

КОМУНІКАТИВНА МОДЕЛЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Дослідження політичної культури нації вимагає вироблення підходів, які б дали можливість виявити нові аспекти цього складного явища, поглибити наявні знання та включити їх у більш масштабні моделі соціуму – політичну систему нації та національний організм у цілому. Серед підходів, що тривалий час практикуються в дослідженні політичної культури в Україні, таких як діяльнісний, аксіологічний, орієнтаційний, семіотичний, системний, історичний тощо (праці В. Бебика, Є. Головахи, Ф. Головатого, Л. Нагорної, В. Ребкала, П. Саса, О. Стегнія та ін.) – перспективним видається комунікативний, який може поєднати ці методики в пізнавальному процесі та бути основою дослідження політичної сфери як на індивідуальному, так і соціетальному рівнях. Теоретичне обґрунтування використання комунікативного підходу до дослідження політичних процесів здійснили К. Дойч, Г. Лассуел, Ю. Хабермас, М. Грачов, Г. Почепцов та ін.

Як відомо, фундатори класичної теорії політичної культури запропонували орієнтаційну (суб'єкт-об'єктну) модель її трактування. “Ми, – зауважували Г. Алмонд і С. Верба, – говоримо про політичну культуру так само, як могли би говорити про економічну культуру чи релігійну культуру. Це сукупність орієнтацій відносно певної сукупності соціальних об'єктів і процесів” [1, с. 373]. Хоч індивідуалістичний підхід до аналізу національної політичної культури переважав у американській політології, серед науковців було розуміння того, що політична культура – це сукупність не лише особистісних, а й “колективних орієнтацій народу” [7, р. 4].

У літературі існує ряд підходів до визначення основних об'єктів політичних орієнтацій. Г. Алмонд і С. Верба у праці “Громадянська культура. Політичні установки і демократії п'яти націй” (1963), визначили такі об'єкти політичних орієнтацій: а) політична система країни; б) об'єкти “на вході”

політичної системи; в) “об’єкти” на виході політичної системи; г) відношення особи до себе як учасника політичного процесу [1, с. 374]. В оновленому виданні цієї праці (1980) автори визнали за доцільне визначити дещо інші макрооб’єкти політичних орієнтацій: а) політичну систему; б) політичний процес; в) політичне управління [6]. У. Розенбаум, досліджуючи політичну культуру, аналізував орієнтації, спрямовані на інститути державного управління, на “інших” в політичній системі та власну політичну діяльність громадян [7, р. 6–9].

Використання орієнтаційної моделі політико-культурного процесу, з одного боку, дало можливість однозначно визначати не лише змістові, а й кількісні параметри політичної культури, а з іншого – породило ряд проблем. Основна з них полягала в тому, що вибір об’єктів політичних орієнтацій носив у значній мірі суб’єктивний характер, що, зокрема, утруднювало порівняльний аналіз політичної культури за результатами досліджень. Крім того, орієнтаційний підхід не передбачав виявлення об’єктивно існуючих складових політичної культури – політичних символів, традицій, моделей поведінки, політико-культурних інститутів тощо. Виникало запитання також щодо трактування політико-культурних процесів лише як суб’єкт-об’єктних – вплив суб’єктивного чинника на спосіб поведінки та мислення політичних акторів.

Мета статті – розкрити теоретико-методологічний потенціал комунікативного підходу до дослідження національної політичної культури та виробити на його засадах теоретичну модель, яка дозволить вийти на новий рівень дослідження політичної культури нації.

Підставою для використання комунікативного підходу до аналізу політичної культури нації є той факт, що культура, її елементи формуються в процесі спільної діяльності, спілкування та взаємодії людей в рамках певної спільноти. У культурі закріплюються найбільш типові й ефективні зразки такої комунікації. З іншого боку, функціонування культури можливе лише в процесі взаємодії членів соціуму. З цієї точки зору комунікація – один із важливих способів буття культури, виконання нею соціального призначення.

“... Культура комунікує зразками (patterns)”, – зазначав К. Дойч [2, с. 552]. Без комунікації неможлива також трансформація культури, її розвиток, адже саме в процесі спілкування відбувається “природний відбір” актуальних ідей, способів і форм життєдіяльності. І, на кінець, саме завдяки комунікативним зв’язкам формується і підтримується цілісність культури, її системність.

Використовуючи базові ідеї теорії комунікації, відомий американський політолог Карл Дойч розробив комунікативну теорію нації, суть якої в тому, що в модерну (індустріальну) епоху відбувається істотне зростання комунікативних можливостей суспільства, а це призводить до становлення національних культур, які володіють ознакою комплементарності (здатністю елементів культури доповнювати і замінювати один одного) [2].

Враховуючи сказане стосовно комунікативних засад культури та природи нації, національну політичну культуру можна моделювати як комунікативний процес. При цьому слід мати на увазі, що політична комунікація має дві складові. На первинному рівні відбувається політико-культурна комунікація – передача і засвоєння культурної інформації, яка зосереджена в політичних артефактах. На цій основі формується і транслюється актуальна на даний момент інформація, яка зумовлює практичну поведінку та дію політичних акторів. Базова (політико-культурна) комунікація відносно актуальної відіграє роль передумови зацікавленого ставлення адресата до отриманої інформації, актуалізації ним набутого досвіду, вмінь і навичок. Вона також виконує роль бар’єра на шляху поширення інформації, яка не відповідає інтересам соціуму. Щоб глибше усвідомити сказане, проаналізуємо структуру та функції комунікативного процесу.

Комунікацію здебільшого визначають як процес, через який певна ідея передається від джерела до адресата з метою впливу на спосіб мислення та поведінки останнього. Отже йдеться про чотири елементи моделі комунікації: джерело повідомлення; інформація, що передається; споживач інформації; комунікативний ефект. При розгляді політико-культурної комунікації, відповідними складовими є 1) нація, її еліта, народні маси як творці політичної

культури; 2) елементи культури (знання, цінності, норми, традиції тощо) у яких зосереджена життєво-важлива інформація про досвід народу, його ідеали; 3) трансляція політичної культури в соціум; 4) вплив політичної культури на свідомість та поведінку національної спільноти, функціонування її політичної системи. Формування комунікативності політичного простору, як зазначав Ю. Хабермас, – «сприяє пошукам індивідуальної та колективної ідентичності, підтримує відродження прихованих можливостей самовираження та спілкування» [5, с. 48].

Існують і більш розлогі моделі комунікативного процесу. Так, Дж. В. Ньюстром і К. Девіс виділяють у ньому вісім елементів, пов'язаних з рухом інформації – народження ідеї, її кодування, передача через певні канали адресату, отримання повідомлення, його декодування, сприйняття, реагування і зворотний зв'язок [3, с. 54–55]. Вчені звертають особливу увагу на три останні етапи комунікативного процесу. Після того, як отримувач інформації декодував повідомлення (у нашому випадку – розкрив для себе зміст елементів культури: цінностей, ідеї, норм, символів, міфів тощо), він може прийняти чи відкинути його. На процес сприйняття політико-культурної інформації впливатимуть такі чинники як авторитет комунікатора, відповідність культурної інформації цінностям та інтересам адресата, характерні для регіону традиції, ментальні риси тощо.

Наступний крок комунікації – використання інформації – є вирішальним і залежить, перш за все, від адресата. Навіть тоді, коли той сприйняв повідомлення, культурна настанова може бути не реалізована. Нині серед громадян чимало осіб, що здобули освіту, володіють знаннями, зокрема, про народні традиції та конституційні права, але не користуються ними в практичному житті. Основними причинами найчастіше є національний нігілізм, політична апатія, скрута у житті тощо.

Зворотній зв'язок – це реакція на повідомлення. Вона замикає комунікативний контур, стаючи передумовою нового інформаційного циклу. Слід зауважити, що повноцінна демократична політична комунікація має

діалоговий, а не односпрямований характер. Саме двостороння (суб'єкт-суб'єктна) комунікація є необхідною умовою прийняття рішень елітою та суспільними інститутами задля створення умов, необхідних для належної політичної соціалізації населення, підвищення рівня національної свідомості, патріотизму тощо.

Розробляючи комунікативну теорію нації, К. Дойч особливу увагу звернув на таку ознаку комунікативного процесу як комплементарність. “Спільнота – зазначав він, – яка уможливорює, щоб спільна історія вела до нагромадження спільного досвіду, є спільнотою взаємодоповнювальних (complementary) комунікативних звичок і засобів” [2, с. 556]. Саме ознака комплементарності засвідчує, що йдеться про народ як спільноту, а успішний “тест на комплементарність дозволяє судити про комунікативну ефективність будь-якого комунікативного обладнання”. Швейцарці, зазначає К. Дойч, можуть говорити чотирма мовами і діяти в той же час як один народ, оскільки кожен з них має достатньо засвоєних звичок, уподобань, символів, спогадів та особистих асоціацій, що, взяті разом, дозволяють швейцарцю успішніше спілкуватись саме із швейцарцем, аніж з людиною, яка говорить тією ж самою мовою, але належить до іншого народу. Народи, робить висновок учений, “тримаються разом “із середини” цією комунікативною ефективністю, комплементарністю комунікативних засобів” [2, с. 557]. Етнічна комплементарність ширша за обсягом її дії від класової чи професійної, але “національності перетворюються у нації, коли отримують реальну силу для підтримки своїх прагнень”, якою є національна держава. Апарат примусу, вважає К. Дойч, має бути “сильним настільки, щоб пошанування команд з достатньою ймовірністю почало сприяти поширенню звичок добровільного їх виконання” [2, с. 564]. Останнє означає утвердження національної політичної культури, яка стає основою політичної комунікації та єднання членів спільноти.

Сказане про комунікативний процес, комунікативну концепцію нації та комунікативні ознаки культури, дозволяє сконструювати комунікативну модель національної політичної культури (рис 1).

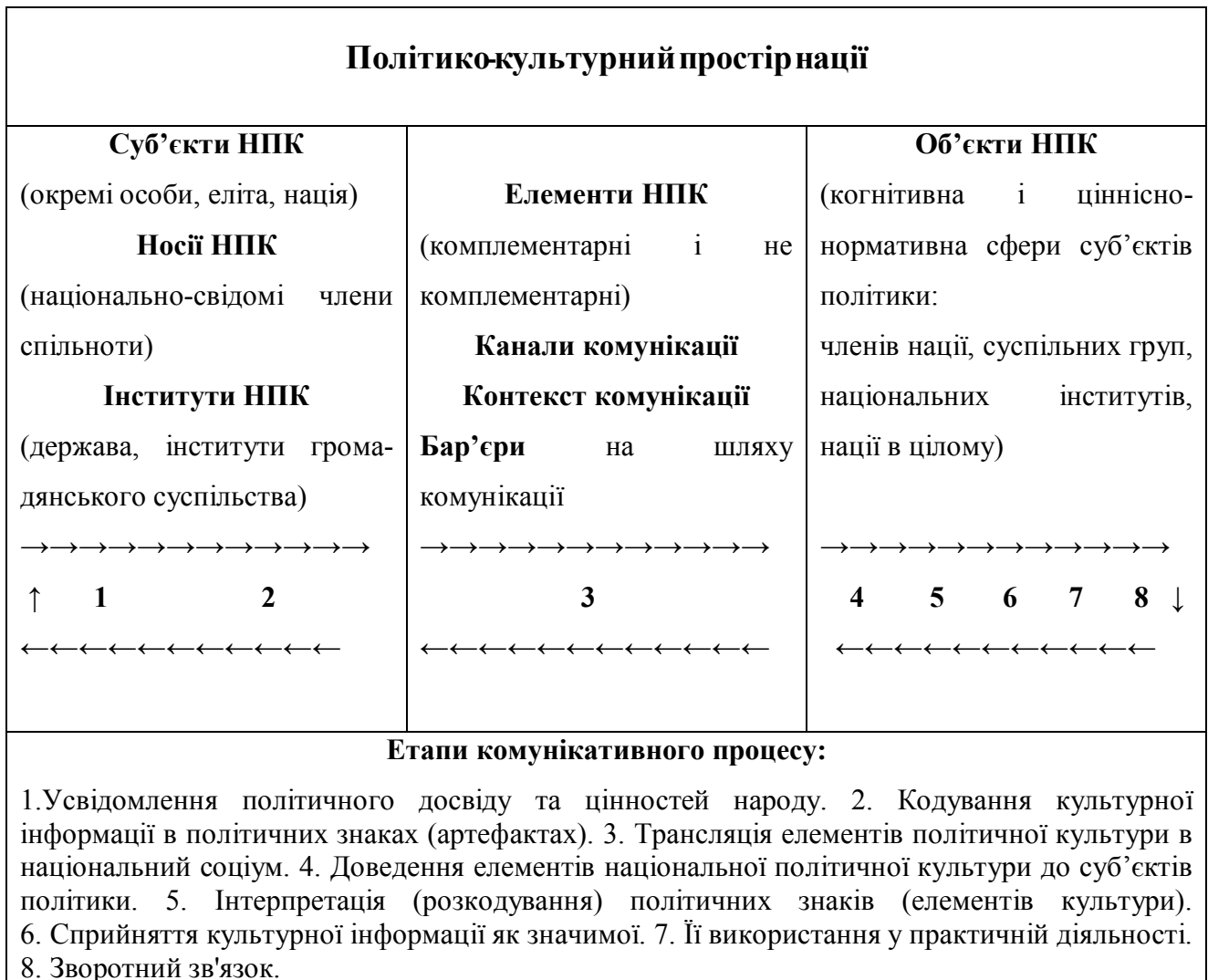


Рис. 1. Комунікативна модель національної політичної культури (НПК)

У ролі *відправника культурної інформації* виступають творці національної культури: національна еліта, народні маси, суспільно-політичні інститути. *Формування культурно-значимої політичної інформації* – це тривалий процес усвідомлення народом своїх життєвих потреб та інтересів і формування необхідних смислів у формі знань, цінностей і регуляторів. Вони мають бути закодовані і накладені на певні матеріальні носії (перший і другий крок політико-культурного комунікативного процесу). Третій крок – *трансляція політичного досвіду, ідей, ідеалів, принципів* життєдіяльності народним масам, чиновництву, політикуму в цілому. Для цього комунікатор –

суб'єкт політичної культури, використовуючи політичні інститути – партії, державні органи, заклади освіти, засоби масової інформації тощо – формує *канали комунікації*, які покликані донести політичну культуру (політико-культурну інформацію) до членів нації, які мають потребу у використанні історичного досвіду, традицій, ідеалів, норм у практичній діяльності. Основними каналами комунікації в політико-культурній сфері виступають неформальні контакти представників еліти, членів нації між собою; державні органи, громадсько-політичні організації; система масової комунікації; комунікативні ситуації: виборчі кампанії, референдуми, інші масові заходи. Каналам поширення політико-культурної інформації, на наш погляд, приділяється мало уваги в науковій літературі, тоді як їхнє ефективне функціонування значною мірою визначає дієвість політичної культури. Відомо, що ворожі сили, не маючи змоги швидко заблокувати характерний для поневоленого народу політико-культурний процес, “витравити” із свідомості його цінності та історичний досвід, завжди вдавались до руйнації саме матеріальних носіїв та каналів поширення національної культури.

Трансляція політико-культурних елементів у соціум формує у ньому *політико-культурне поле* – середовище з якого суб'єкти політичної діяльності черпають культурні цінності, озброюються ними для успішної реалізації цілей і завдань. Серед сукупності соціетальних елементів національної політичної культури особливе значення мають *комплементарні складові*, які відповідають потребам та інтересам нації, взаємно доповнюють і можуть замінювати один одного в політичних процесах.

Ефективному функціонуванню каналів політико-культурної комунікації можуть перешкоджати спонтанні чи навмисно сформовані *бар'єри* – міфи та стереотипи минулих епох, ворожа пропаганда, інформаційна блокада тощо. Чимале значення для ефективної культурної комунікації має соціально-економічний, політичний, ідеологічний та морально-психологічний *контекст* формування та функціонування національної політичної культури.

У ролі *об'єкта* політико-культурної комунікації виступає когнітивна та ціннісно-нормативна сфери суб'єктів національної політики. Сприймавши політико-культурну інформацію, член спільноти формує чи корегує свою ціннісну систему, засвоює зосереджений в ідеологемах, міфах, символах, ідеалах сенс, що визначатиме його політичні орієнтації та практичні дії.

Слід розмежовувати поняття “*суб'єкт*”, “*носій*” та “*інститут національної політичної культури*”. Перший стосується творця культурних цінностей, який здійснює конструювання та відбір ефективних політичних ідей і засобів діяльності. *Носії політичної культури* – члени національної громади, які знайомі з політичними традиціями й цінностями і передають їх із покоління до покоління. В їхнє коло входить національна еліта та національно-свідомі рядові громадяни країни. У широкому сенсі “носій політичної культури” – це вся політична реальність (явища і процеси політичного життя), в яких зосереджена культурна інформація і з яких вона “зчитується” політичними акторами. *Політико-культурні інститути* – відносно стійкі утворення формального та неформального характеру, які акумулюють політичну культуру, забезпечують її трансляцію у політичне середовище та здійснюють *політичну соціалізацію* населення. Саме на них лежить відповідальність за збереження досвіду і традицій народу, формування ефективних каналів політичної комунікації, захист *політико-культурного простору* від проникнення чужих цінностей та ідеалів. Таку місію реалізує, насамперед, національна держава, а також політичні партії, громадські організації, а то, як свідчить історія України, і релігійно-освітні братства, добровільні військові формування – Запорозька Січ, Українська Повстанська Армія тощо.

Політико-культурна комунікація володіє, на наш погляд, ознаками основних видів комунікації: комунікації як спілкування у якому відбувається рівноправна суб'єкт-суб'єктна взаємодія; суб'єкт-об'єктне відношення, властиве комунікативній діяльності у формі управління (у ньому комунікатор розглядає реципієнта як об'єкт комунікативного впливу та засіб досягнення цілей); як об'єкт-суб'єктне відношення, властиве комунікативній діяльності у

формі наслідування (реципієнт обирає комунікатора у якості зразка для наслідування, а останній може й не усвідомлювати своєї участі в комунікації) [4, с. 77]. Взаємодія на основі політико-культурних елементів – це і зацікавлений обмін культурними цінностями між членами нації, і цілеспрямований вплив творців культури та органів влади на народ з метою формування певного типу політичної культури, і творче наслідування світоглядних рис і поведінки національних героїв, авторитетних політиків та громадських діячів. У більшості випадків суб'єкт політичної культури не адресує політико-культурну інформацію конкретним суб'єктам і не вимагає реакції на неї певним чином. Суб'єкти політичної діяльності свідомо і добровільно вибирають із політико-культурного поля потрібні зразки, чи діють, керуючись самостійно сформованими настановами.

Підводячи підсумок, зазначимо, що, по-перше, комунікативний підхід до моделювання й аналізу національної політичної культури дозволяє глибше проникнути в структуру політико-культурної системи нації, виявити ряд важливих елементів на які мало уваги звертається в науковій літературі (політико-культурні інститути, канали культурної комунікації, бар'єри на її шляху тощо), виявити особливості політико-культурної комунікації, її роль у політичному процесі.

По-друге, комунікативна модель національної політичної культури органічно вписується у комунікативну теорію нації. Особливе пізнавальне та практичне значення має ідея комплементарності комунікативних засобів. Національна політична культура, її елементи як важливі засоби соціальної комунікації, мають володіти властивостями взаємної доповнювальності, що, з одного боку, є необхідною умовою нагромадження політичного досвіду, з іншого – примножує комунікативну ефективність, без якої неможлива національна єдність. Зважаючи на сучасний стан українського соціуму, його несконсолідованість, можна зробити висновок, що політична культура, яка властива українській державі, не володіє достатньою комплементарністю і тому сповна не виконує свого соціального призначення. Держава, політичні

інституції мають розробити і втілити в життя ефективну програму політичної соціалізації населення, створивши умови для політико-культурної творчості мас в умовах демократії та верховенства права.

Подальше дослідження національної політичної культури в руслі комунікативного підходу має зосередитись на з'ясуванні особливостей та ролі суб'єктів, носіїв та інститутів політичної культури нації, всебічному аналізі комплементарних елементів політичної культури, характеристиці каналів і засобів політико-культурної комунікації, умов їх ефективного функціонування.

1. Алмонд Г., Верба С. Громадянська культура. Політичні установки і демократії п'яти націй // Політологія. Навчально-методичний комплекс: Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С.372–375.
2. Дойч К. Народи, нації та комунікація // Націоналізм. Антологія / Упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. – К.: Смолоскип, 2000. – С. 546–566.
3. Ньюстром Дж. В., Девис К. Организационное поведение / Пер. с англ. Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Изд-во “Питер”, 2000. – 448 с.
4. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация. Учебн. пособие. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2006. – 288 с.
5. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность / Пер. с нем. А. В. Михайлова, В. И. Кононова. – М.: Наука, 1989. – 423 с.
6. Almond G., Verba S. The civic culture revised: An analytic study – Boston; Toronto: Little, Broun. – 1980. – IX, 421 p.
7. Rosenbaum W. A. Political culture: Basic concept in political science. – N. Y.: Praegar pulb., 1975. – 182 p.

SUMMARY



Expediency of use of a communicative approach to study of a national political culture is substantiated; a theoretical model of a political and cultural process is elaborated on its base. It is shown that the communicative methodology helps to

comprehend a structure of a political culture in a modern way, to attract attention to its insufficient components, to organically combine a theory of a political culture with a communicative theory of a nation.

71	Комунікативна модель національної політичної культури	Стаття	Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Політологія. Соціологія. Філософія. – 2010. – Вип. 14. – С. 49–53.
----	---	--------	--

Опубліковано: Рудакевич О. М. Комунікативна модель національної політичної культури / О. М Рудакевич // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Політологія. Соціологія. Філософія. – 2010. – Вип. 14. – С. 49–53.