

## ТРОЛІНГ ЯК КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ В ПРЕЗИДЕНТСЬКОМУ ДИСКУРСІ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО

### TROLLING AS A COMMUNICATIVE STRATEGY IN THE PRESIDENTIAL DISCOURSE OF VOLODYMYR ZELENSKYI

Завальська Л.В.,

*orcid.org/0000-0002-6922-5844*

кандидат філологічних наук, доцент,

докторант кафедри прикладної лінгвістики

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Статтю присвячено аналізу комунікативної поведінки президента як одного з учасників взаємодії в політичному дискурсі. Дослідження виконано в лінгвопрагматичному аспекті зі скеруванням на стратегічні параметри політичного дискурсу, а саме визначення однієї з комунікативних стратегій – стратегії тролінгу. Проаналізовано тролінг, представлений в різних мовленнєвих жанрах українського президентського дискурсу. Наголошено на специфіці тролінгу в політичній комунікації як одній з репрезентативних форм конфліктної та провокативної мовленнєвої поведінки. Мета дослідження – визначити специфіку комунікативної стратегії тролінгу в президентському дискурсі, що зумовило розв'язання таких завдань: схарактеризувати тролінг як явище мережевого спілкування і як комунікативну стратегію; визначити специфіку комунікативної поведінки учасників тролінгу; проаналізувати публічні промови і висловлювання Володимира Зеленського в аспекті реалізації стратегії тролінгу. Об'єктом аналізу послугував українській президентський дискурс, а предметом – мовні засоби реалізації комунікативної стратегії тролінгу в мовленні Президента України Володимира Зеленського. Матеріалом дослідження обрано публічні промови, інтерв'ю, відповіді на запитання журналістів на пресконференціях і дописи в соціальних мережах на офіційних сторінках Володимира Зеленського за період 2019–2014 роки. Схарактеризовано тролінг як поняття, що є не лише засобом вербальної провокації та агресії, а й однією з комунікативних стратегій президентського дискурсу. Доведено, що тролінг у соціальних мережах є жорстким і провокативним, розрахованим на емоційну реакцію адресата. Тролінг у безпосередній комунікативній взаємодії та публічних виступах Президента України ґрунтується на підтексті та іронії, він є здебільшого виявом гумористичного дискурсу та передбачає не висміювання адресата, а створення комічної ситуації, розрядження обстановки чи репрезентації мовної особистості Президента як людини з почуттям гумору.

**Ключові слова:** політичний дискурс, президентський дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна взаємодія, мовна особистість, тролінг.

The article is devoted to the analysis of the communicative behavior of the president as one of the participants in the interaction in the political discourse. The research was carried out in the linguistic and pragmatic aspect with a focus on the strategic parameters of the political discourse. The article defines one of the communication strategies – the trolling strategy. Trolling presented in various speech genres of the Ukrainian presidential discourse is analyzed. The specificity of trolling in political communication is emphasized as one of the representative forms of conflict and provocative speech behavior. The purpose of the study is to determine the specificity of the communicative strategy of trolling in the presidential discourse. The task of the article: to characterize trolling as a phenomenon of network communication and as a communicative strategy; determine the specifics of the communicative behavior of trolling participants; to analyze the public speeches and statements of Volodymyr Zelenskyi in terms of the implementation of the trolling strategy. The object of analysis is the Ukrainian presidential discourse, and the subject of analysis is the linguistic means of implementing the communicative strategy of trolling in the speech of the President of Ukraine Volodymyr Zelenskyi. The material of the research is public speeches, interviews, answers to journalists' questions at press conferences and posts in social networks on the official pages of the President of Ukraine Volodymyr Zelenskyi for the period 2019–2014. Trolling is characterized as a concept that is not only a means of verbal provocation and aggression, but also one of the communicative strategies of the presidential discourse. It has been proven that trolling in social networks is harsh and provocative, calculated on the emotional reaction of the addressee. Trolling in direct communicative interaction and public speeches of the President of Ukraine is based on subtext and irony. Trolling is a manifestation of humorous discourse and does not involve making fun of the addressee, but creating a comic situation, defusing the situation or representing the President's linguistic personality as a person with a sense of humor.

**Key words:** political discourse, presidential discourse, communicative strategy, communicative interaction, linguistic personality, trolling.

**Постановка проблема в загальному вигляді.** Лінгвопрагматичний аналіз мовленнєвої діяльності передусім скерований на визначення комунікативних намірів мовців та основних стратегій, обраних для найбільш ефективного впливу на адресата. Стратегічний аспект комунікації є важ-

ливим для різних форм дискурсивної діяльності, зокрема для політичного дискурсу. Політики як мовні особистості демонструють мовленнєву поведінку, що має відповідати їхньому комунікативному іміджу та узгоджуватися з уявленнями та очікуваннями масового адресата від дій політи-

ків. Особливого значення комунікативний імідж набуває в президентському дискурсі, оскільки комунікативні вміння і навичка президента, його ораторські здібності, зміст публічних промов становлять один із засадничих складників іміджу голови держави. Той факт, що промови політикам такого рівня готує команда професійних спічрайтерів, не зменшує відповідальності мовця, який презентує створені тексти адресатам. Промови повинні узгоджуватися з комунікативним іміджем президента, його політичними цінностями та прагненням, тому підпорядковані визначальним комунікативним стратегіям. Вибір стратегії взаємодії з адресатом свідчить про мовну особистість політика, зокрема коли йдеться не лише про підготовлене мовлення, а й спонтанне. Серед таких стратегій, що часто є імпровізацією, непідготовленими мовленнєвими актами в політичному дискурсі, вважаємо комунікативну стратегію тролінгу. На думку дослідників, «наразі немає єдиної думки про походження слова тролінг. З одного боку, його пов'язують з англійським *trolling*, що дослівно означає «ловити рибу сіткою». Це риболовна техніка, суть якої полягає в тому, що рухомий плавальний засіб тягне за собою приманку, спокусившись на яку, риба потрапляє в сітку. З іншого боку, простежується зв'язок з іменником *troll*, запозиченим зі скандинавської міфології й уперше зафіксованим 1610 року» [5, с. 48]. Для політичного іміджу Володимира Зеленського, у минулому – актора-коміка, гумористичний дискурс часто корелює з президентським, значною мірою реалізуючись через прийом іронії, сарказму, висміювання, що загалом є ознакою тролінгу.

**Мета дослідження** – визначити специфіку комунікативної стратегії тролінгу в президентському дискурсі, що зумовило розв'язання таких **завдань**: схарактеризувати тролінг як явище мережевого спілкування і як комунікативну стратегію; визначити специфіку комунікативної поведінки учасників тролінгу; проаналізувати публічні промови і висловлювання Володимира Зеленського в аспекті реалізації стратегії тролінгу.

**Об'єктом** аналізу слугував українській президентський дискурс, а **предметом** – мовні засоби реалізації комунікативної стратегії тролінгу в мовленні Президента України Володимира Зеленського.

**Матеріалом** дослідження обрано публічні промови, інтерв'ю, відповіді на запитання журналістів на пресконференціях і дописи в соціальних мережах на офіційних сторінках Володимира Зеленського за період президентської каденції 2019–2014 роки.

**Методи дослідження** ґрунтувалися на комунікативно-дискурсивному підході до аналізу мовних явищ і мовленнєвої поведінки мовців, зокрема використано лінгвопрагматичний аналіз для виокремлення та характеристики комунікативних стратегій; дискурсивний аналіз – для виявлення специфіки комунікативної взаємодії мовця з адресатами; лінгвостилістичний аналіз – для з'ясування особливостей функціонування мовних одиниць у президентському дискурсі.

**Ступінь розроблення проблеми в лінгвістиці.** У сучасному мовознавстві тролінг розглядають переважно як один з прийомів комунікативної поведінки в соціальних мережах (Дж. Аро, Дж. Донат, К. Хардакер; Л. Гуменюк, Ю. Данько, Н. Дяченко, Н. Капустіна, А. Ковалевська, Ю. Кокарча, Н. Кондратенко, С. Нікіфорова та ін.), потрактовуючи його як «розміщення в Інтернеті (на форумах, у групах новин Usenet, у вікі-проектах тощо) провокаційних повідомлень, що спричиняють між учасниками спілкування суперечки, комунікативні конфлікти, які втілюються в образах, війні редагувань, марнослів'ї тощо» [5, с. 48]. А. Ковалевська аналізує комунікативну стратегію тролінгу в межах дослідження патогенних текстів і визначає тролінг як «розробку завідомо провокаційних повідомлень з метою нейтралізації негативного ефекту патогенних політичних текстів шляхом або ескалації емоційності та неправдивості інформації, поданої в оригінальному тексті, або ж доведення поданої в оригінальному тексті інформації до абсурду, що уможливить максимальне зниження раціональності сприйняття початкового тексту, а згодом – і довіри як до оригінального тексту почасти, так і до спроможності адресанта зазначених текстів узагалі» [9, с. 162]. Ю. Данько визначає тролінг як «вид віртуального спілкування з порушенням етики мережевої взаємодії, що виражається у вигляді прояву різних форм агресивної, знущальної і образливої поведінки для нагнітання конфліктів» [2, с. 85] та виокремлює основні мотиви тролінгу: «інтерес, цікавість, бажання самоствердитися, посперечатися, проявити дотепність, розважитися, бажання проявити агресію та негативні емоції» [3, с. 19–20], а також зазначає: «Окрім перерахованих вище мотивів, на базі власних спостережень, можемо виокремити ще такі: 1) експеримент – може бути або над самим собою, або над співрозмовниками. Він проявляється в перевірці терпіння, реакції користувачів на подразники, спробах відвернути увагу від основної теми обговорення, порушенні правил мережевого етикету та прагненні залишитися без жодного покарання; 2) бажання змінити

думку співрозмовників – зазвичай здійснюється за допомогою декількох акаунтів одночасно; 3) полювання на тролів – такий тип комунікативної взаємодії часто має гірші наслідки, ніж робота звичайного троля, тому що конфлікт починається дуже швидко й не може залишитися непоміченим; 4) відведення уваги, зміщення фокусу від важливих на цей момент подій для суспільства на менш вагомні, другорядні» [5, с. 5]. Загалом тролінг розглядають як мовленнєву провокацію, приховану вербальну агресію та висміювання адресата, що ґрунтується на використанні елементів комічного: через жарти, іронію, сарказм здійснюється спонукання адресата до активних дій, часто зумовлених впливом на емоційну сферу і «приглушенням» раціонального сприйняття та усвідомлення об'єктивної дійсності.

#### **Викладення основного дослідження.**

Поняття тролінгу ввійшло в науковий обіг сучасної науки, утім, має низку дефініцій, що потребують конкретизації. К. Халдакер вказує, що в науці відсутнє академічне витлумачення терміна «тролінг» та розуміє його як одну з комунікативних стратегій [12, с. 237]. Ми потрактуємо тролінг в аспекті лінгвопрагматичного підходу і розглядаємо його як тип комунікативної стратегії, тобто як один з обраних мовцем векторів комунікативної взаємодії з адресатом. Такий підхід дає змогу простежити використання тролінгу в різних типах дискурсу як свідому мовленнєву поведінку мовця. При цьому тролінг стає інструментом в інформаційній війні, набуваючи таких характеристик, як-от: «маскування, таргетинг, багатопрофільність, провокативність, гнучкість, дифузний характер впливу, багатоканальність тощо» [8, с. 72]. Виокремлення тролінгу як стратегії потребує й уточнення його наповнення та прийомів реалізації. Зважаючи на це, у межах стратегії тролінгу А. Ковалевська виокремлює тактики грубого (деструктивного) тролінгу, або флеймінгу; конструктивного тролінгу (тактики перебільшення / зменшення та тактика вікі-тролінг); тактика «великої брехні» і тактика сокпапетінгу [9, с. 162–163]. Л. Гуменюк пропонує розмежовувати конструктивний і деструктивний тролінг: «мережевий тролінг як одна з форм комунікативної поведінки має і негативні (деструктивні), і позитивні (конструктивні) функції. Конструктивний тролінг є спробою активізації дискусії на форумі, відродження мережевого життя, звернення уваги редакторів на некоректну інформацію, поліпшення настрою членам спільноти. Деструктивний тролінг спрямований на навмисну образу ідеалів, пріоритетів учасників мереже-

вих спільнот, засмічення форуму; дискредитацію ресурсів для порушення психологічної рівноваги їх учасників; переслідування та ін.» [1, с. 176].

У публічних промовах і на сторінках у соціальних мережах В. Зеленського тролінг представлений ще з часів передвиборчих дебатів і перших виступів. Під час виборчих президентських перегонів в 2019 році між на той момент чинним Президентом України П. Порошенком і кандидатом у Президенти В. Зеленським напередодні другого туру виборів активне обговорення точилося в соціальних мережах. Так, П. Порошенко у відповідь на відеозвернення В. Зеленського щодо проведення дебатів на стадіоні Олімпійський відповів через соцмережу «Facebook»: *Володимире Олександровичу, не шукайте причин і не ставте умов. І ніким не прикривайтеся. Це – некрасиво. Будьте мужиком. Приходьте на дебати. Стадіон, так стадіон. Я чекаю!* (Facebook, 5.04.2019). Іронія і сарказм як основні прийоми в цьому випадку актуалізують стратегію тролінгу, а окремі висловлювання з цього тексту в подальшому перетворилися на вербальні меми. Також відзначимо використання стилістично зниженої лексики (вживання лексеми «мужик» у розмовному значенні на позначення «справжнього» чоловіка). Безпосередньо під час передвиборчих дебатів вже в реальному спілкуванні В. Зеленський застосував стратегію тролінгу з використанням низки питальних речень маніпулятивного характеру, напр.: *Чому ваші цукерки досі можна вільно купити в магазинах Москви? Чи є це правда, що цукерки Roshen є у пайках повстанців «Л/ДНР»? Як обвалилась гривня? Чому Гондарєва ховається в Лондоні?* (Передвиборчі дебати В. Зеленського і П. Порошенка, 19.04.2019). Використовуючи прийом імплікатури, мовець провокує адресата до емоційної реакції на приховані звинувачення. Стратегія тролінгу тут репрезентована не в інтернет-спілкуванні, а у реальній взаємодії в політичному дискурсі. Н. Кондратенко наголошує на розширенні меж функціонування тролінгу: «тролінг вже не пов'язують виключно з віртуальним простором, а використовують це поняття на позначення провокативної поведінки в публічній комунікації, зокрема в політиці» [10, с. 87]. Саме цей різновид фіксуємо в подальшому в президентській риторичі В. Зеленського, який активно використовує стратегію тролінгу не лише як відповідь своєму опоненту, а й в більшості промов і вступів.

Ця стратегія представлена і в дописах на офіційній сторінці Президента в соціальних мережах. Так, в соцмережі Facebook В. Зеленський роз-

містив допис щодо перемовин з Ю. Тимошенко відносно посад в уряді: *Є дуже давня українська традиція. Раз на 5 років Юлія Володимирівна Тимошенко йде в опозицію до чинного Президента, імітуючи турботу про народ. (...) Так, Юлія Володимирівна справді пропонувала. Вона принесла список своїх людей для призначення на «солодкі» місця. А натомість обіцяла протягом року голосувати за всі закони разом зі «Слугою Народу» у Верховній Раді. Звісно, ми відмовили. Адже епоха договірників скінчилася назавжди. Але подивіться, який гарний вигляд має зараз «опозиція». Така фігура! А знаєте, чому? Тому що зараз їй просто не дають «солоденького»* (Facebook, 19.11.2019). Не дуже вдале використання мовної гри через каламбур вживання слова «солодкий» мало на меті послуговування іронією. Мовець актуалізує переносне значення лексеми *солодкий* – «Який дає відчуття приємності або виражає задоволення, радість, насолоду (про думки, почуття, стан людини)» [11, Т. 9, с. 446] та пряме значення – «Який має приємний смак, власт. цукрові, медові і т. ін.; протилежне гіркий, кислий, солоний» [там само]. Переносне значення в поєднанні з прямим утворює у дописі іронічний підтекст та покликане виразити ставлення мовця до Ю. Тимошенко. Н. Єльнікова вважає, що «тролінг можна досліджувати не лише як вияв агресії, а й як іронію на адресу реципієнта, яка є однією з популярних форм комічного інтернет-комунікації» [6 с. 161]. Утім, в цьому випадку іронія межує з неприпустимими жартами на адресу іншої особи щодо зовнішності та особистісних рис. Ю. Тимошенко також використала іронію у відповіді В. Зеленському: *...Тоді нагадаю Вам, що є ще одна давня українська традиція. Раз на п'ять років деяким українським Президентам задається, що вони взяли джек-пот! А далі все за сценарієм... Ну ви в курсі... Словом, чекаємо Вас на корпоративах... Можна зі своїм піаніно:)* (Facebook, 19.11.2019). Якщо іронія в дописі В. Зеленського була скерована на зовнішність опонентки, то в цьому тексті іронія стосувалася відомого концертного номера В. Зеленського ще за часів його естрадної діяльності. Номер ґрунтувався на фізіологічних жартах, тому відповідь і сприймається як симетрична щодо іронії мовця.

Тролінг у мовленні В. Зеленського представлений не лише у мережевих дописах, а й у публічних виступах. Так, у відповіді президентові рф на пропозицію зустрічі В. Зеленський сказав: *Що мені розуміти? Я кожен місяць там буваю, пане путін. Я готовий піти ще далі та запропонувати вам зустрітися у будь-якій точці українського*

*Донбасу, де йде війна* (24tv.ua, 20.04.2021), а під час питання на брифінгу в Данії на питання щодо окупованих територій України відповів: *Обмін територій? Готові обміняти Белгород на наше членство в НАТО* (ТСН, 21.08.2023). Насамперед тролінг фіксуємо у публічних виступах періоду «великої війни». Є. Джиджора і С. Мельник називають тролінг у промовах В. Зеленського періоду повномасштабного вторгнення виявом «знущальної риторики» [4, с. 494], тобто ця стратегія сприймається як мовленнєва провокація та спонукання адресатів на емоційної реакції. На відміну від звичайного інтернет-тролінгу, в якому «мовні засоби вираження тролінгу використовуються переважно для втілення негативної оцінки значення: на лексичному рівні вживається інвективна лексика, на словотвірному – суфікси з аксіологічною семантикою, на граматичному – риторичні фігури й порівняльні конструкції» [7, с. 19], тролінг у президентському дискурсі позбавлений таких елементів. Він переважно ґрунтується на іронії та підтекстовій інформації та є зрозумілим лише в контексті комунікативної ситуації. Під час виступу на саміті «великої двадцятки» В. Зеленський у промові замінив назву на «дев'ятнадцятку»: *Немає і не може бути жодних виправдань ядерному шантажу. І я дякую вам, шановні G19, за те, що ви чітко це підтверджуєте. Будь ласка, застосуйте всю вашу міць, щоб змусити Росію відмовитися від будь-яких погроз ядерною зброєю* (Главком, 15.11.2024). У такий спосіб він указав на неприпустимість входження росії до цього об'єднання, хоч прямо це і не зазначив.

У президентському дискурсі має місце і тролінг на адресу В. Зеленського. Яскравим прикладом може бути висміювання образу, який створив тоді ще майбутній Президент України в серіалі «Слуга народу» – «президента з народу» Василя Голобородька, який їздить на роботу велосипедом. Так, у день інавгурації В. Зеленського мер Києва В. Кличко приїхав до роботи на велосипеді, а в листопаді 2019 року президентка Естонії Керсті Кальюлайд подарувала В. Зеленському іменний велосипед та банку меду.

Прикладом «грубого» тролінгу є розміщення в соцмережах сина колишнього президента США й актуального кандидата на цю посаду Д. Трампа зображення у вигляді фейкового скріншоту повідомлень В. Зеленського Дж. Байдену після оголошення рішення останнього зняти свою кандидатуру з виборчих перегонів: *Мої гроші все ще надходять, правда? Я наляканий. Будь ласка, дайте відповідь!* (Instagram, 22.07.2024). Син Д. Трампа на додаток ще й прокоментував це

зображення: «Смішно і також, мабуть, правда», що викликало обурення в користувачів соцмережі.

#### **Висновки і перспективи дослідження.**

Тролінг як порівняно мало вивчене в мовознавстві поняття є не лише засобом вербальної провокації та агресії, а й однією з комунікативних стратегій політичного, а саме президентського дискурсу. Комунікативна стратегія тролінгу реалізує інтенцію мовця, що передбачає мовленнєву провокацію, приховану вербальну агресію та висміювання адресата й ґрунтується на використанні елементів комічного. У такий спосіб за допомогою жартів, іронії, сарказму здійснюється спонукання адресата до активних дій, часто зумовлених впливом на емоційну сферу і «приглушенням» раціонального сприйняття та усвідомлення об'єктивної дійсності. Загалом, порівнюючи використання тролінгу

в соцмережах і публічних промовах у президентському дискурсі, зазначимо, що вони мають суттєві відмінності. Мережевий тролінг переважно є «грубим» і провокативним, розрахованим на емоційну реакцію адресата. Тролінг у безпосередній комунікативній взаємодії та публічних виступах Президента України ґрунтується на підтексті та іронії, є здебільшого виявом гумористичного дискурсу та передбачає не висміювання адресата, а створення комічної ситуації, розрядження обстановки чи репрезентації мовної особистості Президента як людини з почуттям гумору.

Перспективи дослідження полягають в розгляді комунікативної стратегії тролінгу в українському дискурсі усіх президентів та визначенні характерних рис і динаміці цього явища в українському політичному дискурсі.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Гуменюк Л. Й. Мережевий тролінг як вид комунікативної поведінки. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. Серія психологічна. 2014. Вип. 1. С. 172–180.
2. Данько Ю. А. Феномен «тролінгу» як форма комунікативної інтернет-взаємодії: політичний контекст. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2015. № 2 (25). С. 83–92.
3. Данько Ю. А. «Тролінг» як новий вид віртуальної комунікації. *Український соціум*. 2013. № 4. С. 17–25.
4. Джиджора Є. В., Мельник С. М. Промови Президента України Володимира Зеленського у перші місяці російсько-української війни: форми саркастичної риторики. *New development horizons of philological science : Scientific monograph*. Riga, Latvia : "Baltija Publishing", 2022. С. 489–503.
5. Дяченко Н., Войналович А. Тролінг і його комунікативний потенціал. *Філологічний часопис*. 2023. Вип. 1 (21). С. 47–55.
6. Єльнікова Н. І. Іронія як засіб реалізації тролінгу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 41. Т. 1. С. 158–162.
7. Єльнікова Н. І. Тролінг в українськомовних медіа: лінгвістичний аспект. *Південний архів (філологічні науки)*. 2021. Вип. 87. С. 16–20.
8. Запорожець О. Інтернет-тролінг як інструмент інформаційної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. С. 66–74.
9. Ковалевська А. В. Нейтралізація патогенних дискурсів: стратегія тролінгу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 34. Т. 2. С. 160–166.
10. Кондратенко Н. В. Тролінг у політичному інтернет-дискурсі. *Одеський лінгвістичний вісник: науково-практичний журнал*. 2017. Спец. випуск. С. 86–88.
11. Словник української мови в 11 томах. Київ : Наука, 1970–1980.
12. Hardaker C. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*. 2010. № 6. P. 215–242.