

цьому у більшості випадків межі транскордонних об'єднань збігаються з межами адміністративно-територіальних одиниць.

Станом на сьогодні можна стверджувати, що транскордонні об'єднання, у роботі яких бере участь наша держава, порівняно успішно виконують свої функції із забезпечення міжнародного співробітництва в галузі економіки, екології, освіти, культури, туризму тощо. Досвід участі у діяльності євро регіонів засвідчує, що лише спільні дії, збереження та зміцнення добросусідських і дружніх відносин, взаємна відкритість можуть гарантувати гармонійний соціальний та економічний розвиток територій, що входять до його складу, послаблювати негативну дію перешкод, спричинених державними кордонами, дати новий імпульс контактам між громадянами України та країн ЄС на різних рівнях, активізувати взаємодію в багатьох сферах життєдіяльності.

### Бібліографічні посилання

1. **Студенніков І.** Феномен євро регіонів в контексті методології історико-регіональних досліджень [Текст] / І. Студенніков // Історія України. Маловідомі імена, події, факти. – Вип. 22–23. – К., 2003. – С. 187–201.
2. **Колодяжна В.** Євро регіон «Буг»: законодавчі й організаційно-правові аспекти [Текст] / В. Колодяжна // Підприємництво, господарство і право. – 2008. – №10. – С. 103–106.
3. Закон України «Про транскордонне співробітництво» [Текст] // Офіційний вісник України. – 2004. – № 29. – С. 39–43.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання розвитку транскордонного співробітництва та євро регіонів» [Текст] // Офіційний вісник України. – 2002. – № 18. – С. 171–176.
5. **Чекаленко Л. Д.** Зовнішня політика України [Текст] / Л. Д. Чекаленко. – К.: Либідь, 2006. – 712 с.
6. Україна і світ: компактна хроніка [Текст] // Економіст. – 2009. – № 4. – С. 16.
7. **Кіш Є.** За програмою сусідства. Транскордонне співробітництво України після східного розширення Європейського Союзу [Текст] / Є. Кіш // Політика і час. – 2004. – № 12. – С. 27–34.

Надійшла до редколегії 22.12.09

УДК 316

**А. К. Клячін**

*Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту*

## СПІВВІДНОШЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ: АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ

Розглянуто моделі та рівні впливу політичної інформації на формування ціннісної структури індивідів та груп сучасного суспільства. Зроблено висновок про вплив симулякрів на політичну поведінку.

**Ключові слова:** політична комунікація, політичні цінності, політична поведінка, політична інформація.

---

© Клячін А. К., 2010

Рассматриваются модели и уровни влияния политической информации на формирование ценностной структуры индивидов и групп современного общества. Сделан вывод о влиянии симулякров на политическое поведение.

**Ключевые слова:** политическая коммуникация, политические ценности, политическое поведение, политическая информация.

Article considers models and levels of influence of the political information on formation of valuable structure of individuals and groups of a modern society. It is judged influence simulakrs on political behavior.

**Keywords:** the political communications, political values, political behaviour, political information.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Актуальною для дослідження ціннісного виміру сучасної політичної комунікації є традиційна маркетингова модель споживацької поведінки, адаптованої до політичної галузі. В багатьох політологічних працях визначається, що, на відміну від економічних відносин, структуру яких складає задоволення потреб шляхом обміну певних товарів та послуг на грошові кошти, політичні відносини мають певну специфіку. Тобто в межах політичних відносин поняття «потреба» має більш ширше розуміння, ніж «нестача», оскільки діяльність суб'єктів політичного процесу не спрямована на ліквідацію безпосереднього нестатку чогось у індивідів. Предметом політичних відносин є не обмін товарів і послуг на гроші, а розподіл владних ресурсів, тобто надання індивідами та соціальними групами суб'єктам політичного процесу (політичним партіям, лідерам і т. д.) певного ресурсу (наприклад, суспільної підтримки) в обмін на гарантію захисту інтересів та основних політичних цінностей цих індивідів та соціальних груп, що, в свою чергу, повинно призвести до задоволення їх головних потреб. Основні публікації, на які спирається автор.

Багато сучасних вчених (зокрема таких, як М. Паренті [9], М. Фіоріна [10], Г. Костирев [7]) доходять висновку, що політичні цінності індивіда зумовлюють вміст «чорної скрині» політичної свідомості індивіда.

Також однією з головних настанов сучасного політологічного дискурсу щодо суспільних цінностей є положення, згідно з яким, процес формування поведінських реакцій індивідів щодо політики ґрунтується на обробці зовнішніх «спонукальних чинників» «чорною скринею» свідомості індивіда (ці чинники обробляються відповідно до системи політичних цінностей індивіда, згідно В. Вовком [5]). Лише згодом ці реакції втілюються в конкретних проявах, тобто у відповідних поведінських актах (про це зазначає Г. Геворкян [6]). Зазначені «спонукальні чинники» суттєво впливають як на процес генезису політичних цінностей індивіда, так і на визначення кінцевого змісту його політичної поведінки. Проте вони й потребують додаткового дослідження.

Таким чином, метою даної статті є розгляд моделі дослідження ціннісного виміру політичної комунікації. Зміст цієї моделі полягає передусім у адаптації традиційної маркетингової моделі споживацької поведінки до політичної сфери. Завданням статті є вивчення формування політичних цінностей, як основного елемента «чорної скрині», що є підґрунтям процесу прийняття рішення

стосовно («придбання/непридбання») певних суб'єктів політичного процесу та формування відповідних поведінських реакцій.

Основний зміст статті.

На нашу думку, виняткове значення комунікації, як окремої галузі духовного виробництва (виробництво та обмін інформацією), в процесах генезису політичних цінностей індивіда, створення політичної картини світу та формування поведінських реакцій індивіда необхідно розглядати в контексті фундаментальних зрушень, які відбулись як у виробничій та соціокультурній [3, с. 37], так і в інших сферах життя сучасного суспільства.

Тому доцільно вважати, що важливою властивістю впливу політичної комунікації на трансформацію політичних цінностей є процеси створення політичної картини світу в свідомості індивіда. На сучасному етапі розвитку суспільства безпосереднім матеріалом для процесу створення політичної картини світу та формування політичної поведінки індивіда виступають не політичні явища та процеси як такі, а інформація про них, певним чином сприйнята та інтерпретована індивідами та соціальними групами. Саме цей факт обумовлює величезний вплив політичної комунікації на процеси трансформації політичних цінностей індивіда, створення політичної картини світу в його свідомості та формування відповідних поведінських реакцій щодо політики. Специфіка процесу відтворення політичної реальності в індивідуальній та суспільній свідомості та зміст цієї реальності багато в чому визначають когнітивні моделі кожного індивіда, які стосовно до політики являють собою відносно стійкі структури людської свідомості, що сформувалися на основі норм та цінностей індивіда та визначають способи, а також зміст процесів пізнання індивідом політичної складової навколишнього середовища.

Подальші дії індивідів та соціальних груп будуються відносно створеної політичної картини світу й усвідомлення індивідами та соціальними групами свого місця та інтересів у цій реальності, а також згідно зі сформованими раніше поведінськими моделями, що являють собою досить стійкі структури людської свідомості (згідно з тлумаченням С. Авіліані [1]), які сформувалися на основі норм та цінностей кожного індивіда, а також інформації отриманої кожним індивідом та усвідомленої через власні норми та цінності.

Таким чином, основою для формування когнітивних та поведінських моделей індивідів щодо політики є сукупність політичних цінностей як індивідів, так і соціальних груп, до яких вони належать. І саме співставлення отримуваної інформації про будь-яке політичне явище чи процес з політичними цінностями індивідів та певна інтерпретація індивідами цієї інформації сприяють формуванню та трансформації когнітивних та поведінських моделей індивідів. На підставі отриманих у багатьох дослідженнях даних (передусім, це роботи А. Белова [3] та О. Белого [4]) доцільно розглянути інтегровану модель процесу створення політичної картини світу під впливом політичної комунікації. У процесі політичної комунікації, що у даному випадку може розумітися як «форма втілення загальносоціальної природи інформаційно-комунікаційних обмінів» чи як «особливий тип спілкування і контактних зв'язків, що виникають у спеціалізованій діяльності людини політичної», кожний індивід з допомогою власних когнітивних

моделей сприймає певну інформацію та певним чином її інтерпретує. Згодом індивід створює власну картину політичної реальності (явища, процеси, їх зміст та взаємообумовленість) у відповідності до сприйнятої та інтерпретованої інформації.

Наступним етапом є дія індивіда, яка відповідає політичній реальності, створеній у його свідомості, та сприйняттю індивідом чи соціальною групою себе та своїх інтересів у цій реальності. Ця дія стає втіленням поведінських моделей індивідів щодо політики, сформованих на основі їх політичних цінностей. Поведінські моделі, як структури людської свідомості, визначають зміст та характер практичних дій індивідів щодо політики. Вони здатні об'єднувати в собі, в різному співвідношенні, уявлення індивідів щодо власних потреб та цілей, знання щодо засобів їх досягнення та результатів тих чи інших своїх дій, стереотипи поведінки та наслідки своїх дій та дій інших учасників відповідного політичного процесу індивіди та соціальні групи сприймають у процесі політичної комунікації тим же чином, що і попередню інформацію.

На основі сказаного вище є можливість визначити структуру та послідовність рівнів інтерпретації інформації індивідом в процесі комунікації, що стає безпосереднім матеріалом для створення політичної картини світу.

Перший рівень, визначений нами як «природний» (підставою для цього є концепції С. Барматової [2] та Г. Геворкяна [6]), являє собою проходження інформації про певне політичне явище (процес, окрему подію тощо) через внутрішні когнітивні та психічні структури людини, тобто через «фільтри» сприйняття та усвідомлення. Інтерпретація інформації на цьому рівні пов'язана із сприйняттям та усвідомленням останньої окремою особистістю. Другий рівень інтерпретації, визначений нами як «технічний», являє собою обов'язкову трансформацію первісної інформації, пов'язану зі специфікою каналу її передачі (каналу комунікації), а також зі ступенем здатності даного каналу до адекватного та повноцінного донесення інформації до адресата (до конкретної особистості, соціальної групи чи суспільства в цілому). Третій рівень інтерпретації, визначений нами як «вторинний», пов'язаний з трансформацією інформації відносно структур громадської думки. Інформація, подолавши «інтерпретаційні фільтри» (таке бачення, зокрема, розвивав Ф. Паппі [8]) суб'єктивної свідомості та технічних можливостей каналу комунікації, трансформується під впливом установок, норм, цінностей, стереотипів суспільства. У висновках до дослідження впливу цінностей на політичну поведінку, на думку автора, слід зробити особливий акцент на значенні четвертого рівня інтерпретації, який доцільно визначати як «моделювання» [8, с. 264]. Він є переробкою інформації згідно із заздалегідь визначеною метою, з допомогою спеціальних технологій, з врахуванням особливостей її сприйняття об'єктом. У кінцевому вигляді мета «моделювання» представляє собою трансформування когнітивної структури особистості і, головне, соціальних груп, що має призвести до відповідної трансформації і структури їх поведінки. В тактичному розумінні створення подібної «моделі» може мати на меті вплив на поведінку людей, з урахуванням особливостей їх когнітивної структури без її зміни. Важливо відзначити, що «моделювання», як один з рівнів інтерпретації інформації, співвідноситься як з процесом її передавання, так і сприйняття об'єктом. Прик-

ладом останнього може бути «підгонка» самим об'єктом інформації про політичне явище під картину політичної реальності, яка вже сформована його суб'єктивною свідомістю чи громадською думкою.

Виходячи з того, що «кожний з нас живе в унікальній реальності, побудованій на власних сенсорних враженнях та індивідуальному досвіді, та ми діємо, спираючись на те, що ми сприймаємо – на нашу модель світу» [10, р. 87], є підстави стверджувати про наявність певної, багато в чому неповторної, комбінації різних рівнів інтерпретації для кожного з нас при сприйнятті політичного світу, тобто тієї інформації, що цей світ для нас створює.

Викладені рівні інтерпретації інформації індивідом дозволяють запропонувати модель процесу інтерпретації інформації та створення політичної картини світу, а також дій індивідів, що ґрунтуються на змісті цієї створеної політичної картини світу стосовно до будь-якого конкретного політичного явища. Важливий пункт слід прийняти політичне явище, інформація про яке стає надбанням громадськості, а також «зацікавлених груп» (економічних, політичних та інших структур), з допомогою певних каналів комунікації (ЗМІ, спеціальні інформаційні служби всередині організацій, слухи тощо). Після проходження фільтрів «природної», «технічної», «вторинної» інтерпретації, послідовно чи в комплексі, ця інформація стає для суспільної свідомості та «зацікавлених груп» адекватним відображенням певної політичної реальності. Відповідно, стосовно цієї частини політичної реальності суспільна свідомість та «зацікавлені групи» займають певну позицію та, як наслідок, певним чином на неї реагують. Реакція «зацікавлених груп» може включати реалізацію низки заходів економічного, соціального, політичного, юридичного та інформаційного характеру, що мають за мету захист своїх інтересів у відповідній ситуації, точніше – в ситуації, відображеній в згаданій інформації. Крім того, на даному етапі на перший план виходить процес «моделювання» політичної реальності з боку «зацікавлених груп» з метою забезпечення уявної відповідності запроваджених заходів суспільним очікуванням. А саме, створити ситуацію, коли дії «зацікавлених груп», спрямовані на досягнення власної мети, були б сприйняті суспільною свідомістю як необхідні та як ті, що відповідають суспільним інтересам. Тобто реакція «громадськості» буде обумовлена не тільки сприйняттям та усвідомленням первісної інформації про політичне явище, а також інформації про дії «зацікавлених груп», «змодельованої» цими ж групами, яка, в свою чергу, є реакцією на все ту ж первісну інформацію про політичне явище (процесування тощо). Низка практичних дій, які здійснили «зацікавлені групи», та реакція «громадськості» (починаючи з повного схвалення до активного протесту) обумовлюють наступне явище (чи наступний етап політичного процесу, наступну подію), яке стає наслідком реакції громадської думки та «зацікавлених груп» не на вихідне політичне явище, а на інформацію про нього. І цей факт безпосереднім чином обумовлює подальший розвиток подій: специфіку політичних явищ, характер та головні напрямки політичних процесів і т. д. Необхідно зазначити істотне значення паралельності процесів трансформації інформації в ході її інтерпретації, з одного боку, та трансформації когнітивних і, як наслідок, поведінських, структур індивідів під впливом інформації, що має в

своєму змісті «вже змодельовану» картину тих чи інших елементів політичної реальності. Таким чином, трансформація когнітивних і поведінських моделей індивідів щодо політики в ході політичної комунікації також може бути визначена нами як важлива властивість загального процесу впливу політичної комунікації на процес трансформації політичних цінностей в сучасному українському суспільстві.

Висновки.

У ході дослідження був зроблений важливий для досягнення мети висновок про важливу роль симуляцій в процесі політичної комунікації. Симуляція суб'єкта сприймається об'єктом як дійсність завдяки інтегрованості свідомості останнього в загальний світ симуляцій. І ця інтеграція поглиблюється завдяки комунікації. Але таке сприйняття інформації об'єктом може виявитися його власною симуляцією. А саме, процес симуляцій призводить до виникнення симулякрів (репродукції об'єктів і подій). У результаті стає важко відрізнити реальне від тих речей, що симулюють реальність. Таким чином, симулякри, починаючи з окремих явищ і до певних моделей дій, розповсюджуються здебільшого завдяки величезним можливостям суспільної комунікації. Ціннісна складова свідомості людей, їх когнітивні та поведінські моделі (в тому числі щодо політичної сфери) формуються і трансформуються на підставі цих симулякрів. Можна говорити про те, що симулякри в політичних відносинах розраховані на певну інтерпретацію їх не тільки якимось об'єктом, а й усім оточуючим середовищем та активно використовуються на рівні «модельовання» політичної картини світу. Але симуляція не передбачає омани в чистому вигляді, а тому важливим елементом процесу симуляції є рапорт, тобто «підлаштування» під цінності та очікування певної людини. Роль політичної комунікації в процесах генезису політичних цінностей та формування його поведінських реакцій щодо політики обумовлена низкою соціокультурних змін, які суттєво вплинули на специфіку процесу створення політичної картини світу, значними зрушеннями в розвитку людства, культури, свідомості і психології людей, які детерміновані зміною внутрішньої структури виробництва, суспільних відносин, а також розвитком технічних засобів комунікації. Електронна революція перекроїла життя людей. На першій стадії електронна технологія (космічний зв'язок, портативний відеозапис і т.п.) виконувала роль соціальної терапії. Вона створила новий етап соціального спілкування, в якому вирівнюються переколювання і диспропорції, викликані географією й економікою, сприяючи росту взаєморозуміння між різними шарами суспільства і народами. На більш високих стадіях електронна революція виступила як першопричина великих соціальних змін (ЗМІ диктують культуру). Інформаційна технологія, поєднана з аудіовізуальними засобами, створює цілий світ поведінкових моделей, що постійно, щодня на роботі й у побуті оточують людину і програмують її діяльність в усе зростаючому масштабі. Подальший розвиток комунікативних технологій пов'язаний із трьома великими інноваціями: супутниковий зв'язок, створення оптиковолокняних кабелів і кабельних мереж, цифрових електронних пристроїв із застосуванням мікропроцесорів та інтегральних схем для швидкісного прийому й передачі інформації.

**Бібліографічні посилання**

1. **Авилиани С. Ш.** Природа знания и ценности. / С. Ш. Авилиани. – Тбилиси: Мецниереба, 1989. – 182 с.
2. **Барматова С. П.** Політична поведінка / С. П. Барматова // Політична соціологія. – К.: Либідь, 2003. – С. 127–137.
3. **Белов А. А.** Социально-экономические факторы электорального поведения: теория, методология, эмпирика / А. А. Белов // Вестник МГУ. – Сер. 12: Политические науки. – 2004. – № 6. – С. 36–54.
4. **Белый О.** Нигилизм и политические фантомы посткоммунистической эпохи / О. Белый // Політична думка. – 1994. – № 4. – С. 11–16.
5. **Вовк В.** Монологізм свідомості та мова політика / В. Вовк // Політична думка. – 1995. – № 2–3. – С. 21–26.
6. **Геворкян Г. А.** К проблеме понимания / Г. А. Геворкян // Вопросы философии. – 1980. – № 11. – С. 122–131.
7. **Костирев А. Г.** Роль засобів масової інформації в процесі демократичного розвитку суспільства / А. Г. Костирев: автореферат дис... канд. політ. наук: 23.00.02. – К., 2003. – 17 с.
8. **Паппи Ф. У.** Политическое поведение: мыслящие избиратели и многопартийные системы / Ф. У. Паппи // Политическая наука: Новые направления. – М., 1999. – С. 262–280.
9. **Паренти М.** Придуманная реальность: политика средств массовой информации / М. Паренти // США. ЭПИ. – 1998. – № 5. – С. 75–85.
10. **Fiorina M.** Rational choice, empirical contributions, and scientific enterprise / M. Fiorina // Critical Review. – 1995. – Vol. 9. – P. 85–89.

Надійшла до редколегії 21.12.09

УДК 321

**А. Ю. Кравець**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара*

## ВЛАДА В ТРАДИЦІЙНИХ СУСПІЛЬСТВАХ ЯК ОСНОВНИЙ ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ АНТРОПОЛОГІЇ

Розглянуто основні механізми здійснення влади в суспільствах з примітивною організацією (потестарних системах), які ґрунтуються, насамперед, на владі традиції і амбівалентності такої норми поведінки як табу.

**Ключові слова:** влада, традиція, політична антропологія, ієрархія.

Рассмотрены основные механизмы осуществления власти в обществах с примитивной организацией (потестарных системах), которые основываются, прежде всего, на власти традиции и амбивалентности такой нормы поведения как табу.

**Ключевые слова:** влада, традиция, политическая антропология, иерархия

The article deals with the main mechanisms of power realization in the societies with primitive organization, which are basing on the power of tradition.

**Keywords:** power, tradition, political anthropology, hierarchy

---

© Кравець А. Ю., 2010