

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ, ПОЛІТОЛОГІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

***КОМУНІКАЦІЙНІ ПРАКТИКИ
У СУЧАСНОМУ
ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ***

***Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції
20 травня 2016 р.***

***Чернівці
2016***

ББК 66.011.1 + 66.07

К 639

УДК 323.23(08)

*Друкується за ухвалою Вченої ради Чернівецького національного
університету імені Юрія Федьковича*

К 639 **Комунікаційні** практики у сучасному політичному дискурсі : зб. наук. праць за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. 20 травня 2016 р., Чернівці / відп. ред. В.П. Фісанов. – Чернівці : Чернівецький національний університет, 2016. – 108 с.

Редколегія:

д.соц.ком., проф. Василик Л.Є.; д.і.н., проф. Добржанський О.В.; д.політ.н., Круглашов А.М.; д.і.н., проф. Макар Ю.І.; д.і.н., проф. Марусик Т.В.; д.ф.-м.н., проф. Остапов С.Є.; д.і.н., проф. Фісанов В.П. (*голова*).

У збірнику подано матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Комунікаційні практики у сучасному політичному дискурсі» (20 травня 2016 р.), яка була організована кафедрою міжнародної інформації Чернівецького національного університету. Доповіді учасників торкаються актуальних питань подальшого розвитку інформаційного суспільства в Україні у контексті сучасних європейських комунікаційних практик. Видання розраховане на науковців, викладачів, медійників, державних службовців, учителів, аспірантів, студентів та усіх зацікавлених у розвитку мадіакомунікацій.

Автори матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, власних імен та інших відомостей.

Адреса редколегії: Кафедра міжнародної інформації, факультет історії, політології та міжнародних відносин, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, вул. Коцюбинського, 2, м. Чернівці, 58012, тел.: (0372) 525555, E-mail: ivosadtsa@yahoo.com

© Чернівецький національний університет

©Колектив авторів

ЗМІСТ

Вступне слово	5
----------------------------	----------

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Фісанов Володимир

Чи варто посилювати «критичне мислення» в умовах цивілізаційних викликів: інформаційні виміри	6
--	---

Дубов Дмитро

Формування концепту «стратегічні комунікації» у США: до історії виникнення та розуміння	8
--	---

Василик Любів

Професійні стандарти буковинських ЗМК: моніторинговий аспект	12
--	----

Ціватий В'ячеслав

Коммуникационные практики и межкультурная коммуникация в условиях глобализации: институциональное измерение и культурная идентичность XXI века	17
--	----

Ротар Наталія

Комунікативні ресурси локальних політичних режимів (на прикладі Чернівецької області)	22
--	----

З

СЕКЦІЯ 1. ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО В ЄВРОПІ ТА УКРАЇНІ: СУЧАСНІ СУСПІЛЬНІ ПРАКТИКИ

Бурдяк Віра, Бутирська Ірина

Проблеми діяльності мас-медіа в сучасній Болгарії	26
---	----

Карпо Василь

Завдання інформаційної політики України у державах ЄС	30
---	----

Макух-Федоркова Іванна

Теорія культивування як ефективний метод впливу мас-медіа на аудиторію	32
---	----

Катеринчук Павло

Соціальні медіа як чинник формування нових ідентичностей	37
--	----

Лозинський Адам-Любомир

Явище Facebook-літератури: український досвід	41
---	----

Гісса Олександра

Інформаційна політика України як одна з причин суспільного євроскептицизму	44
---	----

Найдич Марина

Шляхи подолання дисконунікації між молодіжними організаціями, владою та молоддю	47
--	----

Попович Юлія

Соборність як ключове поняття

у редакційній політиці газети «Буковина» (1895-1897 рр.)49

Шевченко Олена

Інноваційні інструменти культурної дипломатії України

після Євромайдану54

Богатирець Валентина

Цифрова дипломатія (Digital or Ediplomacy)

як ключовий вектор іміджмейкінгу58

Зайцева Зінаїда

Україна початку XX ст. у міжнародному інформаційному просторі62

Цікул Ірина

Комунікативні стратегії у сучасному політичному дискурсі67

СЕКЦІЯ 2. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Юрійчук Євгенія

Russian-American Youth Organization's Activities as a Component

of Information Warfare71.

Сторощук Богдан

Дискомунікація як інституційна проблема економічної влади73

Мельничук Ігор

Методи протистояння російській пропаганді в Україні:

основні недоліки та шляхи їх подолання78

Пасніченко Анжела

Забезпечення інформаційної безпеки держави

за умов несиметричної взаємодії80

Поліщук Олег

Інформаційний тероризм як загроза національній безпеці87

Шкробанець Олена

Особливості експертних оцінок та характеру громадської думки

в умовах початкового етапу неоголошеної війни між РФ та Україною89

Нечаєва-Юрійчук Наталія

Інформаційні виклики національній безпеці України

на сучасному етапі94

Осадца Іван

Активність російської пропаганди в політичному просторі

Республіки Болгарія (на прикладі місцевих виборів 2015 р.)96

Звоздецька Оксана

Система кібернетичної безпеки Північноатлантичного Альянсу100

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ106

те, що українська мова не може бути мовою науки, сформована пропозиція публікувати закони й розпорядження уряду українською мовою та ін.

З метою ширшого ознайомлення світу з українськими проблемами, редакція “*Ruthenische Revue*” надсилала примірники часопису редакціям європейських видань та видатним діячам культури, професурі європейських університетів. Матеріали з журналу спочатку передрукувала німецька, шведська та італійська преса. Згодом – французька, іспанська, норвезька і навіть японська. Діапазон поширення журналу включав понад 150 редакцій європейських періодичних видань.

Отже, створення українського інформаційного простору у Європі, зокрема засобами німецькомовного друку, дозволяє зробити наступні висновки. Науковий інтерес до українців, їх історії і культури, так само як і до інших так званих недержавних народів, тривалий час тримався на периферії західноєвропейського наукового пошуку. Обмаль інформації за межі двох імперій поступало у вигляді хроніки на шпальти газет, як правило, сенсаційного змісту. Із заснуванням німецькомовного періодичного видання та розсилкою його до редакцій численних європейських газет, відомих політиків, науковців, громадських діячів, які поширювали або коментували публікації журналу, створено передумови, щоб культурно-історичні асоціації у європейців щодо України ставали більш достовірними. Німецькомовні українські видання створили публічний простір для обговорення української проблематики, її особливих конфігурацій у двох імперіях – Російській та Австро-Угорській. Продуктивність цих контактів, сформованих, насамперед, журналістикою, полягала у трансляванні інформації, відмінної від тієї, що її подавала російська або польська преса.

Україна заявила про себе систематичними публікаціями історичного статистичного змісту в яких викладався власний, відмінний від польської та російської опцій, погляд на історію українського народу, стверджувалося право на захист його культурного розвитку. Обстановка передодня Першої світової війни, особливо з 1912 р., коли українські політики у Львові маніфестували бажання перемоги Австро-Угорщини у прогнозованій війні з Росією, зумовила виразну політизацію змісту німецькомовних видань як тих, що виходили з українських редакцій, так і власне німецького авторства. Силуєтно інформаційний вакуум у західному світі стосовно українців став на початку ХХ ст. помалу розріджуватися, однак не тією мірою, щоб європейці могли цілком сформувати адекватне уявлення про Україну.

© Ірина Цікул

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Закономірним результатом побудови в Україні демократичного суспільства, забезпечення плюралізму і конкуренції в політичній сфері виступає участь практично кожного жителя країни в політичних процесах. Демократизація суспільного життя викликає, в свою чергу, масовий ін-

терес до політичної комунікації. Адже саме на основі комунікації інформація передає політичний досвід новим поколінням, сприяє соціалізації людей і структурує політичне життя. Виступаючи своєрідним соціально-інформаційним полем політики, політична комунікація орієнтована на пропаганду ідей, думок, здійснення впливу, результатом якого є прийняття відповідної системи оцінок з метою вироблення суспільної злагоди.

У наш час спостерігається тенденція до зміни моделей політичної комунікації і переходу від передачі інформації до справжнього діалогу, основою якого виступає мова. Мова є потужним засобом впливу на аудиторію і така її властивість повною мірою проявляється в політичному дискурсі. Властивості мови та політичного дискурсу відкривають широкі можливості для впливу. Дана функція мови реалізується в політичному дискурсі через застосування комунікативних стратегій. Актуальність терміну «стратегія» в політичній лінгвістиці супроводжується відсутністю його загальноприйнятої інтерпретації. Науковцями використовуються терміни «мовна стратегія» [3; 7], «дискурсивна стратегія» [10], «комунікативна стратегія» [12], які часто розуміються як синоніми.

Політичний дискурс як різновид персуазивного (переконуючого) дискурсу характеризується маніпулятивною специфікою, що виражається у можливості мовного впливу на адресата з метою внести когнітивні зміни в його картину світу, наслідком яких повинно стати регулювання диспозицій і діяльності адресата на користь адресанта. Мовний вплив здійснюється шляхом використання комунікативних стратегій і тактик, суть яких полягає в операції над знаннями адресата, над його ціннісними категоріями, емоціями, волею. Таким чином, комунікативною стратегією можна назвати сукупність заходів щодо реалізації комунікативних намірів промовця, в процесі розробки яких враховуються умови, в яких протікає комунікація.

З позицій когнітивного підходу комунікативна стратегія розглядається як «комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативних цілей», який «включає в себе планування процесу мовної комунікації в залежності від конкретних умов спілкування й особистостей комунікантів, а також реалізацію цього плану» [4]. У межах прагмалінгвістичного підходу стратегія визначається як «сукупність певних комунікативних дій і мовних засобів» [9; 5]. З точки зору психолінгвістики під стратегією розуміється «спосіб організації мовної поведінки відповідно до задуму, інтенції комуніканта» [5], «усвідомлення ситуації в цілому, визначення напрямку розвитку й організації впливу», «розгорнута в часі установка суб'єкта на спілкування» [1]. У широкому сенсі комунікативна стратегія розуміється як надзавдання мови, продиктоване практичними цілями промовця. Комунікативну стратегію також розглядають як певну спрямованість мовної поведінки в даній ситуації в інтересах досягнення мети комунікації [5].

Реалізація тієї чи іншої стратегії відбувається шляхом застосування тактик, що представляють собою конкретний етап реалізації комуніка-

тивної стратегії, для якого характерний певний набір прийомів, котрі визначають використання тих чи інших мовних засобів. В сучасному науковому дискурсі існують різні підходи до класифікації комунікативних стратегій.

Учасники політичних кампаній будь-якого рівня і статусу використовують комунікативні стратегії, які можуть бути досліджені в рамках двох основних підходів: реляційного і тематичного. Стратегії реляційного підходу описують мовні дії комунікантів з погляду їх відношення до попередніх/наступних мовних дій політичного суперника (атака, захист, продаж, ігнорування, перехоплення ініціативи (я також... я краще) тощо) [2, С. 91-93]. Їх можна розділити на ініціальні та відповідні. До класу ініціальних (тобто таких, які ініціюються, або йдуть від самого комуніканта) відносяться стратегії атаки та продажу. До класу відповідних (тих, що проводяться у відповідь на дії політичного суперника) – стратегії, в аргументах яких дається оцінка попередніх мовних дій опонента, зокрема захист, ігнорування та стратегія «я також... я краще».

Тематичний підхід передбачає опис змістовної спрямованості комунікативних стратегій [2, С. 94-95]. Тематичні стратегії підрозділяються на позиційні і конфронтаційні. До позиційних тематичних стратегій слід віднести наступні: створення «поставлених подій», створення псевдоподій, стратегію призначення на керівні посади, стратегію розподілу державних або суспільних прибутків, стратегію маніпулювання соціально-економічними проблемами, звеличення успіхів або критика на адресу інших тощо. До конфронтаційних тематичних стратегій відносяться: критика діяльності опонентів, наступальна позиція в полеміці, заклики до позитивних змін, підкреслений оптимізм, виступ на захист традиційних цінностей, імідж центриста та делегування критики з метою відсторонення від демагогічної риторики.

Сучасні дослідники політичного дискурсу виділяють й інші різновиди комунікативних стратегій. Так, на думку О. Й. Шейгал, у політичному дискурсі можна виділити наступні види стратегій: (1) стратегія вуалювання, затушовування небажаної інформації, що дозволяє пригасити зробити неприємні факти менш очевидними; (2) стратегія містифікації, яка допомагає приховати істину, свідомо ввести в оману; (3) стратегія анонімності або деперсоналізації як прийом зняття відповідальності [12]. О. С. Іссерс аналізує стратегії дискредитації і самопрезентації у політичному дискурсі [4; 3]. Комунікативні стратегії у харизматичному дискурсі поділяються на: (1) риторичні, що реалізується в тактиках аргументації і апеляції; (2) психологічні, що впливають на психологічний стан адресанта; (3) емоційні, що створюють необхідний емоційний настрій [8, с. 227].

У німецькій лінгвістиці виділяють три види комунікативних стратегій політичного дискурсу:

1) базові стратегії – служать орієнтації на адресата, під якою розуміється мовне спрощення (використання слоганів і гасел), зміцнення влас-

ного іміджу та дискредитація персони супротивника, а також стратегії обумовлені ЗМІ;

2) приховані стратегії – служать для того, щоб згладити порушення основних принципів комунікації. Політики, таким чином, приховують дефіцит інформації, говорять про всім відомі речі, недоговорюють, використовують абстрактні поняття;

3) конкурентні стратегії – використовуються політичними партіями з метою звернення до певних понять і представлення їх у вигідному для себе і не вигідному противнику світлі [13, с. 376-389].

Найбільш цікавою з позиції аналізу комунікативних стратегій, які використовуються депутатами місцевих рад для побудови промов і, як наслідок, для максимального досягнення своїх цілей, на нашу думку, виступає класифікація, запропонована О.Л. Міхальновою, відповідно до якої у політичному дискурсі виділяють (1) стратегію на зниження, (2) стратегію на підвищення та (3) стратегію театральності [5, с. 57]. Метою стратегії на зниження є розвінчання позицій політичного супротивника та його дискредитація. Дана стратегія передбачає використання тактик, що імпліцитно й експліцитно виражають негативне ставлення до предмету комунікації. Стратегія на підвищення характеризується бажанням промовця представити себе у вигідному ракурсі, збільшити значимість власного статусу в очах громадськості. Стратегія театральності дозволяє зробити політичну комунікацію особливо видовищною. Це стосується перш за все політичних діалогів і дебатів, в яких у політика є прямий опонент. Вплив на адресата в даному виді стратегії відзначається високою емоційністю та театральним підходом до ситуації.

У підсумку зауважимо, що здійснення мовленнєвих дій в умовах політичного дискурсу реалізується за допомогою певних тактик і лексико-синтаксичних засобів. У той же час не всі комунікативні стратегії і тактики досліджені, описані та детально проаналізовані. Також слід зазначити, що у ряді випадків відсутні дані про фактори, обумовлюючі вибір тієї чи іншої стратегії і тактики (тактичного ходу) політичної комунікації. У зв'язку з цим комплексне дослідження комунікативних стратегій політичного дискурсу виступає характерною тенденцією його глобальної професіоналізації.

Список використаних джерел:

1. Веретенкина Л.Ю. Стратегия, тактика и приемы манипулирования / Л.Ю. Веретенкина // Лингвокультурологические проблемы толерантности: Тезисы докладов научной конференции (Екатеринбург. 24-26 октября 2001 г.). – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 177-179.

2. Зернецька О.В., Зернецький П.В. Політичний дискурс: комунікативні стратегії інформаційної доби / О. Зернецька, П. Зернецький // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. – 2004. – Випуск 25. – С. 90-96.

3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999. – 284 с.

4. Иссерс О.С. Речевое воздействие / О.С. Иссерс. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.

5. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

6. Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия: монография / О.Л. Михалева. – М.: Книжный дом «Либроком», 2009. – 256 с.

7. Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика / О.Н. Паршина. – М.: ЛКИ, 2007. – 232 с.

8. Петлюченко Н.В. Харизматика: мовна особистість і дискурс: монографія / Н.В. Петлюченко. – Одеса: Астропринт, 2009. – 464 с.

9. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И.В. Труфанова // Филологические науки. – 2001. – № 3. – С. 56-65.

10. Франко О.Б. Стратегії мовця-ініціатора у німецькомовному спонукальному дискурсі / О.Б. Франко // Вісн. Київ. нац. лінгвіст. ун-ту. Сер. Філологія. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2006. – Т. 9, №1. – С. 115-121.

11. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В.Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 134 с.

70 — 12. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.

13. Klein J. Politische Kommunikation als Sprachstrategie / Josef Klein. In: Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli, Ulrich Saxer (hg.): Politische Kommunikation in der Demokratischen Gesellschaft. – Wiesbaden, 2002. – P. 376-395.

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРАКТИКИ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

***Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції
20 травня 2016 р.***

Відповідальний редактор – В.П. Фісанов
Комп'ютерна верстка – І.С. Осадца

Підписано до друку