

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

У статті проаналізовано концепції та підходи в трактуванні взаємозв'язку комунікативних та політичних процесів. Визначено, що розвиток нових форм політичної комунікації суттєво впливає на динаміку політичної трансформації суспільства, створює додаткові можливості для демократичного реформування. Розкриті специфічні риси та обмеження інформаційно-комунікативних впливів сучасного суспільства.

Ключові слова: політична комунікація, трансформація суспільства, інформаційно-комунікативний вплив.

Актуальність теми. За умов глобалізації трансформаційні процеси отримують нову динаміку у зв'язку з модифікацією функцій держав, неможливістю контролювати культурно-інформаційні потоки в межах національних кордонів. «Коли простір місць, поступається своїми прерогативами простору потоків, відбувається істотне переосмислення суті всіх культурно-комунікаційних процесів, – писав М.Кастельс, – культурні коди формують простір прийняття управлінських рішень, влада зосереджується в мережах інформативного обміну й маніпуляції символами» [1, с. 502–503].

Суспільно-політичні комунікації одночасно виступають і чинником політичної трансформації, і тією галуззю, де дані процеси відбуваються найшвидше і охоплюють усі рівні функціонування. Масштабні зміни інституційної структури сучасних держав, які визначаються як інформаційне суспільство, пов'язані, передусім, зі змінами в комунікативному просторі. Інституційні зрушення практично в усьому світі, які характеризуються сьогодні як інформаційне суспільство, у свої основі мають зміни саме в комунікативному просторі. Дійсно, «суспільство тільки здається статичною сумою соціальних інституцій: насправді воно день у день відроджується або творчо відтворюється за допомогою певних актів комунікативного характеру, що мають місце між його членами» [2, с. 106].

Щодо нашої країни, то разом з процесами глобальних зрушень вона зіткнулася з фактом багатовимірної трансформації, за якої паралельно відбувалися процеси демократизації та створення сучасної національної держави, формування єдиної політичної нації та державної ідентичності. До того ж, ще незавершений процес становлення національної державності ускладнюється та модифікується під впливом зовнішньої агресії та необхідності протистояння у інформаційній війні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виокремлення не вирішених раніше проблем. Теоретичні засади дослідження політичної комунікації містяться у дослідженнях Н. Вінера, К. Шеннона, У. Уївера, а також у соціально-філософських працях Д. Белла, Дж. Гелбрейта, Дж. Гербнера, Н. Лумана, А. Моля, Т. Парсонса, Д. Рисмена, А. Тоффлера, Ю. Хабермаса, Р. Якобсона. Спеціальним предметом дослідження політичні комунікації стали для Р. Бреддока, Г. Лассуелла, П. Лазарсфельда, М. Маклюена, Р. Парка. Суттєвим є внесок у становлення цього наукового напрямку вітчизняних вчених: О. Дубаса, О. Зернецької, Ю. Ганжурова, Г. Почепцова, В. Різуна, М. Сомова, Ю. Шайгородського та ін.

У контексті вивчення впливу системних рис комунікації на трансформацію українського суспільства на особливу увагу заслуговують розробки О. Білоруса, В. Гондюла, О. Гриценко, О. Зернецької, В. Іванова, О. Картунова, Є. Макаренко, А. Москаленка, М. Ожевана, Г. Почепцова, М. Розумного, Ю. Романенка, М. Рябчука, Є. Тихомірової, А. Чічановського, В. Шкляра та інших. Окремі аспекти розвитку політичних комунікацій у перехідних країнах розкривають монографічні праці В. Баркова, В. Бортнікова, О. Валевського, Г. Гука, Г. Зеленько, А. Карася, Б. Потятинника та інших. Разом з тим, залишається актуальною проблема дослідження сучасних функцій політичної комунікації, її

взаємозв'язку з процесом трансформації суспільства. Важливим завданням сьогодення є розвиток конструктивних форм політичної комунікації, що формуються на базі консенсусної системи цінностей, сприяють консолідації суспільства та зміцненню національної державності.

Мета статті – дослідити основні аспекти розвитку, джерельну базу та наукові підходи до визначення ролі комунікацій в політичному процесі, здійснити їх аналіз у контексті суспільного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний політичний процес може розглядатися як складна, багатоаспектна та різновекторна взаємодія суб'єктів усіх рівнів функціонування. Політична комунікація тут виступає як специфічний вид політичних відносин, за допомогою якого політичні сили намагаються регулювати виробництво і поширення суспільно-політичних ідей, моделювати за їх допомогою світогляд та поведінку широкого загалу громадян. Інформація тут виступає як сукупність знань, повідомлень про явища, факти і події політичної сфери. З її допомогою передається політичний досвід, координуються зусилля людей, відбувається їх політична соціалізація і адаптація, структурується політичне життя.

Визначна роль соціально-політичних комунікацій у суспільному житті стала предметом досліджень багатьох вчених, які намагалися сформулювати концептуальні засади вивчення цього складного феномену у контексті трансформаційних процесів. Так, К.Дойч формування ідеї національної єдності та розвитку державності пов'язував з створенням більш широких можливостей для комунікації під впливом урбанізації та індустріалізації суспільства. Натомість, дезінтеграція та руйнування держав, на думку вченого, викликаються поступовим послабленням внутрішньої комунікації між соціальними верствами і виключенням з неї пересічних громадян. Останні, втрачаючи можливості реалізувати свої інтереси і підвищити соціальний статус, перетворюються з часом на ту силу, що руйнує або дестабілізує існуючу систему, робить її слабкою перед зовнішніми та внутрішніми викликами. [3, с. 28]. К. Дойч визначав політичну систему як мережу комунікацій та інформаційних потоків. На його думку, саме регулювання інформаційних потоків і комунікативних взаємодій між системою і середовищем, а також окремими блоками всередині самої системи виступає інструментом владної мобілізації політичної системи. Основне завдання політичної системи – викликати у людей відповідну реакцію і готовність виконувати рішення влади.

Безпосередню увагу до процесів взаємодії влади та громадян виявляли представники концепцій політичної та масової комунікації. Виникнення таких концепцій пов'язано з прагненням обґрунтування певних аспектів функціонування соціально-політичних структур. Перш за все, тут необхідно відзначити дослідження дискурсів. У якості основного засобу комунікації тут розглядається мова, формується поняття мовної комунікації. Відомий представник цього напрямку Т. ван Дейк, звертаючись до вивчення дискурсів, визначив, що провідною метою дослідження соціальних наук є когнітивні процеси, які виступають певним змістом комунікативної взаємодії. За ван Дейком дискурс – «це комунікативна подія, що відбувається між тим, хто говорить, і тим, хто слухає або спостерігає в процесі комунікативної дії в визначеному часовому, просторовому та іншому контексті», інтеракція, яка характеризується «складною єдністю мовної форми, значення та дії» і «не обмежується рамками конкретного мовного висловлювання, тобто межами тексту чи самого діалогу» [4, с. 121–122].

Ю. Габермас, поглиблюючи розуміння взаємовпливу комунікативної теорії та соціальних практик, створив теорію «комунікативної дії», де привертав увагу до масової комунікації, засоби якої «створюють технічні посилювачі мовної комунікації» [5, с. 45], розширюючи та посилюючи її можливості та формуючи потужну комунікативну мережу. У той же час, на думку автора, сучасний розвиток таких комунікаційних мереж викликає у масовому суспільстві феномен одномірного мислення. Таке одномірне мислення сприяє створенню штучних, насправді не потрібних для суспільного розвитку цілей, завдань та потреб, які знаходяться в сфері політичних інтересів окремих, іноді навіть ворожих до

суспільства суб'єктів. Виходячи з цього, актуалізується висновок Ю. Габермаса, що комунікація і дискурс, які народжуються у такому взаємозв'язку дій та розуміння, окреслюють простір свободи демократичного суспільства.

Комунікативну дію Ю. Габермас визначає саме як символічно опосередковану інтеракцію, яка ґрунтується на об'єктивно важливих нормах, що, у свою чергу, структурують поведінкові очікування учасників взаємодії. Вчений тлумачить сутність відкритої комунікації та її актуальність в межах сучасної теорії демократії. Головний висновок Ю. Габермаса полягає у переході сучасного світу від цілераціональної до комунікативної дії. Між цілераціональною і комунікативною дією є кардинальна відмінність. Суб'єкт, що цілераціонально діє, зорієнтований на досягнення успіху, намагаючись змінити ситуацію шляхом перетворення об'єктів впливу (предметів чи людей) на засоби, які підкоряють або якими маніпулюють в інтересах актора. На противагу цьому, комунікативна дія спрямовується на досягнення порозуміння між суб'єктами в ситуації їхньої взаємодії. Порозуміння стає невід'ємним атрибутом діяльності. Таким чином, під комунікативною взаємодією розуміються такі відносини суб'єктів, які упорядковуються відповідно до норм, що прийняли за основу всі сторони, та спрямовуються на взаєморозуміння діючих акторів, їх консенсус.

Як підкреслює А. Єрмоленко, основою комунікативної концепції Ю. Габермаса виступає «раціональне обґрунтування етичних норм на основі регулятивної ідеї необмеженої комунікативної спільноти, спрямоване на подолання цінностей «внутрішньої», партикулярної моральності, догматичних цінностей, що успадковуються завдяки механізму традиції, або ідеологічних цінностей, і є процесом виявлення, так би мовити, хибних смислів, що виникають у ході перекидання панування комунікації» [6, с. 80]. Підхід вченого ґрунтується на тому, що в просторі мовного спілкування не тільки здійснюється обмін повідомленнями, а й утворюються і змінюються орієнтовані на діяльність індивіда настанови. Отже, теорія Ю. Габермаса виступає базовою для розгляду проблем політичної комунікації. Дійсно, комунікація є одним з центральних процесів життєдіяльності суспільства, бо вона формується природою людини, її прагненням до спілкування, необхідністю обміну повідомленнями, інформацією між людьми.

Подальший розвиток концептуально-методологічних підходів дослідження комунікації у поєднанні з системним аналізом соціально-політичної сфери привели до створення нового напрямку вивчення комунікативно-владних процесів. Видатний представник цього напрямку Н.Луман відмічав важливість інформаційно-комунікативних процесів в управлінській сфері, зокрема, сфері реалізації влади. У постіндустріальному суспільстві ці процеси стають основною формою реалізації влади, яка «посилюється в міру збільшення свободи обох сторін» [7, с. 20], що забезпечується зростанням обсягів інформаційних потоків й подальшим збільшенням альтернативних моделей поведінки.

Сьогодні політичні комунікації практично визначають усі інші суспільно-політичні процеси, виступаючи джерелом інформації й інструментом політичної ідентифікації громадян. В інформаційному суспільстві політична комунікація як загальний феномен та ЗМІ зокрема перетворилися на могутній політичний інститут, без якого неможливо уявити функціонування публічної демократичної влади. Розвиток ЗМІ справляє вплив на методи політики, дедалі частіше ЗМІ починають нав'язувати політикам свої правила гри. Відомий німецький політолог Г. Оберройтер у 1989 р. вперше використав термін «медіатизація політики». Цим терміном визначається важливе явище сучасного життя: політика починає підкорюватися внутрішнім законам ЗМІ. Медіатизації політики притаманні такі риси.

1. Політика стає грою на публіку, діючи відповідно до вимог драматургії. Головні роль тут виконують видовища, ритуали, персоніфіковані дії.

2. Зростання ролі популізму у політичній діяльності. Політики мають діяти швидко, не заглиблюючись у висловлення власної позиції з важливих питань. Головне – справити приємне враження на публіку. Відповідно, часто політики демонструють не те, що насправді важливо, а те, що подобається глядачам.

3. Між діяльністю політиків та їхніми виступами на телеекрані лежить прірва, яку команди політиків намагаються замаскувати. Частішають спроби підмінити реальну політику політичним видовищем [8, с. 404].

Як наголошують у цьому контексті автори монографії «Трансформація політичних інститутів України: проблеми теорії і практики»: «В українських умовах, коли політичний клас є замкнутим і фактично незалежним від свого виборця, а комунікація між громадянами і політиками схильна до викривлення і є неефективною, медіакратія набуває загрозливих рис тотального панування ЗМІ, на противагу забезпеченню демократичних процедур» [9, с. 155].

Очевидно, що комунікація є однією з основних характеристик суспільства, тому природа будь-якого соціального утворення є комунікативною по суті. Інакше кажучи, зміст комунікації і її форми відображають суспільні відносини і історичний досвід людей. В її основі домінуючим є комунікативний аспект, а інформаційно-змістовний елемент повинен виконувати лише допоміжну функцію. У здійсненні комунікації важливо знати не тільки про те, що використовується, а й про те, хто бере участь у взаємодії, як використовується інформація, кому адресується і куди спрямовані комунікативні зв'язки. Тому варто розглядати комунікацію як складний багаторівневий і багатоплановий процес встановлення контактів між суб'єктами, породжуваний потребами спільної діяльності, що включає в себе обмін інформацією, вироблення стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншого суб'єкта.

Отже, сучасна теорія політичної комунікації базується на розгляді масової комунікації як специфічного та соціально значущого інституту, що в інформаційну епоху починає відігравати особливе значення, адже виступає одним із засадничих чинників формування суспільної масової свідомості та громадської думки. У цілому можна виділити три підходи до трактування терміну «комунікація»: перший базується на концепції структурного функціоналізму, застосуванні системного методу, концепції інформаційного суспільства (Д. Белл, К. Дойч, А. Тоффлер); другий – некласичний методологічний підхід (Ю. Габермас) – базується на когнітивній моделі суб'єктно-об'єктних відносин, у яких сфера комунікації виокремлюється як особливий онтологічний об'єкт. Її вивчення базується на методах герменевтичної інтерпретації смислів, критичної рефлексії, раціональної реконструкції; третій – постнекласичний підхід – зводить природу соціального до суб'єктно-об'єктних відносин, тобто до принципу інтерсуб'єктивності, і виключає об'єктивність. Суспільство розглядається як мережа комунікацій, а комунікації створюють можливість для самопису суспільства та його самовідтворення (Н. Луман). Комунікація розглядається як активне середовище, що самоорганізується [10].

Додатково слід відмітити напрямок теоретичних досліджень комунікацій, який виходить з того, що повідомлення, які виробляються та транслюються ЗМІ, виступають як акт застосування влади в сфері ідеологічних ідентифікацій. Наприклад, американський дослідник Р. Фаулер зазначає, що ЗМІ підтримують домінантний культурний порядок навіть у тих ситуаціях, коли зовні йому протистоять. Вказаний дискурс щодо політичної комунікації розглядається в межах онтологічної теорії, об'єктом аналізу якої стають механізми конструювання так званих великих ідеологій, де політична комунікація загалом та ЗМІ зокрема розуміються не більше, ніж інструмент, за допомогою якого може вироблятися універсальна система цінностей існуючої політичної системи. Спираючись на зазначені висновки, дані дослідники політичних комунікацій зосереджуються на проведенні аналізу прикладів таких комунікацій, ігноруючи процес творення інформаційних повідомлень й образів. Отже, акцент робиться на тому, що ЗМІ абсолютно підконтрольні владним інституціям [11, с. 44–45].

Загальний науковий дискурс щодо розгляду сутності й спрямування політичної комунікації, представлений у сучасних політологічних дослідженнях, можна охарактеризувати у трьох основних напрямках:

- дослідження функцій культурно-символічної репрезентації влади;
- аналіз функцій інтеграції та ідентифікації;
- розгляд функції інформаційного та емоційно-чуттєвого впливу з метою формування

бажаних моделей поведінки.

В останні десятиріччя відбулося значне викривлення ціннісно-етичних орієнтирів політичної комунікації, яка почала перетворюватися на сферу транслявання символічної діяльності політиків. Замість дискусій, формування громадської думки, обґрунтування процесу прийняття політичних рішень, метою й основним сенсом політичної комунікації нерідко стає демонстрація певних символічних дій політикуму. Формується «віртуальна» політика, на зміну реальному політичному життю приходять штучні події та уявне життя. Саме зазначена проблема, на наш погляд, є однією з найсерйозніших у дослідженні теорії і практики політичної комунікації та потребує подальших наукових пошуків, зокрема – й у ціннісно-етичному вимірі. Актуальним завданням тут виступає створення єдиного інформаційно-комунікаційного простору держави, в межах якого ЗМІ мають поширювати ідеї щодо національної ідентичності, створювати відкриті поля комунікації.

Використана література:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 608с.
2. Морозова О. С. Политико-коммуникационные процессы в политическом управлении [Текст] / О. С. Морозова // Локус: люди, общество, культуры, смыслы, 2011. – №3. – С. 104–108.
3. Семигіна Т. В. Інформаційно-кібернетична модель К. Дойча [Текст] / Т. В. Семигіна // Політична думка ХХ-ХХІ століть: методологічний і доктринальний підходи: у 2-х т. / за заг. ред. Н. М.Хоми. Т.1. – Львів: «Новий світ-2000», 2016. – Т.1. – С. 50–52.
4. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т. А. ван Дейк ; [пер. с англ.; сост. В. В. Петрова]. – М. : Прогресс, 1989. – 312с.
5. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия [Текст] / Юрген Хабермас // Вестник МГУ. Серия 7. Философия, 1993. – Вып. 4. – С. 43–63.
6. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : [підручник] [Текст] / А. М. Єрмоленко – К. : Лібра, 1999. – 488 с.
7. Луман Н. Власть [Текст] / Никлас Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновский]. – М. : Праксис, 2001. – 256 с.
8. Основи демократії : навч. посібник для студ. вищих навч. закладів / [за заг. ред. А. Колодій]. – К.: Ай Бі, 2002. – 684 с.
9. Трансформація політичних інститутів України: проблеми теорії і практики [Текст] / Авт. колектив: М. І. Михальченко (керівник) та ін. – К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2016. – 440 с.
10. Бахов І. С. Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу культур [Електронний ресурс] / І. С. Бахов // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України № 2, 2012. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Vnads/2012_2/12bisgdk.pdf.
11. Трахтенберг А. Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации и парадоксы левого сознания [Текст] / А. Д. Трахтенберг // Политические исследования, 2006. – № 4. – С. 44–45.

Бокоч Ю. М. *Исследования политической коммуникации в контексте трансформации общества*

В статье проанализированы концепции и подходы в трактовке взаимосвязи коммуникативных и политических процессов. Определено, что развитие новых форм политической коммуникации существенно влияет на динамику политической трансформации общества, создает дополнительные возможности для демократического реформирования. Раскрыты специфические черты и ограничения информационно-коммуникативных влияний современного общества.

Ключевые слова: политическая коммуникация, трансформация общества, информационно-коммуникативное воздействие.

Bokoch Y. *Studies of Political Communication in the Context of the Transformation of Society*

The article analyzes the concepts and approaches in the treatment of the relationship of communication and political processes. Determined that the development of new forms of political communication influences the dynamics of political transformation of society creates additional opportunities for democratic reform. Disclosed specific features and limitations of information and communication influences of modern society.

Keywords: political communication, transformation of society, information and communicative impact.

УДК 32-043.7:316.774

Цимбал І. В., Бондаренко Т. В., Плугова О. Б.

СУЧАСНІ ІДЕНТИЧНОСТІ В УКРАЇНІ ПІД ВПЛИВОМ ІНФОРМАЦІЙНОГО ФАКТОРУ ТА РЕГІОНАЛІЗМУ

Розглядається роль засобів масової інформації та регіоналізму у конструюванні ідентичностей в Україні. Відстежуються зміни суспільної свідомості, політичної ідентичності, які відбуваються в останні роки – в умовах інформаційної війни, що в різній мірі позначається на можливостях різних регіонів України.

Ключові слова: суспільна свідомість, ідентичність, інформаційне суспільство, інформаційна політика, засоби масової інформації, регіоналізм.

Сучасний цивілізаційний процес прямує до відкритості, і тому у політичній системі сучасного демократичного суспільства одним із найважливіших аспектів ідеологічного впливу інформаційного фактору є творення й підтримування спільної культури, свідомості та формування ідентичності, насамперед національної. Це важливо тому, що саме такі феномени є у наш час пріоритетним напрямком творення спільного, прогресивного, інноваційного, перспективного інформаційного простору держави, який об'єднує представників різних соціальних груп у політичну націю, формує реальність існування спільнот і належність кожної людини до однієї з них, підтримує та сприяє позитивному сприйняттю такої належності. Особливість і в тому, що зараз, в умовах військової агресії, окупації частини територій України, в період суспільних трансформацій, на шляху до європейської інтеграції, набуває розуміння українцями власної ідентичності, усвідомлення цієї визначальної форми колективної самоідентифікації українського народу. При цьому важливо зауважити, що й досі жителі різних областей України мають відносно різний інформаційний простір (часом взаємовиключний за змістом), що безумовно впливає на формування відповідних ідентичностей.

До того ж зміни ідентичностей супроводжуються у сучасній Україні оновленням міжнародного іміджу держави, що базується на діяльності зі захисту та просування інтересів держави на міжнародній арені, а також на інформуванні світової громадськості про економічні, геополітичні, географічні особливості держави, її стан та досягнення. Однією з основних форм використання інформації є технології створення іміджів. Інформація ж, яка тією або іншою мірою впливає на імідж країни, дослідниками визначається за такими параметрами: джерела інформації (газета, журнал, веб-сайт, прес-агенство, телевізійний канал тощо) зі своєю репутацією; авторство інформації (державна, політичний або державний лідер, посадовець, відома особистість у мистецтві, спорті, шоу-бізнесі); зміст інформації; значення або цільова спрямованість інформації [1].

Відомий дослідник у галузі масових комунікацій В. Лизанчук зазначає: «...людські спільноти творяться мережами інформаційних комунікацій, через які передається необхідна