

УДК 811.161.2'42:808.51:32(043.5)

Л. І. Стрій

кандидатка філологічних наук,
доцентка кафедри прикладної лінгвістики
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

**КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ В МОВЛЕННІ УКРАЇНСЬКИХ
ПРЕЗИДЕНТІВ: РИТУАЛЬНІ МОВЛЕННЄВІ ЖАНРИ**

Статтю присвячено розробленню типології комунікативних стратегій, представлених у ритуальних жанрах президентського дискурсу України. Розглянуто привітання, звернення та інавгураційні промови всіх українських президентів з метою виокремлення та характеристики обраних стратегій спілкування з адресатами. Комунікативну стратегію потрактовано як загальну схему, план реалізації комунікативного задуму, що передбачає використання конкретних мовленнєвих дій (тактик і відповідних мовних засобів). У президентському дискурсі виокремлено стратегії консолідації, самопрезентації та агітації. Доведено, що стратегія консолідації реалізує інтенцію поєднання президента з народом, стратегія самопрезентації – представлення президента як непересічної особистості, політика-легенди, стратегія агітації – спонукання до підтримки політика-мовця. Кожна стратегія реалізується за допомогою відповідних комунікативних тактик і мовних засобів.

Ключові слова: політичний дискурс, президентський дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, ритуальний жанр.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Аналіз політичного дискурсу (далі – ПД) передбачає вивчення механізмів мовленнєвого впливу, розгортання комунікативних векторів спілкування та планування комунікативної взаємодії. Політики свідомо чи несвідомо обирають мовні засоби, що є найбільш потужними та дієвими в аспекті впливу на адресата. Можливість цього вибору закладена в самій комунікативній взаємодії, що визначається суб'єктною орієнтацією дискурсу на мовця та реципієнта. Зважаючи на це, О. С. Іссерс вважає, що «мовленнєва поведінка варіативна – в тому значенні, що розв'язання комунікативного завдання допускає декілька комунікативних ходів» [2, с. 52]. Для впливу на адресата в ПД мовець використовує певний набір таких ходів, ефективність яких залежить від багатьох чинників, зокрема від умов комунікативної взаємодії.

Мета дослідження – проаналізувати основні комунікативні стратегії, якими послуговуються українські президенти під час виголошення текстів ритуальних жанрів – привітань та інавгураційних промов.

Ступінь вивчення проблеми в сучасній лінгвістиці. Уперше поняття комунікативної стратегії (далі – КС) обґрунтував Т. А. ван Дейк на позначення

«усвідомленої, інтенційної діяльності комуніканта, що скерована на досягнення певної мети, та когнітивного / ментального представлення ефективних засобів досягнення цієї мети [1, с. 62–65]. Йшлося про породження та сприйняття природної мови її носіями, однак витлумачення цього поняття та його сутнісних ознак чи характеристик наведено не було, хоч це і передумовило подальше вивчення КС в дискурсах різних типів. Основну увагу дослідженню КС приділено в працях російських лінгвістів О. С. Іссєрс, О. П. Сквородникова, І. В. Труфанової, Н. І. Формановської, Т. Є. Янко та українських учених, які здебільшого вивчали КС на матеріалі ПД, Г. Г. Почепцова, Л. Л. Славової, О. О. Чорної та ін.

Матеріалом дослідження слугували текстові версії усних виступів українських президентів – Л. Кучми, В. Ющенко, В. Януковича, П. Порошенка, В. Зеленського.

Викладення основного матеріалу дослідження. Стратегії традиційно витлумачують як «планування процесу мовленнєвої комунікації залежно від конкретних умов спілкування та особистостей комунікантів, а також реалізацію цього планування. Інакше кажучи, мовленнєва стратегія становить комплекс мовленнєвих дій, скерованих на досягнення комунікативної мети» [2, с. 54]. Н. І. Формановська наголошує на тому, що КС скерована на «переконання партнера щодо здійснення/нездійснення чогось, завоювання власного авторитету, зміну світогляду адресата, вступ у співпрацю, глобальні згоду/ відмову [5, с. 341]; О. І. Криницька пропонує таке визначення КС – «це універсальна категорія мовлення, що об'єднує ієрархічно впорядковані стосовно глобального задуму мовця прагматичні одиниці спілкування і спрямована на розв'язання загального комунікативного завдання, реалізуючись через комунікативні тактики й комунікативні ходи» [3, с. 23]. Отже, КС – це загальна схема, план реалізації комунікативного задуму, що передбачає використання конкретних мовленнєвих дій (тактик і відповідних мовних засобів).

В українському президентському дискурсі виокремлюємо такі КС: консолідації, самопрезентації та агітації

Стратегія консолідації є визначальною, оскільки метою ритуальної комунікації є об'єднання в одну спільноту, тобто актуалізована інтегративна функція. На думку О. Й. Шейгал, ПД президента взагалі є жанром інтеграції в ПД [6, с. 246]. У вітальних жанрах КС консолідації насамперед виражається в об'єднанні мовця-політика з народом, у наголошенні на єдності з адресатом, напр.: *Ми, громадяни України, радіємо здійсненню мрії про українську державу, яке відбувалося на наших очах. Ми горді її визнанням у світі, ми віримо у її європейське майбутнє* (Привітання з Днем незалежності України, В. Ющенко, 2005); *Це не моя, це наша спільна перемога. І це – наш спільний шанс. За який ми несемо спільну відповідальність* (Інавгураційна промова, В. Зеленський, 2019). Президент країни, який вітає зі святами народ, не відокремлює себе від нього, а навпаки – об'єднує, що передає основну ідею президентської ритори-

ки. Вживання займенника *ми* тут позначає не узагальненого діяча, а спільного, що охоплює мовця та адресата.

У ритуальних жанрах КС консолідації зумовлює безпосереднє ототожнення єднання мовця (політика) з адресатом (народом), тому політичні перемоги і досягнення подаються як результати спільних дій, зокрема це стосується інавгураційних промов президентів, напр.: *...сьогоднішній день є для мене датою не власного торжества, не особистої перемоги, а торжества і перемоги усієї української спільноти* (Інавгураційна промова, Л. Кучма, 1999).

На лексичному рівні КС консолідації позначена використанням лексем *єдність, соборність, консолідація, неподільність, об'єднання, спільний, спільнота* тощо та похідних від них, напр.: *Для реалізації наших амбітних планів нам потрібні не лише мир та єдність країни, але й консолідація всіх патріотичних, проукраїнських, проєвропейських сил* (Інавгураційна промова, П. Порошенко, 2014); *І це – наша спільна мрія. Але у нас є і спільний біль* (Інавгураційна промова, В. Зеленський, 2019). Фіксуємо також аксіологічне протиставлення єдність/розділення, що реалізує КС консолідації, напр.: *Ми, громадяни України, стали єдиною українською нацією. Нас не розділити ні мовами, якими ми розмовляємо, ні вірами, які ми ісповідуємо, ні політичними поглядами, які ми обираємо. У нас одна українська доля. У нас одна українська гордість. Ми горді тим, що ми є українці!* (Інавгураційна промова, В. Ющенко, 2005).

Основним мовним засобом реалізації КС консолідації є вживання займенникових форм *ми, наш, усі* тощо, напр.: *Ми разом* доклали зусиль до цього документу (Інавгураційна промова, П. Порошенко, 2014); *З позицій жорсткого прагматизму ми будемо підходити і до питань зовнішньої політики держави* (Інавгураційна промова, Л. Кучма, 1999). Ці засоби характерні для всіх ритуальних текстів.

Стратегія самопрезентації орієнтована на виявлення іміджевих рис політиків. Л. Л. Славова вказує на мету КС самопрезентації як «створення власного позитивного іміджу» [4, с. 204]. У разі президентської риторики йдеться про актуалізацію іміджевих характеристик політичних лідерів та оптимізоване подання інформації. Самопрезентація в президентській риторичі передбачає наголошення на комунікативній та соціальній ролі Президента України як винятковій у ПД, напр.: *Як Президент, я маю чітке уявлення про те, яка зовнішньополітична стратегія сьогодні найбільше відповідає національним інтересам України* (Інавгураційна промова, В. Янукович, 2010); *За Конституцією України Президент є главою держави. Це означає, що єдиний носій суверенітету і єдине джерело влади – народ покладає на нього гарантії забезпечення громадянської злагоди в суспільстві, узгодження у діяльності органів державної влади та їх взаємодії з органами місцевого самоврядування. Я це робитиму* (Інавгураційна промова, Л. Кучма, 1999). Констатування факту посадових обов'язків не стільки виражає КС самопрезентації, скільки є ритуальним елементом інавгураційного звернення.

Самопрезентація насамперед передбачає позиціонування політика як непересічної особистості, що здатна керувати державою, напр.: *Можу запевнити – задля того, щоб наші герої більше не гинули, я готовий на все. І я точно не боюся ухвалювати складні рішення, я готовий втратити свою популярність, свої рейтинги, і якщо буде потрібно – я без вагань готовий втратити свою посаду, щоб тільки настав мир* (Інавгураційна промова, В. Зеленський, 2019). Залежно від створеного політичного іміджу президенти постають у межах КС самопрезентації як цілісні, різнобічні, незвичайні люди. При цьому на перший план виходить іміджева риса людяності, тобто президент представляє себе як звичайну людину, якій властиві звичайні почуття, емоції, реакції, напр.: *Чи зручно президенту говорити про свої почуття? Так, я глибоко впевнений, що так. Сьогодні про найглибші переживання, про ставлення одне до одного маємо говорити всі – у наших сім'ях, у святкових товариствах, не забуваючи ні про кого, про жодне найсамотніше серце* (Новорічне привітання, В. Ющенко, 2008). На вербальному рівні ця стратегія виявляється у частотних риторичних запитаннях, як у цьому прикладі, а також у синтаксичних конструкціях з дієслівно-присудковими компонентами у формі 1-ої особи однини. Семантика присудкових дієслів більшою мірою виражає почуття і думки, тобто це дієслова почуттів, мовлення та мислення, напр.: *Як і в кожній людині, у мене теж є мрія, і я роблю все, аби щодня вона ставала реальністю. Я мрію побачити Україну квітучою і розвиненою. Я мрію про Україну, яка стане регіональним лідером, яка – як і колись – своїми чорноземами годуватиме світ. Про Україну, якою ми будемо пишатися.* (Новорічне привітання, Л. Кучма, 2004). Політик постає як людина, здатна до переживання, до звичайних людських емоцій, що наближає його до адресатів, до народу.

Стратегія агітації орієнтована на вираження закличної функції в ритуальних жанрах ПД. І хоч заклики не є основним функційним навантаженням ритуальних текстів, скерованих на фатику, на стратегічному рівні вони представлені в аналізованих текстах. Заклики до конкретних дій у ритуальних текстах переважно орієнтовані на ритуальні дії адресатів, що мають слідувати за вербалізацією заклику, напр.: *Перш ніж наповнити келихи, за мить до дванадцяти ударів, які сповістять про Новий рік, і перед тим, як заспівати «Ще не вмерла», разом, всією Україною, вшануємо пам'ять воїнів, які віддали своє життя за Україну, і пам'ять мирних громадян, які загинули з вини агресора* (Новорічне звернення, П. Порошенко, 2015). Заклик передбачає «хвилину мовчання», що маніфестує вшанування пам'яті загиблих воїнів, тому адресати мають виконати відповідні дії разом з мовцем-президентом.

Проте такі конкретні заклики до дій є скоріше винятками для політичних ритуалів, тому що навіть використання імперативів з наказовою формою дієслів не завжди передає заклик діяти, напр.: *Сьогодні, думаючи про рік наступний і майбутні роки, я звертаюся до нової української людини, яка народжується у непростих випробуваннях і, можливо, неспокої. Нічого не бійся. Йди впевнено вперед. Ти переможеш* (Новорічне привітання, В. Ющенко, 2010). Звернення

до уявного адресата узагальненого характеру характерно саме для декларативних текстів. Політичний імператив, виражений формою 2-ою особи однини, має масову адресацію: звертаючись до уявного адресата, політик звертається до всього народу, але обрана форма інтимізує звернення, наближає мовця до адресата. У такий спосіб створюється ефект спонтанного, реального діалогу.

Частотним є вживання імперативних форм 1-ої особи множини, які вказують на поєднання мовця та реципієнта, напр.: *Любімо один одного. Шануймо один одного. Вітаймо вічне народження Бога* (Привітання з Різдом Христовим, В. Ющенко, 2009). Тут фіксуємо накладання агітаційної КС та КС консолідації, при цьому президент об'єднує себе з народом, а не лише закликає до єднання нації. Такі мовні репрезентації агітаційної стратегії, на нашу думку, є найпродуктивнішими для ПД, оскільки виконують подвійну функцію, «працюючи» одночасно в різних стратегічних напрямках, напр.: *Усіх, хто готовий допомагати українцям будувати саме таку країну, – ласкаво просимо долучатися. Іншим – велике прохання не зав'язати* (привітання з Днем незалежності України, В. Зеленський, 2020).

Політичні заклики можуть бути безадресними, якщо йдеться про слоганістику або політичні гасла, утворені за моделлю «Хай (нехай) + буде (дієслово доконаного виду у формі теперішнього часу)», напр.: *Хай буде мир!* У ритуальних текстах такі випадки реалізації агітаційної КС не частотні, але мають місце, напр.: *Хай збудеться пророцтво Шевченка: «І на оновленій землі врага не буде супостата, а буде син, і буде мати, і будуть люди на землі!»* (Новорічне привітання, П. Порошенко, 2015); *Нехай вічно майорить над нами великий стяг свободи, який захищають наші війська і наші серця* (Привітання з Днем Незалежності України, В. Ющенко, 2009). Тут також спостерігаємо контамінацію агітаційної КС з самопрезентацією у варіанті тактики інтелектуалізації, вираженої через цитування Кобзаря.

Отже, агітаційна КС має експліцитне та імпліцитне вираження в ПК, передбачає використання як прямих закликів з використанням спонукальних речень та імперативних синтаксичних форм, так і прихованих – перформативних дієслів у неперформативному вживанні та описових конструкцій на позначення політичних закликів.

Висновки і перспективи дослідження. Комунікативну стратегію потрактовано як загальну схему, план реалізації комунікативного задуму, що передбачає використання конкретних мовленнєвих дій (тактик і відповідних мовних засобів). У президентському дискурсі виокремлено стратегії консолідації, самопрезентації та агітації. Стратегія консолідації реалізує інтенцію поєднання президента з народом, стратегія самопрезентації – представлення президента як непересічної особистості, політика-легенди, стратегія агітації – спонукування до підтримки політика-мовця. Кожна стратегія реалізується за допомогою відповідних комунікативних тактик і мовних засобів. Перспективи дослідження полягають у подальшій розробці типології стратегій у президентському дискурсі.

Література

1. Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Москва: Либроком, 2013. 344 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва: КомКнига, 2006. 288 с.
3. Криницька О. І. Реалізація комунікативних стратегій у художньому тексті (на матеріалі української модерної драми кінця XIX – початку XX століття): дис. канд. філол. наук. Івано-Франківськ, 2009. 249 с.
4. Славова Л. Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсонології: США – Україна. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. 360 с.
5. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва: Русский язык, 2002. 216 с.
6. Шейгал Е. И. Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса. *Жанры речи* – 3. Саратов, 2002. С. 205–214. Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-02.htm>

References

1. Dejk T. A. van. Diskurs i vlast'. Rerezentatsyja dominirovaniya v yazyke i kommunikatsyi [Discourse and power. Representation of dominance in language and communication]. Moskva: Lybrokom, 2013. 344 s.
2. Issers O. S. Kommunikativnyje strategii i taktiki russkoj rechi [Communicative strategies and tactics of Russian speech.]. Moskva: KomKnyha, 2006. 288 s.
3. Krynyts'ka O. I. Realizatsiya komunikativnykh stratehiy u khudozhn'omu teksti (na materialy ukrayins'koyi modernoyi dramy kintsya KHKH – pochatku KHKH stolittya) [Realization of communicative strategies in the artistic text (on the material of the Ukrainian modern drama of the end of the XIX – the beginning of the XX century): dys. kand. filol. nauk. Ivano-Frankivs'k, 2009. 249 s.
4. Slavova L. L. Movna osobystist' lidera u dzerkali politychnoyi lnhvopersonolohiyi: SSHA – Ukrayina [Linguistic personality of the leader in the mirror of political linguo-personology: USA – Ukraine]. Zhytomyr: Vyd-vo ZHDU im. I. Franka, 2012. 360 s.
5. Formanovskaya N. Y. Rechevoje obshchenije: kommunikativno-pragmaticheskij podchod [Speech communication: communicative-pragmatic approach.]. Moskva: Russkyy yazyk, 2002. 216 s.
6. Shejhal E. Y. Inauguratsyonnoje obrashchenije kak zhanr politicheskoho diskursa [Inaugural address as a genre of political discourse.]. *Zhanry rechy* – 3. Saratov, 2002. S. 205–214. Rezhym dostupu: <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-02.htm>

Striy L. I.

COMMUNICATIVE STRATEGIES IN THE MOVEMENT OF UKRAINIAN PRESIDENTS: RITUAL MOVEMENT IN GENRES

The article is dedicated to the disintegration of the typology of communal strategies, represented in the ritual genres of the presidential discourse of Ukraine. Visible admiration, brutalization and promotion of all Ukrainian presidents with the help of viral links and characteristics of the reciprocal strategies of communication with ad-

dressees. Komunikativnu strategiyu potraktovano yak zagalnu scheme realizatsii plan komunikativnogo brainchild of scho peredbachae vikoristannya specific movlennevih Act reasonably (tactics i vidpovidnih movnih zasobiv. We prezidentskomu diskursi viokremleno strategii konsolidatsii, samoprezentatsii that agitatsii. Bring scho strategiya konsolidatsii realizue intentsiyu poednannya President of the people, strategiya samoprezentatsii – presentation of the president as an unresolved specialty, politics-legend, strategy of agitation – spontaneous before the adoption of politics-movement.

Key words: political discourse, presidential discourse, comunicative strategy, comunicative tactics, ritual genre.