

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Одеська юридична академія»

**ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ
ТА ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ХХІ СТОЛІТТЯ:
СИНЕРГІЯ НАУКОВИХ, ОСВІТНІХ
ТА ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ**

МАТЕРІАЛИ
Міжнародної науково-практичної
конференції

19 травня 2023 року

У двох томах

Том 1



Видавництво
«Юридика»
2023

УДК 005.332.2(4):316.42(477)"364""20"(062.552)
Є24

Рекомендовано до друку Вченою радою
Національного університету «Одеська юридична академія»
(протокол № 3 від 16.06.2023 р.)

За загальною редакцією **С. В. Ківалова**.

Відповідальний за випуск **М. Р. Аракелян**.
Матеріали видано в авторській редакції.

Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та
Є24 глобальних викликів XXI століття: синергія наукових, освітніх
та технологічних рішень : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.-
практ. конф. (м. Одеса, 19 травня 2023 р.) / за загальною редак-
цією С. В. Ківалова. – Одеса : Видавництво «Юридика», 2023. –
Т. 1. – 790 с.

ISBN 978-617-8263-39-3

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та глобальних викликів XXI століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень». У першому томі збірника містяться наукові напрацювання вчених, практиків, військовослужбовців у теоретичній та емпіричній площині в умовах повномасштабного військового вторгнення у сферах філософських основ, загальної теорії та історичних досліджень держави і права, актуальних проблем світових соціально-політичних процесів, соціології та психології. Висвітлено питання загроз національній безпеці в їхньому конституційному вимірі, у рамках міжнародного та європейського права, трудового права та права соціального забезпечення, земельного, аграрного та екологічного права, пов'язані з функціонуванням економіки та підприємництва в умовах європейського вибору України. Розглянуто проблеми інформатизації та цифровізації суспільства, захисту інформації та кібербезпеки в умовах військового вторгнення, питання методики викладання іноземних мов, теорії та практики перекладу, проблеми лінгвістики та журналістики.

Збірник розраховано на наукових та науково-педагогічних працівників, здобувачів вищої освіти, практичних працівників у сферах юридичної, економічної, соціологічної, політологічної, психологічної, філологічної наук, журналістики та кібербезпеки тощо.

УДК 005.332.2(4):316.42(477)"364""20"(062.552)

ISBN 978-617-8263-37-9 (у 2 т.)
ISBN 978-617-8263-39-3 (т. 1)

© Національний університет
«Одеська юридична академія», 2023

СЕКЦІЯ 15

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ПЕДАГОГІКИ, ЛІНГВІСТИКИ ПРАВА ТА ЗМІ

Мамич Мирослава Володимирівна, Шевченко-Бітенська Олена Валентинівна	
Нормативність уживання термінів освітньо-професійних програм . . .	676
Колеснік Валентина Олександрівна	
Навчальні заклади в Одесі та Миколаєві початку ХІХ століття в історії інших європейських народів.	679
Завальська Любов Володимирівна, Кісельова Анастасія Андріївна	
Семантичні зміни лексеми «звільнення» та «агресія» в українському медіадискурсі	682
Заєць Ганна Вікторівна	
Лінгвістична компетентність у професійній сфері юриста	685
Назаренко Оксана Миколаївна, Занько Олена Валентинівна	
Мовностилістичні особливості політичних промов Володимира Зеленського.	687
Лук'яненко Валентина Володимирівна, Вадаська Світлана Валеріївна,	
Корбут Оксана Григорівна	
Розвиток навичок критичного мислення студентів засобами проектного навчання на заняттях з англійської мови професійного спрямування	691
Матієнко В'ячеслав Леонідович	
Інтеграція системи вищої освіти України в європейський освітній простір	693

СЕКЦІЯ 16

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Колкутіна Вікторія Вікторівна	
Трансформація комунікативних стратегій і тактик у медіатекстах: до проблеми дефініції	696
Маляренко Тетяна Анатоліївна	
Метод кейс-стаді у дослідженнях конфліктів в інформаційному просторі	699
Скалацька Олена Віталіївна	
Вірусний контент як ефективна комунікація	701
Жугай Віталій Йосипович	
Нові перспективи використання «Твіттер» в українській журналістиці	703

СЕКЦІЯ 16

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

*Керівник секції: доцент кафедри журналістики,
кандидат філологічних наук, доцент Ю. А. Грушевська*

Секретар секції: лаборант кафедри журналістики А. В. Бокало

КОЛКУТІНА ВІКТОРІЯ ВІКТОРІВНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
завідувач кафедри журналістики, доктор філологічних наук, професор*

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК У МЕДІАТЕКСТАХ: ДО ПРОБЛЕМИ ДЕФІНІЦІЇ

Уміння створити сучасні медіатексти – невід’ємна складова професії журналіста. Це один із критеріїв, знаків якості справжнього фахівця, котрий зобов’язаний думати, розмірковувати над причинами та наслідками масштабних і швидкоплинних процесів, які охопили суспільство.

Поширеною і власне слушною є думка про те, що в медійному дискурсі головним завданням автора є бажання переконати, донести свою думку до реципієнта так, щоб комунікативна мета була досягнута.

Ефективність успішного мовленнєвого спілкування з читачем посередництвом тексту забезпечується багатьма чинниками, серед яких комунікативна стратегія як «найкраща, оптимальна реалізація інтенцій адресанта для досягнення комунікативної мети в художньому дискурсі тексту завдяки різним ходам і тактикам, які забезпечують успішність комунікативного акту» [3, с. 20]. Сучасна дослідниця Л. І. Синявська апелює до Т. ван Дейка, який, беручи за основу класифікації вид дискурсу, виділив наступні стратегії: когнітивні, контекстуальні, розуміння, мовленнєві, семіотичні, синтаксичні, схематичні, текстові. Інші дослідники виокремлюють тільки два типи стратегій: власне комунікативну і змістову [2].

Комунікативна стратегія втілюється завдяки різним факторам, серед яких науковці виокремлюють дієві ходи спілкування, форму і мету контактування, комунікативний потенціал художнього твору, діалогічність, інтертекстуальність тощо. Не останню роль відіграють і продуктивно дібрані комунікативні тактики. У результаті слухних надбань у різних сферах наукового знання з’явилися численні комунікативні моделі, які зайвий раз підкреслюють важливість і продуктивність художньої комунікації.

Незважаючи на серйозні здобутки в науці, переважна більшість праць досліджує художній (поетичний, драматичний, ліричний) текст. А як же бути із текстом медійним, адже і тут важливо зрозуміти та окреслити позицію як розповідача, так і реципієнта, простежити аксіологічні ресурси, виявити інформаційне навантаження та нові смисли?

Журналістський матеріал, репродукований у засобах масової інформації, на нашу думку, – це особливе вербальне явище, певна герменевтична та аксіологічна система з визначеними критеріями художності, з можливими інтерпретаційними передсудженнями, концептуальним теоретико-інтерпретаційним змістом та унікальним комплексом комунікативних стратегій та тактик. І не останню роль у ньому відіграє особа декодувальника та жанр, в якому працює автор.

Прослідкуємо важливі сегменти комунікативної стратегії національно-есеїстики, яку можемо віднайти в літературно-критичних студіях журналіста, публіциста, видавця 1 половини ХІХ століття Дмитра Донцова: «траєкторія» мовленнєвої діяльності публіциста, що розгортається шляхом зображення події із певного кута зору; їх оцінно-конотативного коментарю; мовно-стилістичним ознакам; інтонаційній тональності; акцентуванням на персонасфері тексту. Отже, комунікативні процеси, що відбиті у текстах його націоналістичних есей, формуються в єдиній комунікативній парадигмі та включають *подію, комунікативну ситуацію, інтонаційну тональність, аксіологічний авторський коментар, особливий, націоналістично-герменевтичний спосіб зображення комунікативної ситуації*. Наприклад, книга «Дві літератури нашої доби» переважно містить такі заголовки статей, які можна розглядати як згорнені тексти, бо їм властиві всі ознаки, форми та функції текстової реальності. Поетика заголовків у стислому вигляді *моделює ту комунікативну ситуацію, яку буде розгорнуто* представлено в тексті статті: «Естетика декадансу», «Модерна література розкладу», «Криве дзеркало нашої літератури», «*L'art pour l'art* чи як стимул життя?», «Наше літературне гетто» (курсив наш – В.К.). Це свого роду заздалегідь стратегічно дібрані «комунікативні синоніми», що уможливають адекватне суцільне тлумачення тексту книги та спрямовані на успішне, комунікативне спілкування з читачем. Есеїст дуже часто вдається до критично-оцінних суджень розвитку української літератури 20 років ХХ століття, до беззаперечності, категоричності, демонструючи єдино правильну власну точку зору. Це видно вже із перших рядків, тому що стаття починається безапеляційним, не потребуючим ніяких спростувань, твердженням: «*Ніхто не заперечить, що духова творчість нації переходить болісно і тривожну кризу...Старі таланти всі в минулім, з честю обходять свої ювілеї, шановані синами з пієтизму до смаку батьків, безсилі дати нове слово, за яким тужить душа нації. Немов параліжом скутий, не здатний наш колективний мозок ні кидати нових думок, ні творити нових образів, ні викликати нових емоцій*» [1, с. 470] (курсив наш – В.К.).

Комунікативна стратегія публіциста націлена на «завороження», «гіпнолізування» *реципієнта* своєю переконливістю та безпомилковістю суджень, не дає йому змоги самому оцінити складність

літературної ситуації на Україні в описуваний період, а висловлена ним оцінка історичних катаклізмів епохи якнайбільше увиразнює масштаб занепаду української літератури, підкреслює актуальність та важливість обраної теми: «І в який час? Якраз тоді, коли по кривавих бурях війни, на цілім світі йде переоцінка вартостей» [1, с. 47]. Відтак, завдання Д. Донцова – «захопити» увагу адресата, спонукати відкласти нагальні справи та проблеми і зробити вибір, тому що того потребує час, адже «характер літератури» [1, с. 47] суголосний із «характером доби» [1, с. 470]. Помічаємо спонукально-закличний тон та прагнення публіциста опанувати, привернути до себе увагу читача. Уникнення будь-якої односторонності розповіді та двозначності сприймання тексту – ключові сегменти комунікативної стратегії публіциста. Завдяки відкритості та зрозумілості висловлених ним ідей наголошено на двох естетиках – героїчній та занепадницькій.

Ефективність комунікації досягається добром дієвих засобів спілкування, які забезпечують успішність комунікативного акту. В есеїстичному тексті вони увиразнюються завдяки комунікативним стратегіям: текст як висловлення, що сприймає, вільно інтерпретує, концептуально трансформує інформацію, вибудовуючи нові смисли завдяки цікавим діалогічним моделям, риторичним запитанням, заздалегідь спланованій лінії мовленнєвої поведінки публіциста, дискусійності, полемічності, скерованості на читача, який обов'язково передбачається, уникнення будь-якої односторонності розповіді або двозначності сприймання, відкритості та зрозумілості.

Список використаних джерел:

1. Донцов Д. Дві літератури нашої доби. Торонто : Гомін України, 1958. 296 с.
2. Маслова Т. Принципи класифікації комунікативних стратегій // Режим доступу: http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/maslova_pryntsypy.pdf
3. Синявська Л. І. Українська драматургія кінця XIX – початку XX століття: комунікативні стратегії. Одеса : КП ОМД, 2019. 304 с.
4. Сінченко О. Комунікативні стратегії в теорії літератури: автор, текст, читач : навчальний посібник. Київ : Логос, 2015. 170 с.

Ключові слова: комунікативні стратегії, медіадискурс, комунікативні тактики, есеїстика, текст.

Key words: communicative, strategies, media, discourse, communicative tagties, essayist, text.