

4. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
5. Foster K. A Study in Mediation Styles: A Comparative Analysis of Evaluative and Transformative Styles / K. Foster. – June 2003. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mediate.com/articles/fosterk1.cfm>.
6. Four Different Styles of Mediation. – 18 Oct, 2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dormanmediation.com/mediation/styles-mediation>.
7. Lee H. To Kill a Mockingbird / H. Lee. – New York : Perfection Learning Pre Bind, 1994. – 281 p.
8. Price L. Narrative Mediation: A Transformative Approach to Conflict Resolution [Electronic resource] / L. Price. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mediate.com/articles/price1.cfm>.
9. Rymers J., Reinberg D. Contrasting styles of mediation: Evaluative, Facilitative and Transformative [Electronic resource] / J. Rymers, D. Reinberg // Easing the tough conversations. – March 11, 2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.cobar.org/repository/Inside_Bar/Elder/10.15.09/CONTRASTING%20TYPES%20OF%20MEDIATION.pdf.
10. Spangler B. Orientation of «Problem-Solving» [Electronic resource] / B. Spangler // Mediation Problem-Solving Mediation. – September 2003. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.beyondintractability.org/essay/problem-solving-mediation>.

УДК 811. 111: 070

Шугаєв А. В.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ООН: ТАКТИКО-СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СТАТЕЙ)

Статтю присвячено дослідженню дискурсивної стратегії самопрезентації у формуванні позитивного іміджу ООН, дискурсивних тактик позиціонування, дистанціювання, створення позитивного образу в англоязычному медіадискурсі.

Ключові слова: дискурсивна стратегія, дискурсивна тактика, медіадискурс, самопрезентація.

Шугаєв А. В. Формирование имиджа ООН: тактико-стратегический аспект (на материале англоязычных информационных статей). – *Статья.*

Статья посвящена исследованию дискурсивной стратегии самопрезентации в формировании позитивного имиджа ООН, дискурсивных тактик позиционирования, дистанцирования, создания позитивного образа в англоязычном медиадискурсе.

Ключевые слова: дискурсивная стратегия, дискурсивная тактика, медиадискурс, самопрезентация.

Shuhaiev A. V. The UN image formation: tactics and strategy aspect (on the material of English informative articles). – *Article.* *The article focuses on the research of self-presentation discourse strategy in the UN positive image formation, positioning discourse tactics, distancing, positive image formation in the English media discourse.*

Key words: discourse strategy, discourse tactics, media discourse, self-presentation.

Постановка проблеми. Сьогодні особливо актуальним є дослідження комунікативного впливу на свідомість читача повідомлення шляхом вибудовування ефективних дискурсивних стратегій і тактик, які сприяють формуванню позитивного іміджу міжнародної організації ООН. Серед численних дискурсивних стратегій виділяють стратегію самопрезентації. Її мета полягає у схваленні, прагненні до досконалості, приверненні уваги та потребі в повазі до міжнародної організації ООН з боку читацької аудиторії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність термінів «стратегія» і «тактика» пояснюється відсутністю їх усталених визначень. Це приводить до появи різних дефініцій, якими послуговуються учені для позначення цих понять. Лінгвістика оперує трьома основних термінами: «мовленнева стратегія», «комунікативна стратегія» й «дискурсивна стратегія», які часто тотожні та взаємозамінні. Дискурсивні стратегії розглядають з позиції комунікативної лінгвістики [1], психолінгвістики [6; 7], когнітивної лінгвістики [2; 3; 9] та дискурсології [4; 6; 10].

Мета статті – дослідити дискурсивну стратегію самопрезентації та релевантні дискурсивні тактики, які використовуються для формування власного позитивного іміджу міжнародної організації ООН в англоязычному медіадискурсі.

В основі феномену самопрезентації лежить намагання журналістів і працівників сфери PR вплинути на сприйняття інформації аудиторією. Читачів цікавить діяльність організації, яка детермінує враження про неї – компетентність, вирішення соціальних і гуманітарних питань, фінансове становище, роль у припиненні конфліктів і розв'язанні глобальних проблем. Міжнародна організація ООН як активний суб'єкт міжнародної політики має можливість активізувати позитивне враження за допомогою мас-медіа для того, щоб укріпити підвалини своєї діяльності та виправдати очікування цільової аудиторії.

Самопрезентація – це не тільки враження, але й самовираження, яке несе в собі різноманітні цінності, досвід і прагнення до досконалості задля поліпшення життя людей. Стратегія самопре-

зентації повинна блокувати негативні висновки, пов'язані з оціночними судженнями, що приводять до створення аргументованих послідовностей, які роблять оцінку справедливою та соціально прийнятною [11, с. 375]. Важливо підкреслити, що стратегія самопрезентації має інституціональний характер і реалізується майже в будь-якій мовленнєвій дії, приєднуючи додатково й інші стратегії [2].

Дискурсивна стратегія самопрезентації реалізується за допомогою таких тактик:

- 1) тактики позиціонування;
- 2) тактики дистанціювання;
- 3) тактики створення позитивного образу.

Тактика позиціонування демонструє основні функції, які здійснює ООН у світі. Посилання на думки посадових осіб міжнародної організації переконує читачів в істинності інформації:

United Nations Secretary-General Ban Ki-moon has strongly condemned the suicide bombing that targeted a park in Pakistan on Sunday [12].

(Генеральний секретар ООН Пан Гі Мун рішуче засуджує терористичний акт, який трапився у Пакистані.)

За допомогою дієслова *condemned* досягається обвинувачення через осуд і здійснюється привертання уваги світової спільноти до терористичної ситуації в одній із південних країн Азії.

Цитування наближає адресанта до читача і дає можливість зрозуміти глибину проблеми, особливо коли цитата виголошена авторитетною людиною, яка займає одну з найвищих ланок у статусній вертикалі ООН:

“Refugees fleeing conflict and violence and arriving in Europe carry an important message: addressing their plight cannot only be the task of countries and communities that are close to wars. It is a global responsibility that must be widely shared until peace prevails again”, UN High Commissioner for Refugees Filippo Grandi said [12].

(Верховний комісар ООН у справах біженців наголошує на проблемах біженців, які можуть бути вирішені не лише за участі країн, які знаходяться безпосередньо біля вогнища небезпеки, а з залученням всієї міжнародної спільноти.)

Іменне словосполучення *a global responsibility* апелює до спільної відповідальності всіх країн, залучених до розв'язання питання біженців.

Реалізація тактики позиціонування на рівні посадових осіб ООН має на меті об'єднати людство у боротьбі з викликами сьогодення. Особливо це стосується обговорення зміцнення гуманітарної системи на різних конференціях за участі країн – членів ООН:

“The Summit is a way of saying let's come together, let's really understand how we can work better, let's make commitments for the future”, Stephen O'Brien, the Under-Secretary-General for Humanitarian Affairs told the UN News Centre [12].

За допомогою *let's* і дієслівних компонентів речення заступник Генерального секретаря ООН з гуманітарних питань закликає міжнародну спільноту об'єднатися і взяти відповідальність за майбутнє світу. Далі у прямій мові посадової особи міжнародної організації спостерігаємо експліцитне посилання на актантів глобальної політики за допомогою особового займенника:

“Whenever there is suffering and humanitarian need in a crisis, all of us want to be there even faster than we ever can be because we're all driven by this wish to help people in need”, Mr. O'Brien said [12].

Зазначений приклад підтверджує думку, що ООН не відокремлює себе від інших держав, а є об'єднаним інституціональним утворенням, яке має на меті консолідувати всіх учасників процесу побудови ефективної гуманітарної політики, що стане основою формування та збереження фундаментальних загальноцивілізаційних цінностей. Свійке словосполучення *to help people in need* звертає увагу читача на основну мету діяльності ООН – допомога людям, які опинилися в скрутному становищі в результаті дії на них зовнішніх негативних факторів. Сполучник *because* передає каузальні відношення у складнопідрядному реченні. Таким чином адресант надає повідомлюваній причині більшої ваги, що відображається на щеленні підрядного речення з головним. У цьому прикладі контекст є визначальним показником причинних зв'язків. Використання пасивного стану *we're all driven by this wish to help people in need* пояснюється превалюванням гуманізму над фізичними суб'єктами міжнародної політики.

Напередодні вибору нового Генерального секретаря нинішній очільник міжнародної організації Пан Гі Мун наголошує на незмінності майбутнього курсу ООН:

Mr Ban said whoever takes the role should have “a clear vision for the world of the future” and commitment to peace, development and human rights. He or she should champion the rights of vulnerable groups including women and girls, people with disabilities and people with minority sexualities, Mr Ban said. “If not the United Nations, who will take care of those people?” [12].

Відданість миру, розвитку та правам людини представлена стійкими словосполученнями *commitment to peace, development and human rights*, що є трьома китами, на яких тримається діяльність ООН. Риторичне запитання апелює до емоційної сфери свідомості адресата і забезпечує необхідне погодження, тобто підтримку думки, висловленої Генсеком Пан Гі Муном. Ефективність риторичного запитання полягає в непомітному нав'язуванні потрібної ідеї, яка зводиться до того, що ніхто, крім міжнародної організації, не зможе відстояти права жінок і дітей, людей з обмеженими можливостями, сексуальних меншин.

Апеляція до морально-суспільних цінностей за допомогою предикації є дієвим інструментом переконування в медіадискурсі. Маючи значний мотиваційний потенціал, вони наштовхують адресата на зворотну реакцію:

The report concludes with a number of recommendations to address the structural challenges to providing quality jobs and a concomitant reduction in poverty. They include, among others: tackle low-productivity traps, which lie at the heart of poverty; strengthen rights at work and enable employer and worker organizations to reach the poor; reinforce governments' capacity to implement poverty-reducing policies and standards; and boosting resources and making the rich aware of their responsibility [12].

Дієслова дії з акцентом на результат *tackle, strengthen, enable, reinforce* направлені на боротьбу з бідністю. Агенс дії у цьому реченні не специфіковано. Тому дієслова не допускають зміщення уваги з результату на діяльність. Однак компонент діяльності зумовлює певний розвиток подій націлений на кінцеву мету. Атрибут *poverty-reducing* відображає звуження кола побічних питань до головної проблеми – боротьби з бідністю. Вдале структурування інформації, динамізм майбутніх завдань на основі морально-суспільних цінностей сприяє посиленню персуазивного впливу на адресата й спонукає реципієнта до активної діяльності. Вищезазначені вербальні засоби допомагають сформувати позитивний імідж ООН шляхом посилення на радника з соціальних і економічних питань міжнародної організації праці, який виступив з ініціативою вироблення глобальної економічної стратегії.

Численна кількість дієслів, використаних в інформативних статтях, мають перцептивний компонент, для яких головне – кінцева ціль, а не процес її досягнення:

Soon after the delegation's arrival in the capital, Juba, US Ambassador Samantha Power said the Council members "are completely united in our desire to see peace in South Sudan and to see the people of this country live with the security and the dignity that they have craved for a very long time" [12].

Посол США Саманта Пауер зазначає, що країни – члени Ради Безпеки ООН консолідовані в бажанні побачити мир у Південному Судані та дотримання гідності людини в цій країні. У реченні відбувається семантичний перехід від сприйняття до ментального значення. Основна мета дієслова *to see* – не лише сформувати у свідомості читача образ майбутнього покращення становища в африканській державі, але й передати інформацію про зв'язки між явищами дійсності. Перцептивне дієслово використано в значенні не фізичної здатності людини до сприйняття дійсності, а ментальної. Тобто спостерігається превалювання ментального смислу над візуальним. Абстрактні іменники

security, dignity показують орієнтованість картини світу на людину в межах заданої концептуальної області, вербалізують інформацію, пов'язану з духовним життям особистості, та називають явища, за якими закріплена певна оцінка в суспільстві.

Тактика позиціонування реалізується не тільки за допомогою посилення на авторитетних посадових осіб міжнародної організації, але й за допомогою представлення інформації чи позиції певного структурного підрозділу, який належить до ООН. Група Організації Об'єднаних Націй із питань розвитку створена з метою покращення координації та кооперації між країнами в різних сферах життя людини:

The UN Development Group (UNDG), which unites the UN funds, programmes, specialized agencies, departments, and offices that play a role in global development, pledged its collaboration with all Member States, rolling out a common approach to eliminate bottlenecks, provide new direction and the necessary coordination [12].

Дієслівні словосполучення *to eliminate bottlenecks, provide new direction and the necessary coordination* ілюструють головну мету структурного підрозділу ООН – виробити спільне рішення стосовно проблем глобального та національного розвитку, залучаючи знання, практичний досвід і ресурси держав для поліпшення життя населення. Група Організації Об'єднаних Націй з питань розвитку публічно засвідчила співпрацю з країнами – членами ООН.

Коли напруженість ситуації в зонах конфлікту досягає критичної межі, ООН негайно висловлює свою позицію:

The UN has called for an urgent humanitarian pause in fighting in Aleppo in order to deliver aid and to repair damaged electricity and water networks [12].

Фразове дієслово *call for* виконує апелятивну функцію в реченні, коли адресат виражає свою думку та одночасно спонукає читача зайняти подібну позицію. Суб'єкт міжнародної політики (ООН) не дає чітких обіцянок щодо запобігання гуманітарній катастрофі, однак окреслює майбутні завдання після припинення воєнних дій за допомогою дієслівних словосполучень *to deliver aid, to repair damaged electricity and water networks*. Негайна гуманітарна пауза, яку вимагає ООН, дасть змогу надати допомогу жителям міста Алеппо. Це вкотре доводить соціальну орієнтованість міжнародної організації.

Інтегрально важливою тактикою досягнення стратегії самопрезентації є дистанціювання, яке займає чільне місце в англійській лінгвокультурі та є потужним інструментом впливу на цільову аудиторію; це своєрідне мистецтво регулювання ступеня близькості/віддаленості співбесідників [3]. Використання тактики дистанціювання ха-

рактизується позитивною оцінкою власних дій і відображенням негативної оцінки дій опонента. У лінгвістиці дистанціювання розглядають у межах антропоцентризму. Мову не можна зрозуміти, не вийшовши за її межі, тобто без референції на її носія й активного користувача – людини [5, с. 7]. В основі будь-якого комунікативного акту лежить певне дистанціювання між адресантом і адресатом. З одного боку, для цього феномену властиве протиставлення «вони» і «ми». З іншого боку, це поняття нерозривно пов'язане з відповідальністю за достовірність висвітленої інформації.

Тактику дистанціювання використовують з метою уникнення фактору негативного впливу на імідж самої організації ООН. Зазвичай цією тактикою оперують посадові особи міжнародної організації, які хочуть відмежуватися від певних звинувачень і голосливих суджень:

The U.N.'s top official in charge of human rights called the new accusations "sickening" [12].

Чиновник вищого рангу ООН заперечує звинувачення миротворців, яких підозрюють у насильстві. Лексема з негативно-оціночної конотацією *sickening* нівелює всі інкримінації обвинувальної сторони. У лексемі втілений емоційний стан адресанта і його ставлення до екстралінгвістичної ситуації. Її використання пояснюється не тільки задачами безпосередньої передачі інформації, але й умовами, у яких здійснюється формування інформаційного приводу – характеристик і ознак певної події, які роблять цю ситуацію суспільно значущою і привабливою для ЗМІ.

Генеральний секретар ООН надає цим звинуваченням наступні характеристики:

And Secretary-General Ban Ki-moon said they were "despicable, depraved and deeply disturbing allegations" [12].

З метою переконання адресата в безпідставності та невірності голосливих заяв Генеральний секретар ООН використовує атрибути з негативною конотацією: *despicable, depraved, disturbing*.

Тактика створення позитивного образу направлена на формування у свідомості читача асоціацій зі знаком плюс, тобто таких, які не викликають негативних реакцій. Зазвичай у новинних статтях відбувається конструювання позитивного образу структури, яка входить до ООН і має свої власні функціональні обов'язки:

The United Nations agricultural agency today released a new action plan to help countries combat the spread of antimicrobial resistance in their food supply chains and to counter the growing threat of medicine-resistant 'superbugs' [12].

При використанні дієслів із семою боротьби *to combat, to counter* події інтерпретуються з позиції суб'єкта і його амбіцій. Сільськогосподарська організація ООН розробила план боротьби з антимікробною резистентністю та бактеріями, які

стійкі до впливу антибіотиків. Наведені дієслова відіграють центральну та організаційну роль у реченні та свідчать про рішучість намірів організації в протидії проблемі. Вони не лише іменують процесуальний стан, але й беруть активну участь в представленні абстрактних категорій дійсності, зв'язків і відношень [8]. З позиції категорії акціональності зазначені дієслова мають ознаку динамізму та відображають перспективність вирішення питання порядку денного. Агенс (*the United Nations agricultural agency*) ініціює та контролює динамічну ситуацію. Процесно-результативні дієслова направлені на досягання результату.

У питаннях миру та безпеки для нарративу інформаційних статей характерне використання мовних одиниць, які апелюють до спільної відповідальності всіх країн і загальнолюдських цінностей:

Finally, the statement said the Secretary-General encourages all stakeholders to meet their respective responsibilities to maintain peace and stability [12].

За допомогою дієслівних словосполучень *to meet their respective responsibilities, to maintain peace and stability* адресант повідомлення в особі Генерального секретаря закликає світову спільноту виконати свої зобов'язання заради підтримки миру та стабільності у світі.

Генеральна Асамблея, дорадчий і представницький орган ООН, відповідає за обговорення спектру різноманітних міжнародних питань. На засіданнях Генеральної Асамблеї розглядають принципи співробітництва для підтримання міжнародного миру та безпеки, дотримання прав і основних свобод людини. Не оминають і питань, які стосуються конфліктів на релігійному ґрунті:

The meeting sought to establish how religious leaders and actors can work together with governments and other institutions to help them fulfil their responsibility to protect and to promote inclusivity, dialogue and respect for diversity [12].

Головним завданням засідання було знаходження механізмів кооперації між релігійними лідерами та урядами з метою уникнення релігійної нетерпимості між конфесіями. Лексична одиниця *work together* слугує об'єднувальним фактором і передбачає спільну роботу суб'єктів заради досягнення єдиної цілі. Вектор і завдання роботи Генеральної Асамблеї ООН простежується в таких лексемах: *responsibility, dialogue, respect*. Зазначені абстрактні іменники апелюють до припинення релігійної ворожнечі в світі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Дискурсивну стратегію самопрезентації та дискурсивні тактики позиціювання, дистанціювання, створення позитивного образу використовують для формування позитивного іміджу організації, коли адресант відбирає відповідно до своїх мотивів та цілей оптимальні вербальні засо-

би в новинних статтях. Дослідження іміджу ООН наводить на думку, що масова свідомість не може сприймати цілком всю інформацію про міжнародну організацію, однак здатна отримувати головні новини, які характеризують діяльність інститу-

ції. Важливо не те, що в дійсності являє собою ООН, а інформація, яка проектується на читачів. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в дослідженні диктальної стратегії та її впливу на формування позитивного іміджу ООН.

Література

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Лингвистический энциклопедический словарь / Н.Д. Арутюнова. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Омск, 1999. – 285 с.
3. Иссерс О.С. Речевое воздействие : [учеб. пособие] / О.С. Иссерс. – М. : Флинта ; Наука, 2009. – 224 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
5. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 264 с.
6. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
7. Паршина О.Н. Российская политическая речь: теория и практика / О.Н. Паршина. – М. : ЛКИ, 2007. – 232 с.
8. Храковский В.С. Теория языкознания. Русистика. Арабистика / В.С. Храковский. – СПб. : Наука, 1999. – 449 с.
9. Чейф У.Л. Данное, контрастивность, определенность, подлежащее, топики и точка зрения // Новое в зарубежной лингвистике / Чейф У.Л. – Вып. 11. – М., 1982. – С. 277–317.
10. Юшковець І.А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / І.А. Юшковець. – Донецьк, 2008. – 23 с.
11. Dijk T. A. van. Strategies of discourse comprehension / T.A. van Dijk, W. Kintsch. – Academic press, 1983. – P. 375.
12. The United Nations 05.09.2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.un.org/ru/index.html>.