

КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ КОНСОЛІДАЦІЇ В ІНТЕРАКТИВНОМУ СПІЛКУВАННІ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИКІВ

Постановка проблеми. В останні десятиліття в українському мовознавстві посилюється інтерес до проблем політичної комунікації, зокрема з огляду на бурхливі політичні події початку XXI століття, пов'язані з низкою виборчих перегонів (Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, Н. В. Петлюченко, К. С. Серажим, Л. М. Синельникова, Л. Л. Славова та ін.). Лінгвісти звернули увагу на проблеми масової комунікації та політичного мовлення, орієнтуючись на багатоплановий матеріал, який, власне, і надає своєрідності українському політичному дискурсу. Увагу акцентовано на політичній рекламі, вербальних політтехнологіях, мовленнєвих засобах впливу на свідомість і підсвідомість виборців, особливостях мовлення окремих політиків. Проте поява низки телевізійних програм – нових політичних ток-шоу – містить новий матеріал для аналізу політичної комунікації. Більшість таких програм транслюють у прямому ефірі, тому їх формат принципово відрізняється від інших телепрограм, побудованих на попередньому записі підготовлених промов політиків. Політики певною мірою спираються на «домашні заготовки» під час монологічного мовлення, тобто публічні промови в телеефірі, безумовно, є підготовленими. Проте діалогічне або полілогічне спілкування, що домінує в прямому ефірі політичних ток-шоу, надає змогу схарактеризувати вітчизняних політиків як мовців: діалог у прямому ефірі демонструє реальні особливості мовленнєвої поведінки кожного зі співрозмовників і дає змогу виявити особливості спілкування на лінгвопрагматичному рівні. Т. Ю. Ковалевська відзначає, що «саме слово стає основним інструментом політичної боротьби, у зв'язку з чим політичний дискурс є актуальним об'єктом аналізу як для представників галузей психології, соціології та ін., так і для лінгвістів...» [3, 225]. Зважаючи на це, особливої актуальності набувають лінгвопрагматичні дослідження політичного дискурсу, одним з важливих аспектів яких є вивчення комунікативних стратегій і тактик.

Метою статті є дослідження специфіки реалізації комунікативної стратегії консолідації в інтерактивному спілкуванні українських політиків. Мета передбачає необхідність вирішення таких завдань: визначити поняття «комунікативна стратегія»; здійснити огляд типологій комунікативних стратегій і тактик, зокрема релевантних для політичної комунікації; проаналізувати мовленнєву поведінку окремих українських політиків у політичних ток-шоу в аспекті актуальних комунікативних стратегій і тактик; схарактеризувати мовні засоби реалізації комунікативної стратегії консолідації в політичному мовленні.

Об'єктом дослідження є комунікативні стратегії (далі – КС) і комунікативні тактики (далі – КТ), реалізовані в конфліктній комунікативній взаємодії українських політиків, а предметом – мовні засоби реалізації комунікативної стратегії консолідації в українському політичному дискурсі.

Особливістю ток-шоу, що функціонують на вітчизняному телебаченні, є їх інтерактивний характер. Класичний тип ток-шоу передбачає активний діалог учасників програми з аудиторією в студії, тобто кожний присутній може поставити учасникам запитання, і це зумовлює появу ефекту безпосереднього спілкування. Однак політичні ток-шоу є багатоплановими: вони також передбачають активний обмін думками самих учасників програми, а не лише діалог між аудиторією та основними дійовими особами. Можна говорити про подвійну інтерактивність політичних ток-шоу, тому що, з одного боку, аудиторія пасивно спостерігає за полемікою запрошених до студії політиків, а з іншого боку, аудиторія стає активним учасником комунікації, ставлячи політикам запитання. Саме цей аспект ток-шоу становить для нас основний інтерес. У такій комунікативній ситуації політики розкривають власну сутність як мовні особистості, використовуючи такий набір мовленнєвих засобів і стратегій, що характерний саме для них.

КС вперше було описано в працях Т. А. ван Дейка [1], а ґрунтовний аналіз представлено в низці наукових розвідок російських лінгвістів О. С. Іссерс [2], Т. Є. Янко [9], Н. І. Формановської [7] та ін. О. С. Іссерс пов'язує вивчення КС з проблематикою мовленнєвого впливу та визначає її як «планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану. Інакше кажучи, мовленнєва стратегія становить комплекс мовленнєвих дій, скерованих на досягнення комунікативної мети» [2, 54]. Витлумачуючи КС в широкому значенні, ми послуговуємося наведеною термінологічною дефініцією.

Матеріалом для дослідження слугували текстові версії популярного політичного ток-шоу «Свобода слова», що виходить на телеканалі ICTV, проаналізовані за період 2014–2015 роки. Ми зосередили увагу на КС, представлених в українському політичному дискурсі і інтерактивному

спілкуванні. Проблема визначення КС політичного дискурсу поставала в центрі уваги лінгвістів, зокрема Н. В. Кондратенко виокремлює такі КС в політичному інтерактивному спілкуванні: стратегія дискредитації; стратегія мотивації; стратегія ідеалізації; стратегія інтелектуалізації; стратегія заперечення [4, 57]. О. М. Паршина розрізняє в політичному мовленні КС самопрезентації, боротьби за владу, утримання влади та переконання, що представлені конкретними КС та КТ [5, 41–116].

Ми ґрунтуємося на визначенні двох типів комунікативної взаємодії – кооперації та конфлікту, в межах яких пропонуємо кваліфікувати КС, реалізовані в політичному дискурсі. Кооперативні стратегії орієнтовані на успішність комунікативної взаємодії, характеризуються узгодженістю комунікативних настанов комунікантів, «стратегічних програм комунікантів, симетричними відношеннями між ними, балансом комунікативних статусів, ефективністю та оптимальністю спілкування»; конфліктна взаємодія характеризується «неузгодженістю намірів, стратегічних програм комунікантів, асиметричними відношеннями між ними, дисбалансом статусів обличчя, результатом чого є припинення спілкування» [6, 604]. Кожний з типів комунікативної взаємодії пов'язаний з відповідними КС, серед яких кооперативна взаємодія представлена насамперед КС консолідації. Ми використовуємо саме цю термінологічну назву, проте в політичній лінгвістиці зафіксовано на позначення подібної КС термін «солідаризація». На думку О. М. Паршиної, КС солідаризації скерована на «прагнення створити враження спільності поглядів, інтересів, прагнень, відчуття «психологічного» співзвуччя мовця та аудиторії» [5, 50]. У монографії О. Й. Шейгал не представлено окремо стратегічний аспект політичного дискурсу, проте наголошено на інтегративній функції політичної комунікації та визначено знаки інтеграції політичного дискурсу [8, 118], що також узгоджується з нашою позицією релевантності КС консолідації в політичній комунікації, оскільки ця стратегія скерована на інтегративність та солідаризацію.

На нашу думку, стратегія консолідації в політичному дискурсі – це кооперативний тип комунікативної взаємодії мовця та адресата, орієнтований на декларування об'єднання суб'єктів у межах політичного простору – політика з аудиторією, народу з владою, народу навколо певної проблеми тощо. Ознакою цієї КС 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). Загальна семантика об'єднання реалізована в політичній взаємодії на різних рівнях за допомогою відповідних мовних засобів. Вияви цієї стратегії можуть бути різними, на підставі чого ми і визначили специфіку реалізації КС консолідації в українських політичних ток-шоу за допомогою відповідних КТ.

1. Комунікативна тактика **інтеграції українського народу** належить до найпоширеніших у політичному інтерактиві та передбачає об'єднання навколо певної проблеми. Політик у такому разі не протиставляє себе народу, а виступає разом з аудиторією, розв'язуючи певну проблему, тобто є не владою, а частиною українського народу, напр.: *Зараз усі мають об'єднатися заради головного: досягнення миру...* (Н. Шуфрич, Свобода слова, 18.05.2015). Тут мовець апелює до адресата із закликом до об'єднання, проте не відмежовує себе від аудиторії, виступаючи як єдине, цілісне утворення політичного характеру. Займенник «всі» вказує як на мовця, так і на адресата, тобто політик не відмежовує себе від аудиторії, від народу загалом.

Частотність тактики інтеграції народу зумовлена специфікою останніх політичних подій. Проблема поділу України на західну та східну частини, а також на протилежні політичні табори актуалізує потребу в об'єднанні, з чим і пов'язаний частотний характер звернення політиків до консолідації українського суспільства, зокрема перед зовнішньою загрозою, напр.: *А друге дуже важливе: сьогодні Україна потребує примирення. Примирення. Ми маємо всі... Бо ми таке пережили, що ми маємо примиритися один з одним. Тому я ніколи, ви знаєте, коли десь, там, на якихось ток-шоу починають казати: «Той «ватник», той «укроп»...» Це жахливо. Ми не маємо права таке казати. Не маємо права. Ми всі – громадяни України, ми маємо спілкуватися один з одним, ми потребуємо примирення. Я впевнений, що це станеться. Але чим швидше це станеться, тим краще буде для нашої держави і для нашого суспільства, тим скоріше ми зможемо піти далі і дійсно будувати свою державу, яку ми вибороли зі зброєю в руках* (О. Гончаренко, Свобода слова, 8.12.2014). Проблема розмежування українського суспільства з огляду на останні політичні події спричинює актуалізацію функції консолідації політичного дискурсу, оскільки політики закликають до об'єднання народу, завдяки чому можна подолати цю проблему. Лише об'єднання країни зробить можливим супротив зовнішнім ворогам та створення держави нового, європейського типу. Зважаючи на таку рису української лінгвоментальності, як індивідуалізм, КС консолідації в межах цієї тактики належить до актуальних.

Критична ситуація військового протистояння посилює реалізацію зазначеної КТ, напр.: *...наше покоління несе велику історичну відповідальність за збереження України, за перемогу в*

цій війні, яку нам нав'язали, за кожен крок, за кожну дію, навіть за наші думки, які ми зараз маємо. ... І якщо ми десь не розрахуємо наш крок і десь не зробимо те, що мусимо зробити, зобов'язані зробити, це може призвести до наслідків, які будуть трагічними для України, для багатьох прийдешніх поколінь (Ю. Тимошенко, Свобода слова, 16.03.2015). Тут консолідація представлена як умова збереження цілісності України, як загальна консолідація території, населення, ідей тощо. Саме таке витлумачення КС консолідації характерно для політичного дискурсу, при цьому саме об'єднання нації, народу стає визначальним чинником інтеграції.

На мовному рівні КТ об'єднання з народом репрезентована імперативними синтаксичними конструкціями та закличками до консолідації; лексикою концептуального характеру в межах семантичних опозицій «свій/чужий» та «майбутнє/минуле»; лексемами із семантикою об'єднання та консолідації народу (*український народ, об'єднання, примирення, збереження, інтеграція* тощо).

2. Комунікативна тактика **інтеграції влади з народом** передбачає наближення мовця-політика до аудиторії, твердження об'єднання народу з політиками або політичними силами. На відміну від попередньої тактики ця вказує на те, що політик не отожднює себе з народом, тобто він є представником влади, що вступає з аудиторією, народом у діалогічну взаємодію, прагне піти назустріч, виступає як рушійна сила певних дій, напр.: *Українська влада думає про українців, які знаходяться під окупованими територіями, і ми зробимо все можливе, щоб чим швидше звільнити їх від окупанта* (А. Парубій, Свобода слова, 15.06.2015). У цьому прикладі актуалізовано семантичну опозицію «влада/народ», релевантну для зазначеної КТ. Мовець-політик виступає як представник політичної влади або політичної еліти, він орієнтований на консолідацію з аудиторією в межах певної проблеми. При цьому комунікативну роль мовця-політика можна визначити як «представник влади», «керівник держави», тобто він не позиціонує себе як цілісне утворення з народом, а навпаки, вказує на свою виняткову роль щодо адресата.

Ця КТ реалізується і завдяки усуненню меж між мовцем та адресатом. напр.: *Депутати нічим не відрізняються від інших людей, крім більшої відповідальності за свої вчинки* (Ю. Луценко, Свобода слова, 20.05.2015). У цьому прикладі вказівка на те, що депутати не відрізняються від інших людей містить приховану імплікацію, що вони належать до групи, відмінної від «інших людей», тобто мовець намагається спростувати актуальну пресупозицію висловлення. Таке поєднання консолідації з протиставленням адресату і характерно для зазначеної КТ.

3. Комунікативна тактика **інтеграції політика з народом** передбачає актуалізацію комунікативної позиції конкретного політика, який безпосередньо звертається до аудиторії. Тут мовець виступає не від імені влади, не є уособленням держави, а значною мірою формує власний імідж, тому ця КТ пов'язана не лише зі КС консолідації, а й самопрезентації. Мовець-політик вказує на власні досягнення, що є маркерами його наближення, єдності з народом, напр.: *Я хочу зараз вас поінформувати, що ми досягли з вами першої перемоги: уряд під тиском парламенту, під тиском робочої групи по тарифам прийняв постанову уряду, де для всіх, у кого немає газових лічильників, поставлена правильна норма – вдвічі менше, ніж була раніше, – і це довело, що ми були праві, що, дійсно, вам вдвічі більше списували обсяг газу; і уже платіжки, які ви отримуєте, будуть на основі постанови уряду, яка вдвічі зменшила норматив споживання газу* (Ю. Тимошенко, Свобода слова, 20.05.2015). Для цієї КТ характерно протиставлення «я» – «ви» або «ми» – «ви», що вказує на комунікативну позицію політика щодо аудиторії. Політик-мовець та відповідна політична сила, що пов'язується з його іменем, виступають не як влада або владна структура, а як незалежний політичний суб'єкт, що вступає в діалог з адресатом. У такий спосіб політик наближається до народу і перетворює комунікативну взаємодію на акт формування власного іміджу. З огляду на це політики часто приписують собі вчинки героїчного характеру, які об'єднують їх з народом, але не мають індивідуалізованої визначеності, – це перемоги або досягнення українського народу загалом, що і уможлиблює 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. Геращенко, 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.

Апеляція до дій та прагнень народу, суголосних діям політика або політичної сили, частотна для реалізації цієї КТ, 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 комуняк і «регіоналів» говорити українською мовою* (О. Тягнибок, Свобода слова, 20.10.2014). Вказівка на народні вимоги у текстовому варіанті «хіба люди не говорили» передано як досягнення політичної сили, партії «Свобода», що відповідно до вимог народу змусила можновладців використовувати українську мову у Верховній Раді. Тут головним чинником реалізації КТ виступає приєднання

до народних вимог і прагнень, при цьому не є важливим реальний стан речей. Політик презентує себе як виразник народної волі, і саме в такий спосіб підвищує славні іміджеві характеристики.

Висновки. У політичному інтерактиві в межах кооперативної взаємодії актуалізована КС консолідації, що репрезентована КТ інтеграції українського народу, інтеграції влади з народом та інтеграції політика (політичної сили) з народом. Кожна із тактик скерована на вираження інтеграції мовця-політика з аудиторією-народом, характерними рисами кожної із тактик є охоплення політичних суб'єктів – від народу до влади. Визначальним чинником стає реалізації функції інтеграції політичного дискурсу. Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні КС кооперативної та конфліктної комунікативної взаємодії в політичному інтерактивному спілкуванні.

Список використаних джерел

1. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : УРСС, 2003. – 286 с.
3. Ковалевська Т. Ю. Комунікативні аспекти нейролінгвістичного програмування : [монографія] / Т. Ю. Ковалевська. – Одеса : Астропринт, 2008. – 324 с.
4. Кондратенко Н. В. Комунікативні 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.
5. Паршина О. Н. Российская политическая речь : теория и практика / О. Н. Паршина. – М. : ЛКИ, 2007. – 232 с.
6. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістична енциклопедія : напрями та проблеми : [підручник] / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
7. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – М. : Издательство «Икар», 2007. – 480 с.
8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : Гнозис, 2004. – 326 с.
9. Янко Т. Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии / Т. Е. Янко // Вопросы языкознания. – 1999. – № 4. – С. 28–53.

Анотація. Досліджено український політичний дискурс в лінгвопрагматичному аспекті, зокрема спонтанне мовлення українських політиків у ситуації інтерактивної взаємодії. Визначено поняття комунікативної стратегії та представлено типологію комунікативних стратегій у політичному дискурсі. Представлено основні кооперативні стратегії і тактики, що використовуються з настановою на консолідацію влади з народом. Розглянуто основні мовленнєві акти та інтенції в межах стратегії консолідації. Матеріалом для аналізу слугували українській політичні ток-шоу.

Ключові слова: політичний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, кооперація, інтерактивність.

Summary. Studied Ukrainian political discourse in linguistic pragmatic aspect, including spontaneous speech Ukrainian politicians situation interactivity. The urgency of scientific studies in linguistics lingualpragmatic political aspect, which involves an analysis of spontaneous speech as a manifestation of political discourse. Separated cooperative and conflictual types of verbal interaction, within which strategic options presented communicative behavior of Ukrainian politicians. The concept of communication strategy and presents a typology of communication strategies in the political discourse. Represented major co-operative strategies and tactics used by guideline on the consolidation of power with the people. Within consolidation strategy defined communication tactics based on the nature of policy dialogue interaction with the audience. Analyzes the linguistic tools used to implement each strategy tactics as taking consolidation. The main speech acts and intentions within the consolidation strategy. Material for analysis served as a Ukrainian political talk shows in which politicians realize themselves as linguistic identity, despite the spontaneous communicative interaction and its interactivity. Unprepared speech shows the image characteristics and outlines linguistic portrait politicians. The findings presented domination of Communicative tactics consolidation of the Ukrainian people. The results can be used in writing a scientific and educational works on political linguistics and linguistic pragmatics.

Key words: political discourse, communicative strategy, communicative tactics, cooperation, interactivity.

Отримано: 6.11.2015 р.