

ТЕОРЕТИЧНА РЕФЛЕКСІЯ СЕМІОТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ

Мета дослідження. У статті досліджуються можливості концепцій комунікації та інформаційного суспільства як методологічної основи дослідження політичних процесів у соціокультурному аспекті. **Методологія.** Історико-логічний і системний методи аналізу використовуються для уточнення гіпотези про те, що глобальний інформаційний простір, в умовах послаблення внутрішнього та зовнішнього процесу, формується під впливом, та за рахунок, об'єктів трансграничних комунікацій. **Наукова новизна.** Висувається гіпотеза про те, що: (1) в умовах послаблення внутрішнього та зовнішньополітичного процесу за рахунок росту об'єктів трансграничних комунікацій відбувається формування глобального інформаційного простору; (2) однак це не веде до нівелювання національного суверенітету; (3) очевидно, що ця тенденція трансформується згідно своїх правил. Для покращення дослідницьких практик пропонується синтез із теорій Д. Белла, Е. Тоффлера, М. Кастельса та парадигми семіотичної політичної комунікації. **Висновки.** Вплив комунікаційних технологій (1) обмежує вибір інструментів боротьби між елітними групами; (2) скорочує можливості політичної еліти в маніпулюванні; (3) проблематизує ефективність традиційних демократій в досягненні бажаних сценаріїв реформування; (4) перетворює політичний процес практично в безперервну виборчу кампанію; (5) підвищує роль представницьких органів, що сприяє рекламі владних ініціатив, спрямованих на підвищення рівня професійної компетентності еліти.

Ключові слова: політична комунікація, інформаційне суспільство, семіотика політичної комунікації

Немеш Анна Николаевна, ассистент кафедры международных отношений Киевского национального университета культуры и искусства

Теоретическая рефлексия семиотической коммуникации: социокультурный аспект

Цель исследования. В статье исследуются возможности концепций коммуникации и информационного общества как методологической основы исследования политических процессов в социокультурном аспекте. **Методология.** Историко-логический и системный методы анализа используются для уточнения гипотезы о том, что глобальное информационное пространство, в условиях ослабления внутреннего и внешнего процесса, формируется под влиянием, и за счет, объектов трансграничных коммуникаций. **Научная новизна.** Выдвигается гипотеза о том, что: (1) в условиях ослабления внутреннего и внешнеполитического процесса за счет роста объектов трансграничных коммуникаций происходит формирование глобального информационного пространства; (2) однако это не ведет к нивелированию национального суверенитета; (3) очевидно, что эта тенденция трансформируется согласно своим правилам. Для улучшения исследовательских практик предлагается синтез с теорий Д. Белла, Э. Тоффлера, М. Кастельса и парадигмы семиотической политической коммуникации. **Выводы.** Влияние коммуникационных технологий (1) ограничивает выбор инструментов борьбы между элитными группами; (2) сокращает возможности политической элиты в манипулировании; (3) проблематизирует эффективность традиционных демократий в достижении желаемых сценариев реформирования; (4) превращает политический процесс практически в непрерывную избирательную кампанию; (5) повышает роль представительных органов, способствует рекламе властных инициатив, направленных на повышение уровня профессиональной компетентности элиты.

Ключевые слова: политическая коммуникация, информационное общество, семиотика политической коммуникации

Nemesh Anna, International relations Department Assistant Kyiv National University of Culture and Arts

Theoretical reflexion of semiotic communication: socio-cultural aspects

Purpose of the article. The article explores the possibilities of the concepts of communication and information society as a methodological basis for the study of political processes in socio-cultural aspects. **Methodology.** Historical-logical, systemic, and scenario analysis methods are used to clarify the hypothesis that the global information space, in the context of weakening the internal and external process, is formed under the influence and at the expense of objects of transboundary communications. **Scientific Novelty.** The hypothesis is that: (1) in the conditions of weakening of the domestic and foreign political process, due to the growth of objects of transboundary communications, the formation of a global information space takes place; (2) However, this does not lead to the leveling of national sovereignty; (3) it is obvious that this tendency is transformed according to its rules. To improve research, synthesis from the theories of D. Bella, E. Toffler, M. Castells and the paradigm of semiotic political communication is proposed. **Conclusions.** The influence of communication technologies (1) restricts the choice of struggle tools between elite groups; (2) reduces the chances of a political elite in manipulating; (3) problematizes the effectiveness of traditional democracies in achieving the desired reform scenarios; (4) transforms the political process into virtually continuous electoral campaign; (5) increases the role of representative bodies, which promotes the promotion of government initiatives aimed at raising the level of professional competence of the elite.

Key words: political communication, information society, semiotics of political communication

Актуальність теми. У статті досліджуються можливості концепцій комунікації та інформаційного суспільства як методологічної основи дослідження політичних процесів в соціокультурному аспекті. Висувається гіпотеза про те, що: (1) в умовах послаблення внутрішнього та зовнішньополітичного процесу за рахунок росту об'єктів трансграничних комунікацій відбувається формування глобального інформаційного простору; (2) однак це не веде до нівелювання національного суверенітету; (3) очевидно, що ця тенденція

трансформується згідно своїх правил. Для покращення дослідницьких практик пропонується синтез із теорій Д.Белла, Е. Тоффлера, М. Кастельса та парадигми семіотичної політичної комунікації.

Аналіз досліджень і публікацій. У нашому дослідженні особливо корисною виявилася концепція вченого Науменко Т. В. [13], який розглядає теорію інформаційного суспільства як методологічну основу політичного дослідження сучасності. Такий підхід дає можливість зробити синтез з теорій Д. Белла (Bell D.) [20], Е. Тоффлера [16], М. Кастельса [21-22] з парадигмою семіотичної політичної комунікації. Д. Белл [20] назвав постіндустріальне суспільство меритократією. В такому соціумі суспільно-значущі позиції, привілеї залежать від рівня освіти та поінформованості особи. Таким чином, меритократія створює нову логіку стратифікації суспільства та інформовану еліту. В свій час Е. Тоффлер розвиваючи ідеї постіндустріального та інформаційного суспільства, описав суспільний розвиток як низку змінюваних хвиль модернізації. В «Третій хвилі» він дає картину зародження нової цивілізації. На зміну індустріальному суспільству – Другій хвилі, приходять новий процес, центральне місце в якому займає інформація, що змушує людей звернути увагу на нематеріальні форми власності. Підсилюється роль ЗМІ. Під час Третьої хвилі виникає явище, яке Тоффлер називає «демасифікацією мас-медіа», тобто сегментація аудиторії, в результаті якої люди більше не отримують готової моделі знань і змушені самостійно пізнавати процеси, що свідчить про зростання ролі індивідуальності [16]. М. Кастельс помічає в цьому контексті тенденцію зростання процесів організації домінуючих функцій за принципом мереж. Він зазначає, що поряд з такими важливими елементами, як знання та інформація, специфічним способом розвитку суспільства стає комунікація з приводу обміну знаннями. Інформація завжди мала велике значення в житті суспільства, проте тільки в нових умовах сама стала і продуктом виробництва, і засобом виробництва в глобальних масштабах та мережах. Реорганізація виробничих відносин, відносин влади і досвіду в мережевій комунікації стимулює появу нового суспільства.

Ряд дослідників сферу політичної комунікації описують в наративах класичних образів фізіократичного підходу. Так, представник французької політико-соціологічної школи Ж.-М.Коттре (Cotteret J.-M.) [23, С. 9, 112], порівнює її з кровообігом соціального організму, а відомий німецький соціолог ХХ ст. К. Дейч (Deutsch Karl W) з «нервовою системою державного управління», що зумовлює політичну поведінку. Карл Дойч ставить політичну комунікацію в центрі усієї політології та трактує її, як великі комунікаційні мережі [25]. У нього функціональна єдність дії технічних, біологічних та соціальних керуючих систем виражається в універсальному характері зворотного зв'язку – принцип, суть якого полягає в тому, що кожний наступний вплив на керований об'єкт визначається на підставі відомостей про результати попереднього впливу – стосовно до класу явищ, які відносяться до окремих видів цілеспрямованої діяльності, об'єднаний загальним поняттям «комунікація». При цьому управління, як і в кібернетиці, розглядається як окремий випадок комунікації. Таким чином К.Дойч вводить в науковий обіг теорію політичної кібернетики, в якій політика рефлексується як комунікаційний процес координації зусиль людей по досягненню поставлених цілей, який реалізується за схемою кібернетичного саморегулювання. Ключова роль у цьому процесі належить зворотному зв'язку: потік відомостей про досягнутий стан системи і наслідки діяльності влади, що надходить в центр прийняття політичних рішень, дозволяє скласти уявлення про те, наскільки близько підійшла система до своїх цілей, і як їй слід змінити свою поведінку, щоб досягти максимального наближення до них. Різниця між заданим і фактично досягнутим станом системи з урахуванням відомостей про характер самої системи, її ресурсах, опір середовища. Така інформація використовується для вибору нового керуючого впливу [25].

Проте, для поглиблення дослідження цих поглядів, необхідно зробити уточнення про те, що сам термін «кібернетика» був запропонований Н. Вінером [3] як неологізм для позначення нової області знання, яке виникло на стику технічних, біологічних та соціальних дисциплін. Однак треба мати на увазі, що цей термін вже використовувався в історії науки, причому саме в соціально-політичному значенні. Він зустрічається в текстах Платона, де позначає «мистецтво управління кораблем», «мистецтво керманича», а в переносному сенсі – «мистецтво управління людьми». У першій половині ХІХ ст. французький вчений-фізик А.-М. Ампер, який займався проблемою класифікації наукового знання, запропонував назвати «кібернетикою» (cybernetique) науку про управління державою. У класифікації Ампера «кібернетика», «етнодіцея» (наука про права народів), дипломатія та «теорія влади» віднесли до політичних наук, причому «кібернетика» і «теорія влади» становили «політику у власному розумінні слова» [1]. Тобто концептуалізація Д. Істоном (Easton D. A.) політичної комунікації через основний атрибут політики, а саме влади [27], також не є новим. Кібернетична модель Д.Істона була доповнена інструментальними моделями Г. Алмонда [17] та ідеями Дж. Коулман (Coleman J.) про відповідність між окремими категоріями системно-кібернетичного аналізу і термінами, що традиційно використовуються в політичній та правовій науці. В їх працях були розроблені функції на «вході» політичної системи суспільства (політична соціалізація і рекрутування, артикуляція та агрегація інтересів, політична комунікація) та на «виході» (прийняття правил і законів, їх застосування і контроль).

У 1995 році американський дослідник Ніколас Негропonte (Negroponte N.) використав метафору про перехід від обробки атомів, які складали матеріальні речовини, котрі обробляли біти, що складали

матеріальні програмні коди. Н. Негропонтє говорив, що матеріальні речовини, розглянуті у вигляді сировини і продуктів, мають свої недоліки, такі як: фізична вага продукції, необхідності в ресурсах для її виробництва, у використанні площі для її зберігання, логічних висновків і проблем, пов'язаних з транспортом. Переваги цифрової економіки як «нового» виду економіки, так й інформації про неї, а саме: відсутності фізичного характеру виробництва, зайнятого інформаційним об'єктом, більш низькими затратами ресурсів на виробництво електронних товарів, а також стрімке глобальне переміщення товарів через мережу. Як представника ранньої риторики про мережеве суспільство у Н. Негропонтє було презирливе ставлення до ЗМІ. В книзі «Бути цифровим» він передбачав знищення ЗМІ в змаганні нових «медіа-баронів» мережевого суспільства та вже відомих централізованих імперій [38, 54, 59]. Проте, будь-яка технологія, будь-який засіб масової інформації на певному рівні історії є чимось новим для суспільного відродження, що вимагає особливих навичок і умінь в обробці лише певний час, потім вони стають частиною культури. Для підтвердження цієї тези звернемося до досвіду Фінляндії. Універсальний доступ до новітніх інформаційних технологій і доступ до офіційної інформації в електронному вигляді, який ми спостерігаємо в фінському варіанті, показує, що Інтернет в даний момент став звичним інструментом ЗМІ. Політичний актор в Інтернеті може бути одночасно координатором, інформатором і навіть провайдером інформаційного контенту. Досвід створення гармонічного інформаційного суспільства у Фінляндії свідчить про можливість знайти баланс інтересів держави, нації, суспільства, приватного бізнесу та особистості. Еліта Суомі створює необхідні умови для розвитку досліджень та освіти як основи інформаційного суспільства. Для переходу до нового рівня розвитку необхідні як високі стандарти загального рівня освіти, так і значний обсяг спеціальних знань, аналізу основних тенденцій історичного, соціально-політичного та соціально-культурного розвитку.

Н. Негропонтє не передбачив можливість поєднання різних технологій інформаційного суспільства. Проте, якщо в кінці 1990-х рр. «Time Warner» була в списку транснаціональних корпорацій, то і нині вона є домінантом на світовому інформаційному ринку. У складі цієї гігантської корпорації з'явилися кабельні мережі розважального ТВ. Нині «Time Warner» випускає ряд високопродуктивних друкованих видань (всього близько 30 великих журнальних видань), книг-бестселерів, створює і підтримує в Інтернеті ряд популярних сайтів з електронними версіями, телевізійні мережі HBO, CNN, TBS, TNT, Cartoon Network, кінокомпанії, комп'ютерно-комунікаційні структури («CompuServe», «Netscape»).

Одразу необхідно зауважити, що огляд доступного дискурсу свідчить, що в політичній теорії не дано точного визначення поняття «політична комунікація». Такому факту навіть віднайдено причину. Так, німецькі дослідники П. Донгес (Patrick Donges) та О. Яррен (Jarren Otfried) вважають, що причиною цього можуть бути складові елементи поняття політична комунікація, тобто – політика і комунікація, що вже стали самодостатніми поняттями і не потребують розширення або звуження свого сенсу [30-31]. Отже центральним механізмом у формулюванні, поєднанні, створенні та реалізації рішення стає комунікація, яка стала не тільки частиною політики, а самою політикою [30-31].

Початком вивчення політичної комунікації вважають дослідження пропаганди у період Першої світової війни. Початком комплексних досліджень політичної комунікації можна вважати ідеї та праці Г. Лассуелла [33-34] 20-х-40-х років ХХ ст. Фундаментальні роботи у цій сфері, так само як і сам термін «політична комунікація», з'явився в кінці 40-х років – на початку 50-х років. Дослідник Грачов М.Н. свідчить, що відокремлення дослідження політичної комунікації у самостійний напрям, на межі соціологічних та політичних наук, було викликано демократизацією політичних режимів у другій половині ХХ ст., а також розвитком кібернетичної теорії, виникненням і збільшенням ролі нових комунікаційних систем та технологій. Звісно це пов'язано і з використанням формалізованих методів системного аналізу, яке відбувається у 50-ті-60-ті роки – у період становлення загальної теорії систем як міждисциплінарної логіко-методологічної концепції дослідження складно-сконструйованих об'єктів різної природи, а також стрімким розвитком кібернетики – області знань, що вивчає найбільш загальні закономірності процесів інформаційного обміну та управління в різноманітних системах [4-10]. «Політику неможливо уявити без комунікації» – так вважає німецький дослідник політичної комунікації В. Шульц. На його думку, зв'язок є настільки тісним, що автор схиляється до того, що можна давати визначення політиці через поняття комунікації [45].

Зігфрід Вайшенберг (Weischenberg Siegfried) таке різноманіття підходів виправдовує складнощами визначення політичної комунікації та його постійною мінливістю під впливом нових суспільно-політичних процесів, тенденцій розвитку та глобальних настроїв. Зігфрід Вайшенберг спробував озвучити своє коротке визначення. Під політичною комунікацією він розуміє відносини між політичною системою, системою ЗМІ та суспільством [47]. Аналітик П.Фільцмаєр (P. Filzmaier) звертається до доробку класиків соціології М. Вебера, Т.Парсонса, К. Мангейма, які уявляли політичну комунікацію в якості процесу соціальної взаємодії між «керуючими» і «керованими», та описує політичну комунікацію як інтерактивний процес між тими, хто керує і тими, ким керують [28].

Виклад основного матеріалу. Нині у більшості досліджень висхідною точкою аналізу політичної комунікації стає інструменталізація засобів ЗМІ в ході політичного процесу та її наслідки:

1. Існує думка, що з приходом електронних медіа у першій половині минулого століття, політична комунікація набула зовсім іншого характеру, оскільки нові ЗМІ передають інформацію на великі аудиторії для створення публічності значних масштабів. Тобто, концепт М. Маклюєна [12] «глобального села» стає реальністю;

2. Висувається концепт акторності політичних комунікацій за участю ЗМІ. У цьому контексті, як зазначає Т.Л. Теодоре (Glasser Theodore L.), роль комунікації у політичних процесах визначається позицією власників ЗМІ [32]. Зокрема, Брайан МакНайр (McNair Brian) дає визначення політичної акторності як суб'єкта, який відіграє певну політичну роль, тобто який задіяний у прийнятті обов'язкових рішеннях про розподіл влади або ресурсів (індивіди, колективні політичні угруповання, об'єднання, організації) і має вплив на ЗМІ. При цьому комунікація відбувається на макрорівні, мікрорівні та вже започаткованому мезорівні [36]. Дослідження цієї проблеми поглибили українські вчені М.М. Рижков та А.С. Косенко. Вони виділяють наступні рівні політичної комунікації:

2.1. Мікрорівень: соціальний рівень дії індивідуумів та соціальних груп, які не мають власного статусу політичних акторів. Одиницями аналізу виступають політичні погляди, цінності, комунікаційні та виборчі позиції. Доступ до цього рівня найчастіше забезпечують емпіричні опитування. Дослідженню мікрорівня приділяли увагу такі вчені, як: Г. Лассуелл, Л.Фестінгер, У. Ліппман, Б. Берельсон, Ніколас Негропonte.

2.2. Мезорівень: соціальний рівень дії організацій та інституцій. На цьому рівні йдеться про дії деяких організацій як колективних або корпоративних акторів. Ці колективи як правило обмежені якимось терміном існування та створюють свої специфічні правила або, навіть, порядок.

2.3. Макрорівень: також загально-суспільний рівень дії. Покликаний концептуально відображати зміст та тенденції розвитку процесів інформаційного впливу та взаємодії суб'єктів політики на рівні політичної системи, і суспільства в цілому. Н. Вінер, Д. Істон, Г. Алмонд, Р.-Ж. Шварценберг досліджували феномен політичної комунікації на макрорівні [11].

Необхідно зауважити, що у другій половині ХХ в. у західній політології почалося поступове формування «союзу» між теорією еліт і демократизацією з витоками в роботах І.Шумпетера (Schumpeter J.) [46]. Таким чином: (1). Демократія отримала трактування набору правил між елітами в електоральній конкуренції; (2). Згідно неписаним правилам необхідно було поважати результати вільних виборів; (3). Сторона, що програла повинна визнати права переможців на певну свободу маневру після завершення електорального циклу; (4). Відбулася концептуалізація поняття мінімалістської або елітистської демократії; (5). Таке теоретизування отримало потужну критику, яка постулює на противагу "мінімалістській" "глибоку" демократію, оскільки чисто елітистське трактування критеріїв демократії веде до вихолощення сенсу поняття [44, 12-17]; (6). Розвиток елітистської теорії демократії рефлексував кризу демократії на Заході, втратою останньої своєї функціональності та зростання протестних настроїв [24]; (7). Теорія мінімалістської демократії лягла в основу фактично «керівництвом до дії» для еліт держав на шляху демократизації в орбіті Заходу [15];

3. Дослідниця Барбара Пфетч (Pfetsch Barbara) концептуалізує політичну комунікацію як елемент чітко структурованої політичної системи, де ЗМІ виконує функції продукування і обробки політичних заяв та новин [42];

4. Анселм Доерінг-Мантейффель (Doering-Manteuffel Anselm) [18] називає серед важливих трендів зростаючий вплив експортних комунікативних практик із США. Він вважає, що особливо помітна «американізація політичних кампаній» в ході європейських виборчих кампаній. Дослідник П. Льоше (Lösche Peter) номінує американізацію як «упровадження сучасних виборчих технологій і стратегій у вигляді імпорту» [35]. М. Негрине Ральф (Negrine Ralph M.) [38] зазначає, що нині компоненти сучасної виборчої кампанії сприймаються як імпортовані товари та послуги із США та, одночасно, як символ колонізації Європи. Саме так сприймаються орієнтованість на політичний маркетинг комунікацій з приводу висування політичної еліти в Європі згідно американських виборчих цінностей під час формування ЗМІ новин. Далі М. Негрине Ральф М. та Ессер Франк (Esser Frank) [15] стверджують, що оскільки США є законодавцем нових стилів виборчих кампаній і стилів інформування публіки, то нині важко знайти виборчу кампанію у світі, яка б не походила із США або не мала безпосередньої причетності до США [37];

5. Наслідком такого впливу, як стверджує А. Доерінг-Мантейффель (Doering-Manteuffel Anselm) стає синонімізація процесу модернізації та американізації. Модернізація починається в 20-30 роках минулого століття незалежно від американізації [18]. Модернізація та американізація почалися ототожнюватися тільки в середині ХХ ст., коли в США комунікативні технології в формі маркетингових стратегій перейшли в політичні виборчі кампанії. З політичної точки зору модернізація базується на ендогенній основі, оскільки зміни виборчої комунікації пов'язані зі структурними змінами в політиці, суспільстві та системі ЗМІ. Конкретніше це виражається через явище традиційної політичної публічності та процеси, що безпосередньо пов'язані з нею – індивідуалізація, фрагментація, технологізація та відсутність стабільності. На рівні акторів це виражається у професіоналізації та спеціалізації у виборчій комунікації.

Тому Патрік Донгес (Donges Patrick) наголошує, що США більше не є джерелом змін, а є тільки прикладом можливого розвитку. Самі американські виборчі кампанії є прикладом використання найновіших технологій, які згодом стають загальноповсюдними в процесі модернізації технологій, які мають високу результативність за умови яскравого, впевненого лідера та професійної команди [26]. Патрік Донгес називає типовою моделлю умовної американізації («модель імпорт-експорт») відносини еліти США та Німеччини. Виникнення такої моделі відносин пов'язують з великою кількістю контактів німецьких політичних консультантів з їх американськими колегами, починаючи від 60-х років XX ст., коли Віллі Брандт посилав своїх радників до США. Цей досвід свідчить, про те що «модель імпорт-експорт» в Німеччині була доповнена «моделлю адаптації», висунути довготривалими особливостями стратегій німецьких ЗМІ в роботі з цільовими аудиторіями. Відбулася гібридизація різноманітних стилів виборчих кампаній, коли остаточний продукт «моделі адаптації» отримує стандартизовану форму. Таку гібридизацію Ф. Плассер (Plasser Fritz) номінує як доповнення традиційних виборчих кампаній, притаманних цій країні (державно-культурною специфікою, що формується та визначаються інституційним порядком, виборчою та партійною системами, регулятивною системою, культурними нормами та цінностями) із постмодерністським стилем і великою залежністю від ЗМІ та політичних консультантів [43].

Вплив комунікаційних технологій має й інші тенденції: (1) обмежує вибір інструментаріїв боротьби між елітними групами; (2) скорочує можливості політичної еліти в маніпулюванні; (3) проблематизує ефективність традиційних демократій в досягненні бажаних сценаріїв реформування; (4) перетворює політичний процес практично в безперервну виборчу кампанію; (5) підвищує роль представницьких органів, що сприяє рекламі владних ініціатив, спрямованих на підвищення рівня професійної компетентності еліти.

Так, ЗМІ країн Північної Європи – Швеції, Фінляндії, Норвегії, Данії та Ісландії – в даний час переживають цікавий і важливий період в своєму розвитку. Справа в тому, що тут протікають неоднозначні процеси переходу від державної системи регулювання інформаційних потоків до суспільно-правової та ринкової. Разом з тим, на сучасний стан ЗМІ має вплив політична історія цих країн, багато в чому схожа. Спільність географічного положення та соціально-історичних доль стали найважливішим фактором схожості процесів розвитку ЗМІ країн Північної Європи. Зараз в цих країнах проживає близько 25 млн. чоловік. Всі держави Північної Європи – розвинені індустріальні країни зі сформованими демократичними традиціями. З 1952 року існує Північна Рада, створена для координації співпраці між Данією, Норвегією, Швецією та Ісландією. Фінляндія формально приєдналася до цієї організації лише у 1955 році, але фактично співпрацювала з Північною Радою з моменту її створення. Зараз із Швецією, Фінляндією, Норвегією, Данією та Ісландією активно розвивають зв'язки молоді країни Балтії, що виникли на політичній карті світу як самостійні держави після розпаду Радянського Союзу [2].

У скандинавських країнах початок робітничої преси прямо пов'язаний із виникненням соціал-демократичного руху. Зокрема у Швеції в 1886 році починає виходити теоретичний орган соціал-демократичної партії газета «Соціал-демократ», публікації якої були зорієнтовані на гострі політичні та економічні проблеми країни. Шведська соціал-демократія на початок ХХст. зуміла створити досить широку мережу масових видань, що забезпечили їй завоювання переважного впливу в робітничому русі та широких верствах дрібної буржуазії. Як відзначають дослідники політичних течій і шведської журналістики, саме соціал-демократичний друк зіграв провідну роль в орієнтації шведського суспільства на соціально-економічні реформи як шлях виходу з кризи 20-30-х років ХХ ст. Розвиток парламентаризму в ці ж роки, поворот до вирішення соціальних і класових проблем за допомогою компромісів були забезпечені в значній мірі пропагандою ліберальної ідеології [29]. Шведські ЗМІ історично склалися як засіб партійної комунікації. Ця, її особливість, зберігається й донині. Вона невідривна від конституційного принципу гласності та від зусиль держави щодо фінансової підтримки всіх суспільно-політичних газет, оскільки, на думку шведських дослідників, різноманіття всіх політичних поглядів в суспільстві відображає найкраще партійна преса. Сучасні тенденції розвитку шведських мас-медіа характеризуються поступовим переходом від партійної заангажованості до нейтральності та спеціалізації. Це явище спостерігається і в інших країнах Північної Європи: в Норвегії, Данії, Ісландії та Фінляндії

6. У процесі адаптації до модерних технологій Німецька еліта змогла розвинути дифузійно-теоретичні концепти розвитку технологій і стабілізувати односторонньо-направлений процес конвергенції та опосередковано й невиразно протистояла процесу культурної гегемонії США. І нині, як стверджує українська дослідниця Носенко А., Німеччина стала найбільш розвинутою європейською країною щодо впровадження і розвитку нових технологій. А в ряді технологій вона випереджає навіть США, зокрема, в апаратному забезпеченні інфраструктури, доступі до інформаційних мереж і систем, у сфері мобільного зв'язку. Також Німеччина впроваджує політику стимулювання економічної стабільності, оскільки інвестує фінансові потоки та нові технології у сфери малого та середнього бізнесу і сприяє їх взаємовигідній співпраці з великими компаніями [14].

7. Як зазначає дослідник С. Петреллі (Pettrilli S.) в контексті цінностей і медійної боротьби за громадську думку в Європі фіксується і глобально-політичний вимір нового явища семіотики, зокрема, зв'язка «знак-цінності» (sign/values) [40-41]. С. Петреллі стверджує, що розуміння глобалізації, в семіотиці, як глобальної комунікації, сприяє відкритості до інших (людей/культури/товариств) та націленості на комунікацію з іншим, в тому числі, й у виробленні глобальних цінностей. Влада також трактується в якості однієї з форм або різновидів соціальної комунікації. В цьому випадку останнє поняття номінується як таке, що охоплює все різноманіття процесів інформаційного впливу і взаємодії в суспільстві, включаючи загальносоціальні та інформаційно-комунікативні аспекти економічної, політичної, культурної та духовної діяльності людей. Якщо інтерпретувати владу в більш вузькому контексті, а саме як форму або прояв політичної комунікації, що виступає окремим випадком комунікації соціальної та поєднує в собі універсальні, загально-соціальні і, власне, політичні, або галузеві риси, то такий підхід неминує зіткнутися з труднощами семантичного порядку, які пов'язані з визначенням обсягу відповідних понять [4-10].

Громадська влада, як зазначав британський дослідник Б. Барнс (Barnes B.), виступає одним із аспектів або однією з характеристик соціального знання. А будь-який конкретний розподіл знання наділяє індивідів, що володіють цим знанням і конституують їх здатністю до дії. Ця здатність до дії є публічна влада, влада суспільства, яку вони конституують завдяки володінню знанням. І в цьому випадку влада інтерпретується як свого роду комунікаційний акт або комунікаційний процес [19, С.57]. В цьому плані доречним буде звернення до визначення Т. Парсонса (Parsons T.), в якому не робиться акцент ні на засоби здійснення влади, ні на джерела або мотиви виникнення і здійснення владних відносин, а сама влада розуміється в узагальненому плані, як специфічна структурно-функціональна взаємодія, особливого роду комунікація, що забезпечує здатність одних суб'єктів реалізувати функцію управління у відносинах з іншими [39, С. 225].

Висновок. Узагальнюючи вищесказане, можна запропонувати наступне визначення: влада представляє собою специфічну форму соціальної комунікації суб'єктно-об'єктного типу, в якій суб'єкт має здатність і, одночасно, можливість забезпечити підпорядкування об'єкта або об'єктів відповідно до своїх намірів, що проявляються у вигляді визначення мети та засобів її досягнення, що неминує передбачає наявність зворотного зв'язку між учасниками даного комунікаційного процесу - пануючим суб'єктом і підвладним об'єктом (або об'єктами).

Література

1. Ампер А.-М. Ноологические науки, касающиеся средств, при помощи которых народы заботятся о своих потребностях, о своей защите и обо всем, что может способствовать их сохранению и процветанию (фрагмент) // Поваров Г.Н. Ампер и кибернетика. М., 2007. С. 40-42.
2. Вартанова Е. J1. Финская модель на рубеже столетий. Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. М.: Изд-во МГУ, 1999. 288 с.
3. Винер Н. Человек управляющий. СПб.: Питер, 2001. 288 с. (Серия «Психология-классика»).
4. Грачев М.Н. Власть как форма социальной коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2011. № 1. С. 106-113
5. Грачев М.Н. Онлайн-делиберация как сетевой компонент демократии будущего // Политическая наука перед вызовами современной политики: материалы VII Всероссийского конгресса политологов, Москва, 19–21 ноября 2015 г. / под общ. ред. О.В. Гаман-Голутвиной, Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. М.: Аспект Пресс, 2015. С. 157-158
6. Грачев М.Н. Политика: коммуникационное измерение. Тула: Издательство Тульского государственного педагогического университета, 2011. 172 с.
7. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004. 328 с.
8. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: понятие, сущность // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л. Н. Тимофеевой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. С. 77-90;
9. Грачев М.Н., Трахтенберг А.Д. Микро- и макроуровневые теории политической коммуникации // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л. Н. Тимофеевой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. С. 58-77.
10. Грачев М.Н. «Электронная демократия» и «электронное правительство»: как это работает // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л. Н. Тимофеевой. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. С. 268-285.
11. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2010. 276 с.
12. Маклюэн Г.М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. К. : Ника-Центр, 2004 432 с.
13. Науменко Т.В. Методологический анализ концепции информационного общества // Информационное общество. 2018. № 2. С. 6-10.
14. Носенко А. Інформаційні комунікації Федеративної Республіки Німеччина // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2010. Випуск 89 (Частина II). С.148-150.
15. Смирнов В. А., Сутирин В. В. Эволюция подходов к изучению политических элит в посткоммунистических странах Центральной и Восточной Европы: случай Литвы // Политэкс». 2011. Том 7. №2. С.115-137.
16. Тоффлер Э. Третья волна / Пер. с англ.; Вступ. ст. П. Гуревича. М.: ООО "Фирма "Издательство АСТ", 2004. 784 с.
17. Almond G. The Politics of The Development Areas. Princeton, N. J. Princeton University Press, 1960. 591 p.
18. Anselm Doering-Manteuffel. Amerikanisierung und Westernisierung // Docupedia-Zeitgeschichte. Version: 1.0. 2011. veröffentlicht am 18. Januar.
19. Barnes B. The Nature of Power. Cambridge: Polity Press, 1988. 224 с.

20. Bell D. The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting. New York : Basic books, Cop. 1973. XIII, 507 c.
21. Castells M. The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. 1.– Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell, 2000. 656 p.
22. Castells M. Materials for an Exploratory Theory of the Network State // British Journal of Sociology. 2000. Vol. 1.
23. Cotteret Jean-Marie. Gouvernants et gouvernés. Paris : Presses universitaires de France (coll. Le politique, no. 7). 1973. 178 p.
24. Deutsch Karl W. The Nerves of government / Deutsch Karl W. New York: Free Press, 1966. 316 c.
25. Crozier Michel. The Bureaucratic Phenomenon (with a new introduction by Erhard Friedberg) (New Brunswick and London: Transactions Publishers, 2010.
26. Deutsch, K. W. Politische Kybernetik. Modell und Perspektiven / K. W. Deutsch. Freiburg i. Br.: Verlag Rombach, 1969. 351 p.
27. Donges Patrick. Von der Medienpolitik zur Media Governance? Köln : Halem, 2007. 268 c.
28. Easton D. A. A Framework for Political Analysis. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc., 1965. XIV, 143 p.
29. Filzmaier Peter. Politik und Medien - Medien und Politik. Wien: WUV, 2006. 245 c.
30. Harrie Eva. Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017. Nordic Media Trends: The Nordicom Network. Nordicom, University of Gothenburg, Exacta Print, Borås, Sweden, 2018. 124 p.
31. Jarren Otfried. Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: eine Einführung / Otfried Jarren, Patrick Donges. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. 381 c
32. Jarren Otfried. Einführung in die Publizistikwissenschaft / Otfried Jarren, Heinz Bonfadelli, Gabriele Siegert. Bern : UTB/BRO, 2005. 628 c.
33. Glasser Theodore L. Public Opinion and the Communication of Consent. New York: Guilford Press, 1995. 475 c.
34. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. London, 1927.
35. Lasswell H. Propaganda, Communication and Public Order. Princeton, 1946.
36. Lösche Peter. Verbände und Lobbyismus in Deutschland. Stuttgart : Kohlhammer, 2007. – 196 c.
37. McNair Brian. An introduction to political communication. New York: Routledge, 2003. 250 c.
38. Negrine Ralph M. Parliament and the media : a study of Britain, Germany and France. New York: Pinter, 1998. 164 c.
39. Negroponte N. Being Digital. London: Hodder & Stoughton, 1995. viii, 243 p.
40. Parsons T. The Sociological Theory and Modern Society. New York: Free Press, 1967. XII, 564 p.
41. Petrilli S., Ponzio A. Morris, Sebeok and Beyond: From Biosemiotics to Semiotics Gatherings in Biosemiotics. Tartu: University of Tartu Press, 2012. (Tartu Semiotics Library 11).P. 208.
42. Petrilli S., Ponzio A. Semiotics Today. From Global Semiotics to Semioethics. New York: Legas, 2007
43. Pfetsch Barbara. Politische Kommunikationskultur: politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich. Barbara Pfetsch. Wiesbaden : Westdt. Verl., 2003. 273 c.
44. Plasser Fritz. Politik auf amerikanisch: Wahlen und politischer Wettbewerb in den USA / Fritz Plasser, Peter Filzmaier. Wien : Manz, 2005. 327 c.
45. Przeworski A. Democracy and Market: Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America Cambridge University Press, 1992.
46. Schulz Winfried. Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung / Winfried Schulz. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. 393 S.
47. Schumpeter, J.A., The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers, 2008.
48. Weischenberg Siegfried. Handbuch Journalismus und Medien / Siegfried Weischenberg. Konstanz : UVK Verl. Ges., 2005. 500 c.

References

1. Almond G., Coleman. J. (1960). The Politics of The Development Areas. Princeton : N. J. Princeton University Press, 591 [in English].
2. Amper A.-M. (2007). Theological sciences, concerning the means by which the peoples take care of their needs, their protection and everything that can contribute to their preservation and prosperity (fragment) : Povarov G.N. Ampere and cybernetics, 40-42 [in Russian].
3. Anselm Doering-Manteuffel. (2011). Amerikanisierung und Westernisierung : Docupedia-Zeitgeschichte. Version: 1.0. veröffentlicht am 18. Januar [in German].
4. Barnes B. (1988). The Nature of Power. Cambridge: Polity Press, 224 [in English].
5. Bell D. (1973). The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting. New York : Basic books, Cop., 507 [in English].
6. Castells M. (2000) The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. 1. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell, 656 [in English].
7. Castells M. (2000). Materials for an Exploratory Theory of the Network State : British Journal of Sociology. Vol. 1 [in English].
8. Cotteret Jean-Marie.(1973). Gouvernants et gouvernés. Paris : Presses universitaires de France (coll. Le politique, no. 7), 178 [in France].
9. Crozier Michel. (2010). The Bureaucratic Phenomenon (with a new introduction by Erhard Friedberg). New Brunswick and London: Transactions Publishers [in English].
10. Denisyuk, S.G. Technological dimensions of political communication: monograph / S.G. Denisyuk. - Vinnitsa: VNTU, 2010. - 276 p. [in Russian].
11. Deutsch Karl W. (1966). The Nerves of government. New York: Free Press, 316 [in English].
12. Deutsch, K. W. (1969). Politische Kybernetik. Modell und Perspektiven. Freiburg i. Br.: Verlag Rombach, 351 [in German].
13. Donges Patrick. (2007). Von der Medienpolitik zur Media Governance?. Köln : Halem, 268 [in German].
14. Easton D. A. (1965). A Framework for Political Analysis. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc., XIV, 143 [in English].
15. Filzmaier Peter. (2006). Politik und Medien. Wien: WUV, 245 [in German].
16. Glasser Theodore L., Charles T. Salmon. (1995). Public Opinion and the Communication of Consent. New York: Guilford Press, 475 [in Russian].

17. Grachev M.N, Haman-Golutvina O.V., Smorgunova, L.V., Timofeev L.N. (2015). Online Delegation as a Network Component of the Future Democracy. Political Science in Challenges to Modern Politics: Materials of the 7th All-Russian Congress of Political Scientists : Moscow : Aspect Press, 157-158 [in Russian].
18. Grachev M.N. (2004). Political Communication: Theoretical Concepts, Models, Vectors of Development. M.: Prometheus, 328 [in Russian].
19. Grachev M.N. (2011). Politics: communication dimension. Tula: Publishing house of the Tula State Pedagogical University, 172 [in Russian].
20. Grachev M.N. (2011). Power as a form of social communication/ Bulletin of the Russian University of Friendship of Peoples. Series: Political science. No. 1, 106-113 [in Russian].
21. Grachev M.N. (2012). Trakhtenberg AD Micro-and Macro-Level Theories of Political Communication. Political Communication Studies: Theory, Methodology and Practice : Russian Association of Political Science (RAPN); Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN), 58-77 [in Russian].
22. Grachev M.N., Timofeev L. N. (2012). "Electronic democracy" and "e-government": how it works. Political communicativism: theory, methodology and practice. Moscow: Russian Association of Political Science (RAPN); Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN), 268-285. [in Russian].
23. Harrie Eva. (2018). Newspapers in the Nordic Media Landscape 2017. Nordic Media Trends: The Nordicom Network. Nordicom, University of Gothenburg, Exacta Print, Borås, Sweden, 124 [in English].
24. Jarren Otfried, Heinz Bonfadelli, Gabriele Siegert. (2005). Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern : UTB/BRO, 628 [in German].
25. Jarren Otfried, Otfried Jarren, Patrick Donges. (2006). Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: eine Einführung. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften, 381 [in German].
26. Lasswell H. (1927). Propaganda Technique in the World War. London [in English].
27. Lasswell H. (1946). Propaganda, Communication and Public Order : Princeton [in English].
28. Lösche Peter. (2007). Verbände und Lobbyismus in Deutschland. Stuttgart : Kohlhammer, 196 [in German].
29. Maklouin G.M. (2004). Gutenberg Galaxy: Creation of a Person of a Printed Culture. K.: Nika-Center, 432 [in Russian].
30. McNair Brian. (2003). An introduction to political communication. New York: Routledge, 250 [in English].
31. Naumenko T.V. (2018). Methodological analysis of the concept of the information society : Information society. No. 2, 6-10 [in Russian].
32. Negrine Ralph M. (1998). Parliament and the media : a study of Britain, Germany and France. New York: Pinter, 164 [in English].
33. Negroponte N. Being Digital. (1995). London: Hodder & Stoughton, viii, 243 [in English].
34. Nosenko A. (2010) Information Communications of the Federal Republic of Germany : Actual problems of international relations. Issue 89 (Part II), 148-150 [in Russian].
35. Parsons T. (1967). The Sociological Theory and Modern Society New York: Free Press, XII, 564 [in English].
36. Petrilli S., Ponzo A. (2007). Semiotics Today. From Global Semiotics to Semioethics. New York: Legas, [in English].
37. Petrilli S., Ponzo A. Morris. (2012). Sebeok and Beyond: From Biosemiotics to Semiotics. Gatherings in Biosemiotics. Tartu: University of Tartu Press, (Tartu Semiotics Library 11), 208 [in English].
38. Pfetsch Barbara. (2003). Politische Kommunikationskultur: politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich. Wiesbaden : Westdt. Verl., 273 [in German].
39. Plasser Fritz. (2005). Politik auf amerikanisch: Wahlen und politischer Wettbewerb in den USA. Wien : Manz, 327 [in German].
40. Przeworski A. (1992). Democracy and Market: Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America. Cambridge University Press [in English].
41. Schulz Winfried. (2010). Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 393 [in German].
42. Schumpeter, J.A. (2008). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers [in English].
43. Smirnov VA, Sutyryn V.V. (2011). Evolution of Approaches to the Study of Political Elites in the Post-Communist Countries of Central and Eastern Europe: the Case of Lithuania. Politex. Volume 7, No. 2, 115-137 [in Russian].
44. Toffler E. (2004). Third wave. M. : LLC "Firm" Publishing house ACT", 784 [in Russian].
45. Vartanova E. (1999). J1. Finnish model at the turn of the century. Information society and media of Finland in the European perspective. Moscow: Izvst. Moscow State University, 288 [in Russian].
46. Weischenberg Siegfried.(2005). Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz : UVK. Verl. Ges., 500 [in German].
47. Wiener N. (2001). Man of the manager. (Series "Psychology-classic"). St. Petersburg: Peter, 288 [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 03.12.2018 р.