

УДК 81'42:32.019.5

Наталія Стасюк

ЗАКЛИК ЯК АГІТАЦІЙНА ФОРМА ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ: ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто проблему здійснення агітаційного впливу, його мовних особливостей у сучасному українському політичному дискурсі. Розкрито поняття заклику як мовленнєвого акту та агітаційної форми, визначено особливості структури та функціонування його різних типів в українському політичному дискурсі. З'ясовано прагмалінгвістичний підхід до аналізу заклику в політичному дискурсі України, описано характерні особливості мовленнєвого акту заклику. Виявлено відмінні риси закличного мовленнєвого акту, за якими він вирізняється з-поміж інших видів спонукань.

Ключові слова: дискурс, політичний дискурс, агітаційний вплив, прагмалінгвістика, мовленнєвий акт, заклик.

Кінець ХХ ст. ознаменувався появою нового напрямку мовознавства – політичної лінгвістики, яку російські дослідники Н. і Л. Мухарямови визначають як «субдисципліну на перетині політики і лінгвістики, що досліджує мову політики (мовні аспекти відносин влади) і мовну політику (політико-правовий режим мовного суспільства)» [5, с. 49]. За останні роки ХХІ ст., набувши стрімкого розвитку, ця дисципліна має вже чітко окреслену предметну сферу,

«яка включає в себе не тільки аналіз дискурсів і дискурсивних практик, але й широкий спектр проблем політичної мови, комунікацій, мовної політики, політико-правового режиму мовного життя суспільства» [6, с. 64]. Її поява зумовлена посиленням інтересом суспільства до мовної поведінки політиків, зокрема, їхніх мовних засобів, комунікативних, а саме маніпулятивних стратегій і тактик, які використовують політики для спонукування та переконання, змістового боку політичних текстів, проблем використання мови як засобу влади і соціального контролю.

Одним із центральних визначень політичної лінгвістики стало поняття політичного дискурсу, який являє собою «будь-які мовленнєві утворення, суб'єкт, адресат або зміст яких належать до сфери політики» [10, с. 23]. Іntenційною базою політичного дискурсу є боротьба за владу, а головним інструментом цієї боротьби стала агітація, у якій яскраво виражене відношення політика до подій, що відбуваються навколо нього, та здійснення прямого впливу на формування політичної волі народу. Тому актуальною проблемою сьогодні в Україні є проблема формування і здійснення агітаційного

© Н. Стасюк, 2014



впливу в політичному дискурсі, зокрема його мовної організації.

Питання про сучасний стан цієї проблематики у слов'янському мовознавстві розробляють у кількох напрямках: теорія дискурсу (А. Баранов, В. Борботько, В. Карасик, Г. Почепцов, І. Мац, К. Серажим, М. Макаров, Н. Арутюнова); лінгвістичний аналіз політичного дискурсу (А. Баранов, В. Дем'янков, Л. Климанська, Л. Нагорна, М. Ільїн, О. Фоменко, С. Онуфрив, Я. Чайковський); дослідження українського дискурсу (Г. Заболотня, І. Тулуська, Н. Кондратенко, Р. Попов); проблеми агітаційного впливу (А. Баранов, А. Любавина, В. Різун, М. Осадчий, О. Нарушевич-Васильєва, Ц. Саранцацрал, О. Філатова); питання прагмалінгвістики (А. Маслова, В. Кравченко, Г. Ленець, Г. Матвеева, І. Кобозєва, К. Петрова, О. Дьомкіна, Н. Хабарова, О. Селіванова, Т. Космеда, Ф. Бацевич). Одним із важливих, але недостатньо вивчених прагмалінгвістичних аспектів сучасного українського політичного дискурсу залишається питання функціонування агітаційних форм мовленнєвого впливу на суспільну свідомість.

Мета нашого дослідження полягає в з'ясуванні різновидів закликів як агітаційних форм та мінімальних одиниць мовленнєвої діяльності (мовленнєвих актів) у сучасному українському політичному дискурсі. Для досягнення її вирішуємо такі завдання: 1) розкрити поняття заклику як мовленнєвого акту; 2) установити різновиди закликів на засадах прагмалінгвістики; 3) проаналізувати особливості структури та функціонування різних типів закликів у сучасному українському політичному дискурсі.

Політичний дискурс – це «сукупність усіх мовленнєвих актів, що використовуються в політичних дискусіях...» [2, с. 6]. Одним із таких мовленнєвих актів є заклик, який є прагмалінгвістичним складником суспільно-політичної комунікації. Агітаційний текст із позицій прагмалінгвістики репрезентує «інтерактивну діяльність учасників спілкування, встановлення і підтримку контакту, емоційний та інформаційний обмін, здійснення впливу один на одного, переплетіння комунікативних стратегій, що змінюються, та їх вербальних і невербальних втілень у практику спілкування, визначення комунікативних ходів у єдності їхнього експліцитного й імпліцитного змісту» [3, с. 5].

Оскільки головним завданням нашої статті є з'ясування різновидів закликів як агітаційних форм, важливо окреслити дефініцію заклику.

Для поняття «зклик» характерна багатозначність. Наприклад, «Словник української мови» подає таке тлумачення: «Зклик, -у, ч. 1. Прохання, запрошення прийти, приїхати,

з'явитися куди-небудь. // Звук, вигук, що кличе, закликає. 2. без додатка і до чого. Звертання до певної групи людей, у якому в стислій формі висловлено провідну ідею часу, політичну вимогу, завдання; відозва, гасло. // Прохання, вимога розгорнути яку-небудь діяльність, певним чином поводити себе. 3. рідко. Те саме, що виклик» [8, с. 147]. «Короткий тлумачний словник української мови» визначає: «Зклик – 1. Прохання, запрошення прийти, приїхати, з'явитися куди-небудь; вигук, що закликає, кличе. 2. Звертання до народу, до певної групи людей, у якому стисло висловлено провідну ідею, політичне завдання; гасло, лозунг» [4, с. 86]. Лексему «зклик» «Сучасний тлумачний словник української мови» інтерпретує як «-у, ч. 1. Запрошення прийти, приїхати і т. ін.; звук, вигук, що кличе, закликає. 2. без додатка, до чого. Звернення до якоїсь групи людей, де стисло викладено суть політичної ідеї, вимоги і пропозицію діяти певним чином; відозва; клич» [9, с. 315].

Отже, поняття заклику має полісемічний характер. Проте варіації всіх визначень мають спільний смисловий відтінок – заклик до дії. Це поширений спосіб поведінки, спрямований на переконання особистості, групи людей з метою спонукання їх до дії після наведення вагомих аргументів. Крім того, у всіх цих формулюваннях ми спостерігаємо наявність трьох елементів (складників), які тісно взаємодіють між собою: відправника (того, хто надсилає повідомлення, адресанта, суб'єкта дії), самого повідомлення (інформації, дії) та отримувача (того, хто його сприймає, адресата, об'єкта дії). Такі елементи передбачені найпростішими теоріями комунікації. Оскільки заклик відображає певну комунікативну інтенцію продуцента (суб'єкта дії: того, хто цілеспрямовано впливає на об'єкта дії, реципієнта), поняття заклику слід розглядати в теорії мовленнєвих актів, яка є теоретичною основою прагмалінгвістики. Отже, заклик – це особливий тип мовленнєвого акту, під комунікативним призначенням якого розуміємо наявність наміру вплинути на адресата шляхом повідомлення певної інформації.

Найточніше визначив поняття заклику, на нашу думку, російський мовознавець А. Баранов: «Зклик – це мовленнєвий акт, звернений до адресата з метою спонукання його до виконання певної дії або сукупності дій, які розуміють як важливий складник суспільно значущої діяльності, що сприяє досягненню певних ідеалів, чи спонукання адресата враховувати у своїй повсякденній поведінці ці ідеали...» [1, с. 420]. Крім того, як він зазначає, учасниками мовленнєвого акту заклику є політичні суб'єкти чи конкретні особи, які є представниками політичних суб'єктів, а власне заклик розглядають



як частину суспільно-політичної комунікації. До того ж заклик можливий тільки в офіційній обстановці.

Заклик містить низку ознак, за якими він вирізняється з-поміж інших видів спонукань. Так, від наказу він відрізняється відсутністю субординації, від прохання – наявністю великої залежності від адресата, від поради – характером зацікавленості при збігові субординаційної лінії. Такі типи мовленнєвих актів використовують для передачі комунікативних намірів, які різняться між собою.

На відміну від інших спонукань, заклик «не потребує негайного виконання і, найпевніше, є рекомендацією для поведінки, базованою на тих чи тих морально-етичних, ідеологічних, ціннісних категоріях» [1, с. 421].

Особливістю заклику є відношення між комунікантами, їхнє ставлення до того, що має бути зроблене, та мовна організація. Ще однією характерною ознакою проголошення заклику, яка стосується площини адресантно-адресатних відношень, є те, що учасники не завжди протиставлені щодо передбачуваної дії (діяльності). Так, у зразках *«Ми маємо продовжувати боротьбу! Ми маємо бути господарями на своїй землі»* (О. Сиротюк) не передбачено, що мовець не буде братися до роботи чи не продовжуватиме боротьбу задля господарювання на своїй землі. З іншого боку, заклик Президента до уряду України: *«Тому я закликаю вас до реальної оцінки стану справ у кожній галузі, у кожному напрямку життєдіяльності нашої країни»* передбачає, що майбутню діяльність спільно й злагоджено виконуватимуть урядовці нашої держави. В останньому випадку адресант виключає себе з адресатів заклику. Отже, заклик, який не виключає адресанта з майбутньої діяльності, називається закликом інклюзивної дії, а заклик, що виключає мовця з групи реципієнтів – закликом ексклюзивної дії. Наприклад, заклик інклюзивної дії спостерігаємо в українському політичному дискурсі у виступі Президента України на засіданні Громадської гуманітарної ради: *«Переступаймо через себе, нам'ятаймо – нам є чим пишатись у минулому, нам є на основі чого проектувати наше самодостатнє майбутнє»*.

Заклик голови Львівської ОДА до представників фракцій в облраді *«Дотримуйтеся своєї політичної програми, але не забувайте про людей»* є яскравим вираженням заклику ексклюзивної дії.

Окрім ранжування закликів на заклики інклюзивної та ексклюзивної дії, ці мовленнєві акти агітаційного характеру можна класифікувати ще за пропозитивними показниками та

умовами успішності: заклик-лозунг, заклик-апеляція, заклик-звернення, заклик-відозва, а також заклики до насильницьких дій, оцінно-немотивовані, оцінно-мотивовані заклики та заклики до дій, що спрямовані на пропаганду винятковості та переваги адресанта.

Заклик-лозунг («Лозунг, а, чол. Те саме, що гасло» [8, т. 4, с. 541]; «Гасло, а, сер. 1. Висловлена у стислій формі ідея, політична вимога, завдання; заклик» [8, т. 2, с. 39]) – це окремий мовленнєвий акт, який має низку характерних ознак, що дають змогу вирізнити його з-поміж інших суміжних закликів, а саме: відсутність формування зв'язного тексту; тлумачення як змістового скорочення, за яким прихований вагомий політичний зміст, за допомогою чого відбувається розпізнавання політичного суб'єкта і за яким упізнається політичний суб'єкт; переважна деперсоніфікація і продуцента, і реципієнта; інклюзивна інтерпретація. Так, у заклику-лозунгу громадянської кампанії «Бойкот» *«Жодної копійки «регіоналам»! Від сьогодні – і назавжди!»* мова йде про те, що не лише жителі Ужгорода, а й самі члени кампанії мають відмовитися від покупки товарів торгових марок, що належать представникам цієї політичної партії.

Заклик-апеляція («Апеляція – Звернення із проханням, із закликом про що-небудь» [7]) – вирізняється з-поміж інших закликів тим, що цей мовленнєвий акт звернений до реципієнта – як до суспільства, соціальної групи, так і до важливого, значущого політичного суб'єкта, з метою спонукати його виступити в ролі судді в суперечці між продуцентом та іншою особою, а опосередкованим реципієнтом такого мовленнєвого акту виступає саме ця інша особа. Причому розв'язання такої конфліктної ситуації оцінюється як суспільно значуща дія. Прикладом подібного заклику є цитата представниць опозиційних фракцій, що входять до Міжфракційного об'єднання «Рівні можливості», щодо побиття народного депутата Л. Орбець *«При цьому [про ескалацію конфлікту на вулиці Грушевського] представники силових структур замість того, щоб захищати законність, вчергове порушують закон. Цього разу жертвою жорстокості спецвідділів стала жінка – народний депутат, яку повалили на землю, били, пошкодили її техніку. Ми засуджуємо дії силових структур, їх планомірне і навмисне застосування сили проти жінок-опозиціонерок. Ми вимагаємо від керівництва правоохоронних органів припинити практику тортур і жорстокості. Ми <...> звертаємось з вимогою до Генерального прокурора розслідувати та покарати правоохоронців, які брутально порушили закон щодо народного депутата Лесі Орбець»*, де вони закликають очільника



Генпрокуратури як важливого політичного суб'єкта вирішити конфлікт між представниками спецпідрозділу «Беркут» та народним обранцем, а розв'язання цієї ситуації є значущою подією для суспільства.

Для українського політичного дискурсу характерний ще один вид заклику – заклик-звернення («Звернення, я, сер. 2. Сповідання, розпорядження або заклик, привітальна промова іт.ін., адресовані народові, якому-небудь колективу, організації, спеціалістам якої-небудь галузі» [8, т. 3. с. 465]). Принциповими ознаками його є присутність конкретного адресата (частіше – політичного суб'єкта, рідше – суспільства, соціальної групи) та складність структури (входить кілька простих закликів). Заклик-звернення утворює зв'язний текст, який загалом є зверненням. Яскравим прикладом цього заклику є виступ зі зверненням Президента України до молоді на Всеукраїнському форумі молоді: «Я закликаю кожного з вас діяти за відомим висловом: *«Не питай, що країна зробила для тебе. Питай себе, що ти зробив для країни»*. Ви маєте усвідомлювати свою відповідальність не тільки за ваше життя, але й за життя вашої родини, вашого міста, вашої країни. Я закликаю вас до постійного відкритого діалогу. Для мене дуже важливі думки наших молодих співгромадян, які прозвучать сьогодні на форумі». Прості заклики введені в текст означеного заклику-звернення формами «закликаю» та «модальне дієслово+інфінітив».

Заклик-відозва («Відозва, и, жін. Звернення, заклик уряду, організації або окремої особи до широких верств населення» [8, т. 1, с. 614]) за ознаками дуже схожий до заклику-звернення, але відмінними рисами є те, що для відозви, по-перше, в ролі реципієнта виступають великі й різні групи людей, по-друге, це документ, написання якого вимагає дотримання якихось правил. Прикладом є цитата із відозви ініціативної групи Народного Комітету Порятунку України до українського громадянства та до всіх політичних партій: «...закликаємо створити Народний Комітет Порятунку України... Закликаємо громадські, молодіжні, екологічні, профспілкові, правозахисні та інші організації увійти в таке об'єднання. Закликаємо світове українство підтримати нашу відозву. Звертаємося до міжнародної спільноти підтримати український народ в боротьбі за збереження своєї держави. Звертаємося до патріотичних сил України організувати всенародний «круїлий стіл» для обговорення трагічної ситуації та прийняття доленосних рішень. Ми маємо стати на захист державного суверенітету України, демократії, європейського цивілізаційного вибору нашого народу».

Особливою агітаційною формою українського політичного дискурсу є заклик до насильницьких дій. «Насильницький, а, е. Який здійснюється шляхом насильства, заснований на насильстві» [8, т. 5, с. 184]. Іменник, від якого утворений цей прикметник, тлумачать як «1. Застосування фізичної сили до когось-небудь. 2. Застосування сили для досягнення чогось-небудь; примусовий вплив на когось, щось» [8, т. 5, с. 184]. Тому суть цього мовленнєвого акту полягає в заклику до застосування фізичної сили або примусу. Яскравим прикладом такого акту є заклик Ю. Романчука в його перевиборчій промові: *«Ліквідуємо кримінальний капіталізм, знищимо корупцію»*.

Закликами до дій, спрямованих на збудження ворожнечі та приниження національної гідності, є оцінно-немотивовані й оцінно-мотивовані заклики. Для закликів першої групи відмінною рисою є спосіб вираження змісту комунікативного наміру: вони не містять мотивації дій по відношенню до реципієнта. У цих закликах описують власне дію і вказують соціальну групу (адресата). Наприклад: *«Україна лише для українців! Геть з теренів України московські церкви та молитовні будинки баптистів-псевдохристиян!»* (Із листівки Рівненського обласного представництва Блоку Віктора Ющенка «Наша Україна»).

Зміст оцінно-мотивованих закликів базується на експліцитному протиставленні декількох національних, расових і релігійних груп. Надання негативних ознак одним групам і позитивних – іншим – найвірогідніший шлях створення протиставлення. Структурування оцінно-мотивованих закликів полягає в тому, що спочатку шляхом негативної (або позитивної) оцінки формується протиставлення між двома (і більше) співтовариствами, при цьому негативні характеристики надають за допомогою зниженої лексики, а також за допомогою слів, що містять у своєму значенні негативний або заперечний компонент. Далі негативна (або позитивна) оцінка використовується для мотивації дії, до якої закликає продуцент. Наприклад: *Кандидат від опозиції Віктор Ющенко у разі його обрання гарантує запровадити національну диктатуру, через яку до влади повинні прийти справжні патріоти-українці! Ми вдовосталь наситилися віковим колоніальним гнітом москалів і пшеків! Нам досить слухати провокаторів-жидів! Геть з нашої землі запроданців – бульбашів, москалів, пшеків та жидів! Геть всю нечисть з України! У нас є своя Церква – Українська! У нас є свої герої – Українці, які боролися зі зброєю в руках за нашу Незалежність!* (Із листівки Рівненського обласного представництва Блоку Віктора Ющен-

ка «Наша Україна»). У наведених прикладах негативна оцінка реалізована в таких лексемах: *бульбаші, москалі, пшеки, жиди, нечисть*, а позитивна – *патріоти-українці, герої* (за ставленням до українців).

Побудова закликів до пропаганди винятковості та переваги однієї групи громадян над іншою за релігійними, расовими, національними та соціальними ознаками ґрунтується на введених контрастивної оцінки, яка передбачає експліцитне чи імпліцитне протиставлення однієї групи іншій. Аналіз таких мовленнєвих актів передбачає виявлення цієї оцінки і демонстрацію того, що оцінка є контрастивною. Відповідно, якщо відносно однієї групи використовують позитивну оцінку, то стосовно іншої – негативну, і навпаки. Варто відзначити, що заклики до пропаганди винятковості, переваги або неповноцінності громадян у суто експліцитному вигляді практично не вживають. Так, у заклику *Пройдемо шлях від стабільності до добробуту разом!* (Із передвиборної програми політичної партії «Партія регіонів») через імплікацію розкривається такий зміст: продуцент за допомогою позитивної оцінки, прихованої за лексемами *стабільності* та *добробуту*, засвідчує те, що саме для нього характерні ці якості, а отже, відсутні в групі, що з ним конкурує.

Отже, серед розглянутих мовленнєвих актів агітаційного характеру виокремлюються такі різновиди закликів: за співвідношенням між продуцентом та реципієнтом при виголошуванні аналізованого акту спонування та їх протиставленні за відношенням до передбачуваної дії (діяльності) (класичні заклики) – заклики інклюзивної та ексклюзивної дії; за пропозитивними показниками та умовами успішності – залик-лозунг, залик-апеляція, залик-звернення, залик-відозва, а також заклики до насильницьких дій, оцінно-мотивовані, оцінно-мотивовані заклики та заклики до дій, що спрямовані на пропаганду винятковості та переваги адресанта, останні чотири з яких є публічними закликами до здійснення екстремістської діяльності, що є особливо характерним для сфери політики.

Заклик-лозунг, залик-апеляція, залик-звернення та залик-відозва диференціюються ще й за формуванням зв'язності тексту та рівнем складності структури. Наприклад, до тих, що не формують зв'язний текст і відносно простих належить залик-лозунг, інші три різновиди закликів є зв'язним текстом і структурно складними мовленнєвими актами агітаційного характеру в межах політичного дискурсу, зокрема й українського.

Отже, завдяки семантичному та структурному аналізу дефініції заклику, з'ясуванню

особливостей структури та функціонування його різних типів у сучасному українському політичному дискурсі ми дійшли висновку, що заклик – це прагматичний різновид висловлення, який є частиною суспільно-політичної комунікації, форма агітаційного впливу і особливий тип мовленнєвого акту, під комунікативним спрямуванням якого є намір вплинути на реципієнта через повідомлення інформації. Всі проаналізовані різновиди закликів використовують політики з метою агітаційного впливу в українському політичному дискурсі. Вони є важливими з погляду лінгвістичної прагматики.

Дослідження в цьому напрямку є перспективними з огляду на те, що проблема здійснення агітаційного впливу в українському політичному дискурсі, а саме його мовної організації, продиктована необхідністю пошуку політиками оптимальних шляхів мовленнєвого впливу на аудиторію, зокрема таких мовних засобів, які максимально виразили б намір адресанта, з одного боку, і необхідністю розуміння аудиторією справжніх інтенцій і прихованих прийомів мовного маніпулювання, з іншого боку. Тому подальше розв'язання цієї проблеми ми вбачаємо в необхідності дослідження експліцитних та імпліцитних закликів, їхніх граматичних характеристик.

Література

1. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста : теория и практика : [учеб. пособие] / А. Н. Баранов. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 592 с.
2. Баранов А. Н. Парламентские дебаты : традиции и новации / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич // Сов. полит. яз. (от ритуала к метафоре). – М. : Знание, 1991. – 63 с.
3. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
4. Короткий тлумачний словник української мови / [за ред. Д. Г. Гринчишина]. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К. : Рад. школа, 1988. – 320 с.
5. Мухарямов Н. М. Политическая лингвистика как научная дисциплина / Н. М. Мухарямов, А. М. Мухарямова // Политическая наука. – 2002. – № 3. – С. 44–45.
6. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика : діапазон можливостей політичної лінгвістики / Л. П. Нагорна. – К. : Світогляд, 2005. – 315 с.
7. Словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://invivio.net/ua-dict/17490/>. – Назва з екрана, 12.10.2014.
8. Словник української мови : [Академічний тлумачний словник 1970–1980: в 11 т.] / [під ред. І. Білодіда]. – К. : Наукова думка, 1970–1980. – Т. 1–11.
9. Сучасний тлумачний словник української мови : [65000 слів] / [ред.-упоряд. В. Дубічинський]. – Х. : ВД «ШКОЛА», 2006. – 1008 с.



10. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис». – 326 с.

Nataliya Stasiuk

**AN APPEAL AS A FORM OF PROPAGANDA
IN POLITICAL DISCOURSE: A PRAGMA-
LINGUISTIC ASPECT**

This article deals with the tackling of propaganda impact problem, its linguistic features in modern Ukrainian political discourse. The appeal concept is considered as speech act and form of propaganda; the peculiarities of the structure are defined and operation of its various types in Ukrainian political discourse. The pragma-linguistic approach to the analysis of appeal in Ukrainian political discourse has been implemented; the characteristics of the appeal as a speech act are described. The distinctive features of appeal speech act, which distinguish it from other types of motives, are revealed.

Keywords: *appeal, discourse, political discourse, propaganda impact, speech act, pragma-linguistics aspect.*

Наталія Стасюк

**ПРИЗЫВ КАК АГИТАЦИОННАЯ
ФОРМА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА:
ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В статье рассмотрена проблема осуществления агитационного влияния, его языковых особенностей в современном украинском политическом дискурсе. Раскрыто понятие призыва как речевого акта и агитационной формы, определены особенности структуры и функционирования его разных типов в украинском политическом дискурсе. Выяснен прагмалингвистический подход к анализу призыва в политическом дискурсе Украины, описаны характерные особенности речевого акта призыва. Обнаружены отличительные черты зазывного речевого акта, по которым он выделяется среди других видов побуждений.

Ключевые слова: *дискурс, политический дискурс, агитационное влияние, прагмалингвистика, речевой акт, призыв.*

Надійшла до редакції 17.02.2014 р.

