
МЕДІА-РЕКЛАМА ТА PR

УДК 81'276.6:324:35.075.31(477)

Оксана Бутук



КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ ЕПІСТОЛЯРІЇ: ДИСКРЕДИТАЦІЯ ТА АРГУМЕНТАЦІЯ В ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглянуто одну із форм міжнародного спілкування, зокрема офіційне листування вищих посадових осіб держав. Досліджено конкретні комунікативної стратегії листування Президентів Російської Федерації Дмитра Медведєва та України Віктора Ющенка, розпочате офіційним зверненням Голови РФ від 11 серпня 2009 року. Доведена тотожність використання стратегій Президентами, але з різними тактиками.

Ключові слова: комунікація, стратегія, тактика, дискредитація, аргументація.

В статье рассмотрена одна из форм международного общения, в частности официальная переписка высших государственных чиновников стран. Исследованы конкретные коммуникативные стратегии переписки Президентом Российской Федерации Дмитрием Медведевым и Украины Виктором Ющенко, начатое официальным обращением Главы РФ от 11 августа 2009 года. Доказана тождественность использования стратегий Президентом, но с разными тактиками.

Ключевые слова: коммуникация, стратегия, тактика, дискредитация, аргументация.

One of the forms of international intercourse is considered in the article, in particular official correspondence of higher public servants of the countries. Concrete communicative strategies of correspondence of Dmitry Medvedev the President of Russian Federation and Victor Yushchenko the President of Ukraine, started by the official appeal of Dmitry Medvedev from August, 11, 2009, are investigated. It is proven, that the Presidents use identical strategies, but different tactics.

Key words: communications, strategy, tactics, discredit, the argument.

Велику роль у формуванні іміджу країни та її лідерів відіграють міжнародні стосунки, особливо офіційні зустрічі перших осіб та інші види їхньої міжособистісної комунікації. Однією з таких форм спілкування є офіційне листування вищих посадових осіб країни. Під час аналізу листів державних діячів ми можемо зробити висновки про їхнє ставлення до певної проблеми чи керівництва країни та держави в цілому. Крім того, на відміну від усного звернення, офіційне листування є більш продуманим і вимагає виваженого ставлення до висловленого. З огляду на це можна говорити про конкретні комунікативні стратегії, спрямовані на певну реакцію не тільки уособленого адресата, а й міжнародної спільноти та народів країн загалом.

У політичному та рекламному дискурсах комунікативне планування досягає рівня технологій. Мовленнєва поведінка є варіативною і рішення комунікативного завдання припускає кілька варіантів (ходів). Учасники спілкування координують власну поведінку відповідно до ситуації, яка склалася, залишаючись при цьому в межах надзавдання. Надзавдання та комунікативні ходи співвідносяться з поняттями «стратегія» і «тактика».

Під комунікативною стратегією ми будемо розуміти сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загального комунікативного завдання, а комунікативною тактикою слід вважати одну чи кілька дій, покликаних реалізувати стратегію [2, 110]. Низкою речень, реакцій та контрречень комуніканти вводять власні інтерпретації, намагаючись зробити їх загальними й у такий спосіб досягти реалізації своєї мети. Стратегія комунікативної поведінки визначає всю сферу побудови процесу комунікації, коли ставиться на меті досягнення певних глобальних результатів. Крім того, варто зазначити, що комунікативна стратегія безпосередньо пов'язана з контролем за реалізацією плану. Контроль за висновками реципієнта є частиною інтерпретації адресанта, наявної в основі комунікативного впливу. У разі комунікативної стратегії контролю означає, що під час мовленнєвого впливу комуніканти намагаються спрямувати релевантні інтелектуальні та емоційні процеси реципієнта (його інтереси, оцінки, судження) у такий спосіб, щоб ті привели його до необхідного рішення, поведінки та думок. Для блокування небажаних висновків використовуються ті самі комунікативні стратегії [2, 99].

Метою статті є аналіз стратегій і тактик, реалізованих у листуванні Президентів України та Росії. Реалізацію стратегій можна дослідити

на конкретних прикладах комунікативних ситуацій. Цікавим з цього огляду виявляється листування Президентів Російської Федерації Дмитра Медведєва та України Віктора Ющенка, розпочате офіційним зверненням Голови РФ від 11 серпня 2009 року. У ньому Президент звинувачує українського колегу в деградації стосунків між Росією та Україною. Як зазначає Медведєв, *иногда необходимо прямое, честное обращение без дипломатического этикета*. Цей лист мав неабиякий резонанс серед аналітиків та політичних діячів Європи, але Віктор Ющенко зтягував з відповіддю, посилаючись на відпустку, через що ще більше інтригував аудиторію. І після офіційного листа українського Президента на адресу Дмитра Медведєва, у якому Віктор Ющенко намагався аргументувати власну позицію щодо висунутих обвинувачень, ажітаж навколо цієї ситуації не став меншим. На нашу думку, дослідження цієї комунікативної ситуації ми вважаємо актуальним.

Варто зазначити, що листування відбувалося російською мовою. І оскільки під час перекладу втрачається виразність, ми вирішили подавати цитати мовою оригіналу.

В аналізованих текстах листів Президентів Росії та України ми виокремили кілька стратегій, які є спільними для обох комунікантів. Однак реалізуються вони за допомогою різних тактик.

1. Дискредитивна стратегія

Розподіл на «своїх» та «чужих», створення власного образу через дискредитацію опонента — досить традиційний прийом політичної боротьби. Стратегія дискредитації — це підрич довіри до когось або чогось, зменшення авторитету, значення когось або чогось. Дискредитація передбачає не тільки комунікативні дії: підірвати довіру можна, оприлюднивши будь-які негативні факти або погляди, дії проти кого-небудь, що прямо чи опосередковано сигналізують про недовіру тощо.

Президент Росії Дмитро Медведєв, намагаючись дискредитувати Віктора Ющенка, використовує з метою дискредитації *тактику прямого звинувачення*. Це легко простежити в таких висловленнях, як *...годы Вашего правления нельзя воспринимать иначе, как отход украинской стороны от принципов дружбы и партнерства с Россией...* або *...ситуация не только не выправится, а, наоборот, деградирует*.

Ця тактика, на нашу думку, є виграшною, оскільки вимагає конкретної відповіді, від якої важко відійти, і швидкої реакції опонента.

Український Президент, у свою чергу, реалізуючи стратегію дискредитації опонента, послуговується більш широким арсеналом тактик. По-перше, це *тактика переводу звинувачень на опонента*, яка покликана провокувати виправдання вже з боку Дмитра Медведєва. Так, Ющенко, паруючи випад російського Президента в бік мовної політики України, зазначає, що *...именно в Российской Федерации украинское меньшинство практически лишено возможности реализовывать право на удовлетворение своих национально-культурных потребностей*. Він також вбачає у зверненні Дмитра Медведєва спробу *...лишить Украину своего взгляда на собственную историю, собственные национальные интересы, приоритеты внешней политики*. Реалізація цієї тактики ставить у позицію «жертви» того, хто нападав першим, значно послаблюючи його [1, 234].

По-друге, можемо простежити *тактику прямого спростування тверджень опонента* як реалізацію стратегії дискредитації. Ця тактика використовується з метою перемоги та переконання аудиторії. Це зумовлено тим, що хибність аргументів не передбачає хибності тези, тобто за умови істинної тези (або такої, яку неможливо спростувати) можна перемогти в суперечці лише завдяки спростуванню аргументів [4, 93]. Наприклад, пояснюючи позицію української сторони у питанні вступу до НАТО, Президент Ющенко зазначає: *...стремление нашего государства к обретению членства в Альянсе ни в коем случае не направлено против России*. На думку деяких дослідників, зокрема Т. Е. Грінберг [1], це слабка тактика, однак завдяки своїй експресивності в аналізованому тексті має вплив на аудиторію та здатна переконувати її.

Цікавою дискредитувальною тактикою є *висміювання опонента*. Віктор Ющенко користується цією тактикою, коли коментує висловлені сподівання Президента Росії на зміцнення стосунків між державами: *Готовность вести диалог за столом переговоров я подтверждал на протяжении последнего года по меньшей мере трижды в своих письмах в адрес Президента Российской Федерации. Этот призыв остается актуальным и сегодня. К сожалению, ранее в ответ я получал лишь приглашение на участие в скачках на приз Президента России и в других многосторонних мероприятиях. Надеюсь, что на этот раз реакция Главы Российского государства на мой призыв к диалогу будет*

конструктивної. Глузування над опонентом спрямоване на «зниження» його образу, перетворення його на об'єкт жартів [4, 106]. Своїм висловленням Віктор Ющенко намагається дати відчутти супернику свою інтелектуальну та моральну перевагу. При цьому критика, яка використовується в цій тактиці, завжди звучить зневажливо. Комунікант натякає, що його правота й так має бути зрозумілою, навіть, якщо б він взагалі не брав участі в дискусії.

2. Аргументативна стратегія

Аргументація завжди діалогічна за формою та містить цільовий момент, тобто момент індивідуально-суб'єктивний. Аргументація завжди адресована певній особі або групі людей. У цьому аспекті її можна протиставити доведенню, яке буває безадресним, вагомим для будь-якої групи опонентів. Доведення є закінченим, аргументація потенційно безкінечна, тобто завжди заангажована [3, 245].

Дмитро Медведєв у своєму зверненні для підсилення аргументації використовує *тактику звернення до міфів та стереотипів*. Багато дослідників маніпуляції свідомістю зазначають, що вплив має успіх тоді, коли спирається на знання та розуміння аудиторії. З огляду на це оптимальним є не введення нової інформації, а активізація тих її видів, якими вже користується реципієнт. Зважаючи на це надзвичайно важливим стає використання міфологічного складника, який ніколи не піддається сумніву. Міф задає варіант символічної картини світу, який має вагому пояснювальну силу. У випадку пропагандистської діяльності відбувається перехід не від факту до міфу, а, навпаки, — від міфу до факту [5, 84].

Так, наприклад, Президент Росії, звинувачуючи Віктора Ющенко в перегляді історії України, звертається до міфу, у якому націоналісти уособлюються *нацистськими пособниками*, а закликаючи до зміцнення українсько-російських стосунків використовується стереотип братських народів: *Для России украинцы испокон веков были и остаются не просто соседями, а братским народом, к которому мы всегда будем питать самые дорые чувства, с которыми нас роднит общая история, культура и религия, объединяют тесное экономическое сотрудничество, прочные родственные, человеческие связи*. Міфологічні конструкції являють собою схеми соціальної інтерпретації дійсності, багаторазо-

во апробовані. Тепер реципієнт здатен сам аргументувати нові факти відповідно до введених міфологічних механізмів.

Ющенко, аргументуючи власну позицію, звертається до **тактики формування емоційного настрою**: *украинский народ отдает также дань памяти миллионам русских, белорусов, казахов и представителей других национальностей, которые умерли от голода в Поволжье, на Северном Кавказе, в Казахстане и других регионах бывшего СССР*. Емоційний складник комунікації надзвичайно важливий і здебільшого є більш дієвим за логічний.

Отже, основні стратегії, якими послуговувались Президенти Росії Дмитро Медведєв та України Віктор Ющенко в листуванні, розпочато-му 11 серпня 2009 року, були однакові: стратегія аргументації та стратегія дискредитації опонента. Однак тактики, використані комунікантами для досягнення своєї мети, відрізнялись. Голова російської держави, дискредитує українського колегу, прямо звинувачує опонента, а Ющенко використовував тактику висміювання, переводу звинувачень на опонента та прямого спростування його тверджень. Аргументуючи власні позиції, Президент Росії звертається до міфів та стереотипів, а Президент України — до тактики формування емоційного настрою.

Дискредитативна стратегія досить часто використовується в політичній боротьбі, оскільки дозволяє комуніканту виглядати краще на фоні опонента. Крім того, позиція, в яку ставить адресант свого супротивника, вимагає від останнього виправдовуватись, що значно послаблює його в очах реципієнтів. Аргументативна стратегія, навпаки, покликана переконувати аудиторію, не спираючись на опонента. Тут комуніканти задіяли найдієвіше тактики, зачепивши емоційні складники порушених питань.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Гринберг Т. Э.* Политические технологии: PR и реклама. — М., 2006.
2. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М., 2003.
3. *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность. — М., 1987. — 262 с.
4. *Кондратенко Н. В.* Український політичний дискурс: Текстуалізація реальності: Монографія. — О., 2007.
5. *Почепцов Г. Г.* Пропаганда и контрпропаганда. — М., 2004.
6. *Шейгал О.* Семиотика политического дискурса. — М., 2004.