

- Політологія      Філософія і політологія в контексті сучасної культури  
sented at the Symposium 2008: «Afrika: een continent op drift» Organised by Stichting Nationaal Erfgoed Hotel De Wereld Wageningen, 19th of September, 2008. – Access mode : .
11. **De Grazia Alfred.** Leaders and Followers [Electronic resource] / Alfred de Grazia // Political Behaviour. – Ch. 3. – Access mode : .
  12. **Ehwarime W.** Politics and the Competitiveness of the Nigerian Economy / W. Ehwarime // J Soc Sci. – 2010. – № 23. – P. 39–44. – Access mode : .
  13. . Ethnic Conflict Management in Africa: A Comparative Case Study of Nigeria and South Africa / Godwin Irobi Emmy. – Boulder : University of Colorado, 2005. – Access mode : .
  14. **Iaryczower M.** Choosing Leaders: Learning from Past Decisions in a Changing Environment [Electronic resource] / M Iaryczower, A. Mattozzi // Papers. – Princeton, 2011. – Access mode : .
  15. **Paldam M.** Does Economic Growth Lead to Political Stability? [Electronic resource] / M. Paldam. – Access mode : .
  16. **Stephen H.** Haber. [Electronic resource] / H. Haber Stephen. – Stanford : Stanford University Press, 2008. – Access mode : .

*Надійшла до редколегії 25.01.2012*

УДК 323.234

**А. К. Клячин**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

## **РОЛЬ ЦІННОСТЕЙ У ПРОЦЕСАХ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ПЕРЕХІДНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Висвітлено проблеми складної взаємодії процесів політичної комунікації та політичних цінностей в умовах суспільної трансформації. Увагу надано проблемам зміни електоральної підтримки в умовах сучасної України, розглянуто специфіку функціонування окремих засобів політичної комунікації та зроблено висновки щодо стану політико-комунікаційної системи трансформаційного суспільства.

**Ключові слова:** політичні цінності, політичні комунікації, політичні інститути, політична поведінка, трансформація, реформи.

Освещены проблемы сложного взаимодействия процессов политической коммуникации и политических ценностей в условиях общественной трансформации. Внимание уделено проблемам изменения электоральной поддержки в условиях современной Украины, рассмотрена специфика функционирования отдельных средств политической коммуникации и сделаны выводы относительно состояния политико-коммуникационной системы трансформационного общества.

**Ключевые слова:** политические ценности, политические коммуникации, политические институты, политическое поведение, трансформация, реформы.

The article is devoted to the problems of difficult interprocess of political communication and political values communication in the conditions of public transformation. Attention gets the problems of change of electoral support in the conditions of modern Ukraine, the specific of functioning of separate facilities of political communication is examined and conclusions are drawn in relation to the state of the political communication system of transformation society.

**Keywords:** political values, political communications, political institutes, political conduct, transformation, reforms.

*Постановка проблеми.* У період бурхливого розвитку засобів комунікації як інструментів передавання інформації всередині політики, а також як механізмів політичного управління суспільством, великого значення набула маркетингова парадигма розвитку політико-комунікаційних процесів. Розширене значення маркетингу у політичній комунікації зумовило детермінацію і розвиток політичних процесів на основі економічної концептуальної основи раціональної поведінки та аналізу вигід та витрат, покладання політичних дій на основі економічних чинників тощо. Разом з тим у сучасній політичній науці поширюється думка, що політична комунікація виступає не лише засобом передавання інформації, але і чинником, який зумовлює рівень управління суспільними настроями. В умовах перехідного суспільства, з високою соціальною ціною реформ, проблематика соціокультурних і політичних цінностей та засобів трансляції політичної інформації об'єднується у предметному сегменті прогнозування електорального вибору та підтримки тих чи інших політичних сил та політичних програм. Важливим аспектом розвитку перехідного суспільства є зниження значення класичних ідеологій.

Розпорошення традиційних політичних систем, таких як комуністична, ліберальна, консервативна, екологістська, серед субідеологій стає чинником дезорієнтації населення, значна частина якого пройшла етапи політичної соціалізації в умовах моноідеологічної політичної системи. І в цьому випадку ціннісний шар громадян сучасної України далеко не завжди узгоджується з тими ідеальними концептами, які транслюються політичними силами. Крім цих моментів, взаємини ціннісного поля та політико-комунікаційної структури сучасної України ускладнює встановлення політико-інституційної структури та проблеми розбудови держави. Обидва ці процеси передбачають формування нових установ та центрів прийняття рішень за короткий термін. Те, що трансформація у всіх сферах життя суспільства, і насамперед у соціально-економічному секторі, відбуваються дуже повільно, зумовлює неоднозначне ставлення населення до влади і падіння її авторитету. Саме ця проблема є основною для даної статті. Невизначеність кола оптимальних політичних цінностей для політичної трансформації, а також невизначеність оптимальної конфігурації комунікаційної системи.

Важливим завданням і напрямком розвитку сучасної політичної науки є дослідження соціально-культурного шару політичної реальності, який доповнює політико-інституційний та владно-управлінський вимір політичної сфери. Підходами до встановлення взаємозв'язку між такими традиційними політичними проблемами як зміна політичної поведінки та еволюція політики інституційної структури є вивчення політичної культури та зв'язок з іншими підсистемами життєдіяльності суспільства. Разом з тим проблеми ціннісного підґрунтя зміни індивідуальної та групової поведінки в сучасний період є постійним джерелом наукової новизни для сучасних політичних досліджень.

Проблема цієї статті порушена у деяких працях вітчизняних науковців. Зокрема, у роботі, автором якої є Т. М. Тепенчак, маніпуляція свідомістю оголошується наявною у сфері технологічного застосування, активізується у духовно-естетичному і художньому просторі суспільства. Також стверджується, що, поєднуючи людей шляхом навіювання, зараження та сугестії, маніпуляція формує їх у штучно організовані різновиди мас [7]. О. В. Місніченко вважає, що маніпуляція – система духовного впливу, що суперечить об'єктивним інтересам об'єкта маніпуляції, породжує в нього ілюзію, нібито він сам діє відповідно до своїх інтересів і планів. За цього суб'єкт маніпуляції одержує вигравш – досягнення власних цілей [4]. В. Т. Жежерун, Н. В. Замятина схематично описують механізм створення міфологічної реальності, на основі якої відбувається маніпуляція людською поведінкою, довірою за уявної відсутності примушення і насильства над особою [2].

*Метою* статті є розгляд ролі цінностей у процесі комунікації в умовах перехідного суспільства. *Завданнями* роботи є вивчення основних аспектів ціннісного поля в умовах розвитку демократії, а також комунікаційних засобів, які впливають на це поле.

*Основний зміст статті.* В контексті політологічних досліджень цінностей важливим аспектом є зміна політичної поведінки. Сучасні психологічні дослідження у загальному вигляді виявляють механізм впливу на психологічний розвиток, стан людини і дають принципові засади управління поведінкою людини на індивідуальному, груповому та масовому рівнях. Засобом управління ціннісною структурою людини виступають маніпулятивні технології.

В. П. Пугачов поділяє управління людиною на два основних типи: відкрите (явне) і приховане (таємне). Якщо управління має явний характер, цілі маніпуляції визначаються й здійснюються відкрито, при таємному – замовчуються. Перевага того або іншого типу, на думку дослідника, залежать від декількох причин: «...насамперед від ступеня розбіжності інтересів керованих і керуючих; цивілізованості суспільства (міри прийнятності використання сили, прямого примусу в суспільній свідомості); можливостей і вміння правлячої еліти використовувати різні способи прихованого впливу на маси» [5, с. 66]. При цьому В. П. Пугачов зазначає, що масштаби застосування маніпулятивних технологій зростають швидкими темпами відповідно

Філософія і політологія в контексті сучасної культури Політологія розвитку людства. Причину цього дослідник бачить, по-перше, у зростанні конфліктного потенціалу суспільства як результату збільшення рівня соціальної нерівності, що породжує потребу в омані, по-друге, в усвідомленні суспільством цієї нерівності [6]. На розвиток політичного маніпулювання впливає й тип політичної системи того або іншого суспільства, а також спосіб, за допомогою якого в умовах цієї системи вирішуються конфлікти і припиняються політичні протести.

Структурами, які відображають взаємозв'язок цінностей населення та політико-комунікаційної структури, є стереотипи. Вони виступають психологічними механізмами на буденному рівні, на яких відображаються глибинні ментальні особливості та структури світосприйняття. Саме завдяки цим фундаментальним структурам відбувається можливість зміни поведінки, яка в подальшому впливає на політичні процеси.

Стереотипи глибоко структурують весь процес сприйняття, беруть участь у створенні усталених поглядів, при цьому нерідко вони спотворюють реальність, створюють ілюзорну картину світу, у рамках якої людина починає діяти. Схематичність мислення задає певні реакції на стандартизовані повідомлення. Варто зазначити, що стереотипи являють собою систему переконань і установок, вони не залежать від соціального досвіду людини, тому, «запроваджуючи у свідомість людей ті або інші переконання і установки, маніпулятор отримує можливість змінити ставлення індивіда до реальності незалежно від його соціального досвіду!» [8, с. 38].

В умовах пострадянського перехідного суспільства на теоретичному та практичному рівні складним для сприйняття є процес маніпуляції в межах політичної комунікації. В колишньому СРСР маніпуляції свідомістю здійснював високоінтегрований апарат пропаганди. В сучасних умовах суб'єкти маніпуляції дуже збільшилися кількісно, в цих умовах індивід втрачає орієнтацію і не може відрізнити істинне від хибного. Це саме стосується і малих груп, а також значних за обсягом соціальних спільнот. У цих умовах ситуацію ускладнює те, що маніпуляція здійснюється не лише на ціннісному полі політики, але і в економічному середовищі.

А.Ю. Горчева так визначає це явище: «Маніпуляція – вид психологічного впливу, при якому майстерність маніпулятора використовується для прихованого запровадження у психіку адресата цілей, бажань, намірів, ставлення або установок, які не збігаються з тими, які є в нього в цей момент» [1, с. 91].

Політико-комунікаційна структура, яка сьогодні включає засоби масової інформації, служби зв'язків з громадськістю політичних сил, окремих політичних лідерів, канали спілкування політичних інститутів з населенням, формують надзвичайно складну інфраструктуру, яка дедалі більше охоплює аудиторію. Але метою передачі інформації в межах цієї структури є переважно зміна поведінки, тому способи подачі інформації оцінюються вітчизняними психологами з точки зору засобів маніпулювання людськими спільнотами.

А. Цуладзе виокремлює такі прийоми маніпулювання аудиторією:

«Визначення»: «...ідеї, особистості, об'єкти сполучаються з позитивними або негативними характеристиками, які сприймалися б людьми без міркувань...» [8, с. 60].

Одним з основних напрямків маніпулювання є упереджена подача інформації. Цей напрям має дуже багато розгалужень, метою яких є переважно спотворення реальності відповідно із цінностями людини. Якщо цінності певної аудиторії розкласти за шкалою від негативних до позитивних, то завжди можна отримати імовірність позитивного результату маніпуляції. Цей результат гарантується технологіями маркетингових досліджень, моніторингу та збирання інформації. Вказані засоби дають можливість опрацювати інформацію таким чином, щоб вона відповідала певній конфігурації цінностей.

«*Блискача загальність*»: при описі подій, які повинні отримати підтримку аудиторії, використовуються урочисті, піднесені слова з позитивною семантикою, «добродесні слова».

«*Рекомендація*» або «*свідчення*»: якщо до предмета потрібно викликати позитивне ставлення, повідомлення про нього вкладається у уста ведучого, відомої людини, яка користується популярністю у глядачів, і навпаки.

«*Підтасування карт*»: однобічний погляд на проблему, коли залежно від необхідного ефекту, наводяться тільки переваги або тільки недоліки.

«*Наклеювання ярликів*» або «*присвоєння прізвиська*»: за допомогою образливих виразів, метафор формується негативне сприйняття особистості, причому на основі емоцій, а не логіки.

«*Перенесення*»: авторитет відомої особистості, історичної фігури переноситься на людину, якій необхідна популярність.

«*Свої хлопці*» або «*гра в протонародність*»: демонстрація близькості до простих людей.

«*Разом з усіма*» або «*загальна платформа*»: акцент на тому, що соціальна група, до якої належить людина, або все суспільство поводить себе саме таким чином, і той, хто сприймає повідомлення, не повинен виходити за рамки загальної поведінки.

В умовах нестійкого транзитивного суспільства вплив політико-комунікаційних засобів на суспільну свідомість узгоджується та комбінується з організаційними засобами маніпуляції. Зміна картини світу за допомогою засобів інформації та інших каналів передавання повідомлень поєднується із реальними діями та змінами в оточуючій дійсності. Для цього застосовуються адміністративні управлінські заходи.

Можна назвати такі методи маніпулювання на адміністративному рівні:

– Мобілізація організаційних і фінансових ресурсів у регіонах, де створюються «партії влади». При цьому приміщення, транспорт оплачуються з державної кишені, на проведення різних акцій мобілізуються державні службовці.

– Вибіркове застосування закону: підтримка «своїх» і підірив діяльності супротивників.

– Маніпуляції з виборчим законодавством.

– Відомчий ресурс (агітація за владу у великих відомствах проводиться керівниками).

- Перерозподіл бюджетних коштів (підвищення пенсій, надання пільг, виплата затримок із зарплати перед виборами).
- Прямий силовий тиск (рейди спецпідрозділів, закриття опозиційних газет).
- Кадрові переміщення.
- Домінування в інформаційному просторі (багато видань перебувають під контролем влади).
- Фальсифікація виборів [8, с. 64].

Багато дослідників вважає, що «...на сьогоднішній день можна говорити про свій рід комбінації PR і адміністративного ресурсу, що дозволяє вводити виборців в оману або ставити їх у таке положення, коли їм не залишається нічого іншого, як зробити «правильний вибір» [8, с. 75].

Специфікою політичної комунікації транзитивного суспільства яким, зокрема, є і Україна, є панування типу масової комунікації, який передбачає наявність стандартних смаків та ціннісних матриць. Відсутність у населення можливості обрати самостійно канал вірогідної або потрібної інформації породжує масовізацію свідомості та однакові поведінкові реакції на зовнішні стимулятори. В умовах нестачі матеріальних можливостей знижується вимогливість населення до інформації та її раціонально-критичне сприйняття. В такій ситуації консервується індустріальний тип масової комунікації.

Масова комунікація – феномен, який буквально пронизує всі сторони сучасного суспільства і впливає на масову і групову свідомість різноманітними і неоднозначними способами. Масова комунікація справляє формуючий і закріплюючий вплив на соціальні стереотипи, тобто схематичні і спрощені уявлення про соціальні об'єкти, широко розповсюджені в суспільстві. Стереотипи можуть стосуватися інших національностей, класів, груп і т. п. Сприйняття чужої групи через стереотипи має дві сторони: позитивну (стереотип дає досить швидке знання, дозволяє віднести групу до більш широкого класу явищ) і негативну (наповнення стереотипу негативними характеристиками призводить до формування міжгрупової ворожості).

Крім масовізації свідомості, зумовленої суспільними відносинами та економічним розвитком, існують доміанти ціннісної структури, пов'язаної із соціальними ролями. Ці соціальні кліше формують особистісне сприйняття, естетичні смаки та емоційне забарвлення образів, які існують у політико-комунікаційних повідомленнях. Великою мірою це стосується сприйняття політичних діячів та лідерів за гендерною ознакою.

Так, виявлено, що в ЗМІ існують розбіжності в зображенні чоловіків і жінок. Аналіз фотографій, поміщених у журналах, свідчить про те, що жінки, як правило, посідають у просторі фотознімка положення нижче, ніж чоловіки, часто вони зображуються в ролях, які підкреслюють їхню красу, залежність від чоловіків, сексуальну привабливість. Чоловіки здебільшого зображуються на портретному фото з урахуванням обличчя і голови, жінок же частіше зображують на весь зріст і більш відкрито. Чоловіків представляють у ЗМІ більш владними, домінантними, агресивними, твердимі, наполегливими, раціональними і розумними, ніж жінок. Жінки –

Політологія      Філософія і політологія в контексті сучасної культури  
більш привабливі, альтруїстичні, товариські, молоді. У цілому, жінки часто зображуються у стандартних і стереотипних ролях, відносинах, ситуаціях.

Особливістю сприйняття політичної інформації є також віковий критерій. Через демографічний поділ відбувається істотна зміна змісту повідомлень та їх адресатів. Можливість маніпуляцій, вказує С. Кара-Мурза [3, с. 43], підкреслюється яскраво вираженими рисами індивідів, які складають кожну демографічну групу. Неможливість раціонально-критичного сприйняття зумовлена не лише станом свідомості та освітою, але і соціальним станом, зумовленим віком людини.

Така демографічна група, як люди похилого віку, також піддається стереотипізації в масовій комунікації. Її представники рідко стають героями фільмів і передач. Подібна недооцінка літніх формує уявлення про них як про незначний сегмент суспільства. Літні зображуються в неважливих, обмежених і нецінних ролях і образах. 2/3 жінок похилого віку і 1/2 літніх чоловіків у фільмах з'являються як такі, що не мають здорового глузду, божевільні та ексцентричні. Установлено залежність між активним «переглядом» телефільмів і негативним сприйняттям літніх людей.

Важливим розподілом в умовах перехідного суспільства, який впливає на взаємодію ціннісної структури та політико-комунікаційної діяльності, є сприйняття етнічних та національних груп. Взаємодія етнічних груп, їх ментальний та психологічний стан зумовлюють критичне або упереджене сприйняття інформації. Нерідко цінності, сформовані на ґрунті етноорієнтованих установок, визначають істотні зміни в політичному процесі, підвищення політичної участі індивідів та груп. Саме тому політико-комунікаційна система бере до уваги етнічні розбіжності.

Помітний внесок ЗМІ вносять і в стереотипне сприйняття етнічних груп. Представники цих груп з'являються в ЗМІ, як правило, значно рідше, ніж представники титульної нації.

Успішним засобом захисту від стереотипізації є створення й показ у ЗМІ спеціальних програм, що зображують об'єкти стереотипізації в розмаїтті властивих їм якостей і особливостей. Для боротьби зі стереотипами використовується і спеціально організоване міжгрупове спілкування, орієнтоване на знайомство і співробітництво представників різних соціальних і етнічних груп.

Таким чином, взаємодія ціннісної структури населення та політико-комунікаційних засобів, які існують у перехідному суспільстві, формують низку викликів для його розвитку. В умовах, коли політико-комунікаційна система розвивається хаотично, не перебуває під впливом нормативно-правових обмежень, ціннісна структура визначається атомізацією, консервацією негативних явищ та неможливістю побудови демократичного громадянського суспільства. Подолання цих негативних тенденцій можливе лише на основі розбудови механізмів нормальної конкуренції та визначення обмежень комунікаційного впливу.

*Висновки.* Дослідження взаємодії маркетинговим чином побудованих політико-комунікаційних систем свідчать про те, що в сучасній Україні та інших трансформаційних державах виникає

Філософія і політологія в контексті сучасної культури Політологія  
хаотична структура політичної комунікації, в ній провідну роль відіграють політичні групи, які відстоюють особливі групові та корпоративні інтереси. Маркетинговий підхід зумовлює поширення практик маніпуляцій та монологічного впливу на свідомість громадян без урахування можливих наслідків для психосоціального стану суспільства. Відсутність громадянського суспільства також дається взнаки у наявності фрагментованої системи цінностей, які базуються навколо головних, базових потреб життєдіяльності людини.

Встановлення ієрархії цінностей відповідно до постіндустріального та інформаційного суспільства в Україні відбувається вкрай повільно та стосується лише незначних сегментів суспільства. Дослідження основних груп цінностей показали, що політична комунікація в сучасній Україні детермінує мінливість та нестійкість їх психологічних настроїв різних політичних сил у короткий період. Крім того, фактично не підтримуються населенням політичні партії зі стійкою ідеологічною платформою.

Сучасний стан системи політичної комунікації, який не враховує завдань побудови громадянського суспільства, формує перспективу подальшої деградації системи соціокультурних та політичних цінностей українського народу. Шляхом до виходу з глухого кута непродуктивної монологічної системи політичної комунікації та нестійкої системи політичних цінностей є їх взаємна оптимізація. Ключовим процесом у цих взаєминах має бути розробка громадських форм політичної комунікації та розвиток раціонально-критичного ставлення населення до інформаційних повідомлень. Перспективи подальшого вивчення проблеми, порушеної в цій статті, є вивчення ролі засобів неформальної комунікації у формуванні політичних цінностей.

### Бібліографічні посилання

1. **Горчева А. Ю.** Основы манипулирования людьми в избирательном процессе / А. Ю. Горчева // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 1. – С. 91–103.
2. **Жежерун В. Т.** Политическая мифология и манипуляция доверием: социально-консциентальный аспект / В. Т. Жежерун, Н. В. Замятина // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. «Соціол. науки». – 2007. – 10. – № 2. – С. 20–25.
3. **Кара-Мурза С. Г.** Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза – М. : Идея-М, 2001. – 346 с.
4. **Місніченко О. В.** Маніпуляція «людиною маси»: філософсько-культурологічний аналіз: автореф. дис. ... канд. філософ. наук: 09.00.04 / О. В. Місніченко. – Х., 2008. – 21 с.
5. **Пугачев В. П.** Технологии скрытого управления в современной российской политике / В. П. Пугачев // Вестник Москов. ун-та. Сер. 12. Политические науки. – 2003. – № 3. – С. 66–102.
6. **Пугачев В. П.** Экологическое манипулирование в управлении государством / В. П. Пугачев // Вестник Москов. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество). – 2005. – № 1. – С. 89–111.

7. **Тепенчак Т. М.** Естетико-культурологічний аспект маніпуляції свідомістю : автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.08 / Т. М. Тепенчак. – К., 2008. – 15 с.
8. **Цуладзе А.** Большая манипулятивная игра / А. М. Цуладзе // Алгоритм. – 2000. – 336 с.

*Надійшла до редколегії 09.02.2012*

УДК 321.323

**П. Левчук**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

### **ВІТАЛЬНІ ФАКТОРИ ТА ІМАНЕНТНІ ВЛАСТИВОСТІ КОАЛІЦІЇ ЗРОСТАННЯ В МЕЖАХ ПОЛІТИЧНОГО ПРОСТОРУ ЛОКАЛЬНОЇ СПІЛЬНОТИ**

Розглянуто проблеми утворення специфічного виду місцевої еліти – коаліції зростання. Проаналізовано найвагоміші чинники, що сприяють її кристалізації, актуалізується важливість даного феномена у суспільно-політичному житті міста. Також здійснено огляд внутрішніх онтологічних властивостей коаліції зростання, механізмів зародження та розвитку.

**Ключові слова:** коаліція зростання, локальні еліти, машини зростання, політологія міста, соціальне виробництво.

Рассмотрены проблемы становления специфического вида местной элиты – коалиции роста. Проанализированы наиболее весомые факторы, которые способствуют ее кристаллизации, актуализирована важность данного феномена в общественно-политической жизни города. Также осуществлен обзор внутренних онтологических свойств коалиции роста, механизмов зарождения и развития.

**Ключевые слова:** коалиции роста, локальные элиты, машины роста, политология города, социальное производство.

It is considering the problems of becoming specific type of local elite – growth coalitions. The most important factors which are instrumental in its crystallization are analysed, importance of this phenomenon had a new vision according to development of cities social and political life. It is carrying out the review of internal ontological properties of growth coalition, such as mechanisms of origin and development.

**Keywords:** growth coalition, local elits, growth machine, city's political scientists, social production.

Проблема ефективного функціонування міста як соціо-економічного утворення на сьогоднішній день значною мірою корелюється з форматом локальних владних відносин, які поєднують політичну та економічну