

УДК 32.019

Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження

Марина Остапенко,

кандидат політичних наук, доцент,
професор кафедри політичних наук
НПУ імені М. П. Драгоманова

У статті здійснено спробу синтезу теоретичних розробок у галузі політичної комунікації, виокремлено етапи дослідження цього феномену у політичній науці та визначено особливості політичної комунікації в умовах сучасного суспільства.

Ключові слова: комунікація, політична комунікація, концепт політичної комунікації, теорія політичної комунікації.

An attempt to synthesize theoretical developments in industry of political communication is done in the article, the stages of research of this phenomenon are selected in political science and the features of political communication are determined in the conditions of modern society.

***Keywords:** communication, political communication, concept of political communication, theory of political communication.*

В статтє синтезуютьсє теоретическє подходы в сферє политическєй коммунікації, выделяются этапы исследования феномена в политическєй науке и определяются особенности политическєй коммунікації в условиях современного общества.

***Ключевые слова:** коммунікація, политическєя коммунікація, концепт политическєй коммунікації, теорія политическєй коммунікації.*

Існування в сучасному суспільстві суперечливих соціальних, економічних, політичних інтересів потребує як їх узгодження, так і загалом створення атмосфери довіри між їх виразниками. Важлива роль у цьому процесі належить діалогу між владою та громадянами, їх об'єднаннями, забезпечення комунікативного зв'язку між учасниками політичних відносин. Налагодження партнерських відносин між суб'єктами політичного життя актуалізує дослідження проблеми політичної комунікації. Для України актуальність окресленої проблеми посилюється й високим ступенем недовіри громадян до чинної влади, що зумовлена низкою причин, серед яких розбіжність між обіцянками напередодні виборів та їх виконанням після завершення виборчої кампанії; наявність гострих суперечок та конфліктів між владою й опозицією; деструктивна робота представницького органу та інші.

Комунікація притаманна всім сферам суспільства – економічній, політичній, правовій, культурній, соціальній тощо. Значення комунікації виявляється у тому, що вона зв'язує елементи всередині системи, так і забезпечує взаємозв'язок між різними системами всього суспільства. До того ж завдяки комунікації формуються відносини й у міжнародній сфері. За допомогою політичної комунікації відбувається взаємодія суб'єктів політики, і загалом політичної сфери з іншими суспільними сферами. Проте, варто враховувати й те, що „інформаційні потоки між системами можуть бути як гальмом соціальних дій, так і каталізатором, що їх прискорює...” [6, с.32]. Тобто, комунікація – це такий процес, що може викликати як конструктивні, так і деструктивні дії його учасників.

Метою статті є спроба синтезувати теоретичні доробки у галузі політичної комунікації через виокремлення етапів дослідження цього феномену та визначити особливості політичної комунікації в умовах сучасного суспільства.

Проблеми комунікації є предметом дослідження філософів, соціологів, політологів. Серед них Д. Белл, П. Брегер, Н. Вінер, Ч. Кулі, Г. Лассуел, К. Леві-Строс, Т. Лукман, Дж. Г. Мід, Ю. Хабермас, Дж. Б. Уотсон та інші. Феномен політичної комунікації досліджували Е. Бенрайз, Д. Берло, Р. Катц, Ж.-М. Котре, Б. Кретон, П. Лазарфельд, В. Ліпман, Л. Пай,

Л. Перлінг, Л.Р. Посікера, М. Розенберг, К. Санне, Ж.-Р. Шварценберг та інші. Проблеми політичної комунікації стали предметом дослідження вітчизняних вчених – С. Барматової, В. Бебика, Ю. Ганжурова, О. Гриценка, С. Денисюк, О. Дубаса, О. Картунова, С. Кащавцевої, В. Недбая, Г. Почепцова, В. Різуна, І. Слюсаренка, М. Соколова, Є. Тихомирової, О. Шахтемірової та інших.

Для визначення суті та ролі політичної комунікації в сучасному суспільстві, доцільно, на наш погляд, звернутися до поняття „комунікація”. Відзначимо, що існує велика кількість його трактувань. Комунікація розглядається як механізм, за допомогою якого забезпечуються існування та розвиток людських відносин, який охоплює всі розумові символи, засоби їх передачі у просторі та збереження у часі (Ч. Кулі); як соціальне поєднання індивідів за допомогою мови та знаків, установлення загальнозначущих наборів правил для різної цілеспрямованої діяльності (К. Черрі); як акт відправлення інформації від мозку однієї людини до мозку іншої людини (П. Сміт, К. Беррі, А. Пулфорд), як специфічний обмін інформацією, процес передачі емоційного та інтелектуального змісту (А. Звєгінцев, А. Панфілов); як процес встановлення усвідомлених контактів між комунікаторами та реципієнтами (О. Соловійов).

Були спроби підрахувати кількість визначень цього поняття. Так, у 70-х роках минулого століття Ф. Денс зафіксував 95 дефініцій і згрупував їх у 15 категорій. Польська дослідниця Н. Валінська у 1975 році зафіксувала понад 200 дефініцій в американській літературі, і виділила в них 18 семантичних (значенневих) категорій [2, с. 21]

Польський науковець Т. Гобан-Клас наводить сім типових визначень комунікації, які, на наш погляд, розкривають різні аспекти цього процесу, а також і його функції: *комунікація як трансмісія* (трансляція, передача) інформації, ідей, емоцій, умінь; *комунікація як порозуміння інших*; *комунікація як вплив і взаємовплив*; *комунікація як об'єднання (творення спільноти)*; *комунікація як взаємодія*; *комунікація як обмін*; *комунікація як складова суспільного процесу*, який виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль тощо [2, с. 42-43].

Така кількість визначень поняття „комунікація” свідчить про багатоаспектність явища, яке воно позначає. Комунікація як поняття і явище, вкорінюється в низку дисциплін, адже торкається різних сфер – економіки, політики, права, психології, культури, моралі тощо. Це відобразилося у трьох основних теоретичних підходах: структурному (поєднує соціологічні, політичні, правові та економічні аспекти; увага акцентується на впливі медійних систем та структур на суспільні, політичні, економічні, правові інститути); біхевіористичному (поєднує психологію, соціальну психологію, соціологію і зосереджується на поясненні людської поведінки у виборі, опрацюванні комунікативних послань і реакції на них) і культурному (синтезує гуманітарні науки,

антропологію та лінгвістику; акцентує на проблемі значення та мові, культурному середовищі). Існування таких підходів збагачує уявлення про комунікацію, розкриває природу цього процесу.

Варто зазначити, що чимало дефініцій обмежуються виділенням „технологічного” аспекту комунікативної дії та її чинників, підкреслюючи, що це процес виробництва, оброблення та наслідки функціонування символічно-знакових систем. Ми підтримуємо думку тих науковців, які вважають, що обмін повідомленнями – це не суто технічний процес, який ігнорує особливості реципієнтів як реальних учасників комунікації. Не кожна подана інформація може створювати комунікацію. Останнє передбачає наявність спільного комунікативного простору; активність учасників комунікації як суб’єктів взаємного інформування (відбувається не формальний „рух інформації”, а активний обмін нею); формування спільної діяльності; наявність зворотного зв’язку, а також не просто прийняття інформації, а її осмислення, тобто спільного осягнення предмета комунікації; можливість взаємного впливу партнерів за допомогою системи знаків тощо.

Комунікація відбувається на різних рівнях: внутрішньо особистісному, міжособистісному, внутрішньогруповому, міжгруповому, інституційному, суспільному, глобальному.

Кожний з цих рівнів має по декілька комунікаційних мереж (комунікаційна мережа – засоби, канали доставки, обміну та активного руху повідомлень; передбачає залученість всієї чи більшої частини групи) [3, с. 21].

Під політичною комунікацією розуміють процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність та надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з урахуванням їхніх потреб та інтересів [5, с. 162]. У більш ширшому контексті її визначає Р.-Ж. Шварценберг – як процес передавання політичної інформації, що циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами” [8, с. 42].

Політична комунікація пронизує усі окреслені рівні, але традиційно ототожнюється з великими масами, і відповідно, пов’язана з масовою комунікацією. *Масова комунікація* – систематичне розповсюдження спеціально підготовлених повідомлень із застосуванням технічних засобів тиражування інформації (радіо, телебачення, преса, відео-, звукозаписи тощо), які мають соціальне значення і використовуються з метою впливу на установки, поведінку, думки й оцінки людей. Масова комунікація поширює знання про дійсність; має освітньо-виховний характер; здійснює соціальне регулювання; транслює культурні цінності; задовольняє потребу в отриманні відповідної інформації; може сприяти як об’єднанню, так і розмежуванню суспільства на окремі групи тощо. Її основними ознаками є

публічність, швидкість передавання, скороминучий характер інформації. Може мати організований (цілеспрямований), так і стихійний характер.

Значення політичної комунікації важко переоцінити, адже вона має підтримувати цілісність суспільства, зокрема забезпечувати постійний зв'язок між владними структурами, політичними партіями, громадськими організаціями, об'єднаннями, лобістськими угрупованнями, засобами масової інформації і громадянами з приводу актуальних проблем громадсько-політичного і соціально-економічного життя.

Концепт політичної комунікації відображає унікальність комунікативного процесу, якому притаманні власні джерела інформаційних контактів, особливий тип організації соціальних взаємовідносин, специфічні функціональні навантаження в рамках суспільства, власна морфологія, багаторазово опосередкований стиль спілкування макросоціальних груп [7, с. 6].

До окремих аспектів політичної комунікації зверталися чимало дослідників у різні часи. Проте, у формуванні теорії політичної комунікації можна виділити такі етапи:

- 1920-1930 роки – дослідження пропаганди, а також нових засобів впливу на суспільство – преса і кіно, що сформували поняття „комунікація”; це етап, коли „пропаганда” і „комунікація” сприймалися як синоніми; розробка механізму комунікації Г. Лассуела: комунікатор як відправник повідомлення (суб'єкт комунікації); повідомлення як інформаційно-комунікативна одиниця; канал передачі повідомлення – певний засіб комунікації; реципієнт як отримувач повідомлення (об'єкт комунікації); ефективність прийому повідомлення (результат комунікації) [1, с. 116].

- 1940-ві роки – дослідження П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Г.Годе (Колумбійський університет, США), що винайшли поняття „двокрокова” комунікація – отримання реципієнтом політичного повідомлення, що пройшло апробування з боку невеликої групи осіб, які мають вплив на реципієнта – „лідер громадської думки”;

- 1960-ті роки – відкриття зворотного зв'язку комунікативного процесу – дослідження Н. Вінера, К. Дойча;

- 1970-ті й донині – уточнення, доповнення попередніх ідей, зокрема вивчення еволюції історичних типів комунікації, зміст політико-комунікативних текстів, поведінка суб'єктів і об'єктів процесу, ефективність комунікативної дії та інші аспекти.

Щодо еволюції історичних типів комунікації, то виділено епохи – усна, писемна, друкована, електронна, цифрова, кожна з них продовжує і включає елементи попередньо існуючої. Поглиблюють аналіз історичних типів висновки С. Московичи, Г. Тарда про те, що кожному типу зв'язку відповідає певний тип соціальної спільноти: традиційній комунікації з уст в уста – натовп; сучасній комунікації, яка бере свій початок з газети, –

публіка [4, с. 229]. Кожному типу комунікації відповідає особливий тип лідера – вождь, політик, публіцист, актор [6, с. 37].

До речі, зустрічаються й інші назви соціальної спільноти (зокрема у масовій комунікації) у якості реципієнта за класичною схемою Г. Лассуела: „аудиторія” як збиральний термін на позначення „реципієнтів” та „громадськість” (велика і дуже розпорошена спільнота). Ці терміни викликають чимало дискусій, адже є абстрактними, а явище, які вони відображають, – різноманітне і таке, що постійно змінюється.

Зміст концепту політичної комунікації можуть певним чином збагатити, на наш погляд, і історичні моделі зв'язків з громадськістю. Так, С. Кутліп, А. Сентер, Дж. Брум виділили чотири такі моделі:

1) з середини 19 ст. – модель реклами – однобічний, маніпуляторський підхід передавання інформації;

2) з початку 20 ст. – модель суспільної інформації – розповсюдження інформації в суспільстві, що стосується мети тієї чи іншої організації; велика увага приділяється об'єктивності повідомлення, проте характеризується однобічністю процесу комунікації;

3) з 1920 р. – двобічна асиметрична модель – базується на вивченні установок реципієнта з метою їх зміни; має пропагандистський, маніпуляторський характер;

4) з середини 20 ст. – двостороння симетрична модель – базується на принципах взаєморозуміння і партнерства з об'єктом впливу, характеризується максимальним врахуванням інтересів і мотивації об'єкта, посиленням етичного аспекту у взаємодії [6, с. 19].

Остання модель, як і відкриття зворотного зв'язку, спрямували увагу науковців на те, що в сучасному суспільстві змінюється рушійна сила соціальних змін – поруч з економічною великої ваги набуває інформаційна сфера. Особливо це проявляється в умовах інформаційного суспільства, коли влада у відносинах з суспільством, з іншими державами замінює прямий тиск і насильство технологіями маніпулятивного впливу. Ці процеси мобілізують нове покоління лідерів (лідерів-інтелектуалів), нову якість влади, використання нових засобів (каналів передавання інформації) і відповідно актуалізують питання захисту населення від маніпулятивних впливів.

Сучасна політична комунікація характеризується медійним характером, нині активно використовуються різні медіа-засоби, створюється медійне середовище тощо. Ці явища і процеси досліджуються і описуються науковцями і, на наш погляд, розширюють уявлення про політичну комунікацію. Серед здобутків дослідників можна вважати і створення чотирьох теоретичних моделей комунікації: модель передавання; експресивна модель; публічна модель і рецепційна модель. Усі вони є удосконаленням вищезгаданої моделі Г. Лассуела, проте більше адаптовані до сучасних реалій. Стисло охарактеризуємо їх.

1) Модель передавання – базується на удосконаленні ролі „комунікатора”: масові комунікатори зазвичай не продукують „повідомлень” або комунікації; вони пропонують власну добірку новин, інформації або надають доступ до поглядів і голосів декого з тих, хто хоче поспілкуватись з широким загалом. В цілому комунікація виглядає так: 1) події й голоси в суспільстві; 2) роль каналу / комунікатора; 3) повідомлення; 4) сприймач (автори – Вестлі, Мак-Лін). Ця модель применшує механічність простого, лінійного передавання інформації.

2) Експресивна модель – спрямована на виклик спільного розуміння і емоцій, на „презентацію спільних переконань” (автор – Дж. Кері); будується на використанні символів і асоціацій, які існують в культурі; використанні ритуальних символів – культурних цінностей, переконливих цінностей, традицій.

3) Публічна модель (або комунікація як видовище) – заснована на ідеї привернути увагу до події, лідера, тобто привернути візуальну та слухову увагу аудиторії.

4) Рецепційна модель – уточнення „реципієнта”, аудиторії; базується на принципах структуралізму та семіології – повідомлення складається зі знаків, що мають денотативне та конотативне значення. Комунікатори закодовують інформацію, а реципієнти розкодовують її (автор моделі – С. Гол). Повідомлення кодується за допомогою символізації. (у політичному просторі це відбувається за допомогою міфу, релігії, ідеології, політичної реклами). Спосіб кодування та розкодування повідомлення (сприйняття інформації саме так, як його хотів донести суб’єкт) аудиторією залежить від типів символізації, які існують в данному суспільстві. Ефект політичної комунікації залежить від співпадіння способів символізації в кодуванні та розкодуванні повідомлення. Тобто, для правильного розуміння інформації, система символів комунікатора має співпадати з системою символів реципієнта. Ефективність політичної комунікації багато в чому залежить й від правильності обраного методу кодування, зокрема від точності форм усталених жанрів, що мають значеннєву вартість для аудиторії [3, с. 59-65].

Очевидно, що модель комунікації Г. Лассуела містить складові комунікації політичної: комунікатор; повідомлення; канал передачі повідомлення; реципієнт як отримувач повідомлення (об’єкт комунікації); ефективність прийому повідомлення (результат комунікації). Проте виокремлені вище уточнення дозволяють виділити її особливості, які виявляються у наступному.

Широкий спектр суб’єктів. Суб’єктами політичної комунікації є громадяни, групи, політичні інститути і політичні актори (зовнішні і внутрішні), виборці, формальні і неформальні групи, об’єднання громадян, громадські організації, об’єднання і рухи, політичні партії, лобістські структури, органи державної влади і місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні і міжнародні організації.

Зміна місця комунікатора і реципієнта. Особливістю політичної комунікації є те, що напрям комунікативної дії може змінюватися в залежності від ситуації і суб'єкт та об'єкт можуть мінятися містами. Наприклад, комунікація в системі владних відносин може відбуватись в напрямку від органів державної влади (суб'єкт) до політичних партій (об'єкт), тоді як ініціатором комунікації на парламентських виборах є політична партія і її об'єктом виступає виборець).

Рівні політичної комунікації. Розрізняють рівні політичної комунікації: горизонтальний та вертикальний. Горизонтальна політична комунікація – взаємодія між приблизно рівними інституційними компонентами чи соціальними акторами (наприклад, між групами еліт). А вертикальна політична комунікація передбачає відносини між різними ієрархічними рівнями макрополітичної структури (наприклад, між елітою та масами, між урядом, парламентом чи партіями, з одного боку, і пересічними громадянами, виборцями з іншого) [6, с. 65]. При цьому зворотній зв'язок, який є необхідним при вертикальній комунікації – це форми голосування на виборах, референдумах; опитування громадської думки тощо.

Крім лінійної структури Г. Лассуела, для аналізу політичної комунікації можна використати структуру інформаційно-комунікаційних процесів, автором якої є Дж. Томсон. Вчений пропонує виділяти такі рівні: семантичний (використання знаково-мовних форм, за допомогою яких може відбутися чи не відбутися процес комунікації при взаємному обміні інформацією), технічний (використання технічних засобів) та інфлуєтальний (ступінь впливу інформації на свідомість людини).

Окреслені рівні комунікації можна використати для аналізу ефективності політичної комунікації на кожному з них. Так, семантичний рівень пов'язаний з формуванням політичних текстів, промов, звернень до громадян. Якщо зміст такого повідомлення занадто теоретизований, включає багато незрозумілих для пересічних громадян термінів, іншомовних слів, то це може викликати не комунікативний ефект, а навпаки викликати комунікаційний вакуум у відносинах влади та населення. Інформація, що подається владними структурами, повинна згладити протиріччя між спеціалізованими і неспеціалізованими споживачами такої інформації – мітити такі мовні форми, які полегшували б сприйняття її змісту з боку населення. Ця інформація має бути лінгвістично різноманітною і водночас семантично цілісною. Технічний рівень інформаційно-комунікативного процесу розкриває наявність інструментів і засобів зберігання і передавання політичної інформації (ЗМІ, ЗМК, сучасні ІТ-технології). Ефективність політичної комунікації багато в чому залежить від та інфлуєтального рівня. Важливими чинниками на цьому рівні є адресність передавання інформації (врахування особливостей аудиторії; інформація повинна відповідати умовам соціального середовища, діючим традиціям і звичаям, стереотипам і звичкам); забезпечення єдності змістовного і часового параметрів інформаційного повідомлення, не

підмінюючи реальність надуманими політичними образами. Враховуючи зазначені умови, політична комунікація сприятиме встановленню активної і розумної співпраці між владою та населенням.

У демократичному суспільстві комунікація є ефективною, якщо вона не тільки є технічно сучасною, інтерактивною, двосторонньою, але й відповідає іншим демократичним вимогам – таким, як правовий і моральний контроль суспільства над діяльністю ЗМІ, забезпечення справжнього плюралізму думок, прямий контакт між відправниками й одержувачами інформації, децентралізація інформаційних каналів, повага до свободи слова й конфіденційності приватного життя. Така ефективність безпосередньо залежить від низки умов: політичні (партійна система, виборча система, політична культура, зміст і характер політичних подій і проблем); історичні (тенденції часу, суспільна і історична пам'ять); суспільні (насиченість подій суспільного життя – спорт, культура, свята, канікули тощо); організаційні (фінанси, структура партії/організації, партійне членство); характер і технічні можливості комунікаційного простору (організаційна структура ЗМІ, журналістика, вплив і участь спілок, профспілок, церкви). Щодо останнього, то в умовах інформаційного суспільства політична комунікація набуває теж унікальних властивостей – відбувається комунікація між образами, трансльованими за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Політична комунікація набуває властивості віртуальності, симуляції, міфологізації й медіатизації, а політичне життя набуває ознак імітаційності, театралізації, ілюзорності. Водночас імітація політики не свідчить про відсутності політичного життя як такого, йдеться винятково про його медійне відбиття. До суб'єктів політичної комунікації в інформаційному суспільстві додаються нові – політичні інтернет-комунікатори, посилюється значення зворотного зв'язку – відбувається інтерактивний обмін інформацією. В цілому, ланки комунікаційного процесу зберігаються – комунікаційні канали й технічні способи обміну, виробництва, інформування та здійснення зворотного зв'язку, але відзначаються посиленням вдосконалення технічного рівня і витонченістю інфлюетального (управління мотивацією людини). При цьому політичні сили, не представлені в засобах масової комунікації, фактично виключаються з політичної комунікації і, отже, громадського життя.

Підсумовуючи, варто підкреслити міждисциплінарний характер змісту поняття комунікації, а також те, що дослідження феномену комунікації постійно продукує наповнення попередніх розробок і ідей.

Політична комунікація має спільне з загальним процесом комунікації, але й має особливості: пронизує усі рівні комунікації – від внутрішньо особистісного й до глобального; кожна політична система створює власну мережу політичної комунікації відповідно до своїх можливостей; існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства та рівнем розвитку структур політичної комунікації – останній обумовлюється як технічним рівнем передавання інформації, так і

базовою ідеологією політичної системи; характер політичної комунікації в суспільстві, рівень її розвитку визначаються рівнем загальної та політичної культури суспільства, опосередковуються їх цінностями й нормами. Процес політичної комунікації є безперервним, проте його активізація спостерігається у виборчий період, коли застосовуються найрізноманітніші шляхи впливу на електорат з метою завоювання його прихильності; політична комунікація здійснюється через ЗМІ, політично організовані утворення і неформальні канали.

Особливістю розвитку сучасної політичної сфери можна назвати активне проникнення до неї принципів технологічного функціонування, що стандартизують, уніфікують та систематизують політичні процеси й відносини. Зазначений вплив відображається у сфері політичної комунікації. Швидке удосконалення технічних засобів передавання інформації призводить до перенесення центру політичної взаємодії у сферу діяльності електронних мас-медіа, що супроводжується комерціалізацією, театралізованістю, тяжінням до сенсаційності та перекручення фактів та загалом ірраціоналізує політичний світ. Ці явища актуалізують наукові пошуки і виступають предметом подальшого вивчення політичної комунікації.

Література:

1. **Грачев М. Н.** Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Н. Грачев. – М. : Прометей, 2004. – 328 с.
2. **Косенко Ю. В.** Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / Ю. В. Косенко. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 187 с.
3. **Мак-Квейл Д.** Теорія масової комунікації / переклади з англ. О. Возьна, Г. Сташків / Д. Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
4. **Московичи С.** Век толп : Исторический трактат по психологии масс / Пер. с франц. / С. Московичи. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1996. – 480 с.
5. Політологічний енциклопедичний словник: Навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів. – К. : Генеза. – 1997. – 395 с.
6. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. В. С. Комаровского. – М. : Издательство РАГС, 2001. – 520 с.
7. **Соловьев А. И.** Политическая коммуникация как особый тип информационно-коммуникативных обменов / А. И. Соловьев // ПОЛИС. – 2002. – № 3. – С. 5–17.
8. **Schwartzberg R.-J.** Sociology Politique / R.-J. Schwartzberg. – P., 1988. – P. 42.