© О. В. Дзикович, Ю. Р. Гайдаєнко

ISSN 2519-2558
МОВА В ДІАЛОЗІ КУЛЬТУР

Отримано: 26 червня 2022 р.

Прорецензовано: 30 липня 2022 р.

Прийнято до друку: 20 серпня 2022 р.

e-mail: dzykovich@gmail.com

julia.r.gaidaienko@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2022-14(82)-94-97

Дзикович О. В., Гайдаєнко Ю. Р. Порівняльний аналіз комунікативних стратегій та тактик промов Ангели Меркель та Петра Порошенка. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. Вип. 14(82). С. 94–97.

УДК: 811.112.2

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-6740-8591
Web of Science Researcher ID: J-5695-2017

Дзикович Ольга Володимирівна,
кандидат філологічних наук, доцент,
КПІ ім. Ігоря Сікорського

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9299-6903
Web of Science Researcher ID: GLT-2452-2022

Гайдаєнко Юлія Ростиславівна,
здобувачка вищої освіти, факультет лінгвістики
КПІ ім. Ігоря Сікорського

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ТА ТАКТИК ПРОМОВ АНГЕЛИ МЕРКЕЛЬ ТА ПЕТРА ПОРОШЕНКА

Статтю присвячено актуальним проблемам сучасної політичної комунікації, її лінгвопрагматичному та психолінгвістичному аспектам. У роботі проаналізовано промови колишньої канцлерки Німеччини Ангели Меркель та екс-президента України Петра Порошенка. Авторами статті було розглянуто комунікативні стратегії і тактики, які часто використовувалися у промовах політичних діячів Німеччини та України. Авторами була досліджена специфіка мовлення політичних діячів та виявлена закономірності вживання різних комунікативних прийомів, відповідно до цілі, яку політикам необхідно було досягти. Особливу увагу було приділено стратегії самопрезентації і тактикам ототожнення та солідаризації, що її реалізують, а також стратегії формування емоційного настрою адресата та реалізуючим її тактикам акцентування позитивної інформації та звертання до емоцій адресата. Крім того було здійснено компаративний аналіз лінгвістичних прийомів, що використовувалися у промовах Ангели Меркель та Петра Порошенка. Розглянуті у статті прийоми використання комунікативних стратегій і тактик можуть послугувати для подальших досліджень у лінгвістичному та політичному дискурсах. Наразі дослідження політичного мовлення є дуже актуальним. Адже завдяки аналізу досвіду попередніх політичних діячів, діючі та майбутні представники влади тієї чи іншої країни можуть уникнути багатьох помилок та налагодити міцні контакти із своїми вітчизняними та закордонними партнерами. Також у рамках лінгвопраграматики та психолінгвістики дослідження промов політичних діячів може стати в нагоді для розробки схем мовної поведінки політиків, виявлення особливостей впливу на свідомість реципієнтів різного рівня: на аудиторію виборців та на партнерську аудиторію.

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

Olga Dzykovych,
PhD in Philology, associate professor,
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»
Yuliia Haidaienko,
applicant for higher education,
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

COMPARATIVE ANALYSIS OF COMMUNICATION STRATEGIES AND TACTICS IN ANGELA MERKEL'S AND PETRO POROSHENKO'S SPEECHES

The article is devoted to topical problems of modern political communication, its linguopragmatic and psycholinguistic aspects. The paper analyzes the speeches of former German Chancellor Angela Merkel and former President of Ukraine Petro Poroshenko. The authors of the article considered the communication strategies and tactics that are often used in the speeches of politicians in Germany and Ukraine. The authors studied the specifics of the speech of politicians and identified the patterns of use of various communication techniques, in accordance with the goal that politicians needed to achieve. Particular attention was paid to the strategy of self-presentation and tactics of identification and solidarity that implement it, as well as strategies for forming the emotional mood of the recipient and its implementing tactics of emphasizing positive information and addressing the emotions of the recipient. In addition, a comparative analysis of the linguistic techniques used in the speeches of Angela Merkel and Petro Poroshenko was carried out. The methods of using communicative strategies and tactics discussed in the article can be used for further research in linguistic and political discourses. Currently, the study of political speech is very relevant. After all, by analyzing the experience of previous politicians, current and future government officials of a country can avoid many mistakes and establish strong contacts with their domestic and foreign partners. Also in the framework of linguistics and psycholinguistics, the study of speeches of politicians can be useful for developing patterns of language behavior of politicians, to identify features of influence on the minds of recipients of different levels: the voter audience and the partner audience.

Key words: *communicative strategy, communicative tactics, political discourse, self-presentation, political communication.*

Вступ та постановка проблеми. Мова є одним з найсильніших засобів впливу на аудиторію, тому цій її властивості приділяється багато уваги в рамках дослідження політичного дискурсу та політичної комунікації. Маніпулятивні властивості мови надають політичним діячам широкий спектр можливостей для впливу на людей. Політичний дискурс як різновид персуазивного (переконливого) відзначається високою маніпулятивністю, за допомогою чого політичний діяч впливає

на адресата з метою внести когнітивні зміни до його картини світу, які спричиняють регуляцію диспозицій та діяльності адресата на користь політика. Під персуазивністю дослідники розуміють вплив автора усного чи письмового повідомлення на його адресата з метою переконання у чомусь, заклику до виконання або невиконання ним певних дій. При персуазивній комунікації людина свідомо продукує висловлювання, що спрямовані на виклик певної реакції у реципієнта (Чернявська, 2006: 134).

Багаторазове повторення тієї чи іншої інформації або ідеї призводить до сприйняття її адресатом як достовірної або істинної і забезпечує прихильність аудиторії до людини, що проголошую цю інформацію/ідею.

Дослідження мовлення політиків становить особливий інтерес для лінгвістики, оскільки ця мова є однією з важливих форм презентації актуальної інформації – подій, що відбуваються в нашій країні та у світі, а також їхні інтерпретації представниками влади.

Актуальність роботи полягає у тому, що нині політична ситуація у світі дуже напружена і інтернаціональні відносини є дуже важливими. В Україні іде війна і, аналізуючи комунікативні стратегії і тактики попередніх політичних діячів, можна уникнути багатьох помилок у майбутньому та побудувати правильну перекладацьку поведінку.

Мета роботи: дослідити мовні стратегії і тактики німецького та українського політичних діячів та провести їх порівняльний аналіз.

Об'єктом дослідження виступають політичні промови Ангели Меркель за період з 2008 по 2015 роки та виступ Петра Порошенка на Конгресі США від 18 вересня 2014 року, а також промови Петра Порошенка на дебатах кандидатів у президенти України 2019 року.

Предметом дослідження є комунікативні стратегії і тактики у політичному дискурсі Німеччини та України.

Завдання роботи: визначити та класифікувати мовні стратегії і тактики у політичній комунікації; порівняти частотність вживання певних тактик, що притаманні німецькому та українському політикам; проаналізувати промови Ангели Меркель та Петра Порошенка та визначити спільні риси цих промов.

Аналіз останніх досліджень. Комунікативістика останнім часом посідає чільне місце у мовознавчих дослідженнях. Особливу увагу вчені приділяють аналізу комунікативної поведінки учасників різних дискурсів та специфіці добору мовленнєвих стратегій і тактик.

За визначенням Т. Є. Янко, комунікативні стратегії полягають у виборі наміру промови, її семантичних компонентів, визначенні обсягу інформації, співвіднесення інформації зі станом свідомості слухачів та фактором емпатії, визначення послідовності комунікативних складових, а також виборі певного комунікативного режиму, стилю та жанру (Янко, 2001: 384).

О. Н. Паршина розуміє комунікативну стратегію (далі КС) «як надзавдання мови, що диктується практичними цілями того, хто говорить», як «певну спрямованість мовної поведінки в даній ситуації на користь досягнення мети комунікації» (Паршина, 2007)

Щодо політичного дискурсу розроблено низку типологій КС, отже, розглянемо основні з них. К. Ф. Сєдов виокремлює такі стратегії: інвективні (знижена семіотичність), куртуазні (підвищена семіотичність) і раціонально-евристичні (опора на здоровий глузд) відповідно до мовних особистостей політиків: конфліктної, центрованої й кооперативної (Сєдов, 2004: 320).

На сучасному етапі дослідження промов політичних діячів можна прослідкувати закономірності побудови цих промов, визначити їхні спільні риси та провести порівняльний аналіз промов політиків, спрямованих на досягнення певної мети та отримання очікуваного фідбеку від аудиторії. Для вибору найбільш доцільних комунікативних стратегій і тактик та побудови ефективної промови політичним діячам слід звертати увагу на такі фактори: а) динаміку суспільного розвитку; б) прагматичні характеристики мовних засобів; в) їх найбільш ефективне поєднання в рамках окремого виступу. Врахування ситуації спілкування, її загальних та приватних характеристик, правильне використання механізмів впливу, їх виразних можливостей забезпечує ефективну взаємодію політика з аудиторією і призводить до досягнення бажаних результатів та поставлених цілей.

Головними рисами політичного мовлення є її публічність, цільова адресованість, ідеологічна маркованість, аргументативність, конкурентність, що виражається особливим чином подачі інформації, положень та доказів. У політичних промовах на перший план виходять механізми переконання та впливу на свідомість адресата.

О. С. Іссерс розуміє під комунікативною стратегією «комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативних цілей», який «включає планування процесу мовної комунікації в залежності від конкретних умов спілкування і особистостей учасників комунікації, а також реалізацію цього плану» (Іссерс, 1999: 284).

Також мовна стратегія може трактуватися як сукупність мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети залежно від конкретних умов та характеристик особистості (Іссерс, 2008).

Виклад основного матеріалу. У ході нашого дослідження варто спершу розглянути, які комунікативні стратегії і тактики використовує у своїх промовах Ангела Меркель.

У результаті проведеного аналізу виступів Ангели Меркель було зроблено такі висновки:

1. Набір мовних стратегій і тактик, що використовуються у межах текстів її промов є практично незмінним. Базовими стратегіями є: стратегія самопрезентації, інформаційно-інтерпретаційна стратегія, аргументативна стратегія, стратегія формування емоційного настрою адресата та агітаційна стратегія. Проте, як свідчить дослідження, значимість окремих тактик зазнавала змін. На початку свого шляху на посаді федерального канцлера (2005-2006 рр.) А. Меркель часто вдавалася до використання тактик, орієнтованих на згуртування та колективізацію населення (ототожнення, солідаризація): *«Das mussten wir wieder mit Schrecken erfahren»; «Wird als ein Jahr in Erinnerung bleiben, das anders verlaufen ist, als wir uns das zu Silvester vor einem Jahr vorstellen konnten»*, а також на створення єдиного національного духу (заклик, врахування ціннісних орієнтирів адресата): *«Es war das Jahr, in dem wir in Europa in lange nicht gekannter Härte erfahren haben, was es bedeutet, wenn Grundlagen unserer europäischen Friedensordnung infrage gestellt werden – also die freie Selbstbestimmung der Völker»*. Також ми бачимо в подальшому посилення ролі фактологічних тактик (акцентування позитивної інформації, визнання існування проблем, погляд на проблему з іншого боку) та тактик, орієнтованих на вирішення проблем (вказівку на перспективу):

«Europa hat große Erwartungen an unser Land», тоді як стратегія агітації відходить на другий. Набір стратегій і тактик, що використовуються А. Меркель змінюється через події на міжнародній політичній арені. Так, в останніх виступах було виявлено випадки використання конфліктних тактик (несхвалення, прихованого звинувачення): *«...dass Europa ein angebliches Recht eines Stärkeren, der das Völkerrecht missachtet, nicht akzeptieren kann und nicht akzeptieren wird».*

2. З часом Ангела Меркель відчуває все сильнішу особисту відповідальність за ухвалені політичні рішення, що проявляється у більш частому використанні займенника 1-ї особи однини *ich*.

3. Мовні стратегії, що використані в аналізованих текстах, також доповнювалися емоційною складовою. На нашу думку, незважаючи на відсутність харизми у А. Меркель, її виступи відрізняються підвищеною емоційністю, яка створюється за допомогою використання емоційно забарвленої лексики (*Schrecken, missachten*) та засобів художньої образотворчості (*in nicht gekannter Härte*), вони просякнуті національним духом, чому сприяють лексеми *«wir», «alle», «gemeinsam».*

4. Характерною ознакою текстів виступів А. Меркель є комбіноване використання мовленнєвих стратегій і тактик, що слугує ефективнішому досягненню комунікативних цілей.

Як ми вже зазначили, виступи А. Меркель відрізняються підвищеною емоційністю. Вона вміло переконує світове співтовариство фактичними даними, використовуючи тактику акцентування. Одним із способів привернення уваги є використання персоніфікованих висловлювань: «***Ich*** spreche immer noch von einem Hoffnungsschimmer…», «***Wir*** wussten damals wie heute…». Ще одним маркером тактики акцентування виступає модель зі значенням зобов'язання – модальне дієслово + дієслово в інфінітиві. «Ich ***will*** hier nur die wesentlichen Stichworte ***nennen***…», «Wir ***müssen*** heute ***konstatieren***…». Не менш частотним прийомом реалізації тактики акцентування є вживання дієслова *mögen* у презенсі кон'юнктиву. Він позначає непряме прохання або побажання: «…wobei ich auch noch einmal darauf hinweisen ***möchte***…».

Подальшим кроком нашого дослідження є аналіз промов Петра Порошенка.

Особливу увагу при дослідженні українського політичного дискурсу. Це стосується насамперед передвиборчих дебатів, у яких політики виступають прямими опонентами, проте задачею кожного з ним є не вплив на картину світу свого супротивника з політичних перегонів, а на свідомість електорату. Вплив на адресата у цій стратегії відрізняється високою емоційністю. Стратегія театральності реалізується за допомогою низки тактик: 1) тактика спонукання – промовець прагне спонукати аудиторію до здійснення тієї чи іншої дії, намагаючись переконати у правильності своєї погляду; 2) тактика розмежування, що полягає у побудові опозиції «свої-чужі». Політик, який використовує цю тактику, прагне показати потенційному виборцю, що він не має відношення до негативних подій, усуваючи діяльність негідного опонента; 3) тактика обіцянки – політик зобов'язується здійснити будь-що. Зазначається, що ідеальним способом для реалізації тактики є використання форми майбутнього часу дієслова досконалого виду (Михальова, 2009: 256).

Простеживши за діяльністю П. Порошенка у якості кандидата у президенти України, можна сміливо відзначити, що він проявляв значну активність упродовж агітаційної кампанії перед другим туром як найвдаліше реалізовував вище згадану стратегію театральності. Майже щодня суспільство спостерігало за його виступами на різних платформах, у мережі публікувалися актуальні записи, оприлюднювалися нові відеоматеріали. П. Порошенко привертав увагу аудиторії участю у різних телевізійних програмах, що підвищувало як рейтинг каналу, так і його власний. Політик намагався обрати максимально ефективні тактики для виправлення помилок, що були ним скоєні раніше і через які він значно втратив довіру виборців. Тому комунікативна стратегія промови П. Порошенка була побудована на використанні народових настроїв. П. Порошенко зосередився на: тактиці розкаяння в помилках: *«У нас сьогодні дуже ефективно працює пропаганда Росії як частина гібридної війни проти нашої держави. І сьогодні ми нарешті добилися,… і я вас вітаю з цим»*; прагненні закріпити й примножити здобутки: *«І я робив і буду робити все, що від мене залежить»; «І я буду боронити президентом, кандидатом або громадянином»*; тактиці гри на почуттях (на почутті страху втратити те, що далося українському народові дуже дорогою ціною): *«Якби ви знали, в якому стані я прийняв державу в 2014 році…», «Головне – не втратити країну»*; акцентуванні на недоліках суперника: *«… я вважаю, що величезні ризики, які скопилися над нашою державою, є некомпетентність»*.

Для цілісності дослідження варто порівняти стратегії і тактики, що використовували А. Меркель і П. Порошенко у своїх промовах. Безумовно є дуже багато спільних аспектів, що притаманні їхнім промовам. Проте є і суттєві відмінності, зумовлені як лінгвістичними розбіжностями, так і специфікою політичного дискурсу Німеччини і України.

Обом політикам притаманна підвищена емоційність у їхніх промовах. Проте на відміну від П. Порошенка А. Меркель рідше використовує стратегію театральності. Для суворого німецького характеру не властивий зайвий прояв емоцій і певною мірою це може зашкодити іміджу політика. Для української аудиторії емоційність того, хто говорить, дуже важлива і політичний діяч, який проявляє емоції, схожі на ті, які переживає його аудиторія, набагато швидше і сильніше зможе привернути її до себе. А. Меркель активно використовує у своїх промовах стратегію формування емоційного настрою адресата за допомогою таких тактик як: тактика акцентування позитивної інформації (зосередження уваги на досягненнях політичної партії, яку вона очолює, акцентування на позитивних змінах у суспільстві, згадування безпосередньо громадян та їхнього вкладу у розвиток країни), тактика звертання до емоцій адресата (А. Меркель зосереджує увагу на громадянах Німеччини, відмічає, що «всі вони» «разом» причетні до того факту, що країна процвітає, що це «спільне» досягнення).

Спільними для обох політиків є тактики прихованого і відкритого заклику. Тактика прихованого заклику мотивує аудиторію самостійно обдумувати те, що вони почули і приймати рішення, яким чином вони будуть діяти, кого підтримувати на виборах. Коли політику необхідно донести до адресатів конкретну думку, мотивувати їх підтримати саме його, доцільне використання тактики відкритого заклику. Однією з важливих тактик у промовах політиків є тактика вказання на перспективу.

Щодо тактики контрастивного аналізу, А. Меркель у своїй промові каже про те, що хоча німці і заявляють, що «вони є одним народом», дехто із них вагається, чи дійсно він є причетним до подій, що відбуваються. П. Порошенко у своїй промові заявляє, що український народ буде стояти на своєму до кінця, що б не відбувалося. Це зумовлено розбіжностями у німецькому та українському менталітетах.

Однією із найважливіших комунікативних тактик у політичному дискурсі Німеччини та України (і загалом будь-якої держави) є тактика врахування ціннісних орієнтирів. Будуючи свої промови, політики мають звертати увагу насамперед

не на власні цінності, а на цінності їхньої аудиторії. В одній із своїх промов А. Меркель звертає увагу на одну з головних європейських цінностей «вільне самовизначення народів». П. Порошенко також зосередив увагу на цінностях американського та українського народів під час виступу на Конгресі США 18 вересня 2014 року – а саме «свободі», «демократії» та «верховенстві права» («This partnership is not circumstantial. It has not come about because we find ourselves “in the same boat”. It came about because, in the moment of existential crisis, Ukraine’s choice was the same as America’s: freedom, democracy, and the rule of law»).

Висновки та перспективи досліджень. Аналізуючи промови політичних діячів різних держав, можна простежити певні закономірності їхньої побудови, виявити специфічні особливості політичної комунікації, що притаманні тому чи іншому політику, а також провести компаративний аналіз промов для виявлення спільних та відмінних рис, що в майбутньому може допомогти у налагодженні ефективної та взаємовигідної комунікації. З огляду на зовнішньополітичну ситуацію країн, що опинились так чи інакше причетними до нинішньої війни, грамотна міжкультурна комунікація та релевантний добір мовленнєвих стратегій і тактик при спілкуванні лідерів держав є необхідною умовою їхньої інтеракції. Саме тому глибше дослідження цієї галузі має безумовну перспективну складову.

Література:

1. Іссерс О. С. Комунікативні стратегії та тактики російської мови. Омськ: Вид-во Омськ. держ. ун-ту, 1999. С. 284.
2. Іссерс О. С. Комунікативні стратегії та тактики російської мови. Москва: ЛКІ, 2008
3. Матвєєва Т. В. Управління співрозмовником у діалогічному мовному спілкуванні/Т. В. Матвєєва // Проблеми мовної комунікації: Межвуз. зб. наук. роб. – Саратов: Вид-во Сарат. ун-ту, 2004. Вип. 4. С. 152–65.
4. Михальова О. Л. Політичний дискурс. Специфіка маніпулятивної дії. М: Ліброком, 2009. С. 256.
5. Паршина О. М. Російська політична мова: Теорія та практика / за ред. О. Б. Сіротініної. Вид. 2-ге, випр. та дод. М: Видавництво ЛКІ, 2007.
6. Сєдов К. Ф. Дискурс і особистість: Еволюція комунікативної компетенції. М.: Лабіринт, 2004. С. 320.
7. Чернявська В. Є. Дискурс влади та влада дискурсу: проблеми мовного впливу. М: Флінта: Наука, 2006. С. 134.
8. Янко Т. Є. Комунікативні стратегії російської мови. Москва, 2001. С. 384.

References:

1. Issers, O. S. (1999) Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi [Communicative Strategies and Tactics of the Russian Language] Om. Gos. Un-t. Omsk. 284 [in Russian].
2. Issers, O. S. (2008) Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi [Communicative strategies and tactics of the Russian language] Izd. 5-e. M.: Izdatel'stvo LKI [in Russian].
3. Matveeva, T. V. (2004) Upravlenie sobesednikom v dialogicheskom rechevom obshchenii [Managing the Spouse in Dialogic Language Communication] Problemy rechevoy kommunikatsii. Vyp. 4: Vlast' i rech'. Saratov, [in Russian].
4. Mikhaleva, O. L. (2009) Politicheskiy diskurs : Spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya [Political Discourse. Specificity of Manipulative Discourse]. M.: Librokom. 256 [in Russian].
5. Parshina, O. N. (2007) Rossiyskaya politicheskaya rech': teoriya i praktika [The Russian political language: Theory and practice] / pod red. O. B. Sirotininoy. 2-e izd., ispr. i dop. Moskva: izdatel'stvo LKI [in Russian].
6. Sedov, K. F. (2004) Diskurs i lichnost': evolyutsiya kommunikativnoy kompetentsii [Discourse and individuality: Evolution of communicative competence]. M.: Labirint. 320 [in Russian].
7. Chernyavskaya, V. E. (2006) Diskurs vlasti i vlast' diskursa: problemy rechevogo vozdeystviya [Discourse of Power and Power Discourse: Problems of Language Influence] M.: Flinta: Nauka. 134 [in Russian].
8. Yanko, T. E. (2001) Kommunikativnye strategii russkogo yazyka [Communicative Strategies of Russian Language]. M. 384 [in Russian].