

**ПОЛІТИКО-КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОЦЕС У СИСТЕМІ
„ВЛАДА-СУСПІЛЬСТВО”**

У статті розглядаються особливості політико-комунікативного процесу в системі „влада-суспільство”. Досліджуються комунікативна природа влади, важливість наявності технічних каналів і засобів для організації політико-комунікаційного процесу, роль ЗМІ як посередника у відносинах влади та суспільства. Робиться висновок про те, що наслідком поширення нових практик взаємодії політичних акторів, держави та суспільства стало підвищення ролі комунікативних процесів, які відбивають політичні ефекти обміну повідомленнями у сфері влади.

Ключові слова: політико-комунікативний процес, політичний актор, ЗМІ.

Дубас А.П.

**ПОЛИТИКО-КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС В СИСТЕМЕ „ВЛАСТЬ-
ОБЩЕСТВО”**

В статье рассматриваются особенности политико-коммуникативного процесса в системе „власть-общество”. Исследуются коммуникативная природа власти, важность наличия технических каналов и средств для организации политико-коммуникационного процесса, роль СМИ как посредника в отношениях власти и общества. Делается вывод о том, что следствием распространения новых практик взаимодействия политических акторов, государства и общества стало возвышение роли коммуникативных процессов, отражающих политические эффекты обмена сообщениями в сфере власти и служащие непосредственной формой распределения ресурсов и ценностей в политической системе.

Ключевые слова: политико-коммуникативный процесс, политический актор, СМИ.

Dubas O.

**POLITICAL AND COMMUNICATIVE PROCESS IN THE SYSTEM „POWER –
SOCIETY”**

In the article the peculiarities of political-communicational process in the system „power-society” are examined. Communicational nature of power, importance of presence of technical channels and means for political-communicational process organization, role of Mass Media as an intermediary in relationship of power and society are examined. The conclusion is made about that by consequence of new practices extension of political factors, government and society interaction became the elevation of role of communicative processes that reveal political effects of message exchange in the sphere of power and serve direct form of resources distribution and values in the political system.

Key words: political and communicative process, political actor, Mass Media.

Проблема взаємин влади та суспільства хвилювала ще давньогрецьких філософів, ідеї яких потім одержали свій розвиток у працях Н. Макіавеллі, Т. Гоббса, Ж-Ж. Руссо, Дж. Локка та інших мислителів. Активна дискусія з цієї теми велася в рамках теорій масового суспільства (Г. Лебон, Г. Тард, Х. Ортега-і-Гассет, К. Маннгейм, Г. Блумер і ін.). Крім того, взаємини в системі „керуючі – керовані” активно обговорювалися й у ході дискусій щодо громадянського суспільства, які в 90-х роках ХХ століття знову активізувалися на хвилі демократичних перетворень у колишніх соціалістичних країнах.

Все це говорить про досить високий інтерес до актуальної проблеми побудови діалогу між владою й суспільством, а також його інформаційної складової.

Мета даної статті полягає в розгляді особливостей політико-комунікативного процесу в системі „влада-суспільство”. Для досягнення даної мети були поставлені такі наукові завдання: розглянути комунікативну природу влади; визначити важливість наявності технічних каналів і засобів для організації політико-комунікаційного процесу; дослідити роль ЗМІ як посередника у відносинах влади й суспільства.

У демократичній державі влада не може ефективно функціонувати без взаєморозуміння та конструктивної взаємодії з громадянським суспільством, що являє собою безліч самодіяльних, незалежних від держави соціальних груп і індивідів (громадян), які самостійно захищають свої інтереси.

Як відомо, багато політологів розглядають владу як систему комунікаційних відносин. На їхню думку, влада – це система комунікацій між різними її суб’єктами. А однією з базових характеристик сучасної влади в соціумі вважається її здатність до комунікації: з суспільством у цілому, елементами громадянського суспільства, світовим співтовариством. Суб’єктом комунікації є влада, яка комунікацію організує та підтримує її. Без цього влада не могла б здійснювати свої політико-управлінські функції [1, с. 241].

Комунікативна природа влади й інформаційний компонент владних відносин становлять зміст більшості з численних теорій влади. Взаємодія, обмін, відносини, тип поведінки й т.д., що становлять суть концепцій про владу, так чи інакше, свідчать про процес надання й отримання інформації. Більше того, завдяки захопленню кібернетичним підходом в оцінці соціальних явищ і появі всіляких різновидів теорій інформаційного суспільства, влада все більше розглядається як комунікація, яка припускає збір, зберігання, обробку й управління інформацією в адміністративних цілях [2, с. 10-11].

Найбільший внесок у розвиток уявлень про механізм і складові елементи політико-комунікативних процесів внесли, на наш погляд, представники таких методологічних підходів, як біхевіористський (Г. Лассуелл, П. Лазарсфельд), кібернетичний (Н. Вінер, К. Дойч), структурно-функціональний (Г. Алмонд, Дж. Коулман) і власне комунікативістський (Ю. Хабермас, Х. Арндт, М. Фуко).

Аналізуючи поступальний процес розвитку поглядів на комунікативний процес у системі державного управління, можна констатувати, що розгляд державної комунікації, як односпрямованого процесу впливу комунікатора на аудиторію за допомогою різних засобів, змінився акцентуванням уваги на зворотному зв’язку, врахування якого надає політичній системі стійкості існування й ефективності розвитку. Комунікація стала розумітися як найважливіша функція будь-якої системи. І у кінцевому підсумку дослідники дійшли висновку про те, що будь-яка соціальна система (і політична в тому числі) є продуктом людської взаємодії, заснованої на досягненні взаєморозуміння та згоди, що стає можливим, у першу чергу, в результаті комунікативних взаємодій.

Як справедливо пише А. Чекунов, у сучасних умовах модернізується поняття комунікації, яке вже не зводиться до комунікативної дії в якості нормативного висновку, до розуміння комунікації як переносу інформації, а доповнюється значним розширенням консенсусних функцій комунікації. Під комунікацією в широкому сенсі розуміються й система, у якій здійснюється взаємодія, і процес взаємодії, і способи спілкування, що дозволяють створювати, передавати й приймати різноманітну інформацію [3]. Для комунікації історично важливим є примус комунікатора до виконання тієї або іншої дії [4, с.14]. Примус до дії закріплюється в консенсусних комунікаціях, спрямованих на формування й розвиток схем і форматів обміну інформацією відповідно до цілей комунікаторів.

В.І. Кравченко вважає, що „... на сьогоднішній день суспільство не може й не буде саме розвиватися, якщо не буде розвиватися сама політична влада” [5, с. 10].

Важливість наявності технічних каналів для організації інформаційних контактів показує, що держава як найважливіший інститут влади повинна мати необхідну кількість

каналів для поширення офіційної інформації, зокрема, як мовних (брифінги, інтерв'ю керівників і ін.) або пов'язаних із паперовими (бюлетені уряду, публікації в газетах і журналах), так і візуальних й електронних (канали державного телебачення, федеральні та регіональні системи зв'язку й т.д.), що дозволяють здійснювати безперебійну комунікацію зі своїми громадянами. Держава повинна мати можливість обирати канали (центральні або місцеві органи друку, радіо або телеканали тощо), найбільш ефективні для встановлення прямих зв'язків із населенням для поширення важливих повідомлень. Технічні можливості держави повинні обов'язково відповідати засобам прийому повідомлень, якими володіє населення. В іншому випадку техніко-інформаційні стандарти можуть виключити певну частину населення з діалогу з державою.

Таким чином, масштабний розвиток інформаційно-комунікаційних систем дозволив владі вибудувати діалогову модель між суб'єктами політики, безупинно обмінюватися політичним текстом із іншими підсистемами суспільства.

Як пише І. Єршова, способи й моделі інформаційної активності влади зазнають жанрових змін і набувають специфічних рис свого часу. Односпрямована комунікація директивного типу змінилася на модель інформаційного обміну, що, крім номінальної наявності зворотного зв'язку, проявляється як зворотна дія на рівні дискурсу через цінності. Іншими словами, інформація – це соціальний процес, акт спілкування, що припускає обмін цінностями культури. Отже, політична комунікація тоді має успіх, коли ідеї та рішення влади стають ідеалами суспільства, тим, що зачіпає інтереси та цінності громадян [2, с. 8-9].

Не секрет, що сьогодні без використання агітаційно-пропагандистських способів впливу на суспільну думку не може обійтися жодна держава, жоден політичний суб'єкт, зацікавлений у розширенні соціальної підтримки своїх цілей стосовно влади. Однак використання даних форм поведінки на інформаційному ринку незмінно несе в собі загрозу якійсь видозміни як інформаційних, так і комунікативних процесів. Так, прагнення до систематичного контролю за свідомістю й поведінкою громадян нерозривно пов'язане з постійним маніпулюванням масовою свідомістю, використанням нечесних трюків і прямого обману населення, що неминуче призводить до заміни інформації дезінформацією. Як вважає А. Цуладзе: „Влада маніпулює людьми – у цьому немає ніякого секрету. Вона робить це відкрито через публічні канали комунікації, тобто сам процес маніпулювання начебто у всіх на очах” [6, с. 9].

Такі ж якісні зміни відбуваються й при налагодженні комунікацій влади з громадськістю. Агітація й пропаганда нерідко переходять межі вільної конкуренції за свідомість людини, підмінюючи способи її ідейного завоювання методами насильницького нав'язування їй заздалегідь запрограмованих оцінок і відносин, психологічного тиску на її свідомість, розрахованого на неусвідомлене сприйняття та засвоєння ним певних цілей і цінностей.

Наслідком розповсюдження нових практик взаємодії політичних акторів, держави й суспільства стало піднесення ролі комунікативних процесів, які відображають політичні ефекти обміну повідомленнями у сфері влади й служать безпосередньою формою розподілу ресурсів і цінностей у політичній системі. Інакше кажучи, інформація, ставши предметом тяжіння й конкуренції політичних акторів, не тільки переформатувала інституціональний дизайн публічної сфери, але й змусила подивитися на існуючі форми представництва інтересів і реалізації політичних проектів як на особливі інформаційно-комунікативні процеси. Цей формат взаємодії акторів у сфері владних взаємин не тільки акцентує увагу на технологічних складових підтримки контактів, але й розкриває їхній людський зміст, показуючи, що від конкретного індивіда (групи) залежить тлумачення первинної політичної інформації, а отже, й інтенсивність поведінкової або розумової відповіді на вихідну інформацію [7, с. 3].

Доступність інформації про діяльність органів влади, політичні процеси і події, сприяють відкритості політичних інститутів, залученню зацікавлених прошарків

суспільства у процес держуправління, що дозволяє сподіватися на розширення конвенціональної політичної участі громадянського суспільства, побудови рухливого діалогу в умовах масових консультацій і узгодження різних позицій учасників інтеракції. З іншого боку, можливості інформаційного суспільства настільки великі, що медіа поступово перетворилися з посередника в середовище існування й опору влади. Інформаційний ресурс як прагнення до інфомонополії перетворює інформацію в ринковий продукт, а комунікацію – в технологію. Звідси ретрансляція, потоковість, сенсаційність і видовищність інформаційно-комунікативних зв'язків [2, с. 9].

На сьогодні найбільш ефективним посередником у відносинах населення з владою є ЗМІ. Внаслідок певної відкритості, оперативності у формулюванні оцінок і позицій, завдяки своїм можливостям у відображенні інтересів і сподівань найрізноманітніших груп і верств населення, ЗМІ стали ледь не провідним інструментом у системі соціального представництва інтересів громадян. У цьому сенсі вони можуть істотно впливати на правила політичної гри та навіть модифікувати їх, формувати нові відносини між „верхами” і „низами”.

Однією із цільових аудиторій ЗМІ, тобто сегментом їхнього середовища, завжди були й залишаються соціальні інститути, і насамперед – органи влади. Можливість впливати на них в інтересах всього середовища або різних її сегментів (у тому числі - різних політичних і бізнес-гравців) стає умовою стійкості системи ЗМІ в цілому й кожного засобу масової інформації окремо. Водночас політична гра „на ринку ідей”, боротьба за можливість впливати на редакційну політику ЗМІ, на суспільну свідомість характерні для великих політичних і бізнес-гравців. Саме в точці перетину цих впливів – влади на ЗМІ й навпаки – формується медіаполітична система, структура, продукована в результаті кооперації політичної та медіа- систем [8].

Нагальна потреба влади – реалізовувати себе через медіа – в епоху інформаційного суспільства стала потужним стимулом для максимально активного використання ЗМІ в політичному процесі. Доступність інформаційного ресурсу для влади служить запорукою успішної інформаційної кампанії, показником її активності, способом легітимзації її статусу.

Як відомо, важливою умовою забезпечення існування влади (і конкретного політичного актора) є її здатність поширювати не просто політичну інформацію, а готові ціннісні орієнтири, які надають певну спрямованість політичному процесу, допомагають контролювати настрій соціальної аудиторії та визначати рівень стабільності й ефективності політичної системи (О.І. Соловйов). Тому вивчення інформаційної активності влади, так само як і ціннісна домінанта політичної комунікації, являє собою актуальне дослідницьке завдання.

Інформаційна активність держави головним чином проявляється в її інформаційній політиці. У науковій літературі державна інформаційна політика розглядається як сукупність цілей, що відображають національні інтереси в інформаційній сфері, стратегії й тактиці, завданнях державного управління, а також управлінських рішень і методів їхньої реалізації. Інформаційна політика визначається і як здатність впливати на свідомість і психіку людей, їхню поведінку й діяльність за допомогою інформації в інтересах держави й суспільства.

У реалізації інформаційної політики дослідники виділяють систему концептуальних принципів, серед яких: принцип досягнення випереджального інформаційного ефекту у формуванні суспільної свідомості; принцип гармонізації регіональних, національних і державних інтересів; принцип органічної єдності свободи та відповідальності в поширенні суспільно значимої інформації; принцип ментальної ідентичності; принцип єдності економічної, ідеологічної, політичної й інформаційної ідентичності й ін. [9, с. 19].

Як вважає І. Єршова, проблема активності інформаційної політики влади пов'язана з питанням інформаційного обміну в системі владних відносин. Масштабність комунікаційних процесів у суспільстві, глибина їхнього впливу на людину, актуалізує для

влади інформаційні й переконуючі навички та функції, реалізація яких забезпечує зміну відносин людей, впливає на їхні дії сьогодні або у майбутньому. Враховуючи цей факт, влада прагне контролювати й керувати інфопотоками, точніше, здійснювати управління за допомогою інформації. У своєму прагненні ініціювати та контролювати інформаційно-комунікативні зв'язки влада демонструє свою активну позицію стосовно інших елементів системи [2, с. 11].

Передача інформації за допомогою символів і образів надає процесу спілкування характеристику феномена культури. Саме через комунікацію забезпечується інтеграція в певну спільність різних соціальних груп і, разом з тим, їхня диференціація. М. Маклуен, автор загальної теорії комунікації, у зв'язку з цим зауважує, що саме розвиток засобів комунікації визначає характер культури й зміну історичних епох, що технології комунікації виступають в історії як вирішальний фактор формування соціальних систем [10]. Н. Луман також підкреслює, що культура розвивається завдяки змінам у техніці комунікації в нових умовах [11].

Таким чином, кардинальні зміни в суспільстві найкраще простежувати в коеволюції з тими історичними типами спілкування, які поетапно панують у конкретно-історичному просторово-тимчасовому континуумі.

Що стосується культури політичної, то з погляду певної групи дослідників (І. Шапіро, П. Шапан, В. Розенбаум) вона інтерпретується як якась постійно відтворювана на практиці духовна програма, модель поведінки людей, що відбиває найстійкіші індивідуальні риси поведінки й мислення, що не піддаються миттєвим змінам під впливом кон'юнктури або емоційних переживань. Як вважає російський дослідник А. Ніс, „Відмінності, зокрема, політичних цінностей, норм поведінки у комунікатора та реципієнта будуть створювати додаткові перешкоди, що не сприяють правильному сприйняттю переданої інформації. Тобто ступінь ефективності політичної комунікації багато в чому зумовлена рівнем відповідності політичної культури її учасників” [12].

В.І. Кравченко відзначає, що професійно вибудовувана медіакомунікація свідчить про перехід суспільства до нової історичної форми його синтезу з державою. По суті, ми маємо справу з медіаполітичною організацією влади, якій властива політична культура „нового зразка” у масовому вертикальному суспільстві. І саме політика починає першою оформляти становлення масового суспільства й форми організації влади в цьому соціумі. При цьому медіапримус стає елементом не стільки силового, скільки проєктивного правління, засобом втілення консенсусної політичної інженерії, а за змістом – формою інформаційно-комунікативного завоювання й управління масовою свідомістю. Можна сказати, що нова інформаційно-політична культура й створювана в такий спосіб система організації відносин еліт і нееліт відбиває нові досягнення політико-комунікативної реальності [13].

Відновити довіру громадян до державних інститутів в умовах невизначеності й підвищених ризиків глобалізації, додати нового імпульсу розвитку демократії в інформаційному суспільстві сьогодні можливо через електронне правління (е-правління) і електронну демократію (е-демократію). Впровадження технологій е-демократії зачіпає складну систему владних відносин, веде до перерозподілу балансу влади та створює нові канали політичної участі, що відновлюють і зміцнюють легітимність держави.

Отже, на основі викладеного можна зробити висновок, що політична влада в інформаційному суспільстві опирається на нову систему комунікативних взаємин на всіх рівнях, новітні інформаційно-комунікаційні технології.

Важливу роль при здійсненні інформаційних відносин у політиці відіграють і технічні засоби, які перебувають у розпорядженні суб'єктів, що змушує говорити про технічний рівень інформаційно-комунікаційних процесів. Саме якість технологій тепер забезпечує взаємодію влади та суспільства. Тому публічна влада, спираючись на сучасні досягнення інформаційного суспільства та за допомогою ЗМІ, поступово перетворила політику на медіапроцес. Саме ЗМІ забезпечують владі публічний характер і асоціюються

з інформаційним ресурсом влади, а інформація, що проходить по каналах мас-медіа, є єдиним чинником в управлінні суспільством, витісняючи вплив грошей і державний примус. З даної точки зору, інформаційна діяльність політичних суб'єктів розглядається як функціонування спеціальних організаційних структур, кадрових центрів, банків даних, мереж і технологій зберігання й передачі інформації. Значення та роль усіх цих технічних інструментів комунікації визначається тим, наскільки вони здатні без будь-яких змін, вчасно й у потрібне місце передати те або інше повідомлення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Недбай В.В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект. / В.В. Недбай // Монографія. – Одеса: Фенікс, 2009. – 341 с.
2. Ершова И.А. Информационная активность власти в период выборов : автореф. дис... канд. полит. наук : спец. 23.00.02 – политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии / И.А. Ершова. – Екатеринбург, 2006. – 19 с.
3. Чекунов А.В. Эволюция постиндустриальной экономики в коммуникационную : автореф. дис. канд. экон. наук : спец. 08.00.01 – „Экономическая теория” / А.В. Чекунов. – Томск, 2005. – 26 с.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: „Рефл-бук”, К.: „Ваклер”. – 2001. – 656 с.
5. Кравченко В.И. Власть и коммуникация в информационном обществе: проблемы теории и методологии : автореф. дис... докт. полит. наук : спец. 23.00.02 – Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии / В.И. Кравченко. – СПб., 2004. – 17 с.
6. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. - М.: АСТ, 2000. – 187 с.
7. Шестакова О.В. Информационный лоббизм: проблемы теоретической концептуализации и практики : автореф. дис... канд. полит. наук : спец. 23.00.02 – Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии / О.В. Шестакова. – М., 2008. – 17 с.
8. Петрова Е.И. Медиаполитическая система как основа формирования саморегулируемых отношений власти и СМИ: синергетический подход [Электронный ресурс] / Е.И. Петрова. – Режим доступа: <http://psysis.ru/>.
9. Базаев Р.В. Государство в информационном политическом пространстве России : автореф. дис... канд. полит. наук : спец. 23.00.01 – теория политики, история и методология политической науки / Р.В. Базаев. – Саратов, 2008. – 21 с.
10. Маклуэн М. С появлением спутника планета стала глобальным театром, в котором нет зрителей, а есть только актеры / М. Маклуэн // Кентавр. – 1994. – № 1. – С. 20–31.
11. Луман Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Луман. – Режим доступа http://soc.pu.ru.8101/publication/pts/luman_c.html/.
12. Нос А.И. Политическая коммуникация в современной России: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. полит. наук : спец. 23.00.02. Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии / А.И. Нос. – Ставрополь, 2004. – 28 с.
13. Кравченко В.И. Политическая культура как отражение политико-коммуникативной реальности общества / В.И. Кравченко // Сборник научных трудов „Актуальные проблемы теории коммуникации”. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 59–71.