

УДК 321(477)+007

Тетяна Шлемкевич

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ПОЛІТИКИ

У статті аналізується ряд підходів до тлумачення комунікації як політичної та соціальної форми взаємодії та як елементу функціонування політичної системи. Розглядаються основні теорії політичної комунікації, починаючи від ХХст. та роль політичних комунікацій як рушія суспільних перетворень.

Ключові слова: комунікація, політична комунікація, політичний простір, інформація

Формування і функціонування в сфері публічної влади різноманітних ідеологій, почуттів, цінностей, символів, доктрин, офіційних норм, опозиційних оцінок і думок різних акторів складають особливий політичний процес. Сутність його полягає в тому, що за рахунок передачі й обміну повідомленнями політичні суб'єкти сигналізують про своє існування різним контрагентам і встановлюють з ними необхідні контакти і зв'язки, що дозволяють їм грати різні політичні ролі. У свою чергу цілеспрямовані контакти між людьми, що обмінюються і споживають різноманітні відомості, знання і повідомлення, поєднують різні рівні політичної системи, дають можливість інститутам влади виконувати свої специфічні функції по управлінню державою і суспільством.

Отже, можна стверджувати, що з точки зору споживання та обміну людьми різноманітними даними у сфері публічної влади всі інститути і механізми влади є не чим іншим, як засобами переробки інформаційних потоків і відносно самостійними структурами на інформаційному ринку. Причому ефективність їхньої діяльності безпосередньо залежить від їхніх здібностей до впорядкування інформації та налагодження осмислених контактів з іншими суб'єктами. У той же час і самі політичні суб'єкти змінюють свій вигляд, постаючи в якості різноманітних носіїв інформації.

Політична комунікація є процесом вироблення, передачі та обміну політичною інформацією, яка структурує політичну діяльність і надає їй нового значення; виступає своєрідним соціально-інформаційним полем політики. Її значення в політичному житті та культурі суспільства порівнюється зі значенням нервової системи для людини. Політична комунікація є необхідним елементом у функціонуванні політичної системи, її стан дозволяє говорити про рівень розвитку громадянського суспільства, демократичних інститутів. І саме тому існує необхідність всебічного аналізу даного політичного процесу.

Мета даної статті полягає у з'ясуванні ролі комунікативних процесів у функціонуванні політичної системи.

Особливе значення для формування уявлень про роль інформації, комунікації і технологій як феномена соціально-політичної дійсності, мають роботи таких теоретиків, як: М. Граčov, В. Кравченко, Д. Ліллекер, С. Лісовський, В. Полторак, О. Соловйов. Вони показують значення нових імперативів суспільного розвитку в сучасному інформаційному суспільстві в контексті мінливої ієрархії цінностей, джерел і ресурсів влади.

Виділення комунікативістики в самостійну галузь наукового знання прийнято пов'язувати саме з початком досліджень політичних явищ і політичної пропаганди, зокрема. В основі класичних робіт Г. Лассвелла, П. Лазерсфельда, Б. Берельсона, Г. Келлі лежать загальнотеоретичні підходи, закладені У. Ліппманом. Основні концептуальні походи до досліджень ролі комунікації як форми соціально-політичної

діяльності, аналізу структури і принципів функціонування політичної комунікації в інформаційному (постіндустріальному) суспільстві, порівняння ефективності способів здійснення інформаційно-комунікативних процесів викладені в роботах таких учених: А. Коданіної, Т. Ляпіної, Є. Малкіна, М. Паренти, Г. Почепцова, Д. Ріда, Т. Треверс-Хілі, О. Шадріної.

Відомими роботами по вивченню політичної комунікації є праці С. Біденко, М. Варія, Ю. Ганжурова, Н. Даниленко, які одні з перших серед вітчизняних учених почали безпосередньо займатися проблемами, присвяченими аналізу комунікаційних процесів у політичній сфері. Також чимало аспектів даної проблеми знайшло своє відображення у працях К. Луценко, О. Маліса, А. Шинкарука. В основному їх цікавили особливості функціонування електоральних комунікацій, прийоми і засоби їх налаштування. В. Бебик, П. Зернецький, Л. Кочубей неодноразово розглядали феномени рекламної комунікації і PR. Питаннями духовного маніпулювання сьогодні займаються такі відомі вчені, як М. Головатий, С. Кара-Мурза, А. Купцов, О. Петров, Г. Почепцов та ін. Вони розглядають маніпуляцію як соціальне явище, яке набуває вагомих масштабів, поширюючись з поля політики на сферу масової свідомості, проникаючи в технології виборів і проведення виборчих кампаній, деформуючи поле масової комунікації, погрожуючи демократії.

Політика не існує поза людською діяльністю, різних способів взаємодії її носіїв, поза комунікаційних процесів, що пов'язують, спрямовують та інноваційним чином впливають на суспільно-політичне життя. Комунікація передбачає певну інформацію, думку, емоцію, почуття, які передаються від людини до людини, від одного покоління до іншого, тобто вона являє собою специфічну форму взаємодії і спілкування людей у процесі їхньої спільної діяльності.

У зарубіжній літературі сам термін «комунікація» з'явився на початку XX століття. Спектр думок щодо даного поняття дуже широкий. Так, К. Мартен, відомий дослідник проблем комунікації, наводить 160 визначень, зібраних ним у різних галузях філософії, психології, мовознавства та ін.

Уперше у своєму сучасному значенні термін «комунікація» з'явився в статті засновника сучасної кібернетики Н. Вінера. Відповідно його кібернетичної моделі, інформація, отримана через відкриту систему, зменшує ступінь невизначеності, ентропії, яка в замкнутій системі невідворотно зростає, що призводить до зростання безладу і, в кінцевому рахунку, до втрати контролю над функціонуванням системи.

У руслі розвитку різноманітних наукових течій сформувалися і дуже різні погляди на природу й сутність політичних комунікацій. У сучасній західній науці під політичними комунікаціями в теоретичному плані часто розуміють різноманітні соціальні контакти, що виникають як у публічній сфері, так і у зв'язку з впливом акторів на політичні події.

Сучасний польський комуніколог Т. Гобан-Клас у своєму підручнику «Засоби масової комунікації і масова комунікація» наводить сім типових визначень комунікації:

- 1) комунікація як трансмісія, передача інформації, ідей, емоцій, умінь;
- 2) комунікація як розуміння інших, коли ми й самі прагнемо, щоб нас зрозуміли (комунікація як порозуміння);
- 3) комунікація як вплив за допомогою знаків і символів на людей;
- 4) комунікація як об'єднання (творення спільноти) за допомогою мови чи знаків;
- 5) комунікація як обмін завданнями між людьми, які мають спільне в сприйнятті, прагненнях і позиціях;
- 6) комунікація як взаємодія за допомогою символів;

7) комунікація як складова суспільного процесу, що виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль тощо [1].

Грунтовні дослідження комунікаційних процесів проводилися в американській політології ще з 20-х рр. XX ст. Розвиток виборчих технологій, використання широкого спектру емпіричних методів дослідження, робота Чиказької школи – все в комплексі сприяло формуванню умовно трьох основних шкіл у вивченні комунікацій.

Перша школа пов'язана з вивченням медіа-ефектів і орієнтована на порівняння результатів інформаційного впливу, що чиниться на аудиторію окремими засобами масової інформації. У 1960-ті рр. вона отримала розвиток завдяки роботі Дж. Клеппер. З кінця 1960-х рр. значний внесок у вивчення результатів впливу на аудиторію різних ЗМІ зробили дослідження Дж. Робінсона та М. Леві, С. Вейд та У. Шрамма, П. Кларка та Є. Фредина, Е. Едельштейна.

Узагальнюючий аналіз результатів вивчення ефектів мас-медіа представлений у роботах відомої американської дослідниці комунікаційних процесів Д. Грейбер. Вона запропонувала більш широке визначення політичних комунікацій, які називала «мовою політики». Д. Грейбер розуміє їх як форму спілкування, що використовує вербальні й невербальні засоби контактів, а також включає різні політичні акти – бойкот, протест тощо. Політологиня стверджувала, що політичною мовою стає «коли політичні агенти спілкуються на політичні теми з різними політичними цілями. Відповідно, вони розмовляють мовою політики» [2, с. 196].

Другий напрямок вивчення політичних комунікацій отримав назву школи «неінформованого виборця» і пов'язаний з електоральними дослідженнями американських політологів та соціологів на підставі концептуальних моделей.

Найбільш відомими серед них є:

- соціологічна модель, розроблена П. Лазарсфельдом, Б. Берельсоном, У. Макфі;
- соціально-психологічна модель, засновником якої є Е. Кемпбелл;
- раціонально-інструменталістська модель Е. Даунса;
- політико-комунікаційна модель, запропонована Дж. Блумером, Д. Маккуейлом;
- модель голосування з актуальних питань, яку запропонували М. Ніс, С. Верба та Д. Петросік.

Третя школа, що заснована на реконструкції політичної свідомості, базується на запропонованій у 1988 р. В. Геймсоном конструктивістській моделі вивчення політичної комунікації. Дана школа розглядає політичну комунікацію як один із факторів, що формує цілісний політичний світогляд індивіда, тому найбільше вона пов'язана з соціально-психологічними дослідженнями політичної свідомості [3].

Відомий американський політолог Г. Лассвелл розглядав комунікацію як складний процес, що має свої соціальні функції, внутрішню структуру і загальну спрямованість: «як будь-який процес комунікація може бути розглянута з точки зору структури і з точки зору функції, інакше кажучи, з позиції структурного та функціонального аналізу» [4].

Таким чином, комунікація розуміється як безпосередній вплив на реципієнта, який виступає лише як об'єкт, що реагує на інформацію за принципом: стимул-реакція.

Г. Лассвелл виділяє найважливіші структурні компоненти процесу масової комунікації і описує їх як модель із п'яти питань:

1. Хто говорить? (Аналіз управління комунікативним процесом).
2. Що повідомляє? (Аналіз змісту повідомлень).
3. Кому? (Аналіз аудиторії).

4. За допомогою якого каналу? (Аналіз засобів).

5. З яким ефектом? (Аналіз результату: змінилася / не змінилася свідомість і / або поведінка реципієнта).

Таким чином, комунікація в спільній політичній діяльності означає процес, за допомогою якого певна ідея передається від джерела до одержувача по комунікаційних каналах з метою сформулювати, стабілізувати або змінити поведінку цього одержувача. Представляючи процес обміну політичною інформацією як схему, можна виділити в ній ряд етапів і чотири основних елементи:

1. Джерело (відправник) – особа, яка генерує ідеї або збирає інформацію і передає її. Джерелом може бути індивід або група спільно працюючих індивідів, суспільний інститут або організація.

2. Повідомлення – власне інформація, закодована за допомогою засобів мови – символів, які втілюються в ідеях, думках.

3. Канал – шлях фізичної передачі інформації, за допомогою якого повідомлення передається від джерела до одержувача. Канали можна розділити на засоби масової інформації та міжособистісні канали.

4. Отримувач – особа, якій призначена інформація, й яка інтерпретує її.

Також теорії політичної комунікації можна розподілити на дві великі групи – макро- та мікрорівневі. До першої групи відносять кібернетичну модель Д. Істона, інструментальну модель Г. Алмонда і Дж. Коулмана, теорію К. Дойча та структурно-функціональну модель.

Першою комунікаційною моделлю політичної кібернетики стала концепція політичної системи суспільства, запропонована в 1953 р. канадським політологом Д. Істоном [5]. У цій моделі політична система розглядається як відносно відокремлене, стійке, цілісне утворення, кібернетичний «чорний ящик», занурений в мінливе соціальне середовище, який взаємодіє з нею за допомогою своїх «входів» і «виходів». При такому підході ключовим аспектом дослідження стає проблема стійкості або, в термінології Д. Істона, «виживання» політичних систем як в стабільному, так і мінливому світі. На вхід «чорного ящика» з навколишнього середовища – суспільства надходить інформація двох видів – вимоги (можуть бути як конструктивні, так і деструктивні) і підтримка (може трансформуватися у власний різновид «з негативним знаком», тобто протест). І вимоги, і підтримка можуть виникати і формулюватися не тільки в навколишньому середовищі – суспільстві, а й усередині самої системи, однак незалежно від місця свого походження вони повинні враховуватися при виробленні «вихідної» інформації – зобов'язуючих політичних рішень і дій з їхньої реалізації, так чи інакше надають вплив на середовище. Якщо прийняті рішення і здійснювані дії задовольняють очікуванням або вимогам більшості соціальних спільнот і громадян, це з усією очевидністю породжує або збільшує підтримку на «вході», і в суспільстві посилюються стабілізаційні процеси. Навпаки, «непопулярні» рішення і дії призводять до дестабілізації через формулювання більш радикальних «вхідних» вимог, що у своєму крайньому варіанті здатне перерости на відторгнення громадянами правлячих інститутів, викликати «стрес» політичної системи і навіть привести до її руйнування. Для того, щоб «вижити», система повинна бути здатна відповідати за допомогою дій, що усувають стрес. У цьому відношенні, як підкреслює Д. Істон, ключову роль, безсумнівно, грають дії влади, але для осмислених і ефективних дій влади повинні мати можливість отримувати всю необхідну інформацію про події.

Модель Д. Істона була доповнена інструментальними моделями Г. Алмонда і Дж. Коулмана, в яких установлюється певна відповідність між окремими категоріями системно-кібернетичного аналізу та термінами, традиційно використовуваними

політичною і правовою науками. В їхніх працях були розроблені функції на «вході» політичної системи суспільства: політична соціалізація і рекрутування, артикуляція і агрегація інтересів, політична комунікація, і на «виході»: прийняття правил і законів, їхнє застосування і контроль [6, с. 4].

Теорія політичної кібернетики, запропонована К. Дойчем, розглядає політику як комунікаційний процес координації зусиль людей по досягненню поставлених цілей, що реалізується за схемою кібернетичного саморегулювання. Ключова роль у цьому процесі належить системі зворотного зв'язку: потік відомостей про досягнутий стан системи і наслідки діяльності влади, що надходить у центр прийняття політичних рішень, дозволяє скласти уявлення про те, наскільки близько підійшла система до своїх цілей і як їй слід змінити свою поведінку, щоб досягти максимального наближення до них. Різниця між заданим і фактично досягнутим станом системи з урахуванням відомостей про характер самої системи, її ресурсах, опір середовища використовується для вироблення нового керуючого впливу. Він може бути спрямований як на те, щоб фактичний стан все більш наближався до заданого з урахуванням усунення помилок та вдосконалення системи в заданому напрямку, так і на послідовну переорієнтацію, відхід від заданого напрямку, пошук нових цілей та шляхів їх досягнення [7].

Для більш пізніх теоретичних робіт, які зачіпають проблеми політичної комунікації, характерне поєднання системно-кібернетичного і структурно-функціонального підходів, що дозволяє розглядати сферу політичної діяльності як складноорганізовану відкриту систему, компоненти якої виділяються на підставі їхніх функціональних особливостей і властивостей, що зумовлюють функції політичної системи в цілому.

Як і будь-яка область міждисциплінарних досліджень, політична комунікативістика використовує широку систему уявлень і понять, здебільшого запозичених із суміжних дисциплін, головним чином з психології та соціології комунікації. Цілий ряд теоретичних побудов політичної комунікативістики пов'язаний з поясненням явищ на мікрорівні, тобто на рівні окремих індивідів, особливо якщо мова йде про ефекти переконання, що викликаються поширенням повідомлень.

Мікрорівневі теорії комунікації спочатку ґрунтувалися на ранніх концептуальних уявленнях про масово-комунікаційні процеси, відомих під назвами «теорії чарівної кулі» і «теорії підшкірної голки», які акцентують увагу на можливостях та ефекті від інформаційно-пропагандистського впливу на масову аудиторію. У свою чергу, стверджувалося, що відбір повідомлень масами здійснюється досить пасивно, нагадуючи очікування пацієнта у лікуванні від чергової дози препарату. Одним із засновників даних теоретичних моделей прийнято вважати Г. Лассвелла, який у своїх роботах аналізував механізми пропагандистського впливу на маси в роки Першої світової війни.

На основі аналізу результатів соціологічних даних, отриманих шляхом проведення напередодні президентських виборів 1940 р. серії паралельних опитувань виборців в окрузі Ері, штат Огайо, де результати голосування зазвичай були дуже близькі до середніх по США, П. Лазарсфельд, Б. Берельсон і Х. Годе запропонували класичну двоступеневу модель комунікації, яка згодом стала однією з перших загальноновизнаних теоретичних конструкцій у політичній комунікативістиці. Відповідно до цієї моделі, вплив масової комунікації на індивіда здебільшого є не прямим, а опосередковується мікрогрупами, де посередниками при передачі інформаційного впливу виступають так звані «лідери громадської думки» – особи, які користуються авторитетом у своїй мікрогрупі, які цікавляться певною проблемою, активно читають газети і слухають радіо, а потім обговорюють прочитане або почуте у своєму оточенні,

даючи при цьому фактами або подіям власне тлумачення. Іншими словами, міжособистісне і внутрішньогрупове комунікація трактує масову комунікацію за такою схемою: ідеї часто передаються від радіо і газет до лідерів громадської думки, а від них – до менш активних верств населення [8, с. 90].

Проте також у середині 50-х рр. були висунуті і принципово інші концепції, що виходили, навпаки, з уявлень про активну поведінку аудиторії ЗМІ в плані вибору джерел інформації та відбору розповсюджуваних повідомлень. Так, згідно з концепцією, запропонованою Л. Фестінгер, люди відчувають психологічний дискомфорт, впадають у стан «когнітивного дисонансу», коли їм нав'язуються погляди, ідеї та думки, що змушують їх сумніватися у власних ідеалах або зачіпають їхні почуття і смаки. Щоб уникнути дискомфорту, людина відбирає тільки ту інформацію, яка узгоджується з його власними переконаннями і віруваннями, й ігнорує повідомлення, що їм суперечать. Незважаючи на те, що дослідження ефектів масової комунікації в періоди виборчих кампаній, що проводилися в 60-і рр. У. Уейсс, далеко не в усьому підтверджували цю теорію і почасти навіть спростовували її, ідея цілеспрямованого інформаційного відбору продовжує і останнім часом розроблятися в працях ряду відомих авторів, зокрема в роботах вищезгадуваної Д. Грейбер.

Інша концепція, відома під назвою «теорії корисності та задоволення потреб», яка спочатку розроблялася в працях Е. Каца, учня і послідовника П. Лазарсфельда, виходить з того, що індивіди здійснюють активний відбір інформації, ігноруючи повідомлення, що не відповідають їхнім інтересам, а також ті, які представлені в непривабливій формі. Вони стануть приділяти увагу тільки тим повідомленням, які тією чи іншою мірою виявляться корисними або будуть відповідати якимось потребам, причому тільки в тому випадку, якщо витрати часу і зусиль на це представляються виправданими. Користь і задоволення, отримані з одержуваних повідомлень, можуть носити як емоційний, так і інтелектуальний характер. Наприклад, в період виборчої кампанії людина може звернути увагу на повідомлення, яке не тільки виявиться корисним при голосуванні на майбутніх виборах, але і викличе відчуття його власної політичної компетентності [8, с. 91].

Висновки. Таким чином, теорія політичної комунікації починає формуватися з 20 рр. XX ст., набуваючи свого поширення з другої половини XX ст. і розподіляючись на макро- та мікрорівневі теорії. Вивчення політико-комунікативних проблем є сьогодні ланкою, що об'єднує різноманітні науки про політику. Центральне місце комунікативних проблем в структурі сучасної політичної науки не тільки підтверджує їхню значущість, а й робить необхідним їхній розгляд у контексті міждисциплінарного підходу. Вивчення особливостей комунікативного процесу сприяє формуванню громадянської самосвідомості та адекватної йому правової та політичної культури, навичок позитивно-активної участі політичних суб'єктів, допомагає акторам політичного процесу зрозуміти цілі розвитку суспільства, визначити свої політичні позиції і ролі в соціально-політичних трансформаціях. Будучи однією з найбільш мобільних сфер, що відображають зміни, які відбуваються в суспільстві, політичні комунікації дозволяють глибше зрозуміти природу соціально-політичних перетворень. Зміни комунікативних та риторичних традицій сигналізують про певні зміни в політичних стратегіях, бо їхні ознаки зазвичай добре видно в мовних структурах акторів політичного процесу.

Отже, з ускладненням процесів функціонування політичної системи, появою нових акторів, нових форм політичної боротьби і політичного впливу відбуваються спроби переосмислення та доповнення комунікаційних теорій – акцент робиться на

призначенні, можливостях, цілях, праксеологічному вимірі, очікуваних результатах інформаційних обмінів та передачі повідомлень у політичному просторі.

1. Goban-Klas T. Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Warszawa-Krakow : Wydawnictwo naukowe PWN, 1999. 336 s.
2. Graber D. Political languages. Handbook of Political Communication. Beverly Hills, London : Sage Publications, 1981. P. 195-224.
3. Gamson W. A. A Constructionist Approach to Mass Media and Public Opinion. Harvard, 1988.
4. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society URL: <http://profsw.files.wordpress.com/2009/03/12.pdf>. (дата звернення: 15.01.2019)
5. Истон Д. Категории системного анализа политики. Политология : Хрестоматия / [Сост. : М. Василик, М. Вершинин]. Москва : Гардарики, 2000. С. 319–331.
6. Алмонд Г. Сравнительная политология сегодня: Мировой обзор : [Учебное пособие] Москва : Аспект Пресс, 2002. 537 с.
7. Deuttsch K. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control N.Y., 1966. P.81-83.
8. Грачев М. Н. Микроуровневые теории политико-коммуникационных процессов в американской политической науке XX века. Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. : Политология. 2004. № 1 (5). С. 89-96.

References

1. Goban-Klas, T. (1999) Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. (Media and mass-communication).Warszawa-Krakow : Wydawnictwo naukowe PWN. 336 s. [in Polish]
2. Graber, D. (1981) Political languages. Handbook of Political Communication. Beverly Hills, London : Sage Publications. P. 195-224.
3. Gamson, W. (1988) A. A Constructionist Approach to Mass Media and Public Opinion. Harvard, 1988.
4. Lasswell, H. D. The structure and function of communication in society. URL: <http://profsw.files.wordpress.com/2009/03/12.pdf>.
5. Yston D. (2000) Katehoryy systemnoho analyza polytyky. Polytolohyia : Khrestomatyia [red. : M. Vasylyk, M. Vershynyn]. M. : Hardaryky. S. 319–331. [in Russian]
6. Almond, H. (2002) Sravnytelnaia polytolohyia sehodnia: Myrovoi obzor : [Uchebnoe posobyie] / Almond H., Pauэлл Dzh., Strom K. M. : Aspekt Press. 537 s. [in Russian]
7. Deuttsch K. (1966) The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control / Deuttsch K. N.Y.
8. Hrachev, M. N. (2004) Mykrourovnevnye teoryy polytyko-kommunykatyionnykh protsessov v amerykanskoй polytycheskoй nauke KhKh veka .Vestnyk Rossyiskoho unyversyteta druzhby narodov. Ser. : Polytolohyia.. № 1 (5). S. 89-96. [in Russian]

Shlemkevych Tatiana. Theoretical fundamentals of policy information and communication space

The article analyzes a number of approaches to interpreting communication as a political and social form of interaction, as an element of the functioning of the political system. The basic theories of political communication, starting from the XX century and the role of political communications as a driving force for social change. Political communication theory explains the purposeful processes in which elected and appointed leaders, the media, and public citizens use messages to construct meaning about political practices. When people exercise power in support of public interests, their messages

The article uses a systematic approach to investigate the role of political system institutions in shaping the distinctive features of the public sector of communication sphere. Methods of analysis and synthesis were the most widely used among the general scientific methods.

Keywords: *communication, political communication, political space, information*