

КОМУНІКАТИВІСТИКА В СИСТЕМІ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН

В.Ю.Димитров

*аспірант кафедри політології, соціології та соціальної роботи
Національного технічного університету України
„Київський політехнічний інститут”*

У статті аналізується процес становлення комунікативістики як самостійного наукового напрямку. Розкрито основні способи політичної комунікації: комунікація через мас-медіа (преса, книги, плакати, радіо, телебачення); комунікація через організації, коли політичні партії чи групи тиску слугують зв'язною ланкою між керуючими і керованими; комунікація через неформальні канали (міжособистісна, групова комунікація).

Ключові слова: політична система, політична комунікація.

Взаємовідносини політики та ЗМІ є надзвичайно актуальною проблемою сьогодення. З другої половини ХХ ст. мас-медіа стали головним інститутом масової політичної комунікації – найважливішим суб'єктом розповсюдження суспільно важливої інформації, яка для широкої громадськості лежить поза межами безпосереднього досвіду. Політичний вплив ЗМІ – багаторівневе поняття, що позначає здатність мас-медіа формувати не лише електоральний вибір і політичну свідомість аудиторії, а й впливати на поведінку політичних суб'єктів та процес прийняття соціально-політичних рішень.

У вітчизняній науці праці з філософським, соціологічним, політологічним аналізом мас-медіа зосереджуються на питаннях об'єктивності та професійності політичних новин, ступеню незалежності ЗМІ за умов політичного та економічного тиску, політичної цензури, ролі ЗМІ у виборчій кампанії, правового регулювання діяльності ЗМІ під час виборів, політичної ангажованості ЗМІ (вплив політики на ЗМІ), роздержавлення мас-медіа та створення медіа-холдингів, можливості розвитку медіа-бізнесу в Україні та створення громадського телерадіомовлення. Найпоширенішими не лише в Україні, а і на всьому пострадянському просторі є прикладні дослідження можливостей маніпуляції масовою свідомістю задля впливу на виборців за допомогою ЗМІ. При цьому сама масова політична комунікація нерідко ототожнюється із маніпулюванням свідомістю.

Політична комунікативістика як наукова дисципліна на межі політичних і соціальних наук дає відповідь на питання про реальні межі впливу масової політичної комунікації та ЗМІ як її головного суб'єкта на політичну систему. Система маніпулювання свідомістю і технології її здійснення були належним чином сформульовані, оформлені й апробовані в ХІХ та ХХ ст.

Таким чином, ХІХ ст. стало своєрідною предтечею ХХІ ст. в плані маніпулювання свідомістю. А в ХХІ ст., у зв'язку з розвитком НТП, стало можливо настільки масове, глобальне маніпулювання свідомістю, що практично будь-яка людина стала об'єктом маніпулювання. Але людський індивід виявився практично не готовим до агресивних впливів на свідомість. Спритне нав'язування ідей і неправильних уявлень про щастя, рівність і братерство, культивування образу ворога у свідомості мільйонів людей породило більш ніж драматичні наслідки – світові війни, революції, депресії, що коштували незлічимої жертв. Не дивлячись на усвідомлення наслідків настільки грандіозних маніпуляцій, бажання керувати мільйонами людей не зменшилось, а ще в більшій мірі зросло. Тепер керувати людиною хочуть усі, починаючи від політиків найвищого рангу і закінчуючи посередніми комівояжерами. Зараз для них головною метою став зиск.

Наслідки такої обробки очевидні – відбувається поступове знецінювання і деградації самих ідей та архетипів соціального буття – ідеї родини, шлюбу, любові, вищих цілей і бажань. Це трапляється тому, що на підсвідомому рівні будь-яка особистість протистоїть впливові маніпуляції. Але, якщо при маніпуляції використовуються основні життєві образи й ідеї, то й невірно спрацьовує внутрішній механізм захисту – проти цих життєвих цінностей.

У сучасній науковій літературі досліджується проблема розглядається через її висвітлення у різних теоретичних традиціях та ракурсах: загальнофілософських методологічних підходах, специфічних атрибутах соціологічного знання, позитивізму (зокрема

біхевіоризму), феноменології, структуралізму та постструктуралізму, семіотики, теорії комунікацій та кібернетичній теорії соціальних систем.

Особливе значення для дослідження проблеми концепції роботи мають праці як зарубіжних авторів: Г.Лассуела, М.Гуревича, Дж.Блумбера, У.Гемсона, М.Кастельса, М.Маклюена. Г.Інніса, Д.Маккуейла, Л.Пайя, Дж.Фіске, Д.Грабер, М.Маккоумза, Д.Шоу, М.Херманна. Дж.Карана. Й.Шумпетера, Н.Хомськи, Дж.Мердера, Т.Гітліна, Г.Шиллера. Р.Гакета. М.Паренті, А.Грамші, так і вітчизняних, серед яких варто відмітити авторитетного дослідника Г.Почепцова тощо.

Відтак, наукові пошуки в межах досліджуваної проблематики дозволили окреслити головні питання, в яких сконцентровано сутність взаємовпливу ЗМІ та суспільного життя, а саме: значення, яке має політична комунікація для функціонування політичної системи та здійснення влади у суспільстві; завдання ЗМІ у соціальній системі та логіка функціонування мас-медіа, яка є джерелом їхнього впливу та влади; характеристики сучасних аудіовізуальних ЗМІ, що є головним ресурсом їхнього політичного впливу; властивості ЗМІ, завдяки яким вони можуть впливати на формування громадської думки у ліберальних демократіях; моделі сприйняття аудиторією повідомлень ЗМІ; здатність впливу ЗМІ на прийняття політичних рішень; можливість мас-медіа нав'язувати свої правила формам здійснення публічної політики у суспільстві; наслідки, якими вимірюється політична ефективність ЗМІ; роль мас-медіа у способі функціонуванні ліберальної демократії.

Як слушно зазначено, "більшість суперечок в галузі політики мають теоретичний характер. Люди намагаються підтримати абстрактну одну стратегію на противагу іншій" [3, 206]. В рівній мірі дане поняття стратегії можемо віднести й до досліджуваної нами проблеми.

Західна соціальна та політична наука накопичила у ХХ ст. значний емпіричний та теоретичний матеріал на тему впливу ЗМІ на свідомість людини. Проте дослідження у галузі масової політичної комунікації дають вкрай протилежні, взаємовиключні відповіді на поставлені самим життям питання, адже усталені наукові школи відштовхуються від різних галузей знання і під різними кутами дивляться на досліджувану проблему.

Зважаючи на це, методологічною основою та науково-теоретичною базою наукових пошуків й досі залишаються праці, що відносяться до надбань американської, канадської та європейської (німецької, французької та британської) шкіл комунікативістики, області загальнотеоретичної постмодерністської філософії та ку-

льтурології, соціології масових комунікацій, соціальної психології, теорії політичних систем, засновані на ідеях структурного функціоналізму. І це є цілком зрозумілим з огляду на той факт, що досліджувана проблематика розробляється тут вже давно, особливо у порівнянні з відносно нещодавнього звернення до неї вітчизняних дослідників.

Виділення комунікативістики у самостійний науковий напрям відображає визнання великої ролі процесу взаємодії через ЗМІ як великих соціальних груп, так і окремих індивідів, залучених у складні соціальні і політичні процеси. Термін „політична комунікація" у його теперішньому розумінні закріпився у словнику політичної науки відносно нещодавно. Одним із перших безпосередніх застосувань цього поняття у політологічному контексті вважається висловлювання Ф.Ратцеля на початку ХХ ст. про те, що передача інформації у політичному відношенні є (і залишається – В.Д.) найважливішою із всіх комунікаційних послуг.

Між тим окремі реалії, що сьогодні визначаються цим терміном, виникли значно раніше. Якщо розуміти комунікацію у широкому значенні як передачу інформації від людини до людини шляхом мови, жестів, а також зображень та інших символічних форм, зафіксованих на матеріальних носіях, то як мовна, так і візуальна комунікація як інструмент політичного впливу використовувалась ще у глибокій давнині.

Племінні вожді, а потім фараони, королі, царі, князі та інші правителі здавна й у всі часи проявляли інтерес до того, що зараз називається політичною комунікацією, прекрасно усвідомлюючи, що їхні успіхи багато в чому залежать від ступеня володіння мистецтвом впливати на політичні погляди своїх підлеглих і громадян. Для формування необхідних образів у свідомості людей широко використовувались різні типи вербальних і невербальних повідомлень, наприклад, символіка урочистих публічних церемоній, а пізніше – величних архітектурних споруд. Для здійснення впливу на настрої населення нерідко застосовувалась тактика ідеологічного „промивання мізків", що було особливо характерним для періодів воєн і внутрішніх конфліктів. Використовувались і м'якші форми інформаційного впливу, що нагадують сучасні прийоми пропаганди, агітації, зв'язків із громадськістю та політичної реклами.

Прикладом даної тези може слугувати наступне: "Чи можливо, наприклад, піддати науковому аналізу висловлювання Макіа-

веллі; чи добре для принца бути страшним для людей, а не улюбленим? Навіть не треба читати Пруста та маркіза де Кюстіна, аби дізнатися, що почуття народів до своїх тиранів надто дво-які. Та облишмо цей сумнів; що ліпше для держави – зневажати міжнародне право чи дотримуватися його?" [4, 659].

Із різним ступенем успіху шляхом видання указів і законів намагались спрямувати політичну комунікацію у потрібне річище, контролювати інформаційні потоки у суспільствах, причому цей контроль міг набувати найрізноманітніших форм цензури – від офіційної діяльності спеціальних державних інститутів до організації неформального тиску знизу шляхом формування громадської думки, яка відповідала вимогам часу.

Виникнення терміну „політична комунікація” безпосередньо пов’язане з еволюцією західного суспільства в період після Другої світової війни. Виділення досліджень політичної комунікації у самостійний напрям на межі соціальних і політичних наук, який отримав назву політичної комунікативістики, було викликано демократизацією політичних процесів у світі у другій половині ХХ ст., розвитком кібернетичної теорії, а також виникненням і розростанням нових комунікаційних систем і технологій.

Політична комунікація загально визнається комунікативно-інформативним полем політики як сукупності заходів та інституцій, за допомоги яких відбувається управління суспільними справами, задоволення окремих, корпоративних, групових інтересів, здійснюється узгодження частин структурованого суспільства, координування інтересів різних соціальних груп, переважне задоволення інтересів панівних верств та дійсне задоволення загальних інтересів. Проте щодо головного значення політичної комунікації для суспільства та політичної системи, дослідження можна умовно поділити на три традиції.

Перша традиція, що походить від кібернетики (науки про загальні закони одержання, зберігання, передавання і перетворення інформації у складних керівних системах, якими є людське суспільство), зосереджується на значенні інформаційного обміну для функціонування соціальної системи. У структурно-функціональних підходах політична комунікація розглядається як одна із головних функцій політичних систем.

Інший підхід розглядає політичну комунікацію як соціальну взаємодію через повідомлення, яка стосується державного управління і здійснення влади в суспільстві.

Третій напрям походить від ідеалістичної ідеї деліберативної демократії Юргена Габермаса, який розглядав „публічну сферу” як певний „горизонт”, модель для політики і конкрет-

них дій на ниві політичної комунікації. У сучасних дослідженнях ці традиції скоріше взаємодоповнюються, ніж конфліктують, проте здебільшого у різних теоріях можливо прослідкувати домінування лише однієї з них.

Засновники теорії політичної комунікації Н.Вінер та К.Дойч представляли кібернетичний напрям в аналізі соціальних систем. Так, К.Дойч вперше запропонував розглядати політичну систему як інформаційно-комунікативну: політична система представляє собою мережу комунікацій та інформативних потоків. К.Дойч називав політичну комунікацію „нервовою системою державного управління”, вважаючи політичне повідомлення фактором, який обумовлює політичну поведінку.

Основоположник кібернетики Н.Вінер, чийм дослідженням термін „комунікація” завдячує своїм перетворенням із вузькоспеціального терміну техніків, зв’язківців і військових на загальнонауковий, що отримав розповсюдження у різних областях знання, у 1950 р. вперше потрактував комунікацію як основну цінність інформаційного суспільства, що зароджувалось, де „жити насправді – значить жити, володіючи правильною інформацією”. У цьому суспільстві „людина комунікаційна” орієнтується не тільки і не так на свої внутрішні відчуття, як на зовнішні події – вона живе за рахунок інформації, яка надходить ззовні, збір та аналіз якої їй життєво необхідний. У зв’язку з цим засоби комунікації набувають особливого значення як основний інструмент, який дозволяє людині реагувати на події зовнішнього світу.

Політична комунікація, за Н.Вінером, – це створення, відправлення, отримання і переробка повідомлень, які здійснюють суттєвий вплив на політику. Цей вплив може бути прямим і опосередкованим, миттєвим і довготривалим. Про прямий і безпосередній вплив можна говорити стосовно таких видів політичної діяльності, як заклик голосувати за певного кандидата чи партію на виборах. Опосередкований вплив повідомлень проявляється тоді, коли вони можуть використовуватись для створення образів дійсності і стереотипів, які здійснюють вплив на політичну свідомість і поведінку громадськості та політичних еліт. Творцями і відправниками, так само, як і отримувачами повідомлень, можуть бути політики, журналісти, представники груп інтересів чи окремі індивіди. Принципово важливим положенням у теорії Вінера є те, що повідомлення здійснює суттєвий політичний ефект, впливаючи

на свідомість, переконання і поведінку індивідів, груп, інститутів і цілих спільнот, а також середовища, в якому вони існують.

Реалізуючи структурно-функціональний підхід до дослідження політичної системи, Г.Алмонд в якості важливої її властивості відмічає здатність впливати на формування поглядів і переконань, створювати лозунги, символи, міфи і маніпулювати ними з метою зміцнення легітимності її статусу. У зв'язку з цим у його моделі відводиться особливе місце політичній комунікації, шляхом якої здійснюється передача і розповсюдження інформації між компонентами всередині системи, реалізується інформаційний обмін із зовнішнім середовищем. Засобам масової інформації відводиться особлива роль у адаптації політичної системи та забезпеченні її стабільності.

У сучасних дослідженнях політична комунікація розглядається як компонент, невід'ємна складова частина політичної системи суспільства, яка встановлює зв'язки між „інститутами політичної системи” Значення цієї підсистеми велике, адже люди, як відомо, здатні оцінювати дії, в тому числі і політичні, лише за наявності певного обсягу знань та інформації”.

У дослідженнях політичної комунікації як специфічного виду суспільних відносин, за допомогою якого панівні в політиці суб'єкти регулюють виробництво і розповсюдження суспільно-політичних ідей свого часу, за кілька останніх десятиріч з'явилися нові акценти.

Раніше політична комунікація частіше характеризувалась як „інформативно-пропагандистська діяльність соціального суб'єкта з виробництва і розповсюдження соціально-політичної інформації, яка спрямована на формування (стабілізацію чи заміну) думок і дії інших соціальних суб'єктів”. Ця діяльність здійснювалась за посередництва специфічних соціально-політичних інститутів – засобів масової інформації. Тобто, політична комунікація як смисловий аспект взаємодії суб'єктів політики шляхом обміну інформацією в процесі боротьби за владу і її здійснення пов'язана із цілеспрямованою передачею і вибіркоким прийомом інформації.

Із розповсюдженням цінностей ліберальної демократії поступово почали відмовлятися від такого бачення. Професор Массачусетського технологічного інституту Л.Пай підкреслював, що політична комунікація має на увазі не односторонню спрямованість сигналів від еліти до маси, а весь діапазон неформальних комунікативних процесів у суспільстві, які здійснюють дуже різний вплив на політику. На межі ХХ і ХХІ ст. розвиток комп'ютерної техніки і виникнення нових електронних засобів зв'язку, а також комерціалізація сфери ЗМІ, різко розширили мож-

ливості альтернативного, неконтрольованого правлячими елітами виробництва і розповсюдження повідомлень політичної інформації. Інформаційний потік перестав бути переважно офіційним і однонаправленим, дослідження зосередились на так званій „діалоговій моделі політичної комунікації”.

У сучасних суспільствах не весь процес політичної комунікації здійснюється через засоби масової інформації. У літературі виділяється три основних способи політичної комунікації: комунікація через мас-медіа (преса, книги, плакати, радіо, телебачення); комунікація через організації, коли політичні партії чи групи тиску слугують зв'язною ланкою між керуючими і керованими; комунікація через неформальні канали (міжособистісна, групова комунікація).

Таким чином, у більшості наукових традицій засоби масової інформації розглядаються як важлива структура середнього рівня у системі соціально-політичних комунікацій, де базовий рівень відповідає міжособистісному, а вищий є характерним для політичної системи у цілому, причому на усіх рівнях здійснюються ідентичні комунікативні дії, засновані на передачі певних повідомлень.

Важливість і значущість цих „повідомлень” засвідчує й наступна теза: „Інформація як ніколи стала інструментом влади. Коли була виявлена сприйнятливості людини до вселення, інформація у формі пропаганди й агітації стає головним важелем керування людьми. Вона поступово замінила собою грубу силу, насильство, що довгий час вважалося єдиним і неодмінним зряддям керування” [1, 37].

Відтак, можемо зазначити, що політична комунікація – багаторівневе явище, яке має значення не лише з огляду на владну упорядкованість суспільства, але й на рівні демократії. Тому політичну комунікацію слід розглядати як процес передачі політичної інформації, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, як обмін інформацією між суб'єктами політичного життя, а також між державою і громадянами, який може протікати на формальному (ЗМІ) і неформальному (міжособистісна комунікація, переговори за лаштунками) рівнях.

Однією із домінантних тенденцій сучасного суспільного розвитку є усе більш активний вплив ЗМІ на протікання і зміст політичного процесу, формування і функціонування механізму влади. Така тенденція викликана різноманітними причинами, головні

серед яких – чинники соціально-політичного і науково-технічного порядку.

Отже, масова політична комунікація, здійснювана майже виключно за допомогою ЗМІ, як важливе джерело політичної соціалізації сприяє

оволодінню політичними знаннями, установками, цінностями і формами політичної участі. У сучасному світі масова політична комунікація усе більше перетворюється із підлеглого елемента політики на її творця.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Арон Р.* Мир і війна між націями: пер. з фр.-К.: МП “Юніверс”, 2000. – 688с.
2. *Леонов Н.С.* Информационно-аналитическая работа в загранучреждениях. – М.: Мысль, 1996. – 346 с.
3. *Почепцов Г.Г.* Паблик Рилейшенз для професионалов. – М.: Реал-бук; К.: Ваклер, 1999. – 624 с.
4. *Стоун Д.* Парадокс політики. – К.: Вид. дім “Альтернативи”, 2000. – 304 с.

Стаття надійшла до редакції 30.04.2007 р.

