

СИМВОЛ ЯК ФОРМА ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Денисюк С.Г.

докторант кафедри політичних наук
НПУ ім. М.П. Драгоманова

Аналізуються політичні символи в якості комунікаторів між владною елітою і громадянами в процесі політичної взаємодії. Розглядається образність мислення як основа для сприйняття символів і простір для маніпуляцій свідомістю.

Ключові слова: політична комунікація, символ, знак, політичний символізм, образ, імідж, маніпуляція.

Анализируются политические символы в качестве коммуникаторов между властной элитой и гражданами в процессе политического взаимодействия. Рассматривается образность мышления как основа для восприятия символов и пространство для манипуляций сознанием.

Ключевые слова: политическая коммуникация, символ, знак, политический символизм, образ, имидж, манипуляция.

Political symbols as means of communication between ruling elite and citizens in the process of political interaction are analyzed. The article considers imagery thinking as a base for perception of symbols and a space for manipulation of consciousness.

Key words: political communication, symbol, mark, political symbolism, character, image, manipulation.

Розвиток будь-якого сучасного суспільства неможливий без розгалуженої системи політичної комунікації. Саме через цю систему передається інформація від комунікатора до аудиторії — й навпаки, за допомогою різноманітних форм та засобів повідомляється про події, факти, зміни у житті тощо. Така взаємодія є переважно опосередкованою через ускладнення суспільно-політичного життя, появу нових способів організації політичного спілкування (віртуалізація, медіатизація, технологізація, що дозволяє ефективно розповсюджувати інформацію), що позначається на її якості і особливостях. Серед таких посередників політичної комунікації виокремлюються символи, які відіграють в цьому процесі неоднозначну роль, що зумовлює актуальність теми статті.

Проаналізувавши роботи А. Шюца, У. Джеймса, Е. Кассірера, Дж. Міда, Г. Келлі, П. Бергера та Т. Лукмана, М. Мамардашвілі та А. П'ятигорського, В. Бурлачука, Ю. Лотмана та ін., можемо стверджувати, що немає не лише загальноприйнятого визначення категорії символу, але й бракує чіткості у розумінні символу в рамках кожної конкретної наукової школи чи методологічного напрямку.

Варто відзначити в цьому плані праці таких сучасних вітчизняних науковців, як В. Бебика, І. Варзара, М. Головатого, В. Горбатенка, С. Демченко, Т. Кадлубович, Л. Кочубей, В. Ковалевського, В. Корнієнка, І. Кресіної, В. Недбай, Г. Почепцова, Ю. Шайгородського та інших.

Однак залишаються маловивченими вплив символів політико-комунікаційного простору на прийняття рішень громадянами. Тому метою цієї статті є дослідження символу як форми політичної комунікації між владою елітою і громадянами.

Почнемо з того, що у науковій літературі досі не сформульоване остаточне визначення поняття «символ». Його коротко можна визначити як «знак, що передає абстрактні поняття у конкретній формі», трансформується і уточнюється в різних напрямках сучасного соціогуманітарного знання залежно від специфіки цих напрямків у розумінні знаковості, репрезентації і абстракції [1]. В нашому випадку символи мають певний політичний зміст, виступають знаком, що виконує комунікативну функцію між особистістю та владою, є зразком важливих політичних ідеалів, засобом їхньої пропаганди й утвердження. Тому актуальним видається дослідження сутності символізму сучасних політико-комунікаційних процесів і впливу політичних символів на учасників взаємодії, узгодження політичних інтересів.

Аналіз результатів звернення до символу дає підстави простежити лише деякі внутрішні несуперечливі напрями, вздовж яких розгортається наукове осмислення цієї категорії. Структурними елементами політичної символіки є такі: мовна символіка; національно-державна (державні символи (герб, прапор, гімн), грошові знаки (національна валюта); знаки розрізнення

(регалії вищих осіб держави, форма одягу, державні нагороди); образотворчо-мистецька політична символіка: політична емблематика; політичні ритуали; політичні символи зовнішнього вигляду, місця та часу дії; неполітичні символи, що набувають політичного змісту; люди, як політичні символи.

Перераховані символи політичної комунікації мають певну ієрархію і логіку, що здатна відносити ідею, дію до системи політико-культурних цінностей в контексті процесу політичної комунікації в умовах певної політичної культури. Ієрархія символів має певне інструментальне значення з точки зору закріплення певного політичного порядку, вираженого формуванням політичних цінностей. Так, Т. Парсонс створив ієрархію символічних систем, яка складається з когнітивних, експресивних і оціночних символів, пов'язаних із відповідними мотиваціями дії. Головною заслугою Т. Парсонса є те, що він уперше зробив спробу поєднати символ зі структурою та дією. У своїх дослідженнях головне підтвердження теорії дії він знаходив саме у зв'язку з її символічним, знаковим компонентом [2, с. 86].

Можна погодитись із Г. Лассуеллом, який зазначав, що використовуючи символ як найважливішу аналітичну одиницю, можна виявити головні мотиви й навіть приховані наміри політичних комунікаторів. Символом можуть бути гасла, прапори, власне, політичні лідери, політичні рухи. Використання політичних символів розраховане на емоційне сприйняття, на пробудження почуття лояльності індивіда до влади [3, с. 16]. За допомогою політичної символіки здійснюються політичне управління суспільством, політична комунікація, реалізується мова влади. Г. Лассуелл виявляв роль масових комунікацій в оформленні, поширенні та відтворенні символіки політичної влади.

Фактично політична комунікація пронизана символами, які фіксують найсуттєвіший зміст повідомлення, актуалізують певні емоції і спонукають до певних дій. Тут слушною є думка К. Гаджієва, що символ

характеризується багатозначністю та багатозначністю й потребує активної розумової роботи суб'єкта, який його сприймає. Кожний народ, кожне політичне угруповання створює й поважає власні символи. Вони будуються на тривалій традиції, важливе місце в якій посідають різного роду прапори, знамена, герби. Частина політичних символів формується спонтанно у процесі життєдіяльності всіх або більшості членів суспільства, а решта створюється і цілеспрямовано впроваджується політичними елітами. З часу виникнення національної держави політичні лідери створювали й використовували символи для обґрунтування власного політичного курсу [4, с. 521].

К. Гаджієв стверджував, що на поведінку людей набагато більше можуть вплинути не так дії уряду, політичних партій і діячів, як панівна в суспільстві система символіки, що орієнтує людей на конкретний тип соціальних відносин. Наприклад, у карикатурах радянських часів дуже легко було ідентифікувати ворога за символічними ознаками: для внутрішнього ворога — нероби, спекулянта — такими, як правило, був супермодний одяг із «лейблами», а зображення гротескної фігури капіталіста-імперіаліста не обходилося без символу долара на мішку чи на «циліндрі дядечка Сема».

Політична символіка широко використовується і для підвищення легітимності влади та стабілізації політичної комунікації. Так, Д. Місюров вважає, що символ поєднує як ідеальне, так і матеріальне, тим самим сприяючи, деякою мірою, розв'язанню одвічної суперечки між буттєвим і свідомим. У сфері політики символічний «синтез» ідеального й матеріального проявляється в поєднанні ідеального поняття влади зі світом реальних речей, які створює людина. При цьому символ спрощує інтелектуальні операції з простими та складними політичними поняттями, але водночас відкриває простір для різноманітних спекуляцій на цих поняттях [5, с. 78].

Дійсно, пересічні громадяни сприймають досить часто інформацію у формі образів, які фіксуються на несвідомому рівні і актуалізуються в певний

момент. В цьому плані символізм політичної комунікації певним чином спрощує комунікацію, має як позитивні, так і негативні наслідки. Наприклад, символи економлять час у процесі сприйняття інформації, можуть викликати приємні емоції, але й налаштовувати аудиторію певним чином. Так, важливі проекти не лише розкривають свою суть, а й програмують свій результат за допомогою символічних номінацій («Чисті руки»). Назви військових операцій США в Кувейті «Щит пустелі», «Буря в пустелі» стали класичними прикладами доповнення конкретних мілітаристських стратегій магічними мовними атрибутами. Чималий пафос був вкладений у назву операції із знищення терористичних угруповань в Афганістані — «Безмежна справедливість», такою ж метафорично експресивною була назва антиіракської кампанії, яка розпочалася 20 квітня 2003 р., — «Шок і тремтіння».

Звичайно, фахівці використовують і певні кольори, малюнки для маніпуляцій. Наприклад, зображення на плакатах Ю. Тимошенко під час виборчої кампанії у біло-червоних кольорах, образі Божої матері, які покликані налаштувати громадян на її підтримку. Враховуючи рівень політичної культури українців, особливості їх менталітету, образність мислення вибір політика найчастіше є емоційним, а без певних символів неможливо активізувати потрібні емоції громадян.

Якщо політичну символіку розглядати в якості образів, то мова йде про певні бренди, тобто об'єкти купівлі-продажу. Хоча б пригадати помаранчеву символіку 2004 р., яка і сьогодні викликає спогади і емоції, але була запатентована і приносить і нині власнику чималі гроші [6]. Взагалі сьогодення явило яскраві приклади використання властивостей символів в українському політикумі. Так, для того, щоб підкреслити відношення до уряду учасника виборчої президентської компанії В. Януковича, в його символіці були використані відповідні кольори — блакитний, білий і трохи червоний. Зокрема, триколор такого дизайну прагне привабити значну частину виборчого електорату, прихильного до кольорів російського

державного прапора. Поєднання символізму кольорів уряду взагалі і Росії зокрема, дійсно, на частину українців справляло відчуття приреченості до певної політичної реальності і її невідворотності.

Слід відзначити, що символіку кольорів своєї виборчої компанії В. Янукович підтверджував такими діями, як демонстрування пріоритету повсякденної та важливої роботи та зневага до буцімто не таких важливих виступів перед виборцями; набожність та прихильності до Православної церкви Московського патріархату; намагання впровадити в Україні державну російську мову тощо.

Тобто підбір певних кольорів, формування слоганів, ритуалів, образів, іміджів відбувається з певною метою, є чітко продуманим раціональним процесом з метою отримати підтримку якомога більшої частини громади. Фактично символізм політичної комунікації є технологічним процесом побудови символіки для поширення інформації і актуалізації певних емоцій громадян до політичного суб'єкта.

Звичайно, побудова адекватної символіки є тривалим і творчим процесом, що вимагає проведення попередніх досліджень суспільної думки (як з приводу всього реєстру політичної символіки, так і символічних фігур в особі діючих політиків). Тобто потрібно вивчати ставлення населення країни до національних символів, до символіки політичних партій, певних брендів. На думку Д. Місюрова, особливо цікаво простежити ставлення до символів, які існують не одне століття (політичні терміни, прапори тощо). Якщо говорити про ситуативне ставлення населення до політичної символіки, то за допомогою цих оцінок можна судити про ступінь підтримки існуючого ладу, ефективність тієї чи іншої ідеології. Руйнування символів є одним із способів боротьби зі знаками влади і сили [5, с. 157]. Так, демонтаж пам'ятників тоталітарної епохи, більш швидкий і послідовний на заході України порівняно із східними регіонами, був нічим іншим як частиною масштабного «демонтажу сенсів». Зміна календаря, завершена у 2002 р., коли в Україні

перестали відзначати державне свято 7 листопада, стала ще одним важливим етапом прощання із радянською дійсністю.

Однак сьогодні багато українських дослідників стурбовані тим, що Україна на міжнародній арені має негативний характер символічної репрезентації (герої «касетного скандалу», «вороги вільної преси», корупція) і позитивна символіка пов'язана лише із поп-культурним реєстром (брати Клички, Шевченко-футболіст, Р. Лижичко та ін.).

Як ми зазначали, найчастіше високий ступінь символізму комунікації помітний у виборчому процесі. Так, Г. Почепцов у праці «Інформаційна політика» зазначає: ми живемо у світі, що складається зі сфер: реальної, інформаційної та символічної. Між цими трьома світами існують певні бар'єри. У світі реальному відбуваються тисячі подій, однак лише поодинокі переходять у світ інформаційний. У свою чергу, у світі інформаційному відбуваються сотні подій, проте лише невелика частина переходить у світ символічний [7, с. 237]. Що свідчить, на нашу думку, про таку роль символізму комунікації як сприяння стереотипності мислення, емоційному ставленню громадян до політичних подій, обмеження і маніпулювання із реальною інформацією.

Звичайно політична символіка виконувати, в першу чергу, такі функції, як мобілізаційну, інформаційно-комунікативну, функція політичної соціалізації, ідентифікаційну, інтегративну тощо. Наприклад, партійна символіка об'єднує людей у єдиний соціально-політичний організм, надає їм внутрішні сили і віру в успіх діяльності певної політичної партії. Однак для того, щоб символ виконував комунікативну функцію, він повинен бути значущим для великої кількості індивідів, його зміст повинен бути хоча б інтуїтивно зрозумілий певному колу осіб. «Символ економічніший, тому що містить інформації більше, ніж еквівалентна за обсягом будь-яка інша інформаційна одиниця...» [8, с. 65].

Проте процес об'єднання людей не можливо здійснити його без поділу, роз'єднання суспільства за політичними ознаками, що має відображення у

символіці. Навіть, значок чи прапорець в руках людини певної політичної сили налаштовує її саму та інших навколо неї на певну роль та ідентифікацію, що відбувається на рівні як свідомості, так і підсвідомості. «Запровадивши у свідомість громадян відповідні переконання та настанови, маніпулятор дістає можливість змінити ставлення індивіда до реальності незалежно від його соціального досвіду» [8, с. 102].

Тут слід звернути увагу на тому, що відрізняються між собою символічна форма і символічна функція. Одна і та сама символічна функція у відповідному політичному контексті може бути досягнута різними символічними формами. Наприклад, кожна політична група повинна мати символи відмінності, тобто ідентичності та ексклюзивності, що захищають її межі. Це може бути досягнуто різними символічними формами: емблемами, міфами, соціальними практиками, особливими церемоніями тощо.

Зміна символічної форми не обов'язково спричиняє зміни функції символіки, оскільки одна і та ж функція може бути здійснена новими формами. Так само послідовна зміна символічної форми не призводить автоматично до зміни функції символіки, тому що та ж сама форма може виконувати нові функції. У деяких випадках старі символи відроджуються, щоб представляти нові функції.

Соціальні антропологи та соціологи аналізують різні символічно форми, щоб виявити їх символічні функції. Одна з найважливіших таких функцій — це об'єктифікація відносин між індивідами і групами. Можна спостерігати індивідів об'єктивно в конкретній реальності, але стосунки між ними — це абстракції, які можуть спостерігатись тільки через символи. Політична комунікація розвивається і підтримується символами, ми фактично сприймаємо різних політичних акторів через відповідні символи.

Отже, політична символіка є потужним як мобілізуючим, так і маніпулювальним чинником політичної комунікації, що залежить від мети її використання. Сьогодні спостерігається активізація символізму, що можна пояснити перехідним періодом в житті країни, з нестабільністю суспільно-

політичного життя: громадяни шукають основи, знаки, на які можна покластися.

Саме знаковість політичної символіки можна назвати її специфікою. В політичну знакову систему можуть бути включені реальні об'єкти природи і іконічні (портрети людей, конвенціональні (ордени, медалі), церемоніальні знаки (мітинги, збори). Політична символіка вбирає в себе мовні знакові системи і, так звані, коди (математичні символи). Таким чином, головною особливістю політичної символіки є властивість синтезу різних знаків з ієрархії знакових систем і використання їх у політичних цілях.

Звичайно, природа політичної символіки ініційована суспільством і закладена в культурі. Так, Е. Кассіерер відносив до символічних форм крім мови ще й релігію, міфи, мистецтво і навіть науку. Дослідник вважав, що саме ці форми служать об'єднуючим елементом суспільства. Людина суть «символічна тварина» - перехрестя перетину символічних форм. А сам символ — це «чуттєве втілення ідеального» [9]. За допомогою символів можливо побачити те, що називають дійсністю (реальністю) [10].

Отже, можна зробити висновок, що характер символізації комунікації передбачає, з одного боку, багатоманітність символу (символ може мати інформаційне, емоційне, експресійне смислове навантаження) і складний характер його сприйняття — в цьому відмінність символу від алегорії чи метафори; з іншого, — динамічний характер існування символу: його існування цілком залежить від комунікативної актуальності того або іншого сенсу. Важливою властивістю символу є його репрезентативність, яка підкреслює вагомість і загальну значущість символу, але разом з тим сполучається з формальною простотою, що актуальна для використання символу в політико-комунікаційній ситуації.

За допомогою символів створюються основні політичні позиціонування в процесі політичної комунікації. Символічний означальний ресурс розмежовує «своє» і «вороже», бажане та небажане, Вони і Ми. Символічна комунікація схиляє до однозначного вибору «за» чи «проти»,

намагаючись привабити позитивом і налякати негативом соціальної дійсності, підкреслені за допомогою експресивних означень. У перехідні епохи символи активно використовуються для створення чіткої демаркаційної лінії між ідеологічними світами. Конденсовані символи викликають емоції, пов'язані із ситуацією. Стабільного рівня аксіозакріпленості у суспільній свідомості сягають різні групи конденсаційних знаків: символи-особи, символи-події і символи-явища.

Символи є частиною політичної культури, вони такі ж амбівалентні, як і вона, зміст якої вони матеріалізують. Менеджмент символічної діяльності спрямований на узгодження семіотики поведінки та семіотики вербально-графічних символів у діяльності груп, які прагнуть до розширення свого впливу на масову аудиторію. Через символічні форми партія, рух, культурна група розшифровує значення своєї назви, ідеологічно ідентифікує себе; нагадує про суть своїх програмових завдань; заявляє про мету поточної кампанії і найближчі цілі. Створенню символічного ореолу навколо постатей лідерів сприяють стратегії символічного асоціювання та дисоціювання через такі феномени, як політичний імідж, бренд тощо. Фокусом асоціацій може ставати будь-який об'єкт, здатний створити позитивну ідентифікацію, — місце, дата, особа, реліквія. Формуванням символіки сьогодні займаються фахівці, які обслуговують різних суб'єктів політики, і їх діяльність носить здебільшого маніпулювальний вплив.

Проблематика символізації комунікаційного простору не вичерпується нашим дослідженням. Потребують подальшого опрацювання такі питання, як пошук шляхів нейтралізації маніпуляцій за посередництвом політичних символів, технологій побудови повноцінної інтегруючої символізації. Адже повноцінна символізація повинна прагнути до повної тотожності «сутності» і «явища», «ідеального» і «реального».

1. Павлюк Л. Символ та ідентифікація в політичному дискурсі мас-медіа / Л. Павлюк. – Режим доступу : [ttp://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Pavljuk.htm](http://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Pavljuk.htm). 2. Кармадонов О. А. Роль и место символа в социологии Толкотта Парсонса // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. Т. VII. – № 3. – С. 73–88. 3. Гнатюк О. Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд

Ласуелл (1902–1978) // Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 11–20. **4.** Гаджиев К. С. Введение в политическую науку : учебн. для вузов. – 2-е изд. – М. : Логос, 1997. – 544 с. **5.** Мисюров Д.А. Символы о символах : Начала культурно-символической политики / Мисюров Д. А. – М. : URSS, 2008. – 230 с. **6.** Ващук Я. Революція годує своїх дітей. Син Віктора Ющенко запатентував всю символіку майдану / Я. Ващук // КомерсантЪ. – 2005-08-05. – Режим доступу: <http://patent.km.ua/ukr/news/i976>. **7.** Почепцов Г. Г. Інформаційна політика : навч. посібник / Почепцов Г. Г., Чукут С. А. – К. : Знання, 2008. – 663 с. **8.** Цуладзе А. Большая манипулятивная игра / Цуладзе А. – М. : Алгоритм, 2000. – 336 с. **9.** Cassirer E. Philosophie der symbolischen Formen / Cassirer E. – Bd. 1, Vef Hn, 1923. - P. 46. **10.** Кассирер Э. Избранное. Опыт о человеке / Кассирер Э. – М. : Гардарика, 1998. – 784 с.