

КОМУНІКАТИВНІ ДЕВІАЦІЇ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглянуто основні причини виникнення комунікативних девіацій у політичному дискурсі. Здійснено комплексний аналіз комунікативних девіацій, спричинених адресантом, спричинених адресатом та спричинених процесом комунікації.

Ключові слова: комунікативна девіація, політичний дискурс, адресат, адреса, комунікація, комунікативний акт.

Жоден політичний устрій не може існувати без комунікації, адже існує нерозривний зв'язок між мовою та політикою. Мова потрібна політикам для того, щоб інформувати, давати накази, видавати законодавчі акти, переконувати. Основу політичної комунікації складає дискурс, який є певною формою, засобом організації комунікативних практик у будь-якому суспільстві. Політичний дискурс — це сукупність смислів, когнітивних та ціннісних значень, що є основою політичної культури, охоплює всі форми комунікативної активності людини, її рефлексію щодо політичного світу та своєї ролі в ньому, а також культурні артефакти, реалізовані у функціональній політичній символіці [6, с. 104]. Для політиків мовлення — це «засіб регуляції поведінки інших людей», який цілком підкорений намірам адресанта і реалізує такі функції — інструментальну і символічну [7, с. 39–40]. Погоджуємося з думкою Є. Шейгала, що основною функцією політичного дискурсу є інструментальна, яка викликає стимулювання до здійснення певної дії, тобто політичний дискурс виступає інструментом політичної влади [8, с. 36], а цінності «політичного дискурсу зводяться до обґрунтування і відстоювання свого права на владу» [4, с. 286]. Ініціатором впливу в політичному дискурсі є політичний лідер, співрозмовник, політична партія — той, хто першим намагається вплинути будь-яким способом. Адресат впливу — електорат, виборець, народ, опонент.

Відмінність політичної комунікації від інших видів спілкування полягає у тому, що в політичному дискурсі переважає ретельна комунікація, адже політики за допомогою слова намагаються вплинути не на

одну людину, а на весь народ. Жоден виступ політичного діяча не відбувається без спроб завуалювати дійсність, приховати якісь неприємні факти, «змінити уявлення слухача (слухачів) про навколишній світ (інформація), захотити його до здійснення потрібних змін (прохання або наказ), спонукати до очікування певних подій або дій у майбутньому (обіцянка, попередження тощо)» [1, с. 136]. Промови політичних діячів завжди спрямовані на зацікавлення виборців, але досить часто політики у виступах припускаються комунікативних девіацій, які є головною причиною виникнення комунікативних збоїв, невдач та провалів як недосягнення перлокутивного ефекту, що призводить до неспішності комунікативного акту, тому **метою** нашого дослідження є виявлення й аналіз комунікативних девіацій в політичному дискурсі.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:
— розглянути класифікації комунікативних девіацій у сучасній лінгвістиці;

— проаналізувати комунікативні девіації, спричинені адресантом висловлення, спричинені адресатом та спричинені процесом комунікації.

У сучасній українській та зарубіжній лінгвістиці комунікативні девіації досліджували Ф. С. Бацевич, В. Д. Девкін, Г. Д. Джунусалієва, Н. А. Ковальська, Л. А. Нефедова, С. М. Почепинська, О. Г. Руда та ін. Проте досі немає єдиного підходу до потрактування досліджуваної категорії та загальноновизнаної класифікації комунікативних девіацій.

Ураховуючи основні ознаки і причини виникнення помилок у спілкуванні, Ф. С. Бацевич розробив комплексну типологію комунікативних девіацій, розподіливши їх на власне комунікативні та комунікативні, пов'язані з мовним кодом. До власне комунікативних девіацій науковець відносить:

- 1) комунікативні девіації, спричинені адресантом;
- 2) комунікативні девіації, спричинені адресатом;
- 3) комунікативні девіації, спричинені процесом комунікації (контактом).

Комунікативні девіації є когнітивними за своєю природою і виявляються в порушеннях передусім комунікативної семантики, прагматичних елементів інтеракції, торкаються законів мовлення, зокрема імплікацій та імплікатури дискурсу, співвідношення асерції й пресу-

позиції повідомлення, логіки викладу тощо [2, с. 214]. Також успішність спілкування залежить від власне мовних чинників, від рівня володіння засобами мови, тому відхилення, які пов'язані із засобами мовного коду, певної ідіоетнічної мови, належать до лінгвальних девіацій. Вони є складовими комунікативних девіацій і стосуються мовної компетентності комуніканта.

Заслуговує на увагу думка М. О. Діденко, що визначальною рисою комунікації в політичному дискурсі є її спрямування на адресата для того, щоб досягти перлокутивного ефекту — спонукати аудиторію до суспільно-політичної реакції [3, с. 5]. Для досягнення поставленої перлокутивної мети адресант повинен ретельно підготуватись до промови, продумати стратегії і тактики впливу на адресата, зробити відбір і організацію мовних засобів різних рівнів. Якщо політик нехтує цим, то досить часто виступ рясніє **комунікативними девіаціями, спричинені адресантом висловлення**. Цей тип девіацій виникає в разі:

- порушення підготовчих умов комунікації
- створення адресантом недоречних і несвоєчасних комунікативних актів;
- створення адресантом незбалансованого комунікативного акту.
- дезорієнтованості комунікативного акту.

Розглянемо приклад комунікативних девіацій, спричинених адресантом — створення адресантом незбалансованого комунікативного акту. Так, 1 вересня 2015 року у Львові майбутні кандидати в мери активно проводили передвиборну агітацію перед школярами, вчителями та батьками: виступали з промовами, дарували шкільне приладдя, солодоці та ін. Та перш ніж почати комунікативний акт мовець повинен для себе окреслити портрет адресата і підготувати повідомлення, орієнтуючись на сприймача інформації. Політики не врахували того фактору, що у спеку дітям важко вистояти і вислухати довгі промови, в результаті чого школярі почали непритомніти, а батьки гніватися, що політики використовують дітей для передвиборної агітації. Як зауважила мама одного з постраждалих дітей Віка Балицька: *«Може, при температурі 30 градусів не варто робити такі довгі лінійки!? Півгодини дітки ще яюсь стояли і терпіли ті «коматозні» виступи майбутніх політиків, а потім вже почали мліти...»*.

Отже, внаслідок того, що політики підготувати повідомлення не орієнтуючись на одну з груп адресатів — школярів, не врахували їхній фізичний стан, умови проведення — вони зазнали комунікативного провалу.

Існування комунікативного акту неможливе і не має сенсу без такої важливої фігури, як адресант. Продукуючи висловлення у комунікативному акті ініціатор комунікації здійснює певні дії: приводить у роботу артикуляційний апарат, згадує людей, місця, об'єкти, повідомляє щось співрозмовнику, розважає чи дратує, просить, обіцяє, наказує, вибачається, засуджує; причому ці дії зумовлені намірами та інтенціями мовця [5, с. 163]. Значення висловлення має безпосередній зв'язок з мовцем та його інтенцією, а розпізнання інтенції залежить від інтерпретатора повідомлення — адресата, тому наступний тип комунікативних девіацій — **девіації, спричинені адресатом**. Вони виникають в очікуваних та неочікуваних адресатом комунікативних актах. Одним із найважливіших законів кооперативного спілкування є закон добровільної участі в комунікації. У разі небажання адресата брати участь у комунікативному акті відбувається ухилення від комунікації, що супроводжується використанням різних типів прагматичних кліше. Якщо ж адресат таки «увійшов» у неочікуваний для себе комунікативний акт, то він повинен обрати доречну стратегію комунікативної поведінки: слухача, співбесідника чи критика. Невиконання цих умов може призвести до образи адресанта й припинення комунікації [2, с. 222].

Очікувані комунікативні акти — це ті, в яких наявні спільні для адресанта й адресата пресупозиції: від найширших до конкретних ситуативних. Комунікативні девіації цього типу виникають внаслідок:

- підміни адресатом пресупозицій адресанта власними або приписування адресанту невластивих пресупозицій;
- «висновування» неіснуючих імплікатур дискурсу;
- «висновування» із повідомлення, втіленого в конкретний мовний акт, неіснуючих іллокутивних сил;
- невдачі, пов'язані з різницею в ідіолексоні адресата й адресанта, що зумовлено різноманітними чинниками:
 - різниця в ідіолексоні, пов'язана з різницею в освіті;
 - різниця в ідіолексоні, пов'язана з незнанням сленгових виразів людей молодшого віку;

— незнання адресатом усіх прийнятих у певному колективі й змінних залежно від соціальних ролей імен (дескрипцій) людей, про яких ідеться в процесі комунікації;

— різниця у сприйнятті світу чоловіками і жінками [2, с. 222–224].

Ціль адресата-політика завжди полягає в збереженні свого позитивного іміджу. Цілі комунікантів можуть бути виражені мовленнєвими засобами прямо, непрямо або приховано, в залежності від їхніх комунікативних стратегій. Ціль адресанта-інтерв'юера часто полягає у спробі своїми запитаннями домогтися змін у поведінці або ментальному стані адресата, провокуючи його, «заганяючи у глухий кут» каверзними або, принаймні, незручними для останнього запитаннями. Так, наприклад, 3 серпня 2015 року у Москві давали прес-конференцію учасники створеного экс-прем'єром Миколою Азаровим «Комітету спасіння України». «Комітет» увібрив у себе найбільш одіозні фігури з колишніх регіоналів та проросійських діячів: Ігор Марков, лідер відомої проросійської партії «Родіна», экс-депутат Олег Царьов, який займався популяризацією «Новоросії», телеведучий Юрій Кот, що підтримував «Антимайдан». А на посаду «альтернативного» президента України вони висунули Володимира Олійника, який відомий як «обличчя» Партії регіонів та один з авторів сумнозвісних «диктаторських законів». Коли журналісти поставили запитання: *«Чий Крим?»*, то Олійник дав непряму і доволі запутану відповідь: *«Невже ми повинні відправити наших хлопців, щоб відвоювати якийсь суднобудівний завод? Ми на це не підемо. Ми підемо іншим шляхом. Шляхом переговорів. Давайте доб'ємося хоча б одного: щоб кримчани відчували себе комфортно в Україні, а українці в Криму»*, а Азаров узагалі відмовився відповідати на це запитання. Отже, в цьому комунікативному акті спостерігаємо девіації, спричинені адресатами, адже політики не дали конкретної відповіді на неочікуваний комунікативний акт і ухилилися від комунікації, в результаті чого комунікативний акт вважається неуспішним.

Вибір адресатом реактивних стратегій і тактик у комунікації залежить від багатьох чинників: ставлення адресата до адресанта, змісту та форми викладення ним інформації, а також від особистісних характеристик адресата, його соціального статусу, вікових та гендерних ознак, які впливають на успішність перебігу комунікації. Однак

у випадку, коли адресат не бажає чи не готовий вступати в комунікацію, підмінює пресупозиції адресанта, читає неіснуючі імплікатури чи неправильно визначає ілокутивні сили, виникають комунікативні девіації, які порушують гармонійне спілкування.

Третій тип комунікативних девіацій — **девіації, спричинені процесом комунікації (контактом)**. Комунікація є системою цілеспрямованих і вмотивованих процесів, які забезпечують взаємодію людей у колективній діяльності, реалізують суспільні та особистісні стосунки, використовують специфічні засоби, насамперед людську природну мову. О. В. Яшенкова розглядає комунікацію як мовленнєву діяльність, основу якої становлять поетапні лінгвокогнітивні процеси породження, сприйняття і розуміння вербальних повідомлень [9, с. 66]. Комунікативний процес є основою спілкування, організація якого залежить від розуміння системи й структури процесу, а також природи комунікативного акту. Цей тип девіацій ще називають орієнтаційними, бо вони пов'язані з ненормативною поведінкою учасників спілкування. Причинами виникнення цих девіацій є:

- невмотивована зміна комунікативних стратегій учасниками спілкування;
- недотримання постулатів кооперативного спілкування;
- недотримання постулатів етикетності спілкування;
- порушення комунікантами асертивно-пресупозитивних співвідношень у повідомленнях;
- створення атмосфери і реєстру спілкування, які ускладнюють процес комунікації;
- порушення тональності спілкування;
- порушення законів референції;
- деформація інформації в каналах комунікації.

У процесі комунікативної взаємодії комуніканти безумовно зацікавлені в досягненні успіху. Необхідною умовою цього є дотримання постулатів кооперативного спілкування та постулатів етикетності спілкування. Однак комуніканти не завжди дотримуються цих принципів. Адресант, ставлячи політикові каверзні й провокаційні запитання, порушує принцип увічливості. Політик-реагент, застосовуючи тактику ухилення від прямої відповіді, порушує принципи коопера-

ції чи ввічливості, наприклад, 23 грудня 2011 року позафракційний депутат Олег Ляшко запитав у тодішнього прем'єр-міністра України Миколи Азарова, чи є у нього або його сина житло в Австрії і якщо є, то на які кошти воно придбане. Спікер Володимир Литвин запропонував прем'єр-міністру України відповісти народному депутату. «*І громадянам України!*» — крикнув Ляшко, скочивши з місця. М. Азаров сказав: «*Громадянам України я дам відповідь, а цьому демагогу... я з ним взагалі не хочу спілкуватися*». На цьому година запитань до уряду у Верховній Раді завершилася.

Отже, комунікативні девіації є розповсюдженим явищем у політичному дискурсі. Саме вони є головною причиною виникнення комунікативних збоїв, невдач та провалів як недосягнення перлокутивного ефекту, що призводить до неуспішності комунікативного акту. Успішність комунікативного акту в політичному дискурсі залежить від усіх комунікантів, адже девіації можуть спричинитися не тільки адресантом висловлення, а й адресатом, й комунікативним контактом. На нашу думку, комунікативні девіації у політичному дискурсі є малодослідженими, тому задля їхнього докладного аналізу необхідно проаналізувати всі можливі «зони ризику», адже досить часто вони стають індикаторами «прихованого» збою у спілкуванні та значною перешкодою для успішного спілкування.

Список літератури

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної девіатології / Ф. С. Бацевич. — Львів: ЛНУ, 2000. — 238 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: [підручник] / Ф. С. Бацевич. — К.: Видавн. центр «Академія», 2004. — 344 с.
3. Діденко М. О. Політичний виступ як тип тексту (на матеріалі виступів німецьких політичних діячів кінця 20 століття): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови» / М. О. Діденко. — Одеса, 2001. — 19 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — М.: Гнозис, 2004. — 390 с.
5. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. — М.: Гнозис, 2003. — 278 с.
6. Соціологічна енциклопедія / укладач В. Г. Городяненко. — К.: Академвидав, 2008. — 456 с.
7. Тарасов Е. Ф. Социальный символизм в речевом поведении / Е. Ф. Тарасов // Общая и прикладная психолингвистика / Е. Ф. Тарасов. — М., 1973. — С. 36–53.

8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — М.: Гнозис, 2004. — 324 с.
9. Яшенкова О. В. Основы теории мовної комунікації: [навч. посіб.] / О. В. Яшенкова. — К.: Академія, 2010. — 312 с.

L. Prus

COMMUNICATIVE DEVIATIONS IN THE POLITICAL DISCOURSE

The article deals with the main reasons of communicative deviations in the political discourse. The aim of this study is to review deviations in the speeches by the politicians. F. Bacevich developed a comprehensive typology of communicative deviations in modern linguistics. The scientist distinguishes 3 types of communicative deviations: 1) communicative deviations caused by the addresser; 2) communicative deviations caused by the addressee; 3) communicative deviations caused by the process of communication (contact). The article gives a detailed analysis of all types of deviations in the political discourse. The main idea of the article is to identify communicative deviations caused by the addresser, addressee and the communicative process in the political discourse. The success of communicative acts is determined by both the addresser and the addressee, and it depends on the creation of a shared understanding, and an agreement. Creation of simple commitments requires mutual understanding and the acceptance of a communicative act. In our view there are different «levels» of commitments such as the commitment of the addresser, commitment of the addressee, mutual commitment, and a contract. Ineffective communication occurs when the meaning is not understood. This is usually due to different deviations in communicative acts. A complex analysis of the communicative deviations in the communicative acts by the politicians showed the presence of communicative deviations caused by the addresser, addressee and the communicative process. The article is of interest to the philologists and communicative linguistic investigators, as well as to the general public. The article is of great help to distinguish communicative deviations and avoid it in communicative acts.

Keywords: communicative deviation, political discourse, addresser, addressee, communication, communicative act.

Матеріал надійшов 25.08.2016