

Інтерактивна мовленнєва поведінка українських політиків: основні комунікативні стратегії

Л. В. Завальська

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

Paper received 10.07.2016; Accepted for publication 20.07.2016.

Анотація. Статтю присвячено дослідженню українського політичного дискурсу в лінгвопрагматичному аспекті. Окреслено основні проблеми вивчення політичної комунікації в українському мовознавстві та узагальнено визначальні тенденції аналізу політичного дискурсу. Визначено поняття комунікативної стратегії та запропоновано типологію комунікативних стратегій, реалізованих в українському політичному дискурсі, ґрунтуючись на виокремленні конфліктної та кооперативної комунікативної взаємодії. У межах кооперативного типу взаємодії окреслено стратегії консолідації, мотивації та самопрезентації. У межах конфліктного типу взаємодії визначено стратегії дискредитації, заперечення та звинувачення. Аналіз здійснено на матеріалі виступів політиків у телевізійних ток-шоу, що передбачало фіксування спонтанної мовленнєвої поведінки та презентацію різних типів мовних особистостей.

Ключові слова: політичний дискурс, мовленнєва поведінка, інтерактивність, мовна особистість, комунікативна стратегія, комунікативна тактика.

Вступ. Сучасне українське мовознавство, антропологізоване та скероване на актуалізацію міждисциплінарних зв'язків, активно долучається до вивчення мовних питань на стику різних гуманітарних наук. Зважаючи на це, поява нових напрямів, що поєднують методологію та предметне поле різних галузей знань, стає поширеним явищем в україністиці. Саме таким напрямом досліджень стала політична лінгвістика, яка почала розвиватися в Україні в останні п'ятнадцять-двадцять років. Якщо в зарубіжній науці проблеми вивчення політичної комунікації та політичного дискурсу мають тривалу історію дослідження (праці Р. Водак, Т. ван Дейка, Е. Лассан, І. Черепанової, А. Чудінова, О. Шейгал та ін.), то в українському мовознавстві мовні аспекти політичної комунікації постали в центрі уваги дослідників лише в останнє десятиліття. Потрібно констатувати і брак наукових розвідок, виконаних на українському матеріалі, тоді як праці, присвячені аналізу політичного дискурсу на матеріалі європейських (Т. Ващук, Л. Славова, Н. Петлюченко, О. Фоменко та ін.) та російської (С. Дроздова, Л. Силельникова) мов, представлені досить масштабно.

Стислий огляд публікацій з теми. В українському мовознавстві політичну комунікацію досліджено в таких аспектах: загальнонотеретичному (Н. Кондратенко, Л. Нагорна), сугестивному (Т. Ковалевська, Н. Кутуза), журналістикознавчому (Х. Дацишин, Г. Почепцов, К. Серажим, О. Холод), проте лінгвопрагматика політичного дискурсу не представлена комплексно в наукових розвідках українських мовознавців. Окремі наукові праці висвітлюють проблеми мовленнєвих жанрів політичного дискурсу (Л. Стрій), дискурсивні практики українських політиків (К. Карасьова) і стратегічне планування політичної комунікації (Л. Славова). Проблеми лінгвопрагматичного характеру, насамперед пов'язані з інтерактивною взаємодією політиків як учасників комунікативного акту в політичному дискурсі, належать до найактуальніших у сучасній науці у світлі домінування тенденції вивчення мовленнєвої діяльності людини та «людини в мові» загалом. До таких проблем належить і виявлення комунікативних стратегій і тактик, реалізованих політиками в політичному дискурсі.

Поєднання в нашому дослідженні двох методоло-

гічних платформ – лінгвополітологічної та лінгвопрагматичної детермінують мету, завдання і методи аналізу. **Метою статті** є з'ясування та аналіз мовних засобів реалізації основних комунікативних стратегій в інтерактивному спілкуванні українських політиків, що зумовило розв'язання таких завдань: визначити специфіку лінгвопрагматичних досліджень політичної комунікації; проаналізувати вияви інтерактивної політичної комунікації в лінгвопрагматичному аспекті; типологізувати форми політичної взаємодії та розробити класифікації комунікативних стратегій відповідно до цих форм; проаналізувати комунікативні тактики і комунікативні ходи, використані для реалізації відповідних стратегій; виявити специфіку мовних особистостей українських політиків з огляду на домінування в їх поведінці комунікативних стратегій.

Матеріалом дослідження слугували відеозаписи та текстові версії українських політичних ток-шоу «Свобода слова», «Велика політика», «Шустер-Live», «Чорне дзеркало» за 2008–2016 роки, що демонструють спонтанну мовленнєву поведінку політиків та представляють українських політиків як мовні особистості.

Методи дослідження інтерактивної мовленнєвої поведінки політиків у лінгвопрагматичному аспекті: загальнонаукові методи аналізу, синтезу та спостереження, описовий метод і метод дискурсивного аналізу.

Результати та їхнє обговорення. Лінгвопрагматика політичного дискурсу в українському мовознавстві не має комплексної репрезентації в наукових розвідках. Проте особливої актуальності набувають питання стратегічного й тактичного планування політичної комунікації, використання мовленнєвих жанрів та мовленнєвих актів у політичному дискурсі. На думку Ф. С. Бацевича, предметом лінгвопрагматики є комунікативна (мовна і мовленнєва) особистість, яка є «джерелом вияву суб'єктивного в Мові, Мовленні й Комунікативній діяльності» [1, с. 52]. Розглянемо основні аспекти інтерактивної взаємодії політиків в інтерактивному спілкуванні.

Проблеми стратегічного планування політичної комунікації потребують виокремлення основних комунікативних стратегій. Дослідники пропонують такі типології комунікативних стратегій у політич-

ному дискурсі: мотивація, дискредитація, ідеалізація, інтелектуалізація, заперечення [3, с. 57]; самопрезентація, утримання влади та переконання, боротьба за владу [4, с. 41-116]; апелювання до базових потреб і апелювання до сімейних цінностей; підвищення статусу адресата та героїзації нації; переліку досягнень, нагромадження проблем, окреслення плану майбутніх змін; МИ-інклюзивного, єднання, усупільнення відповідальності, інтертекстуальності; підвищення власного статусу [6, с. 108-124] тощо. Ми розмежовуємо кооперативні і конфліктні комунікативні стратегії, спираючись на виокремлення Г. П. Грайсом типів комунікативної взаємодії [7]. Кооперативні стратегії орієнтовані на успішність комунікативної взаємодії, оскільки характеризуються узгодженістю комунікативних настанов комунікантів, «стратегічних програм комунікантів, симетричними відношеннями між ними, балансом комунікативних статусів, ефективністю та оптимальністю спілкування»; а конфліктна взаємодія і – відповідно – конфліктні стратегії характеризуються «неузгодженістю намірів, стратегічних програм комунікантів, асиметричними відношеннями між ними, дисбалансом статусів обличчя, результатом чого є припинення спілкування» [5, с. 604].

I. Серед *кооперативних* стратегій виокремлюємо самопрезентацію, консолідацію, мотивацію.

1. **Стратегія самопрезентації** представлена різними формами демонстрування політиками власного іміджу відповідно до очікувань реципієнтів. Вербальними показниками самопрезентації є посилення авторської індивідуальності, зокрема частотне вживання форм I-ої особи однини в теперішньому часі з декларуванням власних повноважень і вчинків, напр.: *Я закликаю виконками взяти в руки військово-цивільних адміністрацій у прифронтовій смузі. Я впевнений, що захист від сепаратизму починається із сепарації п'ятої колони, яка, імовірно, може завдати шкоду українській державі* (Ю. Луценко. Свобода слова. 16.03.2015). Ідеться про позитивізацію політиків як мовних особистостей, які відповідають електоральним очікуванням, напр.: *І я сьогодні займаюся створенням військово-медичної доктрини, якої ніколи у державі не було. І я сьогодні несучу за неї відповідальність, працюю з усіма силовими структурами* (О. Богомолець. Свобода слова. 10.11.2014). Стратегія самопрезентації передбачає переважно декларативні заяви, нічим не підтвержені, іноді популістського характеру, однак вони сприяють позитивному сприйняттю політиків-мовців у межах конкретної комунікативної взаємодії.

2. **Стратегія консолідації** орієнтована на декларування об'єднання суб'єктів у межах політичного простору – політика з аудиторією, народу з владою, народу навколо певної проблеми тощо. Ознакою цієї стратегії є реалізація прагматичної настанови інтеграції в межах політичної взаємодії, напр.: *Я залишаюсь на тій позиції – я не знаю жодної країни, яку би могли б об'єднати автоматом. Тобто, я вважаю, що сьогодні треба об'єднувати ідеями, цінностями, компромісами* (М. Томенко, Свобода слова, 13.10.2015). У такий спосіб політик наближається до народу і часто приписує собі вчинки героїчного характеру, які

об'єднують їх з народом, але не мають індивідуалізованої визначеності, – це перемоги або досягнення українського народу загалом, що і уможливило використання таких подій з метою консолідації з адресатом, напр.: *...якщо бути відвертими, дорогі, ми з вами Революцію гідності разом відстояли і вибрали ж, обрали уряд революційний* (А. Герашенко. Свобода слова, 1.12.2014). У такий спосіб спільні дії стають предметом політичної консолідації, а політик, який брав або бере участь у таких діях заявляє про консолідацію з народом.

3. **Стратегію мотивації** скеровано на пояснення дій політиків, її засобами реалізації є логічність викладу інформації, чітка аргументація, наявність прикладів та ілюстрацій. З цією метою мовлення будують із залученням вставних конструкцій: *по-перше, по-друге, отже* тощо, напр.: *Нам потрібно декілька речей. Перше – це сильна, ну просто непоборна воля лідерів, які хочуть змін і які мають свободу, незалежність від кланів ці зміни робити. (...) Друге, що нам потрібно, – нам потрібно привести сильні, технократичні, незалежні від будь-яких корупційних впливів команди, які здатні в уряді не очолювати старі схеми Януковича, а реально їх ламати* (Ю. Тимошенко. Свобода слова. 6.10.2014). Стратегія мотивації реалізується і за допомогою експлікованої полемічності викладу інформації: використовуючи питальну відповідну форму, політикомовці створюють ефект дискусійності, внутрішньої діалогічності мовлення, що сприяє наближенню до адресата, напр.: *А українська мова? Люди хіба не говорили: «В побуті говори будь-якою мовою, але в парламенті ти державний службовець, ти депутат – ти маєш послуговуватися українською мовою»? Саме "Свобода" шумовими ефектами заставила всіх тих комунак і «регіоналів» говорити українською мовою* (О. Тягнибок. Свобода слова. 20.10.2014). Стратегія мотивації часто поєднує всі засоби репрезентації – питально-відповідні комплекси, аргументативність, раціональність викладу, але разом з тим залучають й емоційні аргументи, напр.: *...перше: чому Ляшко правий? Тому що я правду кажу. Тому люди мене і підтримують. А якщо ви думаєте, що якщо ви будете виливати на мене відра бруду, то люди перестануть мене підтримувати, – ні. Чому? Тому що кожна людина думає те, що я вам у очі кажу* (О. Ляшко. Свобода слова. 18.08.2014). Така мотивація немає логічних підстав, але переконує адресата, оскільки її метою є вплив і переконання, а не доведення істини, що характерно для ПД.

II. Серед *конфліктних* стратегій виокремлюємо дискредитацію, заперечення та звинувачення.

1. **Стратегія дискредитації** є однією з основних в політичному дискурсі, оскільки передбачає асиметричну мовленнєву поведінку комунікантів та скерована на критику дій або висловів співрозмовника. О. Іссерс називає характерною рисою стратегії дискредитації її перлокутивний ефект: «адресат звинувачений, причому несправедливо, принижений, почувається об'єктом висміювання» [2, с. 161]. Насамперед стратегія дискредитації пов'язана з висловленням негативної оцінки дій політичного опонента, що має як коректну мовленнєву форму, напр.: *Плану реформ*

президента не існує в природі. Давайте визнаємо: ви його не бачили, я не бачив... (А. Гриценко. Свобода слова. 29.04.2014), так і некоректно, напр.: *У Тігіпка немає яєць. Він слабак* (О. Ляшко. Чорне дзеркало. 17.05.2014). У першому випадку йдеться про дотримання максим спілкування Г. П. Грайса та Дж. Ліча, що виражається у нормованому мовленні, а в другому випадку – наявне порушення правил спілкування, зокрема використання стилістично зниженої лексики, хоч і спілкування не має характеру відвертого конфлікту, тобто політики намагаються виконувати комунікативні ролі в межах правил політичного дискурсу. Крім того, коректна форма здебільшого орієнтована на оцінювання діяльності політиків в опосередкованій формі, із залученням форм 3-ьї особи, коли мовець не звертається до співрозмовника безпосередньо, а коментує його слова чи вчинки, навіть за умови присутності останнього, напр.: Ю. Луценко після промови Н. Королевської: *Я з багатьма тезами погоджуюся. Не погоджуюся з тим, хто це говорить* (Ю. Луценко. Шустер-Live. 12.09.2014).

Некоректна мовленнєва форма переважно представлена прямим діалогом, у якому мовець відкрито оцінює свого співрозмовника, напр.: О. Соскін, звертаючись до В. Гройсмана: *36 років, а Ви таку брехню тут несете при всіх. (...) Володимире, через рік тебе не буде так, як і Януковича* (Свобода слова. 29.09.2014). У цьому разі не лише наявне пряме звинувачення у брехні, а й свідоме порушення максим Дж. Ліча, що знижує рівень комунікативної взаємодії: мовець обирає тиформу, наголошуючи на своїй неповазі до співрозмовника, до того ж порівнюючи його діяльність з діяльністю колишнього українського президента.

2. Стратегія заперечення передбачає тотальне заперечення того, що стверджує опонент. Це може бути реалізовано різними способами – від звичайних загальнозаперечних або частковозаперечних речень до перебивання співрозмовника, перешкоджання комунікації або паралельного спілкування, напр.: (...) **Неправда.** – *Зараз у нас заборгованість становить більше трьох мільярдів гривень. – Це неправда. Як можна проводити передачу, коли безвідповідально називаються цифри?* (М. Сивульський – І. Акімова. Свобода слова. 28.03.2008). М. Сивульський обрав комунікативну стратегію заперечення, тому що він на всі питання і репліки своєї співрозмовниці відповідає лише одне *Це неправда*, хоч і робить це дещо по-різному. Проте його кожна репліка містить заперечну синтаксичну конструкцію, що повною мірою вказує на невідповідність дійсності тієї інформації, що повідомлена його співрозмовницею. Зазначена стратегія скерована на те, щоб звинуватити опонента в брехні, але не обов'язково це робити аргументовано, іноді достатньо лише кілька разів сказати, що інформація не відповідає дійсності, напр.: **І. Богословська:** *На харківських угодах максимум, чого можна було досягти з Росією, було досягнуто. Це знижка у 30 відсотків.* **В. Бала:** *Неправда. Неправда.* **І. Богословська:** *І це знижка 100 доларів при ціні, нижчій за 333.* **В. Бала:** *Неправда.* **І. Богословська:** *Це правда.* **В. Бала:** *Неправда* (Свобода слова. 28.03.2011). Стратегія заперечення орієнтована на звинувачення співрозмовника у брехні, на визнання його думок або тверд-

жень як таких, що не відповідають дійсності. Мовці використовують такі лексеми, як *неправда, брехня*, тобто вказують на цю рису співрозмовника, напр.:

Заперечення насамперед віддзеркалює негативний політичний імідж власне мовця, а не усуває позитивні характеристики його політичного опонента. Політик, у якого замість аргументації наявне лише заперечення, виступає як слабка мовна особистість. Для реалізації тактики заперечення використовують й причинно-наслідкові конструкції, за якими пасивні слухачі самостійно можуть дійти висновку, що політик говорить неправду. Занурення в такі конструкції прихованих команд лише посилює ефект комунікативної тактики заперечення. Так, у наступному прикладі Л. Кравчук не лише звинувачує свого опонента в брехні, а й аргументує це: *Знаєте, що я хочу, дуже важливий момент, ніхто в нас все-таки, попри все, я б навіть вам в цьому і повірив би, чи я не все знаю, правда, і не хочу все знати, мені не потрібно. Але, якщо ви кажете цю фразу, що Тимошенко провалила Євро, то це вже ви кажете неправду, і вже вам вірити далі не можна абсолютно* (Л. Кравчук. Большая политика. 5.03.2010). Цю стратегію обирають здебільшого не впевнені в собі, але агресивно налаштовані політики. Якщо говорити про мовну особистість, що реалізує себе за допомогою комунікативної стратегії заперечення, то вона досить обмежена у виборі засобів спілкування.

3. Стратегія звинувачення належить до агресивних форм мовленнєвої поведінки, оскільки передбачає відверті звинувачення, образи, некоректні звертання з використанням стилістично зниженої та лайливої лексики, напр.: *Закрий рота та слухай! Зараз ти сидиш тут тільки тому, що ми ставимся толерантно* (Б. Береза – М. Левченку. Шустер-Live. 17.05.2014); *Пані Богословська, про те, що Ви чорнорота, знає вся країна і про те, що Ви брехуха безсовісна* (О. Ляшко. Шустер-Live. 7.09.2012). Українські політики конфліктного типу часто обирають агресивну мовленнєву поведінку, на яку переважно не реагують опоненти, тому що вона контрастує з уявленнями про «ідеального» політика, про загальну модель політичної поведінки. Основними тактиками реалізації стратегії звинувачення є приниження, образа, що орієнтовані на висловлення негативних характеристик особи політика або його діяльності, напр.: *Ви знаєте, навіть жінка не повинна хамити тут, на цьому...* *Не потрібно* (Л. Кравчук – І. Богословська. Свобода слова. 19.11.2009). У такому разі політик-мовець висловлює нормативне твердження, постулює загальні правила, переважно етичного типу, а потім наголошує на невідповідності поведінки опонента і цих правил.

Основною метою стратегії звинувачення є формування претензій до політичних опонентів та приписування їм дій, вчинків, що суперечать правилам політичної боротьби. При цьому залучають й маніпулятивні технології: описують ситуації кризового типу, що має негативні наслідки для країни, а у виникненні цієї ситуації звинувачують політичних опонентів, здебільшого безпідставно та неаргументовано, напр.: *Я знаю, що у Верховній Раді дуже багато зрадників, зокрема комуняки, недобита*

банда Януковича, які не просто видають секрети ФСБ, російським спецслужбам – які не жертвують на армію, які працюють проти України (О. Ляшко. Свобода слова. 11.08.2014); *Вы, «Правый сектор», уже добились того, что мы потеряли Крым* (М. Левченко. Чорне дзеркало. 17.05.2014). У таких випадках звернення до конкретного політичного опонента передбачає таку форму реалізації стратегії звинувачення, за якої об'єктом приписувань негативних характеристик стає не конкретний політик, а політична сила, яку він представляє. Агресивність звинувачень має різний ступінь інтенсивності, але загалом характеризується одновекторністю спілкування: мовець висловлює образи та звинувачення на адресу опонента, проте не вступає в діалог і не дає можливості для виправдовування і навіть для пояснення. Такий тип комунікативної поведінки характерний для політиків агресивного, скандального типу.

Висновки. Український політичний дискурс реалізований у непередбаченому варіанті в ситуації політичних ток-шоу, що транслюють у прямому ефірі, тому в них продемонстровано спонтанну комунікативну поведінку, загалом не характерну для політичного спілкування. Здебільшого політики відтворюють тексти, підготовлені відповідними фахівцями, що унеможлиблює аналіз їхньої мовленнєвої діяльності та виявлення специфіки мовних особистостей. Проте політичні ток-шоу у форматі діалогічної та полілогічної взаємодії дають змогу представити політиків як мовних особистостей та з'ясувати комунікативні стратегії і тактики, що ними послуговуються. Серед кооперативних стратегій виокремлено самопрезентацію, консолідацію та мотивацію, а серед конфліктних – дискредитацію, заперечення та звинувачення. Кожна з обраних стратегій характеризує й тип мовної особистості політика-мовця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики : [монографія] / Ф. С. Бацевич. – Львів : ПАІС, 2010. – 336 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : УРСС, 2003. – 286 с.
3. Кондратенко Н. В. Коммуникативні стратегії в українському політичному дискурсі: інтерактивна взаємодія учасників політичних ток-шоу / Н. В. Кондратенко // *Діалог: Медіа-студії*. – Вип. 8. – Одеса : Астропринт, 2009. – С. 48–58.
4. Паршина О. Н. Российская политическая речь : теория и практика / О. Н. Паршина. – М. : ЛКИ, 2007. – 232 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістична енциклопедія : напями та проблеми / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
6. Чорна О. О. Коммуникативні засоби творення іміджу політичного лідера (на матеріалі українського, російського та англійського політичного дискурсу) : дисертація на здобуття наук. ступеня к. філол. наук : спец. 10.02.15 – загальне мовознавство / О. О. Чорна. – Кіровоград, 2012. – 278 с.
7. Grice H. P. *Logic and Conversation* / H. P. Grice // *Syntax and Semantics*. – Vol. 3 «Speech Acts» / Ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. – New York : Academic Press, 1975. – P. 41–58.

REFERENCE

1. Batcevych F. S. *Essays on linguistic pragmatics: [monograph]* / F. S. Batcevych. – Lviv : PAIS, 2010. – 336 p.
2. Issers O. S. *Communicative strategy and tactics of the Russian language* / O. S. Issers. – Moscow : URSS, 2003. – 286 p.
3. Kondratenko N. V. *Communication strategies in Ukrainian political discourse, participants interact political talk shows* / N. V. Kondratenko // *Dialog : Media-studiyi*. – № 8. – Odesa : Astroprint, 2009. – P. 48–58.
4. Parshina O. N. *Russian political speech: theory and practice* / A. Parshina. – Moscow : LKI, 2007. – 232 p.
5. Selivanova O. O. *Modern linguistic encyclopedia: Trends and Challenges* / O. Selivanov. – Poltava : Dovkillya-K, 2008. – 712 p.
6. Chorna O.O. *Communication means creating the image of a political leader (based on Ukrainian, Russian and English political discourse) : Thesis for Science*. – Kirovograd, 2012. – 278 p.

Interactive speech behavior of Ukrainian politicians: basic communication strategies

Zavalskaya L. V.

Abstract. The article studies the Ukrainian political discourse in lingual pragmatic aspect. The basic problem of studying political communication in Ukrainian linguistics and generalized defining trend analysis of political discourse. The concept of communication strategy and proposed a typology of communication strategies implemented in the Ukrainian political discourse based on the isolation and conflict cooperative communicative interaction. Within the cooperative type of interaction outlined consolidation strategy, motivation and self-presentation. Within such conflict interaction defined strategy to discredit, denial and accusation. The analysis was performed on the material speeches of politicians in TV talk show that involved the recording of spontaneous speech behavior and presentation of different types of linguistic identity.

Keywords: *political discourse, speech behavior, interactivity, language personality, communicative strategy, communicative tactics.*

Интерактивная речевое поведение украинских политиков: основные коммуникативные стратегии

Л. В. Завальская

Аннотация. Статья посвящена исследованию украинского политического дискурса в лингвопрагматическом аспекте. Определены основные проблемы изучения политической коммуникации в украинском языкознании и обобщены определяющие тенденции анализа политического дискурса. Определено понятие коммуникативной стратегии и предложена типология коммуникативных стратегий, реализованных в украинском политическом дискурсе, основываясь на выделении конфликтной и кооперативной коммуникативного взаимодействия. В рамках кооперативного типа взаимодействия обозначены стратегии консолидации, мотивации и самопрезентации. В рамках конфликтного типа взаимодействия определены стратегии дискредитации, возражения и обвинения. Анализ осуществлен на материале выступлений политиков в телевизионных ток-шоу, которое предусматривало фиксирования спонтанной речевого поведения и презентацию различных типов языковых личностей.

Ключевые слова: *политический дискурс, речевое поведение, интерактивность, языковая личность, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика.*