції протесту** (**іменники**: *demonstration, rally, revolution, strike*; **іменникові сполучення**: *community action, massive direct action, a nation-wide protest, non-violent direct action, civil disobedience*; **дієслова**: *to line up, to stand up, to rise up, to go out, to march, to take to the streets, to oppose, to resist*): *This bill must not succeed – come to the Rally to Save our NHS* (pierrotlunaire, the Guardian, Comments, 10 Feb. 2015); *THESE CON/LIB/LAB GOVERNMENTS ARE KIDDING THE BRITISH PEOPLE, TIME TO MARCH ON DOWNING STREET AND GIVE THESE POLITICIANS THE BOOT* (jimmiscott, the DailyMail, Comments, 25 Oct. 2013).

– **захист цінностей від посягань супротивника** (**дієслова**: *to save, to defend, to fight for*): *Protect this country, first and foremost, and to Hell with international busybodies* (olderbutwiser, the Guardian, Comments, 26 Dec. 2013).

Отже, комбінація малефективного характеру дій, спрямованих безпосередньо на об'єкта агресії, разом із колективним типом виконавця сприяє інтенсифікації агональності аналізованого явища.

Пропонуємо розглянути кореляцію синтаксичних способів реалізації заклику із його агональною природою. До репертуару втілення МА заклику належать:

– імперативні речення за типом *Do smth / Let's do smth: Defeat the lie, get rid of the Tories, make Britain better* (Jonathan Lealand, the Guardian, Comments, 11 Jan. 2015); *Let's defeat these lunatics with every weapon available* (stringvestor, the Guardian, Comments, 12 Jan. 2015);

– речення з вживанням перформативів: *I propose a "take it back day" of action. On the 1st April in a nationwide show of defiance, I urge all UK tax paying citizens to line up outside of Phil's shops and on the stroke of midday, help yourselves* (jimedijim, the Guardian, Comments, 09 Feb. 2015).

Будучи ядерними засобами вираження директивності, імперативні й перформативні форми заклику до боротьби з опонентом сприяють формуванню його агональності.

Наступна група синтаксичних конструкцій для оформлення заклику репрезентована розповідними реченнями, серед яких виокремлюємо такі типи:

– розповідні речення, що констатують наявність можливості реалізації дії заклику: *We have the power and courage to stop this bloody carve up of the NHS by the Tories* (languageandgenes, the Guardian, Comments, 8 Feb. 2012); *We still have time to stand up and defend the NHS – and show peers, MPs and ministers just how unpopular these proposals are* (pierreotlunaire, the Guardian, Comments, 10 Feb. 2015);

– розповідні речення, що констатують час виконання дії за типом *Time / It is time: WE ARE LIVING IN A DICTATORSHIP. Time for a revolution, methinks* (Dinsmoor, the Guardian, Comments, 24 Feb. 2012); *Maybe it's time we turned our collective teeth to the confines boxing us in* (AhBrightWings, the Guardian, Comments, 4 Sept. 2012);

– розповідні речення, що констатують пріоритетність завдання перед виконавцем: *Getting rid of the Tories is the first priority, but next, get rid of fixed-term parliaments....* (Sussexperson, the Guardian, Comments, 8 Feb. 2015); *Fighting against interventionism in all its forms and against the preparation for the attack against Iran is an immediate task for all progressive forces* (Happytolive, the Guardian, Comments, 16 Jan. 2015);

– розповідні речення, що констатують необхідність виконання дії за допомогою модальних дієслів *should, need, must: Perhaps we should all actively boycott the companies that exploit the unemployed* (brainache, the Guardian, Comments, 19 Nov. 2014); *We need to stand up to these cuts before it is too late* (Carolan99, the Guardian, Comments, 22 Dec. 2014); *All peace seeking people must rely on their numbers and their abilities to connect to each other in the street or by the social media* (Happytolive, the Guardian, Comments, 16 Jan. 2015).

Ми вважаємо, що констатація можливості, необхідності, часу й пріоритетності дії виконує додаткову аргументативну функцію в момент експлікації спонукання.

Решта способів презентації заклику об'єднані чинником емотивності й до них належать:

– номінативні речення: *NO MORE BUSHES!!!* (spytheweb, the Washington Post, Comments, 14 Feb. 2015); *Zero tolerance* (PariahCarefree, Guardian, Comments, 8 Jan. 2015);

– емфатичні речення *If ever: If ever a national demonstration against a government project was required, this most assuredly is it* (Richard, the DailyMail, Comments, 26 Oct. 2013);

– питальні речення, що містять запит про причини відсутності боротьби: ***Why o why do the British public put up with this crap? It's a dictatorship we live in, not a democracy*** (Johns54, the Guardian, Comments, 12 Jan. 2015);

– питальні речення, що містять запит про реалізацію або про можливість виконання дії: ***Will the plebs unite to defeat this anti-union idea*** (AFKALiverBird, the Guardian, Comments, 10 Jan. 2015); ***Could we get rid of those cops that spy on us, disrupt democracy, and infiltrate innocent groups like the Lawrence family*** (AFKALiverBird, the Guardian, Comments, 10 Jan. 2015);

– питальні речення, що містять запит про час виконання дії: ***So, the class war is still on then!? Can I ask when the poor intend to start fighting it properly?*** (altergeist, the Guardian, Comments, 22 June 2015).

Номінативні, емфатичні та питальні конструкції, з одного боку, сприяють емоційній розрядці адресанта заклику, з іншого боку, відбивають стан його збудження, що є ознакою готовності до боротьби з ворогом.

Проаналізований матеріал виявив також здатність іллокутивної сили заклику інкорпорувати інші директивні інтенції: заборони, застереження, погрози, вимоги:

– **заклик-заборона:** ***We cannot allow peace to break out! Oh no!*** (gatoriali, the Guardian, Comments, 14 July 2015);

– **заклик-застереження:** ***Sadly for the "silent majority", those perversions of human values and morals are spreading in the UK. Unless people speak out now against these immoral clowns, it will be too late to speak*** (PG, the the Independent, Comments, 13 March 2015);

– **заклик-погроза:** ***We should really sharpen a few guillotines...*** (John C, the Guardian, Comments, 09 Feb. 2015); ***The government's numerous favourable policies to pensioners, are proof that the government will only act if you vote and thus exercise your power to hold them to account*** (andrewjacob, the Guardian, Comments, 10 March 2015);

– **заклик-вимога:** ***Every voter in this country, irrespective of party should demand their party supports Recall but the decision making process should lie with the voters, not the current useless proposal going through Parliament*** (tr1ck5t3r, the Guardian, Comments, 05 Jan. 2015).

Ці приклади свідчать про поліінтенційний потенціал заклику, або про іллокутивний синкретизм (за термінологією І. С. Фролової) аналізованого феномену [23, с. 255]. Акумуляція іллокуцій у межах одного висловлювання виступає наслідком агонально-емоційного стану мовця й спрямована на посилення прагматичного потенціалу й перлокутивного ефекту сказаного.

**Висновки.** У процесі дослідження було додано уточнення в тлумачення поняття «заклик», під яким розуміємо емоційно-забарвлене, ідеологічне звернення адресанта до своїх однодумців з метою активізації їхньої суспільно-політичної діяльності. За критерієм означеності надано типологію адресата, яка охоплює означеного, неозначеного й передбачуваного адресата; розкрито особливості неозначеного адресата. Встановлено, що на колективний характер адресата-виконавця впливає чинник солідарності. За критерієм участі/неучасті адресанта в діях заклику розрізняємо інклюзивний та ексклюзивний типи виконавця. Продемонстровано облігаторність компоненту «супротивник/опонент» у семантичній моделі зазначеного утворення. Проаналізовано як синтаксичний репертуар оформлення заклику співвідноситься з його агональною природою. Семантична типологія потенційних дій відбиває основні етапи ситуації боротьби. Отже, фактор солідарності, облігаторність функціонування компоненту «чужого» як уособлення політичного опонента, малефективний характер спонукальних дій, іллокутивна поліінтенційність заклику зумовлюють його агональну природу, а сам заклик виступає вербальною формою сублімації агресивно-емоційного стану суспільства. **Перспективу** дослідження вбачаємо в аналізі інших мовленнєвих актів, яким

властива агресивна характеристика, у встановленні лексичних та семантичних особливостей їх функціонування.

### АГОНАЛЬНАЯ ПРИРОДА ДИРЕКТИВНОГО РЕЧЕВОГО АКТА ПРИЗЫВА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*Л. В. Суховецкая, аспирант*

*Горловский институт иностранных языков ГВУЗ «ДГПУ»,  
ул. Комсомольская, 24, г. Артемовск, 84511, Украина  
E-mail: sukhovetskaya2012@yandex.ua*

*Статья посвящена анализу лингвальных и экстралингвальных факторов, влияющих на агональную природу речевого акта призыва в политическом дискурсе. Работа обобщает и уточняет толкование призыва в лингвистике, устанавливает его корреляцию с жанром лозунга. Сконцентрировав внимание на анализе коммуникативной роли адресата, автор выделяет определенный, неопределенный и предсказуемый типы адресата. Предлагается классифицировать прагматическую роль исполнителя на инклюзивный и эксклюзивный типы. Внесено уточнения в семантическую модель призыва. Семантическая типология предиката определила malefактивный характер побудительных действий, направленных на ниспровержение политического оппонента. К факторам, предопределяющим агональный характер призыва, автор относит: фактор солидарности, malefактивный характер действий, обязательное наличие объекта агрессии и иллокутивный синкретизм.*

**Ключевые слова:** *агональность, вербальная агрессия, политический дискурс, призыв, лозунг.*

### AGONAL NATURE OF THE DIRECTIVE SPEECH ACT OF APPEAL IN POLITICAL DISCOURSE

*L. V. Sukhovetska, PhD student*

*Horlivka Institute for Foreign Languages SHEE «DSPU»,  
24, Komsomolska Str., Artemivsk, 84511, Ukraine  
E-mail: sukhovetskaya2012@yandex.ua*

*The paper considers the way lingual and extra-lingual facts affect the agonal nature of the speech act of appeal in political discourse. It summarizes and concretizes the notion of appeal in linguistics, determines its correlation with the genre of slogan. The author focuses upon the communicative role of addressee and names definite, indefinite and presupposed types of addressee. The analysis of the pragmatic role of performer has singled out its inclusive and exclusive types. The semantic structure of appeal has got some specification. The semantic typology of the predicate has found out malefactive character of motivated actions, aimed to overthrow a political opponent. Among the facts, which predetermine agonal feature of appeal, the author names solidarity, malefactive character of actions, the object of aggression as an obligatory component and illocutive syncretism.*

**Keywords:** *agonal, verbal aggression, political discourse, appeal, slogan.*

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Калашникова Н. К. Агональные основы культуры донского казачества : дис. ... канд. филос. наук : спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / Н. К. Калашникова. – Ростов н/Д, 2005. – 117 с.
2. Дешевова В. В. Агональность в телевизионном дискурсе : на материале современных российских телешоу : автореф. дисс. ... канд. филолог. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / В. В. Дешевова. – Волгоград, 2010. – 20 с.
3. Верзун А. Б. Гендерная агональность политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / А. Б. Верзун. – Волгогр. гос. пед. ун-т. - Волгоград, 2005. – 24 с.
4. Михалева О. Л. Политический дискурс: способы реализации агональности: [Электронный ресурс] / О. Л. Михалева. – Режим доступа : <http://ruslang.isu.ru/about/group/mikhaleva/state2/> – Дата доступа : 19.10.2015.
5. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01, 10.02.19 / Е. И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 431с.
6. Таценко Н. В. Категорія емпатії крізь призму лінгвістичної емоціології / Н. В. Таценко // Філологічні трактати. – 2005. – Том 7, № 1. – С. 50–60.
7. Быкова О. Н. Речевая (языковая, вербальная) агрессия / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник Российской риторической ассоциации. –1999. – Вып. 1. – С. 96–99.
8. Фирсова М. А. Современные тенденции изучения языковой агрессии, 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.rae.ru/forum2011/146/1525> – Дата доступа : 04.01.2016.
9. Апресян В. Ю. Имплицитная агрессия в языке, 2003 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dialog21.ru/Archive/2003/Аpresian.htm> – Дата доступа : 04.01.2016.
10. Кара-Мурза Е. С. Коммуникативные парадигмы как показатели речевых преступлений и как обучающие единицы лингвоконфликтологии: директивы, 2009. [Электронный ресурс] – Режим



- доступу : <http://flatik.ru/universitetskaya-filologiya-obrazovaniyu-regulyativnaya-prirod> – Дата доступу : 04.01.2016.
11. Шилихина К. М. Вербальные способы модификации поведения и эмоционально-психологического состояния собеседника в российской и американской коммуникативных культурах : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / К. М. Шилихина. – Воронеж, 1999. – 182 с.
  12. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Баранов. – 3-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 592 с.
  13. Осадчий М. А. Правовой самоконтроль оратора / М. А. Осадчий. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 316 с.
  14. Изотов А. И. Функционально-семантическая категория императивности в современном чешском языке как прагмалингвистический феномен: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук: спец. 10.02.03 «Славянские языки» / А. И. Изотов. – М. :, 2007. – 42с.
  15. Бринев К. И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза : монография / К. И. Бринев; под редакцией Н. Д. Голева. – Барнаул : АлтГПА, 2009. – 252 с.
  16. Сайфуллина М. Д. Призыв как индуктивный иллокутивный тип в телевизионной рекламе / М. Д. Сайфуллина // Вестник Башкирского университета. - 2014. - Т. 19, №1. – С. 106 – 109.
  17. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дисс. ... д-ра филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» / О. Н. Паршина. – Саратов, 2005. – 332 с.
  18. Саранцацрал Ц. Речевые акты побуждения, их типы и способы выражения в русском языке : автореф. дис. ... доктора филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык»/ Ц. Саранцацрал. – М., 1993. – 48 с.
  19. Невинская М. Д. Концептуальная оппозиция «народ – власть» в политическом дискурсе : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / М. Д. Невинская. – Волгоград, 2006. – 177с.
  20. Саудов Р. Т. Политический дискурс Барака Х. Обамы в преломлении лингвокультурного и семиотического аспектов / Р. Т. Саудов // Политическая лингвистика. – 2011. – Вып. 3. – С. 147–161.
  21. Филинский А. А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг. : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 «Теория языка» / А. А. Филинский. – Тверь, 2002. – 150 с.
  22. Бирюлин Л. А. Волюнтаристические рамки в структуре побуждения / Л.А. Бирюлин // Пропозициональные предикаты в логическом и лингвистическом аспекте: Тезисы докладов рабочего совещания. – М., 1987. – С. 17 – 20.
  23. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі: [монографія] / І. Є. Фролова. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – 344 с.

#### LIST OF REFERENCES

1. Kalashnikova N. K. *Agonal foundations of culture of the Don's Cossacks*. Thesis Cand. Diss. Rostov-on-Don, 2005, 117 p.
2. Deshevova V. V. *Agonal expressions in television discourse : upon the material of modern Russian TV shows*. Abstract Cand. Diss. Volgograd, 2010, 20 p.
3. Verzun A. B. *Gender agonal expressions of political discourse* : Thesis Cand. Diss. Volgograd, 2005, 24 p.
4. Mikhalyeva O. L. *Political discourse: means of realization of agonal speech*. Available: <http://ruslang.isu.ru/about/group/mikhaleva/state2/> ( Accessed : 19.10.2015).
5. Sheygal E. I. *Semiotics of Political discourse*. Thesis Doct. Diss. Volgograd, 2000, 431 p.
6. Tatsenko N. V. Empathy category in the light of linguistic emotiology. *Filologichni Traktaty*, 2015, vol. 7, no 1, pp. 50-60.
7. Bykova O. N. Speech (language, verbal) aggression. *Theoretical and applied aspects of speech communication: Vestnic rossiyskoy ritoricheskoy assotsiatsii*, 1999, Issue 1, pp. 96–99.
8. Firsova M. A. *Modern tendencies in the study of language aggression*, 2011. Available: <http://www.rae.ru/forum2011/146/1525> (accessed : 04.01.2016).
9. Apresyan V. Yu. *Implicit aggression in language*, 2003. Available: <http://www.dialog21.ru/Archive/2003/Apresian.htm> (accessed : 04.01.2016).
10. Kara-Murza E. S. *Communicative types of utterances directives and evaluatives in speech crimes analyzing and teaching*, 2009. Available: <http://flatik.ru/universitetskaya-filologiya-obrazovaniyu-regulyativnaya-prirod> (accessed : 04.01.2016).
11. Shilikhina K. M. *Verbal Methods of Modification of Behaviour and Emotional-Psychological State of the Interlocutor in the Russian and American Communicative Cultures*. Thesis Cand. Diss. Voronezh, 1999, 182 p.
12. Baranov A. N. *Linguistic Examination of the Text: Theory and Practice*. 3rd ed. Moscow, 2011, 592 p.
13. Osadchiy M. A. *Lawful self-control of the orator*. Moscow, Alpina Business Books, 2007, 316 p.
14. Izotov A. I. Functional-semantic imperative category in modern Czech language as pragma-linguistic phenomenon . Thesis Doct. Diss. Moscow, 2007, 42 p.
15. Brinyev K. I. *Theoretical linguistics and judicial linguistics expertise* : [monograph]. Edited by N. D. Goleva. Barnaul, 2009, 252 p.
16. Saifullina M. D. Appeal as Inductive Illocutionary Type in TV Commercials. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 2014, vol. 19, no 1, pp. 106–109.
17. Parshina O. N. *Strategies and tactics of speech behaviour of modern political Russian elite*. Thesis Doct. Diss. (Philology). Saratov, 2005, 332 p.
18. Sarantsatsral Ts. *Speech acts of motivation, their types and means of expression in Russian*: Thesis Doct. Diss. (Philology). Moscow, 1993, 48 p.

19. Nevinskaya M. D. *Conceptual opposition «people – authority» in political discourse*: Thesis Cand. Diss. (Philology). Volgograd, 2006, 177 p.
20. Saudov R. T. Political discourse of Barack Obama in linguacultural and semiotic aspect . *Political linguistics Journal*, 2011, Issue 3, pp. 147 – 161.
21. Filinskiy A. A. Critical analysis of political discourse of election campaigns of 1999 -2000 : Thesis Cand. Diss. (Philology). Tver, 2002, 150 p.
22. Biryulin L. A. Voluntative frames in the structure of motivation . *Propositional predicates in logical and linguistic aspects: Abstracts of the workshop [Tezisy docladov rabochego soveschaniya]*. Moscow, 1987, pp. 17 – 20.
23. Frolova I. Ye. *The Confrontation Strategies in English Discourse*. Kharkiv : KhNU named after V. N. Karazin, 2009, 344 p.

*Надійшла до редакції 29 березня 2016 р.*