

УДК 821.161.2:82-92Сверстюк

КОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ ПУБЛІЦИСТИКИ Є. СВЕРСТЮКА: СТРАТЕГІЇ, ТАКТИКИ, ВПЛИВ

Алла Коваленко, канд. філол. наук, доц.

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
longms@rambler.ru*

Об'єктом дослідження стала збірка публіцистичних текстів Є. Сверстюка «Блудні сини України», в якій було порушено ряд проблем: знецінення слова, осмислення ролі шістдесятників та дисидентів у формуванні української історії й культури, свободи думки, самовизначення українців у період незалежності, проблеми української церкви тощо.

Виділено дві комунікативні стратегії: 1) основна — активізації мислення; 2) допоміжна — формування нової позиції. Вони демонструють цілеспрямований вплив, що здійснюється переважно шляхом звернення до вічних істин, аргументації, емоцій, історичної перспективи, масштабності. Автор прагне змусити читачку аудиторію переосмислити історію, навколишню дійсність, переглянути цінності, думати про майбутнє, емоційно та морально вдосконалюватися. Така мета досягається завдяки різним тактикам, комунікативним ходом, техніці НЛП, наявності потужного суб'єктивного фактора та маніпулятивних тактик і стратегій, реалізованих шляхом культивування християнської віри, демонстрації власної глибокої віри й націоналістичних переконань українців.

Ключові слова: публіцистика, комунікація, стратегія, тактика, вплив.

Актуальність дослідження зумовлена, по-перше, гостротою тем, порушених Є. Сверстюком у промовах, виступах та есеях збірки «Блудні сини України», особливо на етапі сьогодення, і тим фактом, що за вищезазначену збірку він став лауреатом Державної премії імені Т. Г. Шевченка. По-друге, незважаючи на вічність порушених тем, ефект, що його викликали тексти в тогочасному суспільстві, вони залишаються ще малодослідженими в аспекті авторської комунікації з аудиторією.

Комунікативний потенціал публіцистики на сьогодні мало вивчений, окремі аспекти вивчали В. Учонова, М. Скуленко, І. Михайлин, О. Александров, О. Іванова та інші вчені. Мовний вплив став об'єктом уваги таких зарубіжних та вітчизняних учених, як Х. Грайс, Дж. Грін, П. Браун, С. Левінсон, О. С. Іссерс, І. А. Стернін, О. О. Селіванова, О. Н. Паршина та ін.

Мета — проаналізувати комунікативні аспекти публіцистики Є. Сверстюка, зокрема зосередити увагу на стратегіях, тактиках, впливовій функції.

У дослідженні розуміємо стратегію мовної поведінки як побудову процесу комунікації, іншими словами, мовна стратегія являє собою комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети [3, с. 54].

Відповідно, тактика — спосіб мовного впливу, що представляє собою сукупність мовних засобів і, водночас, шлях реалізації стратегії, вибір засобів і прийомів реалізації комунікативного задуму, стратегії [3, с. 607]. Перефразовуючи, це технологічна модель спрямованого мовного впливу. Стратегічний задум визначає вибір засобів і прийомів його реалізації, отже, мовна стратегія і тактика пов'язані як рід і вид.

Питання типології комунікативних стратегій складне, оскільки в запропонованих вітчизняними та зарубіжними науковцями, зокрема О. С. Іссерс [3], О. О. Селівановою [7], Д. В. Станко [7] та іншими, класифікаціях беруться до уваги лише окремі аспекти (сфера спілкування, форму комунікації, типи мовленнєвих актів тощо). Однак більшість сходиться на тому, що в основу слід покласти мету спілкування.

Згідно з типологією О. Іссерс [3] можна виділити дві комунікативні стратегії: 1) першорядну масштабну стратегію активізації мислення (з метою активізації розумової діяльності); 2) другорядну стратегію формування нової позиції, — які мають розгалужені системи тактик і ходів (приймів).

У межах **стратегії активізації мислення** виокремлюємо:

1) тактику встановлення контакту (діалогу).

Як авторитетний публіцист, дисидент Є. Сверстюк пише не лише для власного задоволення та оприлюднення власних думок на з'їздах, конгресах, святах тощо, але й заради здійснення впливу на читачів та подальшої зміни суспільної думки. Його есеї та виступи мають діалогічний характер типу «вчитель — учні». Композиція та виклад запрограмовані на встановлення контакту, діалогу, реакції, ефекту з метою повчання та просвітлення. Ця діалогічна настанова реалізується й у композиції всієї збірки за допомогою вищезначеної тактики і ходів. Збірка починається зверненням «До читача», де автор окреслює її роль у своїй творчості, пояснює власні моральні орієнтири, окреслює предмет розмови з читачем у «Передньому слові» і, зрештою, представляє себе публіці в невеличкому автобіографічному нарисі «На моїм віку». Відповідно в ході діалогу з читачем окреслює свою позицію учителя, ментора і залишає за собою право бути моральним орієнтиром для реципієнта.

Висхідна лінія вартісних орієнтирів, яка утримує фундамент текстів, слугує індикатором якісних параметрів розгортання авторської думки, діалогізування, у яких Є. Сверстюк послідовний і бездоганний. Він визначає своє авторське місце серед слухачів (читачів), знаючи про їхню поінформованість, закликає до «простої розумної доцільності» не через те, «що розбурхує пристрасті», а через усвідомлення і пропаганду того, що «на полі християнської релігії нема місця для ворожнечі, бо нема тяжчої зневаги Бога нашого, як ворогування іменем його» [6, с. 51]. Вказуючи на помилки системи, Є. Сверстюк вибирає об'єктом аналізу й узагальнення факти, що мають часові, просторові та морально-етичні параметри.

– Комунікативний хід «звертання»:

Цей прийом заснований на використанні риторики, зрозумілої і близької адресатам. Публіцист ототожнює себе з аудиторією, що надає словам більшої виразності і переконливості: «Дорогі люди! Поділяю з вами радість нашого великого свята і маю надію, що до наступного з'їзду ми визріємо для того, щоб доповідь на тему «Духовні джерела відродження» поставити на перше місце...» [6, с. 46]. Під час звертання він використовує займенники «наш», «ми», «нам». Так він сам говорить за всіх, хто так само мислить, і разом зі своїми «однодумцями» звертається до ще більшого загалу, діалогізуючи з ним, як, наприклад, у звертанні «від кого нині урвати, люди добрі?» [6, с. 51], або у запитанні «Чи значить це, що нам усім треба повернутись до православ'я?» [6, с. 51]. Іноді він звертається до читачів на «ви», у турботливому повчальному (дещо зверхньому) тоні, як вчитель до учнів. Тоді займенники «мої», «ваші» відмежовують публіциста від аудиторії, підтверджуючи наше припущення щодо ролі вчителя, наставника.

2) Тактика акцентуації (привертання й утримання уваги).

– Комунікативний хід «вживання метафор»:

Є. Сверстюк багатий на метафоричні побудови: «перегортаю сторінку історії», «нинішня суета квапливо фіксує...», «зусиллями перекладачів підтримувались прочинені двері в Європу, хоча багатьом при цьому боляче прищемлювали пальці», «клясики ув'язнені, обсновані павутинням кривотлумачень», «одиниці набрались зухвальства дражнити дракона, поставленого на сторожі істини». Тональність метафоричного відображення в досліджуваному есеї надає вкрай негативного звучання. Відповідно тут метафоризація — засіб творення експресивності тексту й акцентування уваги читача.

– Комунікативний хід «вживання просторічних мовних елементів»: З метою виявлення зневажливого ставлення до опонентів, представників і захисників тоталітарної системи публіцист послуговується мовними елементами самої системи: «Старий імперський історичний модель навчання був спримітизований до запобігливих похвал «старшому братові» [6, с. 14] з метою її дискредитації, демонстрації оціночного, негативного ставлення. Увесь есей «Блудні сини України» має відверту антирадянську спрямованість: «...з нами велась постійна безкровна війна всіма засобами з участю вірних лакеїв, літературних бовдурів і пружинно-спіральных негідників» [6, с. 14].

– Комунікативний хід «ставлення риторичних питань»:

У виступі «Духовні джерела відродження» у ході діалогу з аудиторією про втрачені моральні максими й християнські цінності автор підводить рядом риторичних питань до відповіді, що віра, релігія вбереже українців: «Чому нас так приємно вражають українські студенти, що приїжджають з Америки, з Польщі, з Канади? Чому вони в чужій стихії зберегли український дух, мову, лице?... А хіба наших козаків у боротьбі за віру і волю єднала не церква?» [6, с. 48].

У межах іншої **стратегії формування нової позиції** виокремлюються такі тактики й комунікативні ходи.

1) Тактика дискредитації:

– Комунікативний хід «висміювання».

Іронію використано з метою завдати рішучого удару своїм опонентам — тим, хто захищає розкол і віддільність церкви: «Треба було б подивитися, як солідарно з партапаратом тримається на засіданнях Верховної Ради УРСР ієрарх Агатангел, щоб переконатись, що то вже не Церква. Жаден партійний діяч нині вже не зважився б виступити в такому вірнопідданому дусі, зберігаючи запобігливий стиль брежневської епохи. Всі напружено чекали, чи згадає Владика ім'я Бога, — не згадав, посоромився... забув» [6, с. 63].

– Комунікативний хід «алюзія».

Хід застосовується у багатьох текстах. Домінантною є алюзія на релігійні тексти «Біблію», «Новий Завіт» тощо. Також у багатьох есеях Є. Сверстюк використовує алюзії до творів відомих російських, українських, зарубіжних класиків літератури (Т. Шевченка, Ф. Достоевського, М. Гоголя та ін.), як-от у есеї «Шістдесятники і Захід»: «В Російській імперії, як у колосальному концтаборі, ізольованому від світу, діють свої закони. Перечікування поганого царя. Чекування

реформ і послаблень. Різке заперечення наступником попередника... Як у Щедрінській «Истории одного города», в Росії все повторюється. Зокрема, боротьба поколінь, де старші — самовдоволені раби, а молодші у своєму запереченні доходять аж до нігілізму» [6, с. 23];

— Комунікативний хід «контраст».

Контраст переважно застосовується з метою протиставлення ідеології тоталітарної системи і української історії та традицій, тоталітаризму і вільного світу, українців в імперії і в усьому світі тощо. Прийом простежується на рівні простору, часу, ментальних особливостей. Зрештою, він лежить в основі концептуального підходу і всієї стратегії й композиції окремих текстів, як-от в основі есеїв «Блудні сини України», «Шістдесятники і Захід» тощо: «Чому ім'я українець в Америці й Канаді, в Англії і Німеччині звучить більш позитивно, ніж у Казахстані, Росії чи Молдавії?

Він працюватий і скромний. Він тримається своєї традиції, своєї релігійної і національної свідомості. Він не несе деструктивної імперської місії.

У нас він теж працюватий, але позбавлений релігійного виховання і національного обов'язку. Він схильний виявляти активність казенного характеру. Не маючи твердого берега, бурхливо і мілко розливається...» [6, с. 15]. Такий хід допомагає продемонструвати й переконати аудиторію в правильності авторської позиції і дискредитації системи.

2) Тактика переконання:

— Комунікативний хід «залучення авторитетних думок».

Посилання на авторитетів і знання їх праць позитивно характеризує автора, його аудиторію й сприяє переконливості аргументації. Автор обирає знакових особистостей з історії, культури, російської та української літератури, серед яких Достоевський, Бердяєв, Соловйов, Вернадський. До таких відносить і представників свого покоління. авторитетів сучасності: І. Світличного, М. Вінграновського, В. Симоненка, Ліну Костенко, Аллу Горську, Панаса Заливаха та інших, авторитет і талант яких прирівнює до загальноновизнаних світом класиків. Особливо Микола Гоголь писав про це так: «Той, хто вже має розсудок і розум, може отримати мудрість не інакше, як молячись за неї дні і ночі, благаючи в Бога день і ніч та, що підіймати душу свою до голубиної незлобливості і прибирати внутрі себе все до такої чистоти, щоб прийняти цю небесну гостю, яка сахається життя, де е

непорядковане душевне господарство і нема повної згоди у всьому» [6, с. 62].

– Комунікативний хід «повчання».

Такий хід зумовлений у першу чергу позиціонуванням себе в тексті як авторитета, проповідника, лідера. Так, у виступі на І з'їзді Народного Руху України Є. Сверстюк окреслює перспективи розвитку партії, визначає стратегічні завдання як для політиків, так і пересічних українців: «Рух мусить мати моральний фундамент — традиційний, народний... Нині нам потрібен храм для науки мудрости... Нам потрібна література, яка будить «дух, що тіло рве до бою». Нам потрібна нова школа, передусім для армії вчителів — учорашніх слухняних агітаторів... Нашим дітям треба повернути азбуку моралі й духовності» [6, с. 49].

– Комунікативний хід «мовне маніпулювання».

Серед прийомів мовного маніпулювання є ті, що більшою мірою спрямовані на привернення уваги, кореляцію поведінки читача, зменшення дистанції між автором і читачем та подолання розбіжностей. Часто вживаним прийомом є прийом «плавна зміна смислового значення». Тут предметне значення мовного вислову змінюється на смислове, що властиво ідеологічним текстам, де референт отримує негативне або позитивне забарвлення. Так, у висловах: «Чи можна дивуватись, що вождями імперської нації стали *інородці, вихідці з «унижених и оскорблених»*, люди без традиції і віри батьків, люди без моральних імперативів — без національної гідності й честі?» [6, с. 12], де йдеться про найбільших тиранів-вождів — Сталіна та Хрущова. В оцінці шістдесятників і дисидентів він використовує вислови з позитивною зміною смислового значення: «Схиляюся перед *безкомпромісно чесними останніми з могікан* — у нас і на заході. *Я їм влячний як спадкоємець українського планетарного болю*» [6, с. 22]. З метою категоричного осуду явища, бажання його викоринити чи виправити Є. Сверстюк іноді використовує пейоративні вислови на кшталт «*стероризована пам'ять*» чи «*НАША історична амнезія*» [6, с. 39] (у автора вони мають ще й графічне виділення, що теж є моментом маніпулювання. — А. К.).

Використовує автор-оратор і техніку НЛП [1] з метою доповнення мовних предикатів. *Візуали* говорять швидше і вищим тоном, ніж ті, хто думає по-іншому, образи виникають у голові досить швидко: «Але все це треба *будувати і творити* щодня, щогодини, як молитву. Мир

треба *животворити. Руйнувати і підливати* олію у вогонь — це може кожне ледащо» [6, с. 65]. *Аудіали*: «Маємо дві церкви греко-православного обряду, де основне спільне — *молитви, і співи, і мова...* Хіба когось справді діймає догмат про Духа і Отця?» [6, с. 65]. Ті, хто їх використовують, дихають повними грудьми, мають чіткий тон голосу, виразний, резонуючий. Голова дуже часто схилена до одного плеча. Людина немов би прислуховується до чогось. Ці засоби не є ще одним способом навішування ярликів, і з їх допомогою можна уникнути стереотипізації співрозмовника [1].

Отже, у текстах збірки «Блудні сини України» Є. Сверстюка, крім духовних проблем, наскрізними є мотиви утвердження національної ідеї, апелювання до історичної та фольклорної пам'яті, національних героїв, символів, збереження української мови, культурних традицій, боротьба з наслідками тоталітарної системи у всіх сферах суспільного і духовного життя, питання соборності української церкви тощо. Саме утвердження найвищих духовних вартостей, демонстрування етапів духовного зростання українців сприяли високій якості комунікативного процесу. Автор вдумливо ставиться до комунікативного акту, сповідує етику мови діалогу. Також публіцистичні тексти Є. Сверстюка впливають на масову аудиторію шляхом використання і реалізації комунікативних стратегій та тактик на різних рівнях: соціальному; волевиявлення; роз'яснення, інформування; оцінному й емоційному.

У ході комунікації виділяються дві стратегії: 1) основна — активізації мислення; 2) другорядна — формування нової позиції. Ці стратегії втілюються та реалізуються шляхом тактичних ходів і комунікативних прийомів і спрямовані на досягнення поставленої автором мети, бажаного ефекту та реакції. Є. Сверстюк змушує свого слухача/читача мислити критично, побачити історію й сьогодення під іншим кутом зору, ревізювати цінності, думати про майбутнє, емоційно та морально зростати. Такі цілі досягаються наявністю потужного суб'єктивного фактора, експресивності лексики. Серед особливостей авторських комунікативних стратегій прямота, гострота, стислість, актуальність, художність, суб'єктивність, експресивність, емоційність, повчання, маніпулятивність, зумовлена ораторською діяльністю, дотриманням правил і тактичних прийомів пропаганди. І такі особливості форми й реалізації стратегій як ієрархічність, багатовекторність, широкомасштабність сприяють плюралізму, свободі слова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біденко А. Нейролінгвістичне програмування як засіб політичної реклами [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.spa.ukma.kiev.ua/article.php?story=20040423112342255>.
2. Дзюба І. Феномен Євгена Сверстюка / І. Дзюба // ЛітературнаУкраїна. — 1995. — 2 березня. — С. 4.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — М. : УРСС, 2002. — 284 с.
4. Мечковская Н. Б. Религиозная коммуникация [Електронний ресурс] / Н. Б. Мечковская. — Режим доступу: <http://www.insai.ru/slovar/religioznaya-kommunikatsiya>.
5. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. — 656 с.
6. Сверстюк Є. Блудні сини України / Є. Сверстюк — К. : Т-во «Знання» України, 1993. — 256 с.
7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми: підручник / О. О. Селіванова. — Полтава: Довкілля-К, 2008. — 712 с.
8. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. — Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. — 252 с.

КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ПУБЛИЦИСТИКИ Е. СВЕРСТЮКА: СТРАТЕГИИ, ТАКТИКИ, ВЛИЯНИЕ

Алла Коваленко, канд. філол. наук, доц.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

Объектом исследования стал сборник публицистических текстов Е. Сверстюка «Блудные сыновья Украины», в котором автор поднял ряд проблем: обесценивание слова, осмысление роли шестидесятников и диссидентов в формировании украинской истории и культуры, украинской церкви, свободы мысли, самоопределения украинцев в период независимости и т. д.

Выделены две коммуникативные стратегии: 1) основная — активизации мышления; 2) вспомогательная — формирование новой позиции.

Они демонстрируют целенаправленное влияние, осуществленное преимущественно путем обращения к вечным истинам, с помощью аргументации, эмоций, исторической перспективы, масштабности. Автор пытается заставить читателя критически мыслить, переоценить историю, реальность, переосмыслить ценности, будущее, эмоционально и морально усовершенствоваться. Такая цель достигается с помощью разных тактик, коммуникативных ходов, техники НЛП, субъективного фактора и манипулятивных тактик, реализованных путем культивирования христианской веры у украинцев, демонстрации собственной глубокой веры и националистических убеждений.

Ключевые слова: *публицистика, коммуникация, стратегия, тактика, влияние.*

COMMUNICATIVE ASPECTS PUBLICISM OF E. SVERSTYK: STRATEGY, TACTICS, INFLUENCE

*Alla Kovalenko, Candidate of Philology, associate professor
Odessa I. I. Mechnikov National University*

The article is sanctified to research of communicative aspects of publicism of E. Sverstyuk: strategies, tactician, will influence. Collection of publicism texts of E. Sverstyuk became the object of attention the «Prodigal sons of Ukraine» in that by an author the row of problems was broken : depreciation of word, comprehension of role of the Sixtiers and dissidents in forming of Ukrainian history and culture, freedom of idea, self determination of Ukrainians in a period independence, speculations by ideas and values, problems of the Ukrainian church. A publicism of this collection is a synthesis of social activity of E. Sverstyuk-dissident, spiritual leade, figure of Ruhand work, that combines the journalistic, scientific and artisticgoing near expression of individual idea.

Distinguish two communicative strategies: 1) basic are activations of thinking; 2) auxiliary is forming of new position. They demonstrate purposeful influence, that comes true mainly by an address to eternal truths, argumentation, emotions and others like that. The influentialness of authorial communicative strategies is assisted by a straightforwardness, sharpness, conciseness, actuality, artistic value, subjectivity, expressivity, emotionality. Forms of realization of strategies: scale, historical projection. He aims to compel a reader audience to over estimate history, surrounding reality, revise values, think of the future, emotionally and morally to improve. Such aims are arrived at by different tacticians, communicative motions, technicians of NLP, presence of powerful human factor and to manipulate tactician, realized by cultivation of Christian faith in Ukrainians, demonstration of own deep faith and nationalistic persuasions.

Key words: *publicism, communication, strategy, tactics, influence.*

REFERENSEC

1. Bidenko, A. (2016), «Neirolinhvistychnе prohramuvannia yak zasib politychnoi reklamy», available at: <http://www.spa.ukma.kiev.ua/article.php?story=20040423112342255> (access March 30, 2016).
2. Dziuba, I. (1995), Fenomen Yevhena Sverstiuka, *Literaturna Ukraina*, 2 bereznia, s.4.
3. Issers, O. S. (2002), Kommunikativnye strategii i taktiki ruskoj rechi, URSS, Moscow [in Russian].
4. Mechkovskaja, N. B. (2016), Religioznaja kommunikacija, available at: <http://www.insai.ru/slovar/religioznaya-kommunikatsiya> (access March 30, 2016).
5. Pochepcov, G. G. (2001) Teorija kommunikacii, Refl-buk, Moscow, Vakler, Kyiv [in Ukrainian].
6. Sverstiuk, Ye. (1993) Bludni syny Ukrainy, T-vo «Znannia», Kyiv [in Ukrainian].
7. Selivanova, O. O. (2008), Suchasna lnhvistyka: napriamy i problem, Dovkilia-K, Poltava [in Ukrainian].

8. Sternin, I. A. (2001), *Vvedenie v rechevoe vozdejstvie*, Izd-vo VGU, Voronezh [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 11 вересня 2016 р.