

Типологія та мовні особливості жанрів агітаційного політичного дискурсу

О. С. Билінська

Одеський національний університет імені І.І.Мечникова, м. Одеса, Україна

Paper received 26.05.2016; Revised 30.05.2016; Accepted for publication 03.06.2016.

Анотація. У статті подано визначення поняття агітаційного дискурсу та виокремлено систему його жанрів з притаманними їм мовними особливостями. Простежено розвиток теорії мовленнєвих жанрів в межах мовознавства та в контексті розвитку сучасної лінгвопрагматики та комунікативної лінгвістики. Проаналізовано українські політичні тексти агітаційного характеру різних жанрів, які були зібрані під час виборчих кампаній 2010-2015 років, скеровані на вплив і переконання реципієнтів. На підставі виокремлення жанрів агітаційного політичного дискурсу визначено комунікативно-прагматичні аспекти їх розмежування.

Ключові слова: агітаційний політичний дискурс, комунікативна ситуація, мовленнєвий жанр, лінгвопрагматика, типологічні ознаки, прагматична настанова.

Ступінь розроблення проблеми та актуальність статті. Активний розвиток політичної лінгвістики та орієнтація сучасної науки на комунікативно-прагматичні аспекти діяльності людини зумовили зміну векторів дослідження із текстоцентризму на антропоцентризм і дискурсоцентризм (Р. Барт, Ю. Габермас, У. Еко, Ж. Отье-Рев'ю, З. Харрис та ін.). Дискурс почали розглядати в контексті комунікативної ситуації із залученням вербальних характеристик мовця та адресата, зважаючи на специфіку конкретної дискурсивної діяльності (Т. А. ван Дейк, В. Г. Борботько, В. І. Карасик, В. В. Красних, М. Л. Макаров, К. Ф. Седов, О. О. Селіванова, Т. Радзієвська та ін.). Одним із таких дискурсивних типів є політичний, що в україністиці почали активно вивчати в останні двадцять років, поступово формуючи школу вітчизняної політичної лінгвістики. За останні роки політичний дискурс став активним об'єктом лінгвістичних досліджень як в Україні (Ф. С. Бацевич, О. Д. Бойко, А. П. Загнітко, Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, Л. П. Нагорна, К. С. Серажим, Л. Л. Славова, Н. В. Петлюченко та ін.), так і за кордоном (Е. В. Будаєв, Р. Водак, В. З. Дем'янков, О. С. Іссерс, Е. Лассан, А. П. Чудінов, О. Й. Шейгал та ін.). У зв'язку з глобалізацією соціальних змін, технологізацією політичного дискурсу, соціологи, лінгвісти та інші спеціалісти, доходять висновку, що мова – це влада. У періоди радикального суспільно-політичного реформування закономірно «підвищується увага до аспектів соціального життя, здатних визначити подальшу побудову нової системи аксіологічних координат з іншими акцентуваннями рубрик цілісних шкал» [8, с. 60].

Політичний дискурс як гетерогенне утворення має розгалужену систему типів і жанрів, серед яких особливе місце належить агітаційному політичному дискурсу. Цей різновид має на меті вплив на адресата та переконання, скерований на забезпечення політичної підтримки, тому актуалізується під час виборчих перегонів. На відміну від інформативних, іміджевих та нагадувальних різновидів політичного дискурсу агітаційний виконує функцію персуазивності як основну, моделюючи поведінку реципієнтів та схиляючи їх до прийняття потрібних рішень. Політична агітація має завданням переконати потенційного виборця підтримати певного політичного діяча або політичну силу, що передбачає залучення

відповідних мовних засобів і використання комунікативних стратегій і тактик.

Метою нашої наукової розвідки є визначення поняття агітаційного дискурсу та виокремлення системи його жанрів з притаманними їм мовними особливостями.

Мета зумовила розв'язання таких **завдань**: подати дефініцію агітаційного політичного дискурсу, визначити його особливості, виокремити жанри агітаційного політичного дискурсу та зазначити комунікативно-прагматичні аспекти їх розмежування.

Об'єктом дослідження слугував український політичний дискурс, а **предметом** – агітаційні жанри політичного дискурсу та їхні мовні особливості.

Матеріалом для аналізу слугували політичні тексти агітаційного характеру різних жанрів, скеровані на вплив і переконання реципієнтів, зібрані під час виборчих кампаній 2010-2015 років – агітаційні гасла, заклики, листівки, політичні виступи тощо.

Виклад основного матеріалу. Російська дослідниця політичної комунікації О. Й. Шейгал абсолютизує значення політичного дискурсу, наголошуючи на тому, що всі складники, компоненти «політики різними способами опосередковано дискурсом, віддзеркалені в дискурсі, реалізовані через дискурс» [10, с. 24]. Таке потрактування зумовлює отождолення політичного дискурсу і політичної комунікації, що передбачає актуалізацію комунікативно-прагматичного підходу до аналізу явищ політичного дискурсу. Зважаючи на це, цілком логічним є твердження Л. Л. Славової щодо того, що політичний дискурс – це «сукупність усіх мовленнєвих актів, а також правил публічної політики, які оформилися згідно з чинними традиціями та отримали перевірку досвідом» [6, с. 67]. У такий спосіб надано перевагу лінгвопрагматичному підходу, що передбачає актуалізацію мовленнєвих актів і впливової функції мови в політичному дискурсі.

У дослідженні ми послуговуємося дефініцією політичного дискурсу, наведеною Н. В. Кондратенко: «Політичний дискурс – це конкретний вияв політичної комунікації, що передбачає актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб'єкта (політика, політичної сили, влади) та політичного об'єкта (аудиторії, електорату, виборця)» [3, с. 12], у якому наголошено на комунікативних аспектах вивчення політичного дискурсу. З

огляду на викладене вважаємо пріоритетним комунікативно-прагматичне потрактування політичного дискурсу, що зумовлює виокремлення вивчення мовних аспектів жанрових різновидів політичного дискурсу.

Уперше до проблеми мовних жанрів звернувся М. М. Бахтін, який вважав, що кожна сфера використання мови виробляє свої відносно стійкі типи висловлень – мовленнєвих жанрів, і нехтування особливостями жанрів у будь-якій галузі лінгвістичного дослідження призводить до формалізму й надмірної абстрактності, а також послаблює зв'язок мови з життям [1, с. 159-206]. За М. М. Бахтіним, у типових ситуаціях люди використовують готові форми мовленнєвих жанрів, отримані в готовому вигляді. Розмаїття жанрів таке ж велике, як і невичерпні можливості різноманітної людської діяльності. Автор звертає увагу на істотні відмінності між первинними (простими) і вторинними (складними) мовними жанрами: вторинні жанри, до яких належать романи, наукові роботи, великі публіцистичні жанри, виникають в умовах відносно високо розвинутого й організованого культурного спілкування, вбираючи у себе і змінюючи різні первинні жанри, які виникли в умовах безпосереднього спілкування [1, с. 159-206].

Однією з проблем мовних жанрів залишається їх класифікація. На необхідність створення типології мовних жанрів звертали увагу українські та зарубіжні лінгвісти (Н. Д. Арутюнова, Ф. С. Бацевич, В. В. Демет'єв, Т. В. Шмельова та ін.), але ця проблема досі залишається нерозв'язаною. На сьогодні не існує загальноприйнятої типології мовленнєвих жанрів – у кращому випадку це «переліки мовленнєвих жанрів, за можливості деталізовані» [2, с. 156]. У межах певного різновиду дискурсу виокремлюють і характерні для нього жанри. Традиційно серед мовленнєвих жанрів політичного дискурсу визначають за формою усні (виступ на мітингу, доповідь, дебати, інтерв'ю і ін.) і письмові (програма, листівка, газетна стаття, лист політичному діячу і ін.) [9, с. 27]. У зарубіжній політичній лінгвістиці виокремлюють жанри, пов'язані з політичною системою (напр., парламентські дебати, політичні маніфести і програми, доповіді лідерів партій на конференціях, політичні документи), жанри, пов'язані із засобами масової інформації (напр., політичні новини, політичні інтерв'ю, ток-шоу, політична реклама у пресі), та жанри, пов'язані із громадською сферою (напр., зустрічі з громадянами, політичні форуми) [11, с. 294].

Аналогічно виокремлюють жанри в межах передвиборчого агітаційного дискурсу, який у багатьох дослідженнях розглядають як вид політичного (О. В. Горіна, А. Б. Халатян). Розвиваючи ідею передвиборчого дискурсу як різновиду політичного, А. Б. Халатян виокремлює жанри за такими критеріями: 1) характерний склад учасників, 2) локалізація подій, 3) комунікативна функція [7, с. 185-186]. Беручи за основу таксономію політичних жанрів, запропоновану Р. Водак, яка виокремлює жанри, що належать до сфери дії, і ті, що належать до сфери контролю [12], А. Б. Халатян відзначає, що жанри передвиборчого дискурсу включені у підструктури сфери дії, які поділяються на сферу «формування суспільної думки і саморепрезентація політика» (прес-реліз, прес-

конференція, ток-шоу, інтерв'ю, лекції і участь у конференціях, статті тощо) і сферу «політичної реклами, маркетингу і пропаганди» (програма партії, гасло, передвиборчий виступ, листівки, плакати тощо). Крім уже згаданих жанрів політичного дискурсу, авторка доповнює перелік передвиборчих жанрів такими складними жанровими формами: коментар поточних подій, телевізійні ролики-презентації, теледебати, мітинг, партійний форум, зустріч з виборцями, інтернет-щоденник, інтернет прес-конференція [7, с. 185-186].

Для агітаційного дискурсу такий широкий підхід, на нашу думку, є неправомірним, оскільки політичний дискурс загалом виконує агітаційну функцію – усі його форми скеровано на переконання адресата та заохочення його до участі в голосуванні, навіть за умови відсутності виборчого процесу. Проте агітаційний політичний дискурс виконує закличну функцію як основну – в експліцитній та імпліцитній формі він містить заклик до політичної підтримки, до участі в передвиборчих перегонках, тобто пов'язаний виборами й орієнтований на переконання й виконання конкретних дій. Можна навіть стверджувати, що агітаційний дискурс має виражений перлокутивний ефект, оскільки він скерований на досягнення відповідного результату, причому не в далекому майбутньому, а безпосередньо під час найближчих виборів.

Спираючись на таке витлумачення агітаційного політичного дискурсу, визначаємо його жанрові різновиди, що можуть функціонувати як в усній, так і в письмовій формі.

Гасло є основним жанром агітаційного дискурсу, оскільки «містить ключові слова, словосполучення або речення, що апелюють до мас з метою здійснення керівництва над ними» [5, с. 155]. Саме тому гасло є універсальним жанром для агітації та пропаганди, воно в стислій і доступній формі передає заклик до адресата. Основною формою вираження заклику є спонукальне речення, напр.: *Приєднуйся до Відродження країни!* (Партія Відродження), *Довіряй справам* (Блок Г. Труханова), *Єднаймося заради України!* (Патріотична партія України); *Майдан! Єднаймося!* *Разом зробимо більше!* (рух «Народний контроль»); *Обирай свідомо!* (об'єднання «Самопоміч»); *Приєднуйся!* (ВО «УКРОП») тощо. Крім спонукальних граматичних форм, агітаційні гасла містять й особові форми дієслів, вжиті в закличній функції, тобто такі гасла містять вказівки на програмні положення та обіцянки політиків, напр.: *Розженемо прокурорів і суддів!* (Радикальна партія України); *Збережемо тепло в наших оселях!* (Опозиційний блок); *Країна буде з хлібом і миром!* (Аграрна партія України). Тут здебільшого використовуються форми майбутнього часу або теперішнього з дієсловами доконаного виду. Проте наявність дієслівних компонентів є необов'язковою: заклик виражається у формі неповних речень, де еліміновано дієслівний спонукальний компонент, напр.: *Разом до дії!* (об'єднання «Самопоміч»), *Розвиток краю – наша робота!* (партія «Наш край»). Політичні гасла переважно представлені слоганами спонукального характеру, що не стільки передають основну ідею виборчої кампанії, скільки закликають адресата до певних дій.

Листівка як жанр політичного дискурсу є комбінованим жанром, вона скерована на досягнення стратегічної мети агітаційної кампанії [4, с. 226]. Листівки належать до економічних різновидів політичної продукції, через це достатньо поширені і використовуються в різних галузях політичної комунікації, зокрема в агітаційній. Формат та обсяг поданого матеріалу уможлиблює подання в листівках різножанрової інформації – слоганів, програми і біографії, а також агітаційних текстів різного типу. Переважно агітаційні листівки скеровані на заохочення потенційних виборців до участі у виборах, напр.: **Голосуй за досвід, знання, ініціативу!** (А. Кривицький); **Скажи Балогам «НІ!»**. **Проголосуй за Ратушняка!** В агітаційних листівках фіксуємо такі форми спонування до дії: запрошення, напр.: **Прийди на зустріч з головою Ради об'єднаної опозиції «Батьківщина» Арсенієм Яценюком!** (А. Яценюк); обіцянки, напр.: **Не зраджу Ваш голос!** (П. Порошенко); **Дізнайся про війну правду!** (Д. Ярош); **Першотравневий район, округ № 53, де я народився, виріс і живу! Візьму і зроблю!** (Самопоміч, Л. Левченко); поради, напр.: **Прийшовши на виборчу дільницю, пам'ятай – колишніх представників Партії регіонів не існує!** (Р. Ярема); перестороги, напр.: **Не піддавайся на провокації злочинного режиму! Не будьте зброєю в руках влади!** Агітаційні тексти здебільшого містять спонукальні речення з присудковими дієслівними формами в наказовому способі, проте й інші синтаксичні конструкції слугують вираженню агітаційної функції, напр.: **Я піду на вибори, бо мені важливо майбутнє моєї держави та мене.** Павло Горак, головний редактор порталу OpenStudy. Так, особові форми дієслів, представлені в означено-особових реченнях активно використовують в агітаційних листівках, напр.: **Запрошуємо вас на зустріч з Віталієм Кличком. Настав час УДАРУ!** (В. Кличко); **Повернемо Ужгороду порядок, стабільність і розвиток!** (С. Ратушняк). Агітаційні листівки містять численні неповні речення з пропущеними присудковими компонентами спонукального типу, напр.: **За перемогу! За мир! За гідність кожного українця!** (Блок П. Порошенко); **За Троещину! Сучасну! Безпечну! Комфортну!** (В. Борисов); **Жодних білбордів! Всі гроші – армії!** (А. Порохня).

Комбінований характер поданої інформації дає змогу поєднати в одній листівці різні форми агітації, напр.: **Дорогі чернівчани! Не дамо зганьбити рідне місто! Зупинимо тих, хто не має честі і совісті! Ми – не стадо, ми – громада! Чернівці і чернівчани заслуговують на повагу!** (М. Федорук); **Не піддавайся спокусі за гроші чи кусок хліба, не зраджуєш свою родину, майбутнє своїх дітей та Україну! Повстань проти корупції і брехні, пробуди в собі гідність, справедливість! Вір у правду та Господа Бога!** (В. Ярема). Агітаційні листівки містять експліцитні та імпліцитні заклики до підтримки певної політичної сили або політики, крім того, в листівках подають й антиагітацію, агітуючи проти певного політика, напр.: **Я і моя команда. Сергій Тулуб, Володимир Гудзенко, Віктор Янукович. Проголосуй і ми повернемося!** Листівки покликані привернути увагу потенційних виборців і вплинути на їхнє волевиявлення.

Таку ж функцію здатні виконувати й плакати, буклети, брошури та інші комбіновані тексти, проте за змістом й текстовим наповненням вони є лише розширеними листівками, у яких збільшено ілюстративні компоненти – фотографії, картинки тощо.

Виступ належить до усних жанрів агітаційного дискурсу, він орієнтований на безпосереднє спілкування з адресатами, під час якого політик закликає підтримати свою кандидатуру або відповідну політичну партію. Виступи є переважно підготовленими, проте усний характер цього жанру передбачає й елементи імпровізації. Лише в окремих випадках можна говорити про спонтанність агітаційних виступів, коли політик звертається від власного імені, посилюючи емоційні складники промови. До таких політиків належить, наприклад, Ю. Тимошенко, у виступах якої частотні заклики до виборців: **І тому перше, про що я хочу вас попросити, – не здавайтесь! Не робіть ні кроку назад! Не сідайте за стіл переговорів з бандою, в якій руки по лікті у крові наших дітей, а офшорні рахунки ломляться від ваших коштів** (2013). Такі виступи активізовані під час передвиборчих перегонів, коли політик намагається переконати адресатів підтримати відповідну політичну ідеологію.

Проте, на відміну від друкованих текстів, усні виступи переважно не містять відвертих закликів, представлених спонукальними реченнями, натомість специфікою агітаційних виступів є їхня експлікована діалогічність, оскільки мовець створює ефект розмови, звертаючись до адресатів з питаннями і закликами й відповідаючи на них, напр.: **Ми вміємо і хочемо жити власною працею, здатні бути творчими та інноваційними. Ми вже навіть вчимося не заздрити успіху сусіда чи колеги. Але ми й досі пасемо задніх. Чому? Тому що на відміну від нас країни європейської спільноти побудували економіку вільної конкуренції** (П. Порошенко. 2014). В агітаційних виступах переважають питальні конструкції, зокрема риторичні питання та питально-відповідні комплекси, що поєднані зі спонукальними конструкціями, але персуазивність таких текстів має прихований характер, напр.: **Невже ми вартуємо такого Президента? У такому випадку скажіть, як можна рухатися у Європу? Хто захоче мати із нами справу? Хто приїде вкладати інвестиції у нашу економіку, хто подасть руку такому президенту? Бо у деяких країнах є закони, які забороняють своїм лідерам зустрічатися із скомпрометованими людьми. Невже ми дійшли до краю? Невже українська нація має мати таке політичне обличчя? І наскільки від мене це залежить, я цього не допущу. І ви не допустіть! І ви захистіть Україну!** (Ю. Тимошенко. 2010). Такий спосіб побудови агітаційного виступу ґрунтується на використанні імплікатур, що передбачає наявність вмонтованих команд: політик ставить запитання, що передбачають лише один варіант відповіді. Навіть не відповідаючи на ці запитання, мовець розраховує на відповідну реакцію адресатів. Зважаючи на це, агітаційна промова, у якій є не частотними спонукальними синтаксичні конструкції, потужно впливає на потенційних виборців, виконуючи персуазивну функцію.

Висновки та перспективи дослідження. Агітаційний політичний дискурс представлений такими основними мовленнєвими жанрами, як гасло, листівка та виступ. Первинним жанром є гасло, що використовується у вторинних текстах та містить спонукальні синтаксичні конструкції й дієслівні форми наказового способу. Листівка є комбінованим жанром, поєднує в собі різнотипні семантичні компоненти, виражає персуазивність через мовленнєві акти запрошення,

обіцянки, поради та перестороги. Агітаційний виступ має приховану спонукальність, виражаючи прагматичну настанову переважно через риторичні питання та питально-відповідні комплекси.

Перспективою подальших досліджень є створення розгорнутою типологією мовленнєвих жанрів політичного дискурсу та виявлення кореляцій мовленнєвих жанрів і мовленнєвих актів агітаційного політичного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин – М. : Русские словари, 1996. – Т. 5. – С. 159–206.
2. Дементьев В. В. Теория речевых жанров / В. В. Дементьев. – М. : Знак, 2010. – 600 с.
3. Кондратенко Н. В. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності : [монографія] / Н. В. Кондратенко. – Одеса : Чорномор'я, 2007. – 156 с.
4. Кривонос А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривонос. – СПб. : Петербургское востоковедение, 2002. – 288 с.
5. Лассвелл Г. Методика описания лозунгов / Г. Лассвелл, Д. Блюменсток // Политическая лингвистика ; [ред. А. П. Чудинов]. – Екатеринбург, 2007. – Вып. 3(23). – С. 152–171.
6. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект : [монографія] / Л. Л. Славова. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. – 358 с.
7. Халатян А. Б. Предвыборный дискурс [Электронный ресурс] / А. Б. Халатян. – Режим доступа до статті : http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling36/ling36_29.pdf
8. Черская И. Н. Установка и убеждение как доминирующий признак политического дискурса / И. Н. Черская // Весник Харьковского университета. – Харьков, 2001. – № 520. – Сер. филология. – Изд. 33. – С. 57–60.
9. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : [учебн. пособие] / А. П. Чудинов. – М. : Флинта; Наука, 2006. – 254 с.
10. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : [монография] / Е. И. Шейгал. – М. : Гнозис, 2004. – 326 с.
11. Fairclough N. Genres in Political Discourse / N. Fairclough // Concise Encyclopedia of Pragmatics. – Oxford : Elsevier Science Ltd., 2009. – P. 293–298.
12. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis : A Cross-Disciplinary Inquiry [Электронный ресурс] / R. Wodak. – Режим доступа до статті: http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/wodak/papers/wodak_pragdiscourse.pdf

REFERENCES

1. Bakhtin M. M. Problem of speech genres / M. M. Bakhtin – Moscow : Russian dictionaries, 1996. – Т. 5. – P. 159-206.
2. Dement'ev V. V. Theory of speech genres / V. V. Dement'ev. – M.: Sign, 2010. – 600 p.
3. Kondratenko N. V. Ukrainian political discourse : textually of reality : [monograph] / N. V. Kondratenko. Odessa : I Chornomor, 2007. – 156 p.
4. Krivonosov, A. D. PR-text in public communications / A. D. Krivonosov. – SPb. : Petersburg Oriental studies, 2002. – 288 p.
5. Lasswell G. Methods for describing slogans / G. Lasswell, D. Blumenstok // Political linguistics ; [edited by A. P. Chudinov]. – Ekaterinburg, 2007. – Vol. 3(23). – S. 152-171.
6. Slavova L. L. Politics linguistic personality : cognitive-discursive aspect : [monograph] / L. L. Slavova. – Zhitomir : View-see here for ei. I. Franc, 2010. – 358 p.
7. Khalatyan A. B. Pre-Election discourse [electronic resource] / B. A. Khalatyan. – Access mode to article : http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling36/ling36_29.pdf
8. Cherska I. N. Installation and conviction as the dominant feature of political discourse / I. N. Cherska // Bulletin of Kharkov University. – Kharkov, 2001. – No. 520. – Ser. Philology. – Ed. 33. – С. 57-60.
9. Chudinov A.P. Political linguistics : [tutorial] / A.P. Chudinov. – M. : Flinta; Nauka, 2006. – 254 p.
10. Sheigal E. I. Semiotics of political discourse : [monograph] / E. I. Sheigal. – Moscow : Gnosis, 2004. – 326 p.
11. Fairclough N. Genres in Political Discourse / N. Fairclough // Concise Encyclopedia of Pragmatics. – Oxford : Elsevier Science Ltd., 2009. – P. 293–298.
12. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis : A Cross-Disciplinary Inquiry [electronic resource] / R. Wodak. – Режим доступа до статті: http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/wodak/papers/wodak_pragdiscourse.pdf

Typology and linguistic features of genres of political campaign discourse

Bylinska O. S.

Abstract. The article presents a definition of campaign discourse and highlighted the system of its genres with an inherent linguistic characteristics. Traced the development of the theory of speech genres in the framework of linguistics and in the context of the development of the modern linguo-pragmatic and communicative linguistics. Analyzed Ukrainian political propaganda texts of different genres that were collected during the election campaign 2010-2015, aimed at the impact and conviction of the recipients. On the basis of the allocation of campaign genres of political discourse defined communicative-pragmatic aspects of their differentiation.

Keywords: propaganda, political discourse, communicative situation, speech genre, the linguo-pragmatics, typological characteristics, a pragmatic setting.

Типология и языковые особенности жанров агитационного политического дискурса

А. С. Былинская

Аннотация. В статье представлено определение понятия агитационного дискурса и выделено систему его жанров с соответствующими им языковыми особенностями. Прослежено развитие теории речевых жанров в пределах языкознания, а также в контексте развития современной лингвопрагматики и коммуникативной лингвистики. Проанализированы украинские политические тексты агитационного характера разных жанров, которые были собраны в период предвыборных кампаний 2010-2015 годов, направленные на воздействие и переубеждение реципиентов. На основании выделения жанров агитационного политического дискурса определены коммуникативно-прагматические аспекты их разграничения.

Ключевые слова: агитационный политический дискурс, коммуникативная ситуация, речевой жанр, лингвопрагматика, типологические признаки, прагматическая установка.