

Бедрак Н. М., НУ «ОЮА»

КОМУНІКАТИВНИЙ ВИМІР ПОЛІТИЧНОГО ПРЕДСТАВНИЦТВА

Статтю присвячено дослідженню комунікативного виміру процесу політичного представництва. Визначено, що наряду із дослідженнями інституційного та функціонального вимірів політичного представництва, що сформувались у добу модерну, в умовах розвитку інформаційних технологій особливої уваги потребує комунікація між владою та громадянами, дослідження політичного діалогу, який відбувається за допомогою сучасних комунікативних мереж. Політичне представництво інтерпретовано як комунікацію політичних акторів (представників) та суспільних груп,

що делегують їм повноваження щодо публічної репрезентації інтересів. Обґрунтовано, що політичні комунікації, діяльність мас-медіа виступають важливою складовою політичного представництва, горизонтальних та вертикальних політичних відносин між владою та громадянами.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Актуальність теми статті обумовлена необхідністю ґрунтовного дослідження особливостей комунікативного виміру процесу політичного представництва. У сучасному світі політика як окрема важлива сфера суспільного життя характеризується високою інтенсивністю комунікативних обмінів. Політична комунікація розуміється як форма соціальної взаємодії, що має стандартизований та повторювальний характер. Вона спрямована на підтримання горизонтальної та вертикальної політичної взаємодії, у тому числі – процесу політичного представництва через поширення стандартних інформаційних повідомлень. Результатом політичної комунікації є прийняття владою суспільнозначущих рішень, визначення стратегій розвитку держави та окремих інституцій.

Серед видів політичної діяльності виділяють два основних – політичну участь громадян (участь у виборах, референдумах, мітингах, зборах, акціях) та політичне функціонування акторів. Останнє складається із забезпечення політичного представництва та публічної політики й адміністрування. Задля забезпечення політичного представництва, політичні актори спрямовують свою діяльність на агрегацію суспільних інтересів, їх артикуляцію. З іншого боку, представники громадськості (активісти, мас-медіа, інституції громадянського суспільства) презентують інтереси та вимоги суспільних груп у площину публічної політики, транслюють їх до центрів ухвалення рішень за допомогою політичних комунікацій вносять корективи у порядок денний взаємодії влади та громадян, відповідним чином спрямовують урядову політику. У сучасному політичному процесі одним із основних завдань політичних акторів стає репрезентація інтересів громадян, суспільних груп, забезпечення можливостей для політичної участі широких верств населення. Представництво виступає однією із основних атрибутивних властивостей політики як суспільного явища, суттєвою ознакою демократичного політичного режиму. Еволюція ідей політичного представництва напряду пов'язана із розвитком демократії, необхідністю розширення меж народовладдя.

Політичне представництво, як важлива складова політичної діяльності та демократичного політичного процесу, це дії політичних акторів в інтересах тих, кого вони представляють.

Репрезентативна демократія означає, що громадяни приймають безпосередню участь у політиці лише під час голосування, а у міжвиборчий період доручають це своїм представникам, уповноважують їх репрезентувати відповідні інтереси, делегують своє право на належну їм частку влади і таким чином, через своїх обранців, впливають на прийняття політичних рішень, публічну політику, курс держави. Варто погодитись із українським дослідником В. Медяником у тому, що «У теорії репрезентативної демократії переплелися дві найважливіші ідеї: ідея про те, що жодна людина не має права правити іншою без згоди останньої, та ідея про те, що, оскільки кожен окремих індивід не в змозі безпосередньо брати участь в управлінні державою, інтереси різних категорій населення можуть бути представлені в системі влади особливими уповноваженими, яким делеговані відповідні прерогативи і права. З огляду на це народне представництво виконує функцію з'єднання суверенітету народу з державною владою, що надає всій системі правління демократичного характеру» [5, с. 5].

Сучасний простір політичної взаємодії визначається впливом технологічного функціонування, який стандартизує, уніфікує та систематизує політичні процеси й відносини, що є особливо характерним для політичних комунікацій. Технологічні та політичні можливості мас-медіа створюють систему «технотелемедіумів», що впливають на комунікацію між владою та суспільством, опосередковують політичне представництво, формують порядок денний та отримують значні можливості впливу на громадську думку.

З одного боку, завдяки процесам демократизації політичного простору зростає кількість суб'єктів політичної комунікації (мова йде про мережу Інтернет, де практично кожний бажаючий може висловлювати свою думку). З іншого боку, у сфері політичної комунікації зростаюча досконалість технічних засобів не тільки не зменшує, а навпаки – збільшує кількість (і якість) маніпуляцій громадською думкою з боку політиків. Тенденція до технізації усіх сторін соціального життя проявляється у спотворенні первинного сенсу демократичного політичного устрою через утворення режиму так званої медіакратії, в якій втілюється технократичне уявлення про доцільність належності політичної влади елітарній меншості, що контролює найсучасніші засоби розповсюдження інформації та маніпулювання. Ці процеси безумовно впливають на процес політичного представництва та обумовлюють актуальність дослідження комунікативного виміру політичного представництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується

означена стаття. У політичній науці достатньо велика кількість досліджень феномену політичного представництва, зокрема це роботи, присвячені функціонуванню інститутів політичного представництва в умовах демократії Ф. Гаска, Р. Дворкіна, Ф. Фукуями, С. Мейнверінга, Дж. Сарторі, А. Лейпгарта, Г. Лінца, Л. Даймонда, Д. Растроу, С. Гантингтона, Р. Даля, Ф. Шміттера, Й. Шумпетера та ін.

Окремий напрям досліджень політичного представництва представлений у теорії груп (А. Бентлі, Д. Трумен, Р. Солсбері, М. Олсон та ін.). Мова йде про те, що представництво інтересів суспільних груп та верств забезпечується за допомогою посередництва груп і групових представників, що виділяються у процесі конкуренції політичних еліт. М. Олсон вважає, що збільшення кількості груп інтересів має неодмінно призвести не до демократизації політичного процесу, а до економічної плутократії й кризи представницького правління.

Проте, недостатньо уваги приділяється комунікативному виміру процесу політичного представництва, визначенню його особливостей та складових у сучасній політиці. Залишаються недостатньо висвітленими багато проблем, пов'язаних із комунікативним виміром політичного представництва концептуального та емпіричного характеру, до яких можна впевнено віднести дослідження впливу мас-медіа на політичне представництво, нові можливості політичної участі громадян за допомогою е-демократії та е-урядування, трансформації репрезентативної демократії в умовах інформаційного суспільства від представницької до прямої демократії та демократії участі.

Проблематика комунікативного виміру процесу політичного представництва викликає теоретичний інтерес у провідних українських та зарубіжних дослідників. Сутнісні аспекти шляхів та способів впливу політичної комунікації на політичне представництво розроблялися такими науковцями, як В. Бебик, Є. Бистрицький, Н. Бусова, О. Гарник, В. Горбатенко, В. Здоровега, В. Денисенко, Ф. Кирилюк, В. Кривошеїн, С. Рябов, Г. Почепцов, О. Токовенко, Г. Щедрова, Д. Яковлев та ін.

На думку Є. Бистрицького, «... важливим завданням політичної науки посткомуністичної доби є максимально критичне прояснення «вторинних» ідеологічних нашарувань, неоромантичних відтворень старих суспільно-політичних міфів, численних нових ілюзій, політичного мрійництва, примітивних гасел і понять, позбавлених реального сенсу... Адже саме вони здебільшого замінюють людині посткомуністичної доби усталені форми життя й світорозуміння в кризових умовах соціальної (й смислової) невизначеності, перетворюючись таким чином на численні «симулякри» [1, с. 5].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – дослідити особливості та складові комунікативного виміру процесу політичного представництва.

Вклад основного матеріалу дослідження. Для сучасних суспільств спільним є «визнання нових інформаційних технологій (у цьому полягає постіндустріалізм), багатоманітності та плюралізму інформації (у цьому проглядає постмодернізм) і новий розподіл інформації на користь суспільства (у цьому вбачаємо нову сучасність)» [398, 6]. Удосконалення технічних засобів передавання інформації веде до перенесення центру політичної взаємодії та формування механізмів політичного представництва у сферу діяльності електронних мас-медіа із властивими їй комерціалізацією, театралізованістю, тяжінням до сенсаційності та перекручення фактів з метою маніпуляції громадською думкою. На думку О. Третяка, «прогресуюча технізація своїм експансивним впливом ірраціоналізує політичний світ, роблячи з нього зображення, смисл якого іноді не має нічого спільного з реальністю» [7, с. 6]. Політичне представництво, як система делегування владних повноважень у таких умовах покликана створювати нові можливості для участі громадян в урядуванні, розширення їх впливу на процес прийняття політичних рішень. Посередниками між громадянами і державою у процесі політичного представництва виступають політичні партії та громадські організації. На законодавчому рівні в Україні закладено фундамент політичного представництва, який складається з визначеного правового поля щодо доступу до публічної інформації, регулювання інститутів виборів різного рівня, багатопартійної системи, діяльності мас-медіа тощо.

У сучасних умовах «Деформації традиційних форм політичного представництва доповнюються утворенням нових сфер і форм представництва, що претендують на демократичну легітимність, чому сприяють, зокрема, поява в сучасному суспільстві безлічі нових сфер для формулювання громадянами своїх інтересів, нових ідентичностей і груп інтересів, виникнення нових вимірів політики – глобального і локального, вихід політики за межі інституційного, електорального поля, та зміни функцій і ролі основних політичних інститутів. В умовах, коли традиційні інститути представництва, як політичні партії, часто перестають виконувати свою функцію зв'язку між суспільством і державою, ця функція значною мірою переходить до організацій громадянського суспільства, масових соціальних рухів, які є новими, неінституціональними формами представництва інтересів» [5, с. 7].

Політичне представництво характеризується певними суперечливостями у інформаційну добу, які є продовженням класичної

проблематики представництва в умовах репрезентативної демократії. По-перше, протиріччям між наявністю власної політичної позиції у представника, уявлень про справедливість та загальне благо (свободою дії політичного актора) та необхідністю дотримуватись настанов виборців, керуватись їх уявленнями, інтересами, наказами. По-друге, сферою, яку охоплює представництво: кого саме представляє політичний актор – усіх виборців окремого округу, найбільш активних з них, жителів області (регіону), країни в цілому, інтереси партії, лобістських груп чи груп тиску? Дані проблеми політичного представництва вирішуються у комунікативній взаємодії між представниками та суспільством за участі «інформаційних посередників» – мас-медіа. Для того, аби ефективно репрезентувати погляди, позиції виборців та захищати їх інтереси уповноважений представник має налагодити комунікацію з ними, консулюватися, намагатися впливати на їх позицію.

Дуалістична природа політичного представництва вимагає особливої уваги до комунікативних механізмів політичної взаємодії між виборцями та обранцями, що має сприяти постійному діалогу між політиками та суспільством з метою визначення порядку денного діяльності політичних акторів.

Недостатня увага до політичних комунікацій, або нерозвиненість комунікативної складової взаємодії політичних акторів та громадян може призвести до відчуження влади від суспільства. Наслідком відчуження представників від соціуму, яке пов'язане з механізмами реалізації влади та нездатністю представників до артикуляції та реалізації інтересів своїх виборців стає абсентеїзм громадян, що проявляється у індиферентному ставленні до політичного життя, відмова від участі в голосуванні на виборах різних рівнів. Абсентеїзм говорить про відсутність необхідності у формуванні відносин представництва у певній групі громадян, а, отже, нелегітимності з їх точки зору створених відносин представництва, нелегітимності тих політичних акторів та органів влади, які ніби-то виступають від імені окремої соціальної групи або суспільства у цілому.

Кризові явища у системі політичного представництва, пов'язані із переходом від модерного (індустріального) до постмодерного (постіндустріального) суспільства, можна поділити на декілька типів: криза державних інституцій, покликаних регулювати політичні та економічні відносини та криза «мотивації» для політичної участі громадян.

Саме тому пошук моделей ефективного демократичного представництва у інформаційну добу необхідно здійснювати у широкому теоретичному контексті світоглядних зрушень. Юрген Габермас

виділив три типи кризи, які характерні для модерного суспільства, побудованого на капіталістичній економіці [3]. Для раннього капіталізму основною рушійною силою виступає економічна криза, яка виражається в боротьбі праці і капіталу, пролетаріату і буржуазії. Відповіддю на економічну кризу став ріст державного втручання в економіку, «інтервенція» держави (бюрократії) у приватний простір, не лише економічний, а й соціально-політичний. У результаті відбулось розширення державних повноважень і перекладання на державу недержавних функцій. Але, через надмірне втручання, державний апарат виявився неспроможним в умовах демократії контролювати усі суспільні відносини. На відміну від радянської політики, де держава, фактично, «замінила» суспільство, а чиновники залежали не від виборців, а від партійного апарату.

Причина кризи представництва доби модерну криється в неспроможності держави примирити різні, часом конфліктні інтереси приватного капіталу, громадянського суспільства, мас-медіа. На рівні політичного представництва ця криза проявляється в «кризі легітиматії», тобто держава, яка не спроможна вирішити проблему конфліктних інтересів різних соціальних груп, втрачає в очах населення свою легітимність. Мотиваційна криза, на відміну від кризи раціональності, яка пов'язана з політичною сферою, переходить у сферу культури. Ю. Габермас визначив, що вона відбувається на рівні соціальної інтеграції, тобто на рівні «життєвого світу» та спричинена інтервенцією державної влади у всі сфери життя людей і зростанням технократичного контролю [Див. детал.: 4]. Студентські виступи 1960-х років, ріст антивоєнного, жіночого й екологічного рухів є симптомами мотиваційної кризи та напряду пов'язані із кризою політичного представництва. Як наслідок, інституція громадськості, яка утворюється разом із правовою державою руйнується із переходом до державно-організованого політичного представництва. Можливості публічного контролю з боку мас-медіа згортаються до рівня забезпечення інформаційної політики держави, а організація «резонуючої публіки» в політичних партіях виключається, оскільки перетворюється на інструмент влади партійної бюрократії. Отже, громадськість підпорядковується контролю з боку влади, сама стає частиною цієї влади, і не в останню чергу тому, що людям бракує мотивації та часу для публічної критики діяльності влади.

Таким чином, проблема комунікативного виміру політичного представництва полягає в тому, щоб відродити громадськість як інституцію, що легітимізує й контролює панування, відродити відмінність і рівновагу між державою та громадянським суспільством, а відтак

і раціональний контроль над структурами панування. Йдеться про раціоналізацію, тобто інституціоналізацію універсального громадського дискурсу, яка у Ю. Габермаса називається «комунікативною раціональністю». Так, він вважає, що час сподівання на спонтанні процеси суспільного саморегулювання минув, а надії на розв'язання проблем культурного модерну шляхом ідеологічних маніпуляцій не здійснились. У цих умовах місце примусового конформізму повинні зайняти неспотворені, вільні, природні комунікації, що діють у позаінституційній сфері, оскільки маніпулятивні тенденції пануючого апарату проникли скрізь [2, с. 47].

Мета теорії комунікативної дії полягає у тому, щоби пояснити передумови раціональності процесів досягнення порозуміння. Комунікативна дія виступає процесом погодження дій акторів задля досягнення спільних цілей у певній ситуації – у тому числі це стосується політичного представництва. На відміну від попередніх форм політичного представництва, які можуть включати в себе координацію зусиль учасників дії, яка спрямована тільки на те, щоб примусити інших сприяти досягненню своєї мети, комунікативна дія у процесі політичного представництва передбачає порозуміння між діячами стосовно всіх критеріїв раціональності, тобто фактично цей тип дії передбачає координацію заради неї самої.

Аргументація забезпечує вільну й рівну участь усіх сторін у спільному пошуку істини, де немає жодного примусу, крім сили кращого аргументу. Для цього, за Ю. Габермасом, необхідно дотримуватися п'яти вимог комунікативного дискурсу: жоден учасник обговорення не повинен уникати дискурсу (вимога всезагальності); у процесі дискурсу всі повинні мати рівні можливості представляти і критикувати претензії на справедливість (автономія); учасники повинні бути готовими поділяти претензії інших на справедливість (ідеальне виконання ролі); наявність розбіжностей між учасниками повинні нейтралізуватися таким чином, щоб ці розбіжності не впливали на досягнення консенсусу (нейтральність сили влади); учасники повинні відкрито оголосити свої цілі, наміри й утримуватися від стратегічних дій (прозорість). Нарешті, існує ще шоста вимога: наявність необмеженого часу. Власне, вимога необмеженості часу найбільше порушується під час ведення переговорів щодо певної конфліктної ситуації. Саме у цьому полягає утопічність концепції Ю. Габермаса, що надає можливості для критики його теорії.

Ю. Габермас стверджує, що не ринок, а діалог має стати основною парадигмою для політичного представництва. З точки зору впливу на політику, комунікація може сприяти формуванню деліберативної

демократії, «демократії обговорення». Реалізація на практиці деліберативного ідеалу означає заохочування людей не просто виражати свої політичні думки через опитування, референдум, голосування на виборах, але й формувати ці думки в публічних обговореннях. Відповідно й громадська думка, яка складається у результаті дискурсу, інтерпретується не як сума окремих, незалежно сформованих суб'єктивних думок, а як інтерсуб'єктивне утворення, породжене комунікативною взаємодією індивідів [2, с. 48].

Деліберативність вимагає прийняття певних настанов, а саме: волевиявлення та готовність до соціального співробітництва; згода щодо прийняття лише розумних доводів; відкритість під час дискусії. Таким чином, модель «дискурсивної» демократії, яку пропонує Ю. Габермас, базується на умовах комунікації, завдяки чому політичний процес передбачає досягнення справедливих, обґрунтованих, розумних результатів. Дана модель є модифікацією загальної комунікативної теорії, що досліджує проблему раціональної комунікації у зв'язку із політичним представництвом в умовах демократії у інформаційному суспільстві. Аргументативна проблематика розкривається тут як базис дискурсивної практики – провідної форми існування відкритої та необмеженої публічної сфери. Від перспективи публічності раціональна політична аргументація отримує обґрунтування як доцільна та оптимальна діяльність в контексті найбільш сучасного проекту удосконалення демократії. Демократична публічність також визначає безальтернативність раціональності політичного аргументування через зв'язок сучасної публічної сфери із образом полісної демократії, яка являє собою підґрунтя розуміння істинного сенсу політики як раціонально орієнтованого спілкування.

Уся ця проблематика є особливо актуальною для України. Політичне представництво, що формується на тлі досвіду подолання панування тоталітарної офіційної марксистсько-ленінської ідеології, у сучасних умовах зазнає змін під впливом декількох взаємопов'язаних процесів. Один з них – трансформація комунікації у сфері публічної влади через посилення позицій електронних ЗМІ, тобто медіатизація політики і, як наслідок, конструювання політичних подій у мас-медіа за законами розважальних програм (політичні дебати та презентація політичних лідерів як шоу). На думку В. Миронова, «У шоу панує не індивідуальна, тобто не відмінна від іншого творчість, а реалізується принцип співучасті чи одночасної участі. Участь сама по собі стає формою комунікації без необхідності передачі будь-якого смислу, відповідно, під впливом новітньої системи електронних комунікацій, трансформується парадигма раціональної дії» [6, с. 38].

Ю. Габермас називає боротьбу за доступ до публічної сфери предметом раціонального дискурсу [Див. детал.: 2]. Проте, різноманітні жіночі, екологічні ініціативні групи багатьох країн ставили свої проблеми на загальнонаціональний порядок денний не раціональним консенсусом, а, перш за все, силовою боротьбою й конфліктом. Історично становлення публічної сфери відбувалося не тільки шляхом раціонального дискурсу, консенсусу, але й шляхом конфлікту, суперництва. Представницька демократія існує не лише тому, що народ хотів її і добивався широкого консенсусу за «базовими цінностями», а тому, що «різні групи тримали один одного «за горло», доки не усвідомили двосторонньої нездатності досягнути панування і необхідності домовитися» [8, с. 148].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Узагальнюючи результати досліджень проблематики ролі політичного представництва у сучасних політичних системах слід відзначити наступне. Діяльність вільних асоціацій суспільності може будуватися як реалізація комунікативної практики утворення, формування думок, інтересів, волі окремих індивідів, груп, суспільства в цілому у процесі політичного представництва. Суспільство, інтегроване не ринком, а такими асоціаціями, могло б стати політично активним й одночасно вільним від авторитарного панування. «Нову» раціональність, якою вона представлена в «теорії комунікативної дії», можна визначити як вид політичної активності, як спробу поєднати раціональність знання й раціональність дії для того, щоб збільшити можливість для забезпечення більш ефективного політичного представництва.

Бібліографічний список:

1. Бистрицький Є. Політична філософія посткомунізму : горизонти методології / Є. Бистрицький // Політична думка. – 1995. – № 1. – С. 3–12.
2. Бусова Н. А. Делиберативная модель демократии и политика интересов / Н. А. Бусова // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 45–58.
3. Габермас Ю. Залучення іншого : Студії з політичної теорії / Габермас Ю. ; пер. з нім А. Дахній; наук ред. Б. Поляруш. – Львів : Астролябія, 2006. – 416 с.
4. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості : дослідження категорії «громадянське суспільство» / Габермас Ю. – Львів : Літопис, 2000. – 320 с.
5. Медяник В. А. Політичне представництво у функціонуванні державного механізму в перехідних суспільствах : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / В. Медяник. – Дніпропетровськ, 2012. – 19 с.

6. Миронов В. В. Коммуникативное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии / В. В. Миронов // Вопросы философии. – 2006. – № 2. – С. 21–44.
7. Третяк О. А. Політична аргументація як засіб раціоналізації політичної комунікації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: 23.00.01 / О. А. Третяк – Д., 2004. – 16 с.
8. Флиhbьберг Б. Хабермас и Фуко: мыслители для гражданского общества / Б. Флиhbьберг // Вопросы философии. – 2002. – № 2. – С. 146–158.

Статья посвящена исследованию коммуникативного измерения процесса политического представительства. Определено, что наряду с исследованиями институционального и функционального измерений политического представительства, которые сформировались в эпоху модерна, в условиях развития информационных технологий особое внимание требует коммуникация между властью и гражданами, исследование политического диалога, который происходит с использованием современных коммуникативных сетей. Политическое представительство интерпретировано как коммуникация политических акторов (представителей) и общественных групп, которые делегируют им полномочия по публичной репрезентации интересов. Обосновано, что политические коммуникации, деятельность СМИ выступают важной составляющей политического представительства, горизонтальных и вертикальных политических отношений между властью и гражданами.

The article studies the communicative dimension of the process of political representation. Determined that the research along with institutional and functional dimensions of political representation that formed in the modern day, in the development of information technologies require special attention communication between government and citizens, the study of political dialogue by means of communication networks. Political representation interpreted as political communication between actors (representatives) and social groups that they delegate authority to the public interest representation. Proved that political communication, media activity is an important part of political representation, the horizontal and vertical political relations between government and citizens.

Стаття надійшла до редколегії 16.09.2014