

УДК 811.161.2:654.197.000.32

Л. В. Завальська

Національний університет «Одеська юридична академія»,
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри прикладної лінгвістики

**ПРОБЛЕМА РОЗРОБЛЕННЯ ТИПОЛОГІЇ КОМУНІКАТИВНИХ
СТРАТЕГІЙ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: ОСНОВНІ
КОНЦЕПЦІЇ**

Статтю присвячено огляду основних наукових підходів до поняття комунікативних стратегій і тактик у політичному дискурсі. Розглянуто концепції українських і зарубіжних дослідників, у яких запропоновано класифікації комунікативних стратегій і тактик, релевантні для політичної комунікації. Здійснено узагальнення і критичне переосмислення описаних типологій, на підставі чого запропоновано власну класифікації стратегій на матеріалі українського політичного дискурсу з оперттям на розмежування конфліктного і кооперативного типів комунікативної взаємодії.

Ключові слова: політичний дискурс, політична комунікація, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, типологія.

Актуальність дослідження. Лінгвопрагматичний підхід у дослідженні зумовлює поєднання антропоцентризму й дискурсоцентризму щодо вивчення специфіки дискурсу, визначеного як вербальна репрезентація комунікативної ситуації з внутрішніми (текст) та зовнішніми (умови комунікації, учасники комунікативної взаємодії, комунікативна настанова та результат) конституентами. Одним із різновидів дискурсу є політичний, що реалізує інституційне спілкування. ПД є організованим типом комунікативної взаємодії, що передбачає виявлення стратегій і тактик, що сприяють реалізації комунікативної інтенції. Комунікативна взаємодія в політичному дискурсі (далі – ПД) передбачає виокремлення конкретних способів реалізації комунікативного наміру, інтенції через особливі моделі поведінки учасників політичної комунікації (далі – ПК). Зважаючи на те, що метою ПК є боротьба за владу, то загальна характеристика всіх стратегій – це агональність, тому що саме вона становить сутність ПД. Проте інші параметри ПК – персуазивність, маніпулятивність, діалогічність тощо – також впливають на визначення комунікативних стратегій (далі – КС).

Ступінь розроблення проблеми в лінгвістиці. Дослідження КС і КТ представлено насамперед теоретичними працями, що містять розроблені типології стратегій і тактик у різних типах дискурсів (Ф. С. Бацевич, Т. А. ван Дейк, О. С. Іссерс, А. Ю. Маслово, Г. Г. Почепцов, Н. І. Формановська, Т. Є. Янко та ін.), серед яких особливе місце належить політичному (А. І. Башук, О. В. Карякін, О. М. Паршина, Л. Л. Славова, В. Є. Чернявська, О. О. Чорна та ін.). В українському мовознавстві дослідження політичного інтерактиву представ-

лено поодинокими науковими працями (Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, А. П. Мартинюк, С. Т. Онуфрієв, Н. В. Петлюченко, І. С. Шевченко та ін.), що увиразнює необхідність подальшого поглибленого опрацювання цього комунікативного сегмента.

Мета статті – дослідити основні концепції і типології КС і КТ у ПД, представлені в науковій літературі. **Предметом** дослідження слугували типології КС, а **об’єктом** – наукові теорії вчених-дискурсологів, що висвітлюють питання створення типології КС.

Викладення основного матеріалу дослідження. КС – це план, схема реалізації мовцем комунікативного наміру, що передбачає поетапне використання мовних засобів для отримання потрібного результату або впливу на співрозмовника. КС є не лише прерогативою мовця, який ініціює спілкування, а й адресата, який оперує стратегіями відповіді, ухиляння від відповіді, емоційної реакції тощо. КС мають конкретне втілення через КТ – мовленнєву дію, скеровану на здійснення комунікативного наміру мовця в межах обраної КС. Мовленнєва взаємодія передбачає планування поетапних дій і загальний план взаємодії, реалізованої через глобальну реалізацію комунікативного наміру у вигляді КС, що складається з низки КТ.

У науковій літературі представлено різні концепції сутності і типології КС у ПД, серед яких розглянемо основні. О. Л. Михальова пропонує виокремлювати три КС в ПД: стратегію на зниження, стратегію на підвищення та стратегію на театральність [4, с. 45]. Стратегія на зниження скерована на політичного опонента та передбачає критику його позиції через тактики: аналіз-«мінус», звинувачення, викриття, образи, погрози. Стратегія на підвищення скерована не на опонента, як у попередньому випадку, а на власне підвищення статусу, на збільшення позитивних іміджевих характеристик мовця. Вона представлена такими тактиками: КТ аналіз-«плюс», презентації, неявної самопрезентації; відхилення критики; самовиправдання. Стратегія театральності пов’язана з наявністю аудиторії, адресата ПК, у ролі якої виступає народ, потенційні виборці – основні реципієнти ПД. Ця КС представлена такими тактиками: спонукання; кооперації; розмежування; інформування; обіцянок; прогнозування; попередження; іронізування; провокації [4, с. 45–68].

О. М. Паршина, досліджуючи російське політичне мовлення, пропонує типологію КС, що стала підґрунтям для багатьох дослідників, які розробляють аспект стратегічного планування і розгортання ПК. *КС самопрезентації* пов’язана з поняття політичного іміджу та прагненням політика продемонструвати свої найкращі риси, хоч імідж і є штучним утворенням, який переважно не відповідає справжньому образу людини. Ця стратегія скерована на те, щоб вплинути на сприйняття адресатами політика: мовець прагне сподобатися потенційним виборцям, тому намагається подати себе у світлі виключно позитивних характеристик. Серед КТ, що допомагають реалізувати КС самопрезентації, О. М. Паршина називає тактики ототожнення з адресатом. *Страте-*

гії боротьби за владу мають агональний характер і представлені КС дискредитації і нападу, маніпулятивною КС; стратегією самозахисту. *Стратегії утримання влади* здебільшого скеровані на вплив на адресата за допомогою інтерпретації інформації, через її маніпулятивне подання, вона реалізована через інформаційно-інтерпретативну стратегію та КС формування емоційного настрою адресата. Л. І. Стрій на противагу виокремлює в ритуальних текстах ПД такі КС, як консолідації, самопрезентації та агітації [8, с. 12–13]. *Стратегії переконання* зумовлені загальним прагненням мовців у ПД переконати у власній правоті, схилити до власної думки, вплинути на процес прийняття адресатом потрібних рішень. О. М. Паршина вважає, що переконання передбачає низку умов: «по-перше, наявність в адресата можливості з власної волі прийняти певне рішення, виконати певну дію; по-друге, дія, яку очікувано здійснить адресат у результаті акту переконання, має розглядатися як позитивна саме для нього; по-третє, адресат повинен мати можливість свідомо прийняти ті або інші оцінки або відношення чи здійснити певні дії» [5, с. 100]. Стратегії переконання представлені такими аргументативною КС та агітаційною КС. Окремо в цій концепції розглянуто і неспеціалізовані тактики, які можуть бути використані в межах будь-якої з КС, описаних вище.

Оригінальну типологію КС, реалізованих у ПД, пропонує українська дослідниця Л. Л. Славова. Вона виокремлює дві мегастратегії – кооперативну і конфронтативну, потрактовуючи мегастратегію як «комплекс тактико-стратегічних дій, до яких вдається мовна особистість з метою реалізації цільової настанови дискурсивної взаємодії» [7, с. 204]. У межах мегастратегії розглянуто стратегії, тактики, ходи і прийоми. Мегастратегія кооперації представлена в цій концепції стратегіями, скерованими на взаємодію із співрозмовником. До першої групи уналежнено такі КС: 1) КС самопрезентації, що передбачає створення та демонстрацію власного позитивного іміджу політика, її реалізовано через КС прямої ідентифікації, КС ототожнення мовця-політика з народом або демократією; КС самозахисту – передбачає пояснення власних дій та виправдовування; 2) КС компліменту «спрямована на налаштування співрозмовників або аудиторії на позитивний лад, покращення їх емоційного стану» [7, с. 206], засобами репрезентації КС компліменту є позитивно оцінні лексичні одиниці та повторення ключових слів; 3) КС підсилення є здебільшого риторичної, оскільки скерована на привернення уваги та певних частин політичних виступів. Друга група стратегій становить перехідну зону між кооперативною і конфліктною (конфронтативною) мегастратегіями. Сюди належать: 1) КС ухиляння, що дозволяє мовцеві уникнути небажаних тем і питань, не звертати увагу на неприємні моменти в розмові; 2) КС підкресленої поваги та уникання категоричності є наслідком прагнення політиків уникнути конфлікту, але разом із тим і небажання демонструвати комунікативне співробітництво, тобто політик захищає свої інтереси, не вдаючись до конфліктних засобів; 3) стратегія «stop-conflict» скерована на уникнення конфліктної взаємодії через залучення КТ погоджен-

ня та КТ використання категоричних модальностей [7, с. 209]. Конфронтативна мегастратегія є втіленням конфліктного дискурсу й реалізована через 1) конфронтативну КС, 2) КС мовленнєвої агресії, 3) КС дисредитації. Перша передбачає відсутність узгодження в діях комунікантів, що пов'язано переважно з нездійсненням комунікативних намірів одного із співрозмовників або невідповідності результату взаємодії його очікуванням. Друга орієнтована на неприховану конфліктну поведінку, на агресивність у вербальних діях щодо співрозмовника. Третя передбачає «підрив довіри до опонента, применшення його авторитету, значення, викриття негативних сторін, якостей супротивника, розповсюдження негативної інформації про нього» [7, с. 212]. Представлена типологія КС демонструє загальні комунікативні особливості ПД безвідносно до його специфіки – монологічності / діалогічності, підготовленості / непідготовленості тощо. Проте інтерактивна взаємодія політиків має певну специфіку, що відбито саме на стратегічному рівні, тому ця типологія не може в повному обсязі охопити політичний інтерактив та реалізовані в ньому КС і КТ.

Українська дослідниця О. О. Чорна, ґрунтуючись на понятті комунікативного іміджу, дефінованого як «сукупність вербальних стереотипів поведінки (ролей), механізмів і засобів їх реалізації (стратегій), що використовуються комунікантом, наділеним високим соціальним та професійним статусом, з метою (вираженою в інтенціях) формування у свідомості слухачів / співрозмовників узагальненого образу своєї особистості» [9, с. 28] пропонує інший погляд на КС у ПД. О. О. Чорна виокремлює типові (домінантні) КС та нетипові (національно-специфічні) КС. За змістом виокремлено такі типові КС: Мін-інклюзивне, перелічування досягнень, стратегія єднання, усупільнення відповідальності, апелювання до сімейних цінностей, окреслення плану майбутніх змін, інтертекстуальність, нагромодження проблем, апелювання до базових потреб, підвищення статусу адресата, підвищення власного статусу, героїзація нації; до нетипових уналежнено КС апелювання до авторитетів, наведення життєвих прикладів, героїзація історії, апелювання до загальногуманістичних цінностей, взяття відповідальності, інтерподієвість, возвеличення країни тощо. Загалом КС поділено авторкою на кооперативні та маніпулятивні, вони апелюють «до трьох основних сфер існування людини: а) сімейної (фізичне існування, сім'я, діти, добробут), б) особистої (самоповага, самореалізація) та в) соціальної (суспільне життя, економіко-політичні процеси)» [9, с. 129]. Однак, на нашу думку, в цій класифікації є певні неточності, оскільки кооперативні стратегії так само мають у ПД маніпулятивний потенціал, що не дає змогу протиставляти їх маніпулятивним. Крім того, більшість визначених КС скеровано на конкретний результат у межах комунікативної взаємодії, вони є способом розв'язання локальних проблем, тому мають бути визначені не як стратегії, а як тактики, тоді як КС потрібно вважати лише магістральні, визначальні способи досягнення комунікативної мети мовців.

Інші типології КС в ПД пов'язані з особливими дискурсивними різновидами. Так, Н. В. Петлюченко розрізняє в харизматичному ПД такі КС: риторичну (тактики аргументації та апеляції), психологічну, емоційну [6, с. 227]; А. О. Артюхова в мітинговому ПД виокремлює КС аргументативну (тактики контрастивного аналізу, перспективи, обґрунтованих оцінок, ілюстрування), агітаційну (тактики обіцянок та заклику) та стратегію формування емоційного настрою адресата (тактики єднання, звернення до емоцій адресата, врахування ціннісних орієнтирів адресата) [1, с. 6]; О. В. Карякін виокремлює КС мовленнєвої агресії: стратегію дискредитації, стратегію підвищення власного статусу та стратегію уникання відповіді [Карякін]; М. К. Левинська пропонує виокремлювати транслативну діалогічну стратегію, мета якої – вставлення контакту з адресатом тексту через набір мовленнєвих засобів; стратегію презентації та самопрезентації, що відрізняються способом представлення «авторського Я»; стратегію дискредитації політичного опонента; стратегію редукціонізму – спрямована на максимальне спрощення поданої інформації, авторська думка повинна бути простою і зрозумілою; зображувальну стратегію, що дозволяє візуально представити предмет мовлення та посилити експресивність тексту; самодискредитацію як результат недостатньої мовної компетенції автора або копірайтера [3, с. 64–65]. Ця типологія характеризується логічною суперечливістю, оскільки поєднано різні рівні членування, наприклад, КС презентації та контактостановлення змішану з інформативними КС.

Ми спираємося на типологію Л. Л. Славової, ґрунтуючись на основних типах комунікативної взаємодії – конфліктній та кооперативній, а також визначаємо нейтральні КС універсального типу, що використовують мовці-політики в межах різних типів комунікативної взаємодії – як кооперативної, так і конфліктної. Кооперативна взаємодія має конкретне втілення в трьох основних комунікативних стратегіях – консолідації, самопрезентації та аргументації. Конфліктна мовленнєва взаємодія в політичному дискурсі представлена трьома стратегіями: дискредитації, маніпуляції та захисту.

Висновки і перспективи дослідження. КС – це план, схема реалізації мовцем комунікативного наміру, що передбачає поетапне використання мовних засобів задля отримання потрібного результату або впливу на співрозмовника. КС є не лише прерогативою мовця, який ініціює спілкування, а й адресата, який оперує стратегіями відповіді, ухилення від відповіді, емоційної реакції тощо. КС мають конкретне втілення через комунікативну тактику – мовленнєву дію, скеровану на здійснення комунікативного наміру мовця в межах обраної комунікативної стратегії. Мовленнєва взаємодія передбачає планування поетапних дій і загальний план взаємодії, що реалізовано через глобальну актуалізацію комунікативного наміру у вигляді КС, що складається з низки КТ, реалізованих завдяки комунікативним ходам. Комунікативна взаємодія в ПД має стратегічний аспект і передбачає виокремлення конкретних способів реалізації комунікативного наміру, інтенції через особливі моделі поведінки учасни-

ків ПК. Загальна характеристика всіх стратегій – агональність, тому що саме вона становить сутність ПД. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у розширенні бази аналізованих комунікативних стратегій як основних механізмів впливу в українському політичному дискурсі та виявленні мовних чинників його емпатизації.

Література

1. Артюхова А. А. Коммуникативные стратегии и тактики в митинговой речи / А. А. Артюхова // Научный вестник ДДПУ имени И. Франка. – Серия «Филологические науки». Мовознавство. – 2014. – № 2. – С. 5–9. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2014/NV_2014_2/3.pdf
2. Карякин А. В. Статегмно-тактические способы реализации речевой агрессии в политическом дискурсе (на материале немецкого языка) : автореферат дисс. на соискание ученой степени канд. филол. н. : спец. 10.02.04 – германские языки / А. В. Карякин. – Волгоград, 2010. – 21 с.
3. Левинская М. К. Стратегия самодискредитации в политическом дискурсе / М. К. Левинская // Политическая коммуникация : [материалы Всероссийской научной школы для молодежи] ; гл. ред. А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2009. – Т. 2. – С. 64–66.
4. Михалева О. Л. Политический дискурс : Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.
5. Паршина О. Н. Российская политическая речь : Теория и практика / О. Н. Паршина. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 232 с.
6. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс : [монографія] / Н. В. Петлюченко. – Одеса : Астропринт, 2009. – 464 с.
7. Славова Л. Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсонології : США – Україна : [монографія] / Л. Л. Славова. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. – 360 с.
8. Стрій Л. І. Ритуальні жанри українського політичного дискурсу : структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти : автореферат дисс. на здобуття наук. ступеня к. філол. н. : спец. 10.02.01 – українська мова. – Одеса, 2015. – 20 с.
9. Чорна О. О. Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера (на матеріалі українського, російського та англійського політичного дискурсу) : дисс. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук. : спец. 10.02.15 – загальне мовознавство / О. О. Чорна. – Кіровоград, 2012. – 278 с.

References

1. Artyukhova, A. A. (2014), Communicative strategies and tactics in the rally speech [Kommunikativnye strategii i taktiki v mytinzhovoy rechi] // Scientific Bulletin of the DDPU named after I. Franko, Series «Philological Sciences». Linguistics. 2014, № 2, P. 5–9.
2. Karyakin, A. V. (2010), Stages-tactical ways of realization of speech aggression in political discourse (on the material of the German language) : the abstract of diss. [Statagemno-takticheskiye sposoby realizatsii rechevoy agressii v politicheskom diskurse (na materiale nemetskogo yazyka)], Volgograd, 2010, 21 p.
3. Levinskaya, M. K. (2009), The strategy of self-discredit in political discourse [Strategiya samodiskreditatsii v politicheskom diskurse] // Political Communication: [materials of the All-Russian Scientific School for Youth], Ekaterinburg, The Urals state. ped. un-t, 2009, T. 2, P. 64-66.
4. Mikhaleva, O. L. (2009), Political discourse: Specificity of manipulative exposure [Politicheskiy diskurs : Spetsifika manipuliyativnogo vozdestviya], Moscow, LIBROKOM, 2009, 256 p.
5. Parshina O. N. (2007), The Russian political speech: Theory and practice [Rossiyskaya politicheskaya rech' : Teoriya i praktika], Moscow, LCI, 2007, 232 p.
6. Petlyuchenko, N.V. (2009), Charismatics: the linguistic personality and discourse [Kharyzmatyka: movna osobystist' i dyskurs], Odessa. Astroprint, 2009, 464 p.
7. Slavova, L. L. (2012), The linguistic personality of the leader in the mirror of political lingvopsonology: USA – Ukraine: [Movna osobystist' lidera u dzerkali politychnoyi linhvopersonolohiyi : SSHA – Ukrayina :], Zhytomyr. ZHDU, 2012, 360 p.

8. Stryy, L. I. (2015), Ritual genres of Ukrainian political discourse: structural-semantic and lingvo-pragmatic aspects: abstract diss. [Rytualni zhanry ukrayinskoho politychnoho dyskursu : strukturno-semantychnyy i lnhvoprahmatychnyy aspekty], Odesa, 2015, 20 p.
9. Chorna O. O. Communicative means of creating the image of a political leader (on the material of Ukrainian, Russian and English political discourse): diss. [Komunikatyvni zasoby tvorennya imidzhu politychnoho lidera (na materialy ukrayinskoho, rosiyskoho ta anhliyskoho politychnoho dyskursu)], Kirovograd, 2012, 278 p.

Zavalskaya L. V.

THE PROBLEM OF DEVELOPING A TYPOLOGY OF COMMUNICATIVE STRATEGIES IN POLITICAL DISCOURSE: THE BASIC CONCEPTS

The article is devoted to the review of basic scientific approaches to the concept of communicative strategies and tactics in political discourse. Concepts of Ukrainian and foreign researchers are considered in which the classifications of communicative strategies and tactics are proposed, reliably for political communication. A generalization and a critical rethinking of the described typologies have been made, on the basis of which it is proposed to classify its own strategies on the material of the Ukrainian political discourse with support for the delimitation of conflict and cooperative types of communicative interaction.

Key words: *political discourse, political communication, communicative strategy, communicative tactics, typology.*