

---

### РОЗДІЛ 3.

## ВЛАДА І ЖУРНАЛІСТИКА: СПІВПРАЦЯ І ПРОТИСТОЯННЯ. СВОБОДА СЛОВА І ЗААНГАЖОВАНІСТЬ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ. МЕЦЕНАТИ І «ГРУПИ ВПЛИВУ»

УДК 621.397.13+351.746.1

І. О. Балинський

Львівський національний університет імені Івана Франка

### ІНФОРМАЦІЙНО-СОЦІАЛЬНА ПРИРОДА ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Стаття розкриває суть двох основних концептуальних підходів до природи і сутності політичних комунікацій – інформаційного та соціального. Автор, зокрема, виділяє декілька рівнів характеристик спілкування комунікатора та реципієнта у політичному просторі.

**Ключові слова:** політичні комунікації, масова комунікація, комунікатор, комунікант, реципієнт, політичний простір.

Упродовж цивілізаційного розвитку людства розуміння політичних комунікацій неодноразово змінювалося. Скажімо, у Стародавній Греції найбільш визначальним було ставлення до риторики та характеру аргументації під час спілкування громадян. У Новий Час, наприклад, у творах Дж. Міля, акцент робився на змагальному характері суспільних контактів, описі того, як формується ринок ідей тощо.

Значний внесок у розробку проблем політичних комунікацій зробили представники різних філософсько-соціологічних учень, для прикладу, *розуміючої соціології* (розглядає соціальність у ролі результату конструювання комунікаційних актів), *персоналізму* (описує комунікацію через здатність одного актора відкривати в собі почуття іншого), *феноменологічного напрямку* (оцінює комунікацію через поняття інтрасуб'єктивності), *семіологічних учень* (на першому плані перебувають знаки як носії значень) і так далі.

Однак визначальне значення для розробки теорії політичної комунікації мають праці К. Дойча (уперше наприкінці 1940-х років представив політичну систему як особливу форму інформаційно-комунікаційних обмінів між тими, хто управляє, і тими, ким управляють), Д. Істона та Г. Алмонда (описували функціонування системи влади через механізми поширення цінностей та інших форм повідомлень), а також Ю. Габермаса та Х. Арндта (пов'язали вивчення комунікаційних процесів із поняттям публічної сфери).

У контексті розвитку цих багатоманітних течій сформувались і дуже різні погляди на природу та сутність політичних комунікацій. У сучасній західній науці під політичними комунікаціями у теоретичному плані часто розуміють різноманітні соціальні контакти, що виникають як у публічній сфері, так і у зв'язку із впливом акторів на політичні події. Зокрема, Р. Дентон і Г. Вудворт трактують політичні комунікації як публічні дискусії, які формуються «з приводу раціонального розподілу дефіцитних ресурсів, наділення кого б то не було легітимною владою, можливостей публічної влади застосовувати різноманітні санкції» [2, с. 14]. Б. Макнейр пов'язує їхню природу із «цільовим характером комунікації, який стосується політики» і який залежить від поведінки публіки та дії медіа-інститутів [4, с. 3]. Д. Грабер запропонувала ширше визначення цього різновиду комунікацій, які вона, утім, позначає по-своєму, як «мову політики». Вона розуміє їх як форму спілкування, що використовує вербальні та невербальні засоби контактів, а також різноманітні політичні акти – бойкот, протест та інше [3, с. 195-223].

Проте політичні комунікації частіше розглядаються у прикладному плані у зв'язку із вивченням масово-інформаційних процесів. Так, деякі західні автори, такі, як П. Норріс, Дж. Куртіс, Д. Сандерс, узагальнивши подібні підходи, виділяють три основні наукові напрями, в яких політична комунікація розглядається як форма здійснення *масової комунікації*. До першого напрямку відносять *довоєнні* теорії (насамперед У. Ліпман стверджував здатність засобів масової комунікації до практично нічим не обмеженого впливу та маніпулювання громадською думкою); до другого – *післявоєнні* теорії партійної підтримки та переконаності (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Х. Годе та інші дослідили залежність ефективності масової інформації та пропаганди від складу аудиторії та її партійних ідентичностей); до третього – *нещодавно сформовані* теорії (дослідження Д. Батлера, Д. Тоукса, Д. Канаваха та інших науковців, які зробили акцент на методах інформаційного впливу під час виборчих кампаній, інформаційних ресурсах і технологіях, що змінюють пріоритети громадської думки, стратегіях ЗМІ і партій, динаміці інформаційного середовища) [5].

Внаслідок взаємодії різних теоретичних ідей і моделей політичних комунікацій викристалізувалися два найбільш загальні підходи до їхнього вивчення. Перший підхід – *інформаційний* – робить акцент на зовнішніх умовах з одночасним ігноруванням внутрішніх почуттів і настроїв людини, тобто власне людських аспектів комунікації, на процесах переміщення, трансляції інформації незалежно від реакції сторін, середовища чи конкретного історичного контексту. Його представляє Н. Вінер та його однодумці. Другий підхід – *соціальний* – говорить про те, що в суспільстві (і в політичній сфері) люди по-різному сприймають інформацію, інтерпретуючи її зміст на основі певних правил, звичок, способів сприйняття (кодів), нарешті, навіть залежно від свого конкретного стану. Його уособлює Г. Ласвел зі своєю знаменитою спочатку пентадою, а потім уточненою семиланковою схемою та його послідовники.

---

Ці два підходи відображають сутність політичних комунікацій. У кінцевому підсумку таке трактування показує, що у встановленні політичних комунікацій головне – створення інформаційної (символічної, духовної) спільності комунікатора та реципієнта, забезпечення ідейної єдності сторін.

Однак розмаїття змісту політичних комунікацій відображає не лише сутнісні, а й інші, особистісні характеристики контактів комунікатора та реципієнта. Наприклад, спілкування останніх формується під впливом їхніх залежностей від зовнішнього середовища, безпосередніх умов життя, функцій, інтересів, позицій, одним словом, найважливіших чинників підтримки їхніх зв'язків. Можна виділити декілька рівнів таких характеристик.

*Перший* рівень розкриває політичні комунікації як різновид контактних зв'язків, *спільних* у контексті ноосфери. Таким чином, політичні комунікації неминуче містять певні *універсальні* параметри обігу інформації та взаємодії джерела й отримувача повідомлень. Ці параметри політичної комунікації відображають власне здатність джерела й отримувача інформації вступати у взаємодію, реагувати на контакти, відповідати на інформаційні повідомлення та переробляти їхній зміст.

*Другий* рівень властивостей політичних комунікацій задає суспільство чи власне *соціальні* закономірності інформаційних обмінів. З одного боку, ці загальносоціальні характеристики інформаційних обмінів запроваджують особливі комунікаційні одиниці спілкування – тексти, що символізують усвідомлені форми сприйняття інформації. З іншого – тексти циркулюють між трьома акторами: *комунікатором*, *комунікантом* і *реципієнтом*. Кожен із них має свої позиції в інформаційному просторі та функції з переробки текстів. Так, комунікатор кодує повідомлення, комунікант трансформує його, надаючи належного вигляду (скажімо, журналіст чи редактор програми новин розставляє певні смислові акценти для кращого засвоєння інформації аудиторією), реципієнт декодує інформацію з точки зору своїх інтересів або внутрішнього стану, створюючи певний відгук (який частково може дійти до комунікатора та встановити з ним зворотний зв'язок).

*Третій* рівень залежностей і відповідних параметрів політичних комунікацій зумовлений особливостями *сфери*, де здійснюються ці контакти. Іншими словами, ці властивості детерміновані характерними ознаками політичної сфери суспільного життя, що формує особливе, лише їй властиве соціальне середовище, в якому і здійснюються комунікації. Ці, назвемо умовно, «галузеві» параметри комунікації, що відповідають призначенню конкретної сфери суспільного життя, формуються під впливом специфічних інститутів, структур, місцепросторових та низки інших чинників.

Передусім тут формується та проявляється символічна природа політичних текстів, які є посланнями, що уособлюють та узагальнюють владно значущі смисли політичних явищ. Саме за рахунок цього символічного навантаження текстів людина здатна ідентифікувати себе як політичного актора, оволодіти певними функціями у політичному просторі. Зі свого боку, ці символічні уявлення формуються у людей чотирма основними способами, що, власне, і диктують особливі параметри текстів: шляхом використання *міфологічних* образів, спираючись на *релігійні фрейми*, за рахунок *ідеологічного* сприйняття світу та політики, а також вироблені за допомогою рекламних технологій [1, с. 8-11].

Наприклад, міф передбачає нераціональне, багато в чому детерміноване інтуїтивними структурами свідомості сприйняття політики, що моделює у людини власну реальність, яка протистоїть буденності. Світ політики у міфологічній оболонці стає умовним буттям, сповненим архетипними образами та моделями дії навіть не людей, а «героїв» і «злодіїв». Міф узагальнено реконструює усі зовнішні та внутрішні зв'язки людини на основі такої собі картини світу, детермінованої завчасно. Водночас ідеологія в основу усіх символічних образів політики закладає колективний інтерес, мету певної спільноти, що сприймаються раціонально. У результаті цього погляди людини значною мірою втрачають і оповідність, і індивідуальність відображення, набуваючи егоїстично-групового й необ'єктивного характеру.

Водночас власне політичний зміст комунікацій формують й інші чинники, до яких можна віднести інтереси великих соціальних аудиторій, інститути публічної і тіньової (напівтіньової) влади, систему представництва інтересів громадян, норми взаємодії та стандарти політичної культури, а також низку інших. Саме ці параметри політики залежно від історичних форм свого розвитку або ж способів організації влади (демократії, тоталітаризму, авторитаризму) визначають способи подачі, переробки, розподілу, засвоєння інформації та надають політичним комунікаціям відповідні ознаки і властивості.

*Четвертий* рівень залежностей політичних комунікацій відображає їхню зумовленість характером *побудови* політичних відносин і насамперед тих зв'язків, що виникають на *міжнародному* рівні. У цьому разі властивості політичних комунікацій детермінуються дією міжнародних інститутів та організацій, залежать від поєднання різноманітних – етичних, правових, силових та інших – норм регулювання міжнародних політичних відносин, наявності різноманітних центрів влади та впливу у цій сфері політики.

На *п'ятому* – *континентально-регіональному* – рівні властивості політичних комунікацій зумовлені дією специфічних, характерних для цього політичного простору інститутів (наприклад, для Європи – Євросоюзом, Європарламентом, для інших континентів – іншими об'єднаннями), традицій, норм взаємодії, носіїв інформації. На цьому рівні, як ніде, простежується вплив цивілізаційних чинників, поєднаних з особливостями культурних напівсвітів – Заходу, Сходу, Півночі, Півдня, Євразії та інших, що впливають на стандарти кодування, передачі та сприйняття владно значущої для людей інформації.

---

---

*Шостий* рівень – це рівень *раціональних політичних систем*, які мають ті чи інші особливості організації влади в окремо взятій країні. Так, в одній країні політичні комунікації можуть будуватися в умовах, коли знання та інформація доступні й безкоштовні для населення, влада контролюється за допомогою дискусій, інформація розподіляється рівномірно, а громадська думка існує в середовищі з ясними політичними альтернативами. За інших режимів для політичних комунікацій характерна менша відкритість політичного класу або ж інший тип впливу громадської думки на прийняття рішень. Саме для цього рівня політичних комунікацій розроблені теоретичні моделі, що описують найбільш сталі способи налагодження людьми та інститутами контактів у сфері публічної влади, які можуть як сприяти розширенню взаємодії між громадянами та інститутами влади, так і перешкоджати їй, як інтегрувати суспільство, так і посилювати чинники дисбалансу режиму.

*Сьомий* рівень – це рівень *локальних політичних контактів*. На цьому рівні діяльність місцевих урядів або дія традицій може створювати цілком особливе середовище формування комунікацій, яке суперечить принципам і умовам політичного спілкування людей. Через це на території однієї держави можуть існувати різні форми політичного спілкування. Локальні залежності здатні взагалі перетинати державні кордони, зберігаючи орієнтацію на норми та принципи сприйняття інформації, характерні, скажімо, для одного етносу, який мешкає на прилеглих територіях, але в різних державах.

Нарешті, *восьмий* рівень характеризує залежність політичних комунікацій від стандартів *міжособистісних* стосунків. Звичайно, іноді дуже складно виділити вплив міжсуб'єктних зв'язків на формат політичних комунікацій. Однак такий вплив, безперечно, присутній і особливо значущий для налагодження контактів у середовищі панівного прошарку, між політичними лідерами, політичними лідерами та лідерами громадської думки тощо.

Загалом усі ці залежності зумовлюють змістовні ознаки конкретних комунікацій у політичному просторі: інститути, норми комунікації, форми обробки текстів, характер дискурсу, технології його організації та підтримки тощо.

#### Список використаних джерел

1. Соловьев А. И. Политическая идеология: логика исторической эволюции / А.И. Соловьев // Полис. – 2002. – №2. – С. 8-11.
2. Denton R. E., Woodward G. C. Political Communication in America / 3rd ed. / R. E. Denton, G. C. Woodward. – New York, 1999. – 327 p.
3. Graber D. A. A Political Language in Nimmo and Sanders / D. A. Graber // Handbook of Political Communication. – Bever Hills, 1981. – P. 195-223.
4. Mcnair B. An introduction to Political Communication / 2nd ed./ B. Mcnair – New York, 1999. – 230 p.
5. On message. Communicating the campaign / [P. Norris, J. Curtice, D. Sanders, M. Scammell, H. Semetco (eds.)] – London, 1999. – 167 p.

The article exposes essence of two basic conceptual approaches to nature and essence of political communications – informative and social. An author, in particular, selects a few levels of descriptions of intercourse of communicator and recipient in political spacious.

**Key words:** political communications, mass communication, communicator, communicant, recipient, political space.

УДК 316.653:323.2

**К. В. Дементьева**

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева,  
г. Саранск, Россия*

#### ДИСПОЗИЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО И ОФИЦИАЛЬНОГО МНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ РЕГИОНА

Статья рассказывает об отношениях официального мнения и мнения общественного, посредником между которыми являются средства массовой информации. Автор на примере одного региона раскрывает проблему и делает вывод о преобладании взглядов и настроений власти на страницах прессы России.

**Ключевые слова:** общественное мнение, власть, региональная пресса.

Информационное пространство в современном мире тесно связано с политическим пространством, в значительной мере совпадает с ним. Политическое пространство можно определить как сферу действия политики, власти, политических процессов и идей [4, с. 301]. Та часть информационного пространства, которая связана с политикой, относится одновременно к политическому пространству. Чем дальше, тем более значительная часть политического пространства входит в информационное, охватывается им, что неудивительно. Целью и