

УДК 659.4:316.3

Л.Д. КЛИМАНСЬКА

ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ ЯК КОМУНІКАТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ

Статтю присвячено технологічним аспектам процесу конструювання соціальних проблем у полі політичного дискурсу. Розглянуто ті елементи дискурсу соціальної проблеми, які свідчать про технологічність конструювання соціальної проблеми зацікавленими політичними суб'єктами, а саме практичне використання знань про процес інформування з метою реалізації інтересів політичного агента, перетворення вихідного матеріалу на продукт, який відповідає цільовій настанові політичного агента; інтерпретація проблеми політичним агентом і аудиторією, до якої спрямований текст соціальної проблеми (кодування/декодування); використання певних технологічних прийомів, які проблематизують або депроблематизують складні соціальні обставини.

Ключові слова: соціальна проблема, політичний дискурс, комунікативна технологія, технологічність, процес конструювання соціальної проблеми.

Соціальні проблеми виникають, як правило, у руслі соціальної справедливості та громадського порядку, тобто в полі політичної напруги. Тому, безумовно, конструювання соціальних проблем у публічному дискурсі не може відбуватися без політики. Проблеми входять у політичний дискурс і починають існувати як “арматура” ідеологій, оскільки позначають, хто є добродішним і корисним, а хто небезпечним або неадекватним, які дії будуть винагороджені, а які покарані. Сконструйовані проблеми “конституують людей як суб'єктів з певними типами прагнень, уявлень про самих себе та страхів і формують переконання про відносну значущість подій та об'єктів” [28, с. 186].

Із соціальними проблемами, на відміну від приватних, слід “зробити щось”, на них має відреагувати все суспільство, насамперед його основний суб'єкт – держава, яка не може дозволити такому стану справ тривати далі, а отже, соціальні проблеми – це обставини, які вимагають політичного втручання. Приватні проблеми є питаннями, які вирішуються в приватному порядку, соціальні проблеми вимагають реакції громадськості й політичного вирішення. Діапазон реакцій та рішень є досить широким: це можуть бути заходи для придушення або контролю над складними соціальними обставинами (заблокувати складні обставини, ув'язнити злочинців, фізично їх покарати, позбавити їх волі або навіть убити). Ці чи інші заходи покликані виправити обставини, покращити умови, досягнути більшої соціальної справедливості, посилити соціальне забезпечення, надати більший соціальний захист.

Приватні проблеми перетворюються на соціальні через процес соціального конструювання, який передбачає визначення й перевизначення складних соціальних обставин і здобуття “почесного” рангу “соціальна проблема” лише частиною цих обставин.

Визначення соціальної проблеми є важливим для соціально-політичних проектів їхнього регулювання. Якщо проблема безробіття існує через погані економічні умови, то відповідні політичні проекти будуть намагатися оживити економіку, щоб створити робочі місця й надати фінансову підтримку в цей час. Натомість, якщо безробіття сприймати як таке, що виникає через відмову безробітного шукати роботу або через відсутність необхідних навичок у безробітних, то відповідні заходи будуть стояти на заваді “простого” отримання матеріальної допомоги від держави (це може здійснюватися, наприклад, за рахунок зниження рівня допомоги й введення суворіших правил на право отримання такої допомоги, і водночас стимулювання в безробітних бажання набути відповідних навичок у навчанні).

Будь-який політичний проект, що виникає в результаті взаємодії різних соціальних та політичних суб’єктів, комунікативно зумовлений. Так виникає політичний дискурс соціальної проблеми, який можна трактувати як комунікативну технологію. У всьому обсязі літератури, присвяченої проблемам комунікації, виділяють популярний нині підхід до неї з акцентом на її технологічності, зокрема в політиці (Ю. Нісевич [18], М. Вершинін [4], О. Зернецька [12; 13] та ін.). Використання комунікативних технологій (паблік рилейшнз, політична реклама, політичний маркетинг, виборчі технології тощо) стало нормою сучасного політичного процесу й значною частиною всього політичного комунікативного простору, про що пишуть А. Балашева [1], С. Блек [3], Дж. Бернет і С. Моріарті [2], І. Вікентьев [5], І. Владикіна та С. Плєсовських [6], Г. Грачов [8], А. Зверинцев [11], Ф. Ільясов [14], Д. Ольшанський [19], Г. Почепцов [20–22], Ю. Шайгородський [26]. На цьому, зокрема, наголошує Н. Кудрявченко, який вважає, що “...політична комунікація – це сукупність теорій і методів, якими можуть користуватися політичні організації та органи влади з метою визначення своїх завдань і впливу на поведінку громадян. З її допомогою з’являється можливість ... формування “образу” влади, бо сьогодні, як і в усі часи, правителі прагнуть постати перед масами з найвигіднішого боку, залежно від вимог, які висуваються до вождя, государя, президента в кожну історичну епоху” [17]. Додамо від себе, що комунікативні технології використовують у політичному процесі не тільки для того, щоб створити образ влади, а ще й для того, щоб створити “образ соціальної проблеми”. Саме в цьому контексті і з’являється термін “дискурс”, але власне образ соціальної проблеми залишається поза увагою дослідників.

У сучасному використанні терміна “дискурс” можна виділити два основні підходи. З одного боку, дискурс розуміють як мовленнєву практику, тобто як “інтерактивну діяльність учасників спілкування, встановлення

й підтримання контакту, емоційний та інформаційний обмін, вплив одне на одного, переплетення комунікативних стратегій і їх вербальних та невербальних втілень у практиці спілкування” [15, с. 5]. З іншого боку, дискурс презентують як складний комунікативний феномен, який включає не тільки акт створення визначеного тексту, а ще й відображає залежність створеного продукту від значної кількості екстралінгвістичних обставин: знань про світ, думок, установок, конкретних цілей того, хто говорить (Т. ван Дейк [9], М. Фуко [25]). У світі кожного дискурсу діють свої правила, істини, етикет. Якщо прийняти таку точку зору, дискурс описує спосіб інтерпретації, спосіб “говоріння про” і відповідно до цього має сенс – який або чий дискурс. У такому разі маються на увазі правила народження змістів, які належать тому, хто творить цей текст. Дослідників у цьому випадку цікавить не дискурс узагалі, а його конкретні різновиди, що задаються широким набором параметрів: чисто мовні виразні риси, а також специфіка тематики, систем переконування, способів розмірковування тощо (можна було би сказати, що дискурс у такому розумінні – це стилістична специфіка плюс ідеологія, яка за нею стоїть). Тобто дискурс у такому його розумінні – це позначення системи обмежень, які накладаються на необмежену кількість висловлювань відповідно до визначеної соціальної або ідеологічної позиції. Саме такий підхід практикується при визначенні політичного дискурсу в працях російських учених О. Шейгал [27], Т. Рябової [23], В. Дем’янова [10].

Мета статті – проаналізувати зміст риторики, присвяченої соціальним проблемам, і виокремити ознаки технологічності в політичному дискурсі.

Політичний дискурс – це опосередкований певною соціокультурною традицією спосіб комунікації, заснований на обміні, навіюванні та пропаганді певних ідей, позицій і поглядів учасників політичного життя, для досягнення політичних цілей, який поширюється на всі існуючі в суспільному комунікативному просторі типи конструктів. Політичному дискурсу властивий не тільки зміст (співвіднесення з реальністю), а ще й сутнісна “прив’язка” (співвіднесення суб’єктно з певною групою або групами людей).

Комунікативні конструкти соціальної проблеми можуть бути використані для проектування політичної реальності з метою реалізації визначених політичних цілей. Це означає створення політичних текстів соціальних проблем, які слугують засобом передачі інформації (під текстом розуміємо всю сукупність попереднього досвіду щодо проблеми, виражену у вербальній та невербальній формі). У таких текстах: всі складові презентують складні соціальні обставини в річищі відносин домінування та підкорення; навмисно використовуються такі аргументаційні моделі, які в першу чергу впливають не на розум людини, а на її почуття (мовець звертається до традицій, загальноновизнаних авторитетів, соціокультурних цінностей, історичних прикладів тощо). Такій аргументації властива особ-

лива емоційність; “читається” установка на досягнення результатів перерозподілу сил у процесі боротьби за владу. Проголошення політичного тексту тягне за собою об’єктивацію та здійснення влади й призводить до соціальних наслідків у формі відносин домінування-підкорення в суспільстві; комунікативні стратегії тексту реалізуються шляхом масовості комунікації, розмитості меж комунікативного простору, фантомності комунікативних елементів та інших прагматичних прийомів здійснення влади; важко щось однозначно перевірити чи заперечити, вони спрямовані в майбутнє; присутня полемічність, що впливає й на підбір лексики, на її певну театралізацію. Полемічність спрямована на нав’язування інших цінностей та оцінок, нав’язування негативного ставлення до політичного противника.

Специфічними характеристиками “політичного дискурсу соціальної проблеми” можна вважати таке:

1) “жанрову” визначеність, тобто упорядкованість смислового поля навколо складних соціальних обставин, які виведено в ранг соціальної проблеми;

2) стильові характеристики комунікації щодо соціальної проблеми, які задаються особливістю ідеологічної позиції суб’єкта політичного процесу і його “присутністю” у владі чи опозиції;

3) володіння дискурсом соціальної проблеми часто є засобом маніфестації своєї належності до певної ідеології, субкультурного товариства або свого доступу до певних інтелектуальних ресурсів;

4) композиційну цілісність політичного дискурсу соціальної проблеми, яку надають йому визначені фрейми проблематизації або депроблематизації складних соціальних обставин, що визначають логіку аргументації політичної позиції в межах соціально-політичного проекту вирішення проблеми;

5) дискурс соціальної проблеми передбачає існування “мовчазного спостерігача”, якому відводиться роль оцінювача технологічних зусиль суб’єктів політичного процесу.

Політичний дискурс соціальної проблеми можна трактувати як комунікативну технологію, оскільки в ньому фіксуються всі риси комунікативної технології.

По-перше, політичний дискурс соціальної проблеми – це практичне використання знань щодо процесу інформування, комунікації для перетворення складних соціальних обставин у соціальну проблему. Кожен політик або політична партія приходять до влади з обіцянками вирішити більшість проблем, які існують у суспільстві. Зазвичай проблемою називають невідповідність між задекларованою метою й наявним станом. В ідеалі, якщо існує проблема, слід зібрати всі дані, що стосуються її, сформулювати всі можливі альтернативи шляхів вирішення та методом аналізу обрати найефективнішу із цих альтернатив. Таку схему називають

раціональною, і більшість політиків завжди претендувала на те, щоб презентувати свої стратегії подолання проблем такими, що відповідають цій схемі. Натомість, Д. Стоун [24] пропонує більш реалістичний погляд на прийняття рішень загалом і на визначення проблем зокрема. Свій підхід до розуміння реальних концепцій прийняття рішень вона назвала парадоксальним. Він базується на тому, що раціональний метод не враховує особливостей політики як такої. Насправді прийняття певних рішень майже завжди зумовлене не тільки абстрактною ефективністю, яку до того ж усі сприймають по-різному, а й багатьма іншими факторами. Наприклад, ідеологією, яку сповідує той, хто приймає рішення, його бажанням бути популярним і не стати об'єктом критики, "проштовхнути" вигідний саме для нього варіант подолання певної проблеми тощо. Відповідно до цих та інших факторів і визначаються самі проблеми, що мають бути врегульовані. Це не обов'язково означає штучне конструювання проблем, хоча цей варіант також можливий. Змінюється саме спосіб подання проблеми громадськості, розстановка акцентів, час, обставини, аудиторія, перед якою політик виступає зі своїм аналізом ситуації, а це все свідчить про комунікативну технологічність політичного дискурсу соціальної проблеми. Іншими словами, певні партії, державні органи або індивіди прагнуть подати проблему вигідним для них чином, щоби спонукати до обрання запропонованого ними шляху її регулювання.

По-друге, у політичному дискурсі соціальної проблеми закладаються цілі політичного агента, які не завжди артикулюються. Дискурс починає "жити", коли з'являється проблема, що формує, у свою чергу, наміри політичного агента. Мета політичного агента може бути декларована як така, що покликана вирішити соціальну проблему, але це не завжди відповідає його намірам. Наміри політичного агента можуть полягати не у вирішенні соціальної проблеми, а у створенні власного іміджу на фоні висування соціально-політичного проекту вирішення проблеми.

По-третє, будь-яка технологія передбачає перетворення вхідного матеріалу на вихідний продукт, який відповідає (або принаймні має відповідати) цільовій настанові політичного агента. "Негативний імідж" складних соціальних обставин, який залякує населення, "імідж соціальної" проблеми і є тим продуктом, який після цілого ряду технологічних операцій отримує суспільство, а це означає, що соціальні обставини потрапляють з так званого "медіапорядку денного" в "суспільний порядок денний" і, зрештою, у "політичний порядок денний". Під "порядком денним" у сучасній комунікативістиці розуміють набір тем і проблем, які вважаються найважливішими в той чи інший часовий період.

По-четверте, у політичному дискурсі соціальної проблеми можна простежити інтерпретацію проблеми, з одного боку, політичним агентом, а з іншого – аудиторією, до якої спрямований текст соціальної проблеми (кодування/декодування). Суб'єкт комунікативного процесу

вкладає своє значення в символ-дискурс залежно від цілей. Зміст дискурсу може відрізнятись від реальності. Ця особливість дає змогу впливати на когнітивні процеси, що виникають в адресата в результаті комунікативної взаємодії, а також формувати зручну для політичного актора “картину світу”. “Всі одиниці мови слугують або для вираження інформації, або для її перерозподілу, або, нарешті, для розчленування потоку інформації, причому, роблячи це, вони обслуговують як мисленнєві процеси в голові окремого індивіда, так і сприяють відображенню досвіду людства в цілому, фіксуючи результати сприймання та пізнання реальності” [16, с. 251]. Подібно й інтерпретація знаку соціальної проблеми політичним агентом, залежить від цілей політичного агента та його ідеологічної позиції. Так, наприклад, звернення до “дискурсу бідності” офіційної влади й опозиційних сил будуть привносити діаметрально протилежні значення цього символу, так само як і звернення до “дискурсу бідності” лібералів, консерваторів, комуністів і соціалістів. Однак існування такого зв’язку дає змогу виявити інтенції кожного агента політики, оскільки тільки в порівнянні різних позицій можна визначити прихований зміст політичного процесу та інтереси його учасників.

Проектування проблем з позицій влади передбачає включення їх у конкретну дискурсивну рамку, або “кодування”. Цей термін було введено С. Холлом для того, щоб описати процес “закриття” (“closure”) системи багатоактних репрезентацій, тобто звуження всього спектра значень до тих, які є переважними в панівній ідеології [29]. Закриття забезпечує натуралізацію моноакцентних ідеологічних конструкцій, у результаті чого вони перетворюються на норми “здорового глузду” й на передумови будь-якого мисленнєвого акту. Таким чином формується “гегемоністський культурний порядок”, який забезпечує легітимацію існуючого стану як природного, неминучого та такого, який само собою зрозумілий. Представники владних структур через “провладний тиск” кодують соціальні проблеми таким чином. Вони схильні розглядати “населення” як об’єкт раціональних бюрократичних процедур, а не як партнерів, тим більше не як самостійний суб’єкт дії. “Населення” має визначені потреби, які влада намагається по можливості задовольнити, але які повністю задовольнити неможливо. Якщо ступінь задоволення потреб є недостатнім, наявна соціальна проблема (наприклад, проблема житлова). Однак визначення ступеня, до якого можуть бути задоволені потреби, належить до компетенції органів влади й недоступно розумінню “населення”. Тобто визначення соціальних проблем, які представлені в засобах масової інформації, даються з прагматичних позицій адміністративного застосування влади, виходячи з технічних, економічних та адміністративних міркувань. При цьому у свідомості представників органів влади постійно присутній образ “невдячного населення”, яке не здатне оцінити турботу влади про себе, не усвідомлює ускладнень тих проблем, які доводиться вирішувати для їхнього задоволення.

Інтерпретація соціальної проблеми аудиторією може вносити в політичний дискурс соціальної проблеми нові акценти. Представники постструктуралізму (Р. Барт, Ж. Дерріда) висували концепцію трактування тексту як вільного поля для інтерпретацій, де жоден з учасників, навіть автор, не має монополії на істину. Читач тексту є таким самим його творцем, як і автор. Предметом дискурсу тут виступає не сам текст як стабільна незмінна субстанція (структуралізм), а те, що в кінцевому підсумку з'являється на виході як спілкування між безпосереднім автором тексту й аудиторією. Суспільство, громадськість відіграють таку саму роль у побудові дискурсу, як і його автор, політичний агент. Для політичного дискурсу ця теза має велике значення. Якщо аудиторія не буде сприймати текст, політичний символ, закодований з допомогою дискурсу, зміст політичного процесу не буде донесено до суспільства, а це означає, що політична еліта (творець тексту) не досягне своїх цілей. З іншого боку, негативне сприймання тексту або його ігнорування аудиторією має стимулювати еліту до зміни свого політичного курсу (політичного проекту). Так суспільство стає опосередкованим учасником політичного процесу. Саме тому дискурс соціальної проблеми неможливий без зворотного зв'язку із цільовою аудиторією.

По-п'яте, властивістю політичного дискурсу соціальної проблеми є використання визначених технологічних прийомів, які проблематизують або депроблематизують складні соціальні обставини (технологічна ознака). Використання таких технологічних прийомів для позиціонування складних соціальних обставин можна проілюструвати на прикладі символічного способу презентації проблеми через метафору й символічної структури її опису (наративу).

Метафора як своєрідна модель, що пов'язує об'єкт з певними іншими об'єктами або стан справ з деякими іншими об'єктами чи станами, впливає на наше розуміння й інтерпретацію того, що відбувається навколо в соціальній зовнішній реальності. Метафори не тільки порівнюють дві речі або події між собою, а й пропонують певну дію. Такий “стрибок від опису до припису” в політичній метафорі М. Рейн і Д. Шон назвали “нормативним стрибком” [24, с. 123]. Саме так метафори, закликаючи до певних дій, стають засобом впливу. Звернемося за прикладом використання метафори до промови П. Симоненка: “Сформований Кабінет Міністрів – це команда непрофесіоналів, а по суті – відсутність команди взагалі. Це команда поділу ринків, грошових потоків між олігархічними кланами” [7]. За цими словами легко побачити, що автор не просто змальовує діяльність Кабінету Міністрів, а й оцінює її, порівнюючи з поділом ринку і вказуючи таким чином на те, що ситуацію треба змінити.

Політичний дискурс характеризується високим ступенем метафоричності, а серед різних моделей метафоризації в мові політики переважає метафора війни.

Риторика політичних діячів включає “оголошення війни” багатьом соціальним проблемам. Президенти США, наприклад, у ХХ ст. не один раз оголошували різноманітні війни соціальним проблемам. Найпопулярнішою була війна проти бідності, оголошена Л. Джонсоном. Він же (Л. Джонсон) оголошував “війну злочинності”, Д. Ейзенхауер закликав до “...нового типу війни... проти жорсткої бідності і нужденності”. Р. Ніксон оголошував війну злочинності й раку, Дж. Картер називав енергетичну кризу “моральним еквівалентом війни”, Д. Форд оголосив “всеохопну війну інфляції”, “Новий курс” Ф. Рузвельта проголошував війну депресії, бідності на селі, злочинності [30, с. 534]. Дж. Буш упродовж усього свого перебування на посаді президента США вів війну проти тероризму. Оголошують війни не тільки президенти. Впродовж ХХ ст. місцеві політики оголошували війну багатьом місцевим соціальним проблемам; науковці полюбляють використовувати цю метафору для характеристики курсів соціальної політики; активісти громадських організацій та представники ЗМІ регулярно звертаються до метафоричного опису обставин за допомогою метафори “оголосити війну”. Інакше кажучи, оголошення війни соціальним проблемам – технічний прийом, звичний спосіб дискурсу у соціальній політиці. Яскравим прикладом використання метафори війни в українській політиці є періодично оголошувана “війна проти корупції”, на яку спрямовуються чималі сили, якій приділяється значна увага у виступах президента або інших високопосадовців.

Оголошення війни – це простий приклад ширшої тенденції використання військової термінології в описі соціальних проблем і соціальної політики. Звернення до баталій, кампаній, атак, мобілізації, рекрутування, арсеналів, зброї, цілей, фронтів, ворогів, стратегії, тактики регулярно з’являються в риторичі політиків, законодавців, лобістів, журналістів – всіх тих, хто намагається впливати на політику, і науковців, які намагаються цю політику аналізувати. Потреба у використанні військової термінології виявляє генеральну тенденцію використання війни як метафори. Деякі науковці стверджують, що це ознака мілітаризованого суспільства, тобто такого суспільства, в якому мілітаристські цінності глибоко вкорінені в культурі й визначають спосіб розуміння та інтерпретації світу.

Усі метафори, включаючи метафору “оголошення війни”, несуть у собі певний зміст використання. “Метафори – важливі інструменти для стратегічної репрезентації в аналізі політики. На перший погляд, вони просто порівнюють одне з другим, але глибинно вони, як правило, включають цілий наратив і припис для дії. У кожній метафорі політики міститься припущення, що “якщо А дорівнює Б, тоді шлях вирішити А буде той самий, що Ви робили з Б”. Метафори політичних курсів містять приписи, вони є формою захисту” [24, с. 118].

Висновки. Отже, ідея дискурсу як комунікативної технології звертає увагу на цілий ряд питань, пов’язаних із соціальним конструюванням

соціальних проблем. По-перше, вона передбачає, що слід дивитися далі теорій, що просто конкурують, або перспектив; слід аналізувати, як знання організовано навколо центральних тем, які допускають різні теорії, щоб конкурувати. Дискурси визначають, у чому є проблема, і саме через те, що теорії розділяють визначення проблеми, вони (тобто теорії, ідеології) можуть змагатися та сперечатися. По-друге, дискурс як комунікативна технологія формує, якого роду знання мають сенс, які знання варто мати і які з них є “правдивими”. Політичний дискурс бідності, наприклад, означає, що ми шукаємо, збираємо й використовуємо знання про “бідних людей”. Припустити, що такої категорії людей не існує або що не слід намагатися дізнатися більше про них, звучить безглуздо. Звичайно, “всі знають”, що є бідні люди. Вони можуть бути визначені, виміряні й вивчені (і ми можемо зробити щось із проблемою бідності тільки тоді, коли ми знаємо більше про неї). По-третє, ідея дискурсу як комунікативної технології підкреслює важливість аналізу способів, якими бідних включено/інституціалізовано в контекст соціального порядку й відносин з владою. Робочі будинки, благодійні організації, офіційні пільги, тестові випробування, правила спільного проживання тощо є тими шляхами, в яких інституціоналізується дискурс бідності (і вони також відображають різні види теорій, політик і перспектив у межах дискурсу). Вони включають у себе відносини влади з групами соціальних партнерів: заявників, експертів, соціальних працівників, слідчих тощо.

Перспективи подальших розвідок у цьому науковому напрямі передбачають дослідження дискурсивних конструкції конкретних соціальних проблем і технологічних прийомів проблематизації та депроблематизації складних соціальних обставин.

Список використаної літератури

1. Балашова А.Н. Технология избирательной компании в западной политической науке / А.Н. Балашова // Вестн. МГУ. Сер. 12. Политические науки. – 2000. – № 2. – С. 62–79.
2. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный поход / Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.
3. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? / С. Блэк. – М. : Новости, 1990. – 240 с.
4. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М.С. Вершинин. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 252 с.
5. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и PR / И.Л. Викентьев. – М. : Триз-шанс, 1995. – 165 с.
6. Владыкина И.К. Феномен доверия и политическая реклама / И.К. Владыкина, С.Н. Плесовских // Вестн. МГУ. Сер. 18. Социология и политология. – 2000. – № 1. – С. 141–155.
7. Выступление Симоненко П.Н. – первого секретаря ЦК Коммунистической партии Украины на заседании Исполкома СКП–КПСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kpu.net.a/Main/modules.php?name=News&file=article&sid=391>.
8. Грачев Г.В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях / Г.В. Грачев // Полис. – 2000. – № 3. – С. 151–156.
9. Дейк ван Т. Язык. Познание. Коммуникация / Т. ван Дейк. – М. : БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 1989. – 331 с.

10. Демьянков В.З. Интерпретация политического дискурса в СМИ / В.З. Демьянков // Язык средств массовой информации : учеб. пособ. для вузов / под ред. М.Н. Володиной. – М., 2008. – С. 374–393.
11. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: рабочая книга менеджера PR / А.Б. Зверинцев. – 2-е изд., испр. – СПб. : СОЮЗ, 1997. – 288 с.
12. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О.В. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351 с.
13. Зернецький П.В. PR – маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика / П.В. Зернецький, О.В. Зернецька // Політ. менеджмент. – 2003. – № 3. – С. 101–103.
14. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг, или как “продать” вождя / Ф.Н. Ильясов // Полис. – 1999. – № 5. – С. 88–100.
15. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.
16. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения / Е.С. Кубрякова. – М. : Ин-т языкознания РАН, 1997. – 430 с.
17. Кудрявченко Н.А. Политическая коммуникация и власть [Электронный ресурс] / Н.А. Кудрявченко. – Режим доступа: <http://nestudent.ru/show.php?id=87296>.
18. Нисневич Ю.А. Информационный фактор политической модернизации / Ю.А. Нисневич // Вестн. МГУ. Сер. 12. Политические науки. – 2001. – № 3. – С. 91–101.
19. Ольшанский Д.В. Политический PR / Д.В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.
20. Почепцов Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 1999. – 352 с.
21. Почепцов Г.Г. Выбчий імідж / Г.Г. Почепцов // Нова політика. – 1998. – № 3. – С. 38–43.
22. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2000. – 256 с.
23. Рябова Т.Б. Политический дискурс как ресурс “создания гендера” в современной России / Т.Б. Рябова // Личность. Культура. Общество. – 2010. – Т. VIII. – Вып. 4 (32). – С. 307–320.
24. Стоун Д. Парадокс політики. Мистецтво ухвалення політичних рішень / Д. Стоун. – К. : Альтернативи, 2000. – 304 с.
25. Фуко М. Археология знания / М. Фуко ; пер. с фр. общ. ред. Бр. Левченко. – К. : Ника-Центр, 1996. – 208 с.
26. Шайгородський Ю. Політична міфотворчість як виборча технологія / Ю. Шайгородський // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – 2009. – Вип. 17. – С. 144–152.
27. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М. : Гнозис, 2004. – 326 с.
28. Эделман М. Конструирование социальных проблем как часть политического спектакля / М. Эделман // Социальные проблемы: конструкционистское прочтение : хрестоматия / сост. И.Г. Ясавеев. – Казань : Изд-во Казанск. ун-та, 2007. – С. 185–196.
29. Hall S. Encoding/Decoding / S. Hall // Media and Cultural Studies : keywords / eds. : M.G. Durham and D.M. Kellner / S. Hall. – Malden, Mass. : Blackwell Publishers, 2001. – 276 p.
30. Powers R.G. G-Men: Hoover’s FBI in American Popular Culture / Richard Gid. Powers. – Carbondale : Southern Illinois University Press, 1983. – 412 p.

Стаття надійшла до редакції 14.08.2013.

Климанская Л.Д. Политический дискурс социальной проблемы как коммуникативная технология

Статья посвящена технологическим аспектам процесса конструирования социальных проблем в поле политического дискурса. Рассматриваются те элементы дискурса социальной проблемы, которые свидетельствуют о технологичности конструирования социальной проблемы заинтересованными политическими субъектами, а именно практическое использование знаний о процессе информирования с целью реализации интересов политического агента, преобразование исходного материала на продукт, который соответствует целевой установке политического агента; интерпретацию проблемы политическим агентом и аудиторией, к которой направлен текст социальной проблемы (кодирование/декодирование); использование определенных технологических приемов, которые проблематизируют или депроблематизируют сложные социальные условия.

Ключевые слова: социальная проблема, политический дискурс, коммуникативная технология, технологичность, процесс конструирования социальной проблемы.

Klymanska L. The political discourse of social problems as a communication technology

The article is devoted to the technological aspects of the construction process of social problems in the field of political discourse. Author uses own understanding of “political reality design”, “communicative technology in politics”, “discourse of social problems.” Discourse is a sign of the restrictions imposed on an unlimited number of statements because of certain social or ideological positions. In this sense the author uses this term while speaking of discourse as a communication technology.

Key words: social problem, political discourse, communicative technology, manufacturability, process of construction of social problems.