

ДІАХРОНІЧНИЙ АСПЕКТ ВПРОВАДЖЕННЯ СТЕРЕОТИПІВ У ПРОЦЕСІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті аналізується еволюція комунікативних каналів, яким протягом різних епох належала провідна роль у формуванні політичних стереотипів.

Ключові слова: стереотип, політичний процес, комунікація, аспект, соціально-політична інформація, політичне життя, шлях поширення, політична дійсність, управління.

В статье анализируется эволюция коммуникативных каналов, которым в течение разных эпох принадлежала ведущая роль в формировании политических стереотипов.

Ключевые слова: стереотип, политический процесс, коммуникация, аспект, социально-политическая информация, политическая жизнь, путь распространения, политическая действительность, управление.

In the article analyzed evolution of the communicative channels during formation of the political stereotypes.

Key words: stereotype, political process, communication, aspect, social and political information, political life, way of distribution, political reality, management.

Постановка проблеми. Хоча одним із джерел формування політичних стереотипів сучасного соціуму виступає діяльність ЗМІ, політичний стереотип як феномен виник задовго до їхньої появи. Оскільки кожна соціально-політична система створює набір певних стереотипів, слідування яким необхідне для успішного функціонування даної системи [4, с. 118], процеси створення і впровадження у суспільну свідомість системи політичних стереотипів як частини офіційної ідеології починаються із створенням перших держав, причому з самого початку свого існування стереотип формується і впроваджується у процесі політичної комунікації. Французький соціолог Р.-Ж. Шварценберг визначає політичну комунікацію як «процес передачі політичної інформації, через посередництво котрого інформація циркулює між різними елементами політичної системи, а також між політичною та соціальними системами» [8, с. 174].

Незважаючи на актуальність вивчення створення та функціонування політичних стереотипів з огляду на суспільно-політичні процеси останніх десятиліть, у вітчизняній політології практично відсутні дослідження процесів впровадження системи політичних стереотипів у суспільну свідомість до появи ЗМІ. Між тим, на нашу думку, ґрунтовне

дослідження процесів формування та впровадження політичних стереотипів вимагає аналізу цих процесів не тільки у синхронії, але й у діахронії.

Метою даної статті є аналіз еволюції комунікаційних каналів, яким належала протягом різних історичних епох провідна роль у формуванні політичних стереотипів до появи засобів масової комунікації. Такий аналіз не тільки розширює хронологічні рамки досліджуваного явища і дозволяє побачити його під новим кутом зору: без урахування історичних витоків неможливе повне розуміння природи будь-якого політичного феномена, у тому числі і стереотипу.

На думку дослідників, комунікаційний канал – це реальна чи уявна лінія зв'язку (контакту), якою повідомлення рухаються від комуніканта до реципієнта, і яка надає комуніканту та реципієнту засоби для створення та сприйняття повідомлення, тобто знаки, мови, коди, матеріальні носії повідомлень, технічні пристрої [7, с. 45]. Існує декілька класифікацій комунікаційних каналів (зокрема, їх поділяють на природні та штучні [7, с. 46]; причому найбільш фундаментальне розрізнення пов'язане зі словом.

Вербальний канал (канали) комунікації передає інформацію через посередництво слова; він історично вторинний і розвинувся разом із здат-

ністю до мовлення. Найстаріший, *невербальний* канал комунікації починається з міміки, жестів, окремих звуків, тобто з діяльності, пов'язаної з суто фізичними можливостями людини. У процесі історичного розвитку з'являються технічні позамовні засоби передачі інформації – зокрема, малюнок. Окремі дослідники, говорячи про технічний бік діяльності людини, використовують поняття *візуальної* комунікації [Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия].

На початку цивілізації візуальна комунікація була невіддільна від усної, вербальної та позамовної [1, с. 37]; і у перших державах в історії людства саме візуальним каналам належить першість у процесі формування стереотипів, а серед вербальної комунікації переважає усна форма. Візуальна комунікація поділяється на статичну – це образотворче мистецтво (картини, малюнки, фрески, мозаїки тощо), скульптура малих і великих форм (монументальне мистецтво), архітектура й містобудування, декоративне мистецтво та динамічну – це релігійні та офіційні ритуали, обряди, збори [1, с. 38-39]. Динамічна візуальна комунікація могла зберігати риси первісного синкретизму і містити поряд із невербальними вербальний компонент.

Таким чином, значна частина соціально-політичної інформація передавалася через візуальні образи, які є більш безпосередніми, ніж слово, у тому сенсі, що вони безперешкодно проникають у свідомість і для свого «впізнання» не вимагають жодних «додаткових» умов, оскільки акт мислення за своєю природою зоровий, образний. Образ або не вимагає декодування, або декодування його є простішим порівняно зі словом. Зрозуміло, що це полегшує впровадження стереотипу, який, на думку окремих дослідників, сам є образом.

Статичний образ закріплює окремий елемент дійсності, робить його незмінним. Він «збільшує» його масштаби, гіперболізує; вириваючи з ряду однорідних елементів, він зосереджує на ньому увагу реципієнта і викликає певні емоції. Незмінність статичного образу сприяє закріпленню цих емоцій, які щоразу при зустрічі з ним повторюються. Водночас статичним візуальними образами притаманна певна «смілова бідність» порівняно з образами візуальним динамічними: вони «працюють» на досить обмежене коло ідей та асоціацій.

Роль візуальних каналів у перших державах пов'язане насамперед із соціальними особливостями тогочасного суспільства, найважливішою серед яких є низький рівень освіченості населення, а система впроваджуваних через ці канали стереотипів – з типом політичної культури. Для тогочасних держав був характерний патріархальний тип політичної культури, коли системою одноособово керує лідер, а від громадян вимагають винятково покорі; інтерес до окремих аспектів державного управління не схвалюється, участь громадян у політичних процесах зведена до мінімуму. Відповідно, серед політичних стереотипів домінували ті, які мали гарантувати покору насе-

лення, і насамперед – позитивні стереотипи влади. Стосовно тогочасного суспільства розуміння стереотипів як постійно декларованих та нав'язуваних людям суспільно-політичних канонів та «істин» – норм, цінностей та еталонних зразків політичної поведінки, які повторює та використовує політична еліта, підтримують та розповсюджують масові інформаційно-пропагандистські засоби з метою утримання основної маси членів суспільства в однотипному нормативно-слухняному стані [6] було якнайбільш доречним. Серед функцій тогочасних політичних стереотипів переважала стабілізуюча, об'єднуюча суспільство, а основним джерелом їх впровадження, окрім особистого досвіду, виступали довготривалі інформаційні продукти, переважно пов'язані з візуальним типом комунікації.

Наприклад, у Шумері, першій державі Близького Сходу, що виникла в IV тис. до нашої ери, широкого розповсюдження набуло використання скульптури, насамперед рельєфів (стел) та статуй з метою створення та закріплення позитивного стереотипу влади. Цей стереотип має виразне мілітаристське забарвлення: рельєфи, що збереглися, прославляють завоювання царів: «Стела Ур-Намму», «Стела Гудеа», «Стела Нарам-Сіна» та ін. характерним у цьому відношенні є рельєф на «Стелі Нарам-Сіна» (друга половина XXIII ст. до н.е.).

Загальновідомим прикладом використання монументального мистецтва як засобу впливу на суспільну свідомість є єгипетські піраміди. (При цьому слід зазначити, що механізм впливу пірамід на свідомість нашого сучасника і на свідомість давнього єгиптянина суттєво різняться. У сучасній свідомості значення пірамід пов'язане насамперед з розмірами будівлі (та з її давністю): це уособлення сили та могутності Єгипту як держави. Давні єгиптяни сприймали піраміду крізь призму релігійних уявлень: це були не просто гробниці фараонів, а наочне свідчення їх безсмертя, оскільки згідно з давньоєгипетською релігійною муміфікацією була гарантією вічного життя [2, с. 58-60]).

Універсальність монументального та образотворчого мистецтва як засобів впливу обумовлювалася їх доступністю для всіх підданих незалежно від соціального та освітнього рівня освіти, причому доступністю як у фізичному, так і когнітивному плані. Декодування інформації відбувалося «автоматично», але важливо відзначити, що відбувалося воно за допомогою міфології. Система політичних символів була частиною міфологічного дискурсу; і сам процес впровадження стереотипів, і їх смислове наповнення будуть незрозумілими поза релігійним аспектом суспільного життя.

Політичне і повсякденне життя перших рабовласницьких держав було просякнуте релігією. Міфологія часто замінювала офіційну ідеологію – наприклад, одним із засобів офіційної легітимації військових дій було пояснення чергового походу волею богів, а у Шумері боги первісно правили містами. Саме тоді зароджується концепція вла-

ди, яка лежить в основі усіх позитивних стереотипів правителя/чинного уряду, і ґрунтується ця концепція на міфологічних уявленнях про світовий лад. Земний устрій виступає як аналог устрою небесного, ієрархія є абсолютно тотожною: так само як верховний бог керує нижчими богами/духами і вберігає світ (лад) від хаосу, так само правитель керує своїми підданими і вберігає державу (лад) від хаосу – соціальних, а часом і природних

катаклізмів. Виявом цього паралелізму є ототожнення правителя з богом, сакралізація його особи.

Якщо взяти стандартний політичний стереотип Стародавнього світу: «Н – великий правитель», то технологію його конструювання можна реконструювати відповідно до комунікаційних каналів та шляхів поширення інформації наступним чином:

Комунікаційний канал	Шлях поширення інформації	Форма	Конкретне вираження	Мета
Візуальний	Офіційний	Монумен- тальна скульптура	Палац, храм, піраміда, стела	Символізація могутності
Візуальний	Офіційний	Скульптура	Зображення у по- вний зріст, погруддя	Об'єкт для поклоніння, ототожнення з богами
Візуальний	Офіційний	Портрет, барельєф	Зображення у повний зріст, погруддя, зображення ключових моментів військового триумфу, полювання тощо	Об'єкт для поклонін- ня, ототожнення з богами, підкріплення біографічного міфу
Візуальний	Офіційний	Ритуал	Жертвопринесення, полювання, релігійні ритуали, офіційні церемонії	Ототожнення з бога- ми, підкріплення біографічного міфу, демонстрація турботи про добробут народу (релігійні ритуали мали на меті відвернен- ня лиха і навернення врожаю, милості богів)
Вербальний	Офіційний	Писемна	Придворна література: оди, поеми, офіційна історіографія тощо	Закріплення стереотипу в колі еліти
Вербальний	Офіційний	Усна	Промови та молитви жреців за благопо- луччя правителя або молитви йому самому	Закріплення стереотипу в масах
Вербальний	Офіційний	Усна (інколи писемна)	Оприлюднення наказів	Демонстрація турботи про добробут народу
Вербальний	Офіційний	Усна (інколи писемна)	Офіційна біографія	Ототожнення з бога- ми, підкріплення біографічного міфу, закріплення стереотипу в масах
Вербальний	Неофіційний	Усна	Оповіді про надзви- чайні факти біогра- фії – обставини на- родження, військові подвиги, зустрічі з богами тощо. Легенди.	Закріплення стереоти- пу в масах

Таким чином, ми бачимо, як уже зазначалося вище, що домінуючими каналами впровадження стереотипів були візуальні; якщо ж говорити про вербальний канал донесення інформації, то це було у переважній більшості усне слово (якщо мова йде про маси). На масовому рівні писемна форма використовувалася мало.

Усна передача інформації відбувалася через офіційне оприлюднення тексту або через *неформальні канали масової комунікації* – плітки, чутки, легенди,

оповіді тощо, які виступали не менш ефективним джерелом поширення стереотипів, ніж офіційні канали. З одного боку, за умов низької загальної культури неписьменного населення це був потужний канал розповсюдження інформації. З іншого, принципова анонімність дозволяла маскувати джерело інформації (як і тепер) і створювала ілюзію об'єктивності. У цей спосіб підкріплювали офіційний біографічний міф володаря (і могли створювати опозиційний негативний стереотип).

Розвиток вербальних комунікаційних каналів прямо пов'язаний з розвитком цивілізації: у давньогрецьких державах-полісах та республіканському Римі маси перестають бути пасивним об'єктом впливу зі сторони влади, і зміна типу політичної культури тягне за собою зміну провідних інформаційних каналів. Влада втрачає сакральний характер, щодо її носіїв стає можливим легальне створення негативних стереотипів: висміювання політика стає такою ж буденною частиною політичного процесу, як і вихвалення. Антична пропаганда активно використовує вже наявні стереотипи для створення нових, причому міфологія виступає як робочий матеріал для створення стереотипів. Високий рівень політичної активності, боротьба різних партій та соціальних груп безперервно породжувала нові короткотривалі стереотипи, що змінювали один одного. Загалом система стереотипів політичного дискурсу афінської демократії складалася з:

- 1) негативних та позитивних стереотипів політиків (обумовлених масовою участю громадян у політичному житті через механізм народних зборів та виборів);
- 2) стереотипів держав-полісів;
- 3) етнічних стереотипів, що мали зовнішньополітичну спрямованість, наприклад, етнічний стереотип персів;
- 4) короткотривалих політичних стереотипів, обумовлених реаліями політичної боротьби.

Стереотипи, спрямовані на закріплення сакральності влади (божественне походження правителя і т.д.) в умовах афінської демократії та республіканського Риму були відсутні. Це перша відмінність від держав Близького Сходу; друга – активне використання вербальних довготривалих інформаційних продуктів та театру. Література та театр були зобов'язані торкатися гострих соціальних питань та розглядати важливі соціальні проблеми; без цього творам відмовляли у приналежності до серйозного мистецтва.

Усні канали передачі вербальної політичної інформації в Елладі та республіканському Римі чимало дослідників розглядають як своєрідні пра-ЗМІ; зокрема, це стосується ораторського мистецтва та публіцистики. Там же, у Римі, з'явилися перші органи, які можна, на думку істориків, назвати прототипом газети – «Acta senatus», яку виставляли для загального ознайомлення у сенаті, та «Acta diurna populi romani», яку виставляли на площах та ринках [5, с. 22]. Можна припустити, що процес розвитку масової інформаційної діяльності гальмувала тільки відсутність технічних засобів: не так дешевих матеріальних носіїв інформації, як і засобів її тиражування на цих носіях.

Неофіційною писемною «відповіддю» офіційним листкам була поширена у Римській імперії традиція політичних графіті, зразки яких, зокрема, знайдені на стінах Помпеї.

Поступовий перехід до вербальних засобів формування стереотипів перервався у добу середньовіччя, коли освіта знаходилася у руках церк-

ви, а кількість грамотних була мізерною. У перші століття середньовіччя публіцистика: західна – Ієронім Стридонський (340-420), Амвросій Медіоланський (340-397) та Аврелій Августин (354-430) і східна – Григорій Богослов (326-389), Василь Великий (329-379) та Іоанн Златоуст (344-407), стає релігійною: її розвиток йде по двох напрямках – усному (проповіді) та писемному. Усна була доступна широким масам, писемна лише освіченій меншості. Центрами культури та освіти стають монастирі, в яких книги переписують від руки. «...Для неписьменних розписували стіни церков на біблійські сюжети, щоб можна було не читаючи знати Святе Письмо» [5, с. 28].

Окремо слід відзначити такий важливий чинник, як зниження швидкості розповсюдження інформації через стан транспортних комунікацій: пересування у ранньому середньовіччі для пересічного члена суспільства відбувалося в обмеженому ареалі: селянин все життя не залишав свого села. Активне пересування було привілеєм окремих груп населення: шляхетства, купців та асоціальних елементів. Значну роль відіграють неформальні канали комунікації (це взагалі характерне для традиційного суспільства). Політичну інформацію розповсюджували герольди, кур'єри та вісники, які розвозили по містах й селах та оприлюднювали царські/королівські накази, реляції та рескрипти [9]. Отже, можливості верифікації інформації були мізерні, альтернативних джерел не існувало, кількість інформації була обмеженою. Це полегшувало впровадження будь-яких стереотипів і гарантувало ригідність мислення.

Ситуація починає змінюватися тільки у добу Відродження, коли з'являються нові центри інформації – торгові міста, змінюється ієрархія цінностей. Розвиток торгівлі – це розвиток комунікацій; на зміну статичі приходять стрімка динаміка капіталізму, який народжується, і ці суспільні зміни викликають до життя нові потреби, і перш за все, потребу в певних видах інформації, яка своєю чергою стимулює появу нових засобів її розповсюдження. У торговельних центрах, де регулярно проводилися ярмарки – Венеція, Лейпциг, Нюрнберг, Гамбург, Франкфурт, Страсбург, Париж, Амстердам, Лондон – виникають перші рукописні газети, причому присвячені вони первісно саме торговельним новинам (тобто їхня функція – суто інформаційна).

Переламним моментом стає винахід Гутенберга (1445 р.), який започаткував, на думку дослідників, другу інформаційну революцію. Перші газети обмежувалися інформацією економічного характеру, але досить швидко їх можливості у сфері політичної комунікації були усвідомлені, і насамперед владою. Хоча на початку XVII століття регулярні друковані газети виходили у різних містах Європи, жодна з них не справляла впливу на суспільство, як «La Gazette», перший номер якої вийшов у Парижі при дворі короля Людовика XIII 30 травня 1631 року. Ідея створення газети належала кардиналу Рішельє, а першим головним редактором «La Gazette» став Теофраст Ренодо (1583-1653). Щоденна газета мала допо-

магати королю керувати державою і перетворилася на рупор авторитарної влади.

Англійська буржуазна революція XVII ст. ввела в обіг регулярні видання «памфлетів» – брошур з актуальним політичним змістом, які цілком можна вважати прототипом часописів. Аналогічне явище мало місце і в добу Великої Французької революції, яка спричинила до появи як знаменитих памфлетів Мірабо, так і популярних газет Робесп'єра «Захисник конституції» та Марата «Друг народу». Досягнення нового виду суспільної діяльності – політичної публіцистики – на початку були тісно пов'язані з переламними моментами історії. У той час публіцистика вважається синонімом журналістики, серед функцій ЗМІ переважає пропагандистська, агітаційна, а одним із завдань стає створення політичних стереотипів (зокрема, багатий матеріал для дослідження тут надає історія Великої Французької революції). Важливим наслідком революції стає поява ЗМІ, які відображають погляди різних частин суспільства; ЗМІ остаточно відходять від початкової моделі газети як офіційного вісника, який транслиє суспільству погляди влади.

Система періодичних видань, яка почала формуватися із розвитком неавторитарних концепцій преси, остаточно затвердилася вже в XIX ст. Тоді ж завдяки технічному прогресові (винахід телеграфу, удосконалення поліграфічних технологій – лінотип та ротативна машина, яка давала можливість тиражувати будь-яке видання у необмеженій кількості екземплярів) відбувається перехід до масової політичної комунікації у сучасному розумінні. ЗМІ виступають частиною процесу масової комунікації, яку можна визначити як соціальну взаємодію, основною функцією якої є вплив на широкі соціальні шари через зміст інформації, яку вони передають.

У «гуттенбергівській галактиці» текст формує свідомість людини, а тексти, які продукують мас-медіа, являють собою соціально значущі повідомлення, які превалюють у суспільстві над усіма іншими видами текстів. Їх домінуюча роль у масиві текстів, які сприймає реципієнт, обумовлена як характером інформації, яку доносять, так і принципами побудови сучасного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М., 2003.
2. Керам К. Боги, гробницы и ученье. – СПб., 1994. – С. 58-60.
3. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. – М., 2005.
4. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: «Деловая Книга», 2002 г. – 496 с.
5. Прутков Г.В. Введение в мировую журналистику. Антология в 2-х тт. – М., 2003. – Т. 1.
6. Словарь «Национальные отношения» // <http://www.ps.crimea.edu/rus/resources/slovar/info.htm>.
7. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – М., 2002.
8. Шварценберг Р.Ж. Политическая социология. В 3-х ч. / Пер. с фр. – М., – 1992. – Ч. 1.
9. Цвик В.Л. Введение в журналистику. – М., 2000.
10. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 32.

Рецензенти: Гетьманчук М.П. – доктор історичних наук, професор;
Демчишак Р. – кандидат політичних наук, доцент.

З XVIII ст. у Західній Європі і з XIX ст. у Східній на перший план політичної комунікації виходить комунікаційний канал, який до того знаходився на периферії – писемний, вербальний. Із елітарного каналу він стає масовим, і це без перебільшення знаменує новий етап у процесі формування стереотипів. Усі існуючі методики та доробки починають використовуватися з огляду на його специфіку. Відповідно, вперше головна роль у формуванні стереотипів переходить до вербальних засобів, а ключем до технології і формування та впровадження стереотипів стає аналіз писемних текстів – у різних напрямках, від функціонального аналізу до аналізу понятійних категорій. Ця ситуація зберігається до середини XX ст., коли технічний прогрес знову виводить на перший план візуальний комунікаційний канал, і провідним джерелом формування політичних стереотипів стають електронні ЗМІ.

Висновки. Зміна домінуючих каналів комунікації визначає не тільки вектор розвитку людської цивілізації, але й еволюцію засобів формування політичних стереотипів – від монументальної скульптури до щоденної газети і від щоденної газети до екрану телевізора та комп'ютерного монітору. Зміна провідних засобів формування політичних стереотипів за схемою: візуальні – вербальні – візуальні є наочним підтвердженням відомої концепції М. Маклюєна, згідно з якою після виникнення друкарства перевагу здобуває лінійний засіб мислення, а з розвитком телебачення та інших електронних засобів його змінює глобальне сприйняття через телевізійні образи [3] (втім, на думку У. Еко поширення Інтернету започаткувало певне повернення до лінійної писемності [10]).

Отже, протягом більшої частини XX ст. тексти формували політичну дійсність, а керування мовою означало владу над суспільством. Проте не можна стверджувати, що пріоритет вербального каналу комунікації означав розрив із попереднім досвідом і відмову від методик інших каналів. Якщо в основі усних оповідей, які мали формувати певні стереотипи, лежав набір «фактів», вибудованих за міфологічною схемою, то цей принцип зберігається і у писемних текстах, зокрема, текстах ЗМІ сугестивного спрямування.