

КОМУНІКАТИВНО-ЕМПІРИЧНИЙ МЕТОД ПОЛІТИЧНОЇ ДІЇ НА СВІДОМІСТЬ ГРОМАДЯН

Ольга РАК

Copyright © 2013

Постановка суспільної проблеми. Сьогодні політикум через комунікаційний процес впливає на свідомість громадян за допомогою емпіричних методів, супроводжуючи при цьому процес зміни політичного життя держави і суспільства в цілому. В такий спосіб динаміка зміни публічної комунікації спричиняє вагому дію на політичну систему.

Політична комунікація, як відомо, постійно шукає нові методи і засоби маніпулювання свідомістю та думкою людей у бажаному для конкретної політичної сили напрямку. Визначенням змісту та обсягу поняття “комунікація” займалися як зарубіжні, так і українські науковці: В. Бебик, В. Д’Інка, Г. Ласауелл, В. Шрам, Ю. Шерковін, М. Назаров, В. Різун, В. Іванов, Г. Почепцов, С. Квіт, О. Зернецька та ін. Сутнісно комунікація має значення системи, яка охоплює створення, передавання й отримання інформації (повідомлення). Вона може мати як вербальний, так і невербальний вигляд. Перша здебільшого розуміється як словесність і знаковість, для неї властиві візуально-зоровий та розмовно-звуковий методи; друга (комунікація без слів) – це мова тіла, жести, міжособистісний простір (допустима дистанція), часові властивості, для неї притаманні жестикульований, візуально-зоровий (контакт очей), поведінковий та віртуально-психологічний методи спілкування. Глобалізація і кібернетизація суспільства привела до інтенсивного розвитку системи комунікацій, в основу яких закладені технології анімації та мультимедійні системи, що здатні ефективно маніпулювати свідомістю і думками громадян.

Сучасні системи комунікацій здатні відтворювати психологічний характер особи чи групи, її певні емоції, ідеї, думки тощо. Наприклад, психологи-дослідники вважають, що мова тіла (невербальна) є сильнішою за вербальну, оскільки знакова [6] і поведінкова системи справляють більший вплив на людину. Уявлю-

вання особистості є просторовим і психологічно багатим процесом, тому вимагає від кожного політика постійного навчання, як публічно маневрувати своїми поведінкою, емоціями, мімікою та жестами тіла.

Історично склалося так, що невербальна комунікація зазвичай має особливе значення у повсякденному житті, оскільки вміння себе поводити у суспільному часопросторі – це важлива складова зрілої громадянськості будь-якої особи. На сьогодні політика розглядається не стільки з погляду вербальної комунікації, тобто вміння спілкуватися, мати ораторські здібності, а, мабуть, більше із позицій невербального спілкування, тобто обміну поведінкою, жестами, манерами, реакціями, діяльностями та контактною участю у творенні громадського довілля. Отож зміна комунікативних і соціальних процесів громадянськості, вплив інтернет-технологій стимулює процесний перебіг політичної поведінки, участі та діяльності самого політика як актора певного соціально-політичного театру.

Мета статті: аналіз політичного впливу комунікативно-емпіричного методу через інтроформаційну дію на думки та свідомість громадян.

Предметом дослідження є розкриття комунікативно-емпіричного методу політичних змагань засобами інтроформаційної взаємодії під час виборів чи у перебігу інших публічних процесів державотворення.

Аналіз останніх досліджень. Проблемами впливу політичної комунікації, вивченням комунікативної складової політичної дії на свідомість людини займалися такі науковці, як В. Бебик, Г. Почепцов, В. Шкляр, А. Москаленко, Ю. Ганжуров, М. Шрам, Г. Штрамайер та ін. На тлі високої значущості дієвої емпіричної комунікації в суспільстві доведено, що вона має різний, почасти амбівалентний і навіть полярний, вплив на громадянську свідомість і соціальну поведінку громадян, що залежить

як від зовнішніх факторів етнонаціонального повсякдення, у тому числі й успіхів та прорахунків державотворення, так і внутрішньоособистісних – ковітальних, емоційно-екзистенційних, інтелектуально-вольових, психодуховних.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політична комунікація висвітлює діяльність політиків та Президента через усі канали засобів масової комунікації (*далі* – ЗМК). Тому спостережно-прогнозованим та стратегічним завданням для політологів є створення такої “маски” чи “обкладинки”, яка б якомога ефективніше впливала на свідомість пересічного громадянина, тобто так заповонила його розум і почуття, щоб він повністю був підвладний тим чи іншим політичним інтересам. Метод “маски” [2] як приховування або замовчування окремої інформації у політиці діє сьогодні постійно.

Зазначимо, що політична комунікація охоплює декілька функцій, які використовуються у засобах ЗМК, передусім мовиться про інформаційну, інтроформаційну [13], виховну, психологічну, аналітичну, емоційну, силову, переконливу, спонукальну, вирішальну. Кожна з них має динамічний характер в існуванні та впливі, без яких неможливо перебувати в політикумі, а відтак і в контактуванні з громадськістю на різних рівнях дії – на свідомість і підсвідоме. На жаль, політичні зміни в Україні є невтішними, оскільки у людей з кожним роком погіршується ставлення до політики, рівень їхньої довіри до державної влади знижується, виникає пасивна неучасть все більшої кількості громадян у виборах і зневіра у покращенні життя в країні. Більше того, на сьогодні, українці розглядають верховну владу як недержавну, аполітичну, анархічну, яка не працює на благо держави і, тим паче, суспільства.

Розвиток каналів ЗМК розширює свій інформаційний діапазон, оскільки новий медіа-ресурс Інтернет дає менш заангажовану інформацію порівняно з іншими каналами (преса, радіо, телебачення), немає такого тиску з боку політичних діячів, тому інформація, що надходить в Інтернет є не завжди відшліфованою і підконтрольною. Новий канал-ресурс належить до сучасних новацій, оскільки забезпечує швидке отримання інформації (повідомлення) з різних куточків світу і в будь-який час. Нині політична комунікація набуває властивості не тільки як основа нового інформаційного середовища, а й як віртуального поля та міфологізації [4], що спонукає постання но-

вого типу взаємодії політикуму і громадянина – інтроформаційного.

У періоди трансформаційних процесів у політиці, державі і суспільстві в цілому змінюється політична ідеологія та комунікація, що реально діє на поведінку і свідомість громадян. З розвитком демократії політик вимушений постійно підтримувати комунікаційну взаємодію між владою і соціумом, щоб закарбуватись у пам’яті виборців. В різні історичні періоди українська еліта завжди цінувалась своїм духом і була певним еталоном освіченості, терпимості і стійкості, національної самосвідомості і патріотизму, діяльної і вчинкової причетності до долі українства. Тільки люди такої категорії здатні подбати про державу, зробити багато корисного та справедливого для сталого розвитку країни і добробуту народу. На жаль, у наш час політичні діяння та комунікація мають вигляд не стільки інформаційний і виховний, а переважно розважальний. Скажімо, у Верховній Раді часто відбуваються бійки і сварки між депутатами, що негативно впливає на громадянську свідомість загалом.

Звісно, що політика не може бути без емоційною й абсолютно прагматичною. Проте вона не має бути комедійною сценою, адже її головне завдання – плекати взірці мудрості, елітності, аристократичності, порядності.

Сутність політичної діяльності полягає не стільки в координуванні громадської думки, скільки в умінні вислухати суспільство й нести відповідальність за свої політичні рішення і вчинки. Діалог між владою і народом повинен постійно активізовуватись як інформаційно, так і інтроформаційно, тобто впливати на свідомість окремого громадянина. Політична гра – це така подача повідомлення, що захоплює увагу виборця завдяки його логічній та емоційній переконаності. Громадська думка настільки мінлива і нестабільна, що її справді треба підштовхнути до певних дій та акцій, стимулювати розвиток національної самосвідомості і самоповаги українців. Крім того, ефективними методами політичного впливу є символи (національний одяг, герб, прапор, емблеми тощо). “Символ є ідейною або ідейно-образною структурою, що засадниче містить предметність і зміст як неподільні частини одного цілого” [1]. Нарешті їх сукупність формує свідомість громадянина як певний ідейний образ українотворення.

Впливова дія політика в аспекті відкритої комунікації охоплює, як відомо, такі складові:

комунікатора, повідомлення, канал, комуніканта, реакцію, спостереження, анонімне опитування, анімацію, аналіз, стратегічне прогнозування, зворотний зв'язок. Ось чому масмедіа, подаючи політичну інформацію для споживачів, якраз використовує ці складові у різних жанрових контекстах, насамперед інформаційному, розважальному і трансформаційному [7; 8], а також інтроформаційному.

Перед виборами політики, щоб увійти в чинний політикум, вдаються до емпіричного (дослідницького) методу, який застосовувався ще за часів Стародавньої Греції древніми філософами Платоном, Сократом, Аристотелем. Це метод вибіркового, психологічно прихованого спостереження, що формовиявляється як експеримент, рольова гра, прогноз стану, ситуації чи її рефлексивна оцінка. Під час виборів здебільшого політики чи кандидати в депутати використовують емпіричний спосіб та комунікативні засоби вивчення громадської думки (*рис.*), що дає змогу з різною мірою продуктивності впливати на свідомість та поведінку виборців у режимі реального соціального часу. Перед виборами політик аналізує змістовлення громадської думки, соціальні потреби населення, настрої представників титульної нації та етнічних менших, і тільки після цього опрацьовує свою програму, її мету і завдання, вдається до впливових діянь за схемою: настановлення – інформування – переконання – спонукання до дії. Отож комунікативно-емпіричний метод дозволяє політичному діячу розробити стратегію певних програмних дій, вималювати ставлення сьогоденної людини до держави. Він також уможливорює маніпулювання громадською думкою в бажаному напрямку, адже пересічна особа не завжди здатна мислити індивідуально та самостійно, а частіше діє колективно, або за зовнішніми порадами. Фактично через віртуальний простір, а саме завдяки мріям людей, багато планів у форматі державотворення здійснюються. Мрії вкорінюються у свідомість громадян і згодом настає її уреальнення в низці подій чи речей [7].

Сьогодні публічні політики не стільки займаються політичною діяльністю, скільки борються за владу, не завжди долучаються до налагодження ділових продержавних відносин між суб'єктами та об'єктами політики. Тому не дивно, політичні інтриги викликають негативну реакцію громадян, котрі виходять на мітинги, виявляють елементи непокори. Воче-

видь могутність влади повинна відобразитися перш за все у мудрості правління [1].

Комунікаційний процес у сфері політики – це своєрідний інформаційний часопростір, що є невід'ємною складовою політичних відносин. За допомогою пропонованого тут методу можна скеровувати свідомість народного загалу в політично вигідному напрямку, не створюючи загрози для здоров'я і життя кожного. Будь-яка активізована інформація, як відомо, несе значення, котре за своєю природою має інтерпретаційний (тлумачний та смисловий) стиль тексту [11]. Для споживача інформації здебільшого залишається загадкою і певним кросвордом те, що становить справжню сутність виголошеного тексту. Саме це нині спостерігається у програмах політиків – переважання інтерпретованої інформації (повідомлення), що має приховане смислове наповнення із певним підтекстом.

Отже, найбільший ефект стосовно політичного маніпулювання українськими громадянами нині відбувається через апеляції до духовності, емоцій та почуттів, а також шляхом використання методів і засобів несилової інформаційної взаємодії.

ВИСНОВКИ

1. Новизна проведених досліджень полягає в тому, що: а) виявлено вплив комунікативно-емпіричного методу та засобів інтроформаційної взаємодії на суспільство та окремого громадянина, б) обґрунтовано важливі аспекти політичної діяльності окремого політика на свідомість людей через публічний комунікаційний процес, в) запропоновано модель-схему вищезазначеного методу, до якого вдаються політики перед виборами і г) проаналізована ефективність впливу прихованого спостереження за поведінкою людини та за формовиявами її свідомості.

2. Зважаючи на сучасний стан політикуму та численні емпіричні дані суспільного повсякдення, доведена висока ефективність впливу невербальної комунікації, що заснована на інтроформаційній взаємодії на пересічного громадянина. Збагачуючи афективно, інтелектуально та екзистенційно інформаційно-комунікаційний простір суспільного життя, вона вносить корекцію у політичні уявлення окремої людини, у тому числі реставрує та вибудовує своє бачення щодо перемоги того чи іншого претендента на владну посаду на виборах.

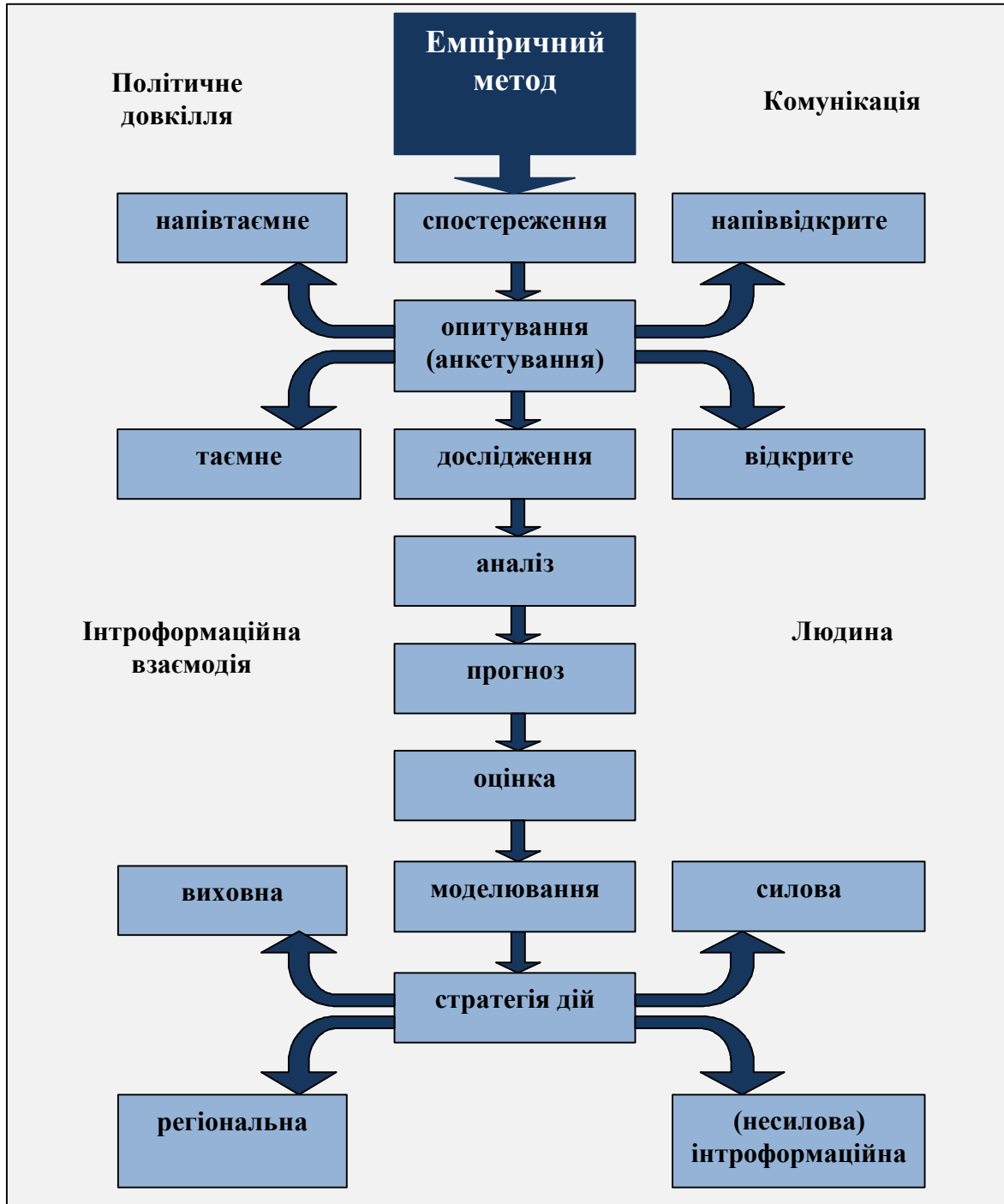


Рис.

Модель використання політиками перед виборами емпіричного методу у форматі ділової комунікативної взаємодії з виборцями

3. Сьогодні важливо, щоб політична інформація була не просто засобом піару, а характеризувалася аргументованою соціальною важливістю та відкритістю для людей. Лише за цієї умови можливе формування у громадян позитивного ставлення до політики, а це означає, що політики зможуть відновити їх довіру до себе.

1. Бебик В. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі: [навч.-метод. посіб.]/ В. Бебик, В. Бортніков, Л. Дегтерьова, А. Кудряченко; За заг. ред. В. Бебика. – К., 2006. – 248 с.

2. Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: [підручник] / В.Ф. Іванов, В.Є. Сердюк. – К.: Вища школа, 2006. – 231 с.

3. Ганжуров Ю. Політична комунікація: проблеми

структуризації / Ю. Ганжуров. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=24&c=299>

4. Кочубей Л. Особливості політичних комунікацій в умовах розвитку технологій інформаційного суспільства / Л. Кочубей. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1670/>

5. Лещенко В. Трансформація політичної системи та роль політичних еліт у розвитку суспільства / В. Лещенко [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1497/>

6. Москаленко В.В. Соціальна психологія: [Підручник] / В.В. Москаленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 624 с.

7. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіа комунікації / Г. Почепцов. – К.: Спадщина, 2012. – 464 с.

8. Почепцов Г.Г. Контроль над розумом [текст] / Г.Г. Почепцов. — К.: Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2012. — 350 с.

9. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За заг. ред. В.Ф. Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – 780 с.

10. Рубан Ю. Політична комунікація влади як інструмент формування національної ідентичності / Ю. Рубан [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://polit.ua/analitika/2011/02/14/ruban.html>

11. Серажим К.С. Текстознавство: [підручник] / К.С. Серажим. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2008. – 527 с.

12. Соціологія і психологія: [навч. посіб.] / За ред. Ю.Ф. Пачковського. – К.: Каравелла, 2009. – 760 с.

13. Тесля Ю.Н. Введение в информатику Природы: Монография / Ю. Н. Тесля. — К.: Маклаут, 2010. — 256 с.

14. Юрій М.Ф. Політологія: Навчальний посібник / М.Ф. Юрій. – К.: Дакор, КНТ, 2006. – 416 с.

АНОТАЦІЯ

Рак Ольга Юрївна.

Комунікативно-емпіричний метод політичної дії на свідомість громадян.

У статті аргументовано важливість комунікаційного процесу в політиці між її суб'єктами та об'єктами, а також доведена ефективність використання невербальної комунікації на психологічному рівні впливу на громадян та з урахування інтроформаційної взаємодії як методу спілкування і маневрування їхньою поведінкою. На засадах емпіричного методу розглядається вплив політичних діячів на свідомість особистості, психологічне спонукання та переконання її у прийнятті певних політичних рішень. Подана схема компонентів цього методу, що охоплює відповідний політичний часопростір та інтроформаційну взаємодію засобами комунікації, які застосовуються політиками у різний період виборчої кампанії на момент політичних змагань.

Ключові слова: політика, свідомість, громадянин, політична, вербальна та невербальна комунікації, емпіричний метод, комунікаційний процес, інтроформаційна взаємодія, державотворення.

АННОТАЦИЯ

Рак Ольга Юрьевна.

Коммуникативно-эмпирический метод политического действия на сознание граждан.

В статье аргументирована важность коммуникационного процесса в политике между её субъектами и объектами, а также доказана эффективность использования невербальной коммуникации на психологическом уровне воздействия на граждан и с учетом интроформационного взаимодействия как метода общения и маневрирования их поведением. На основе эмпирического метода рассматривается влияние политических деятелей на сознание личности, психологическое побуждение и убеждение в её принятии определённых политических решений. Представлена схема компонентов этого метода, учитывающего соответствующее политическое пространство и интроформационное взаимодействие средствами коммуникации, которые применяются политиками в разный период избирательной кампании на момент политической борьбы.

Ключевые слова: политика, сознание, гражданин, политическая, вербальная и невербальная коммуникации, эмпирический метод, коммуникационный процесс, интроформационное взаимодействие, государствозидание.

ANNOTATION

Rak Olga.

Communicative-Empirical Method of Political Action on the Consciousness of Citizens .

In the article the importance of communicative process in politics between its subjects and objects has been substantiated; the efficiency of non-verbal communication on the psychological level of influence on citizens and considering informative interaction as a means of communication and maneuvering their behavior, has been verified. The influence of politicians on the consciousness of a personality, psychological motivation and persuasion in making some political decisions, has been empirically considered. The scheme of the components of this method, which covers corresponding political time-space and information interaction by means of communication, used by politicians at elections, has been provided.

Key words: politics, consciousness, citizen, political, verbal and non-verbal communication, empirical method, communicative process, informative interaction, state-creation.

Надійшла до редакції 18.03.2013.