

6. Рікьор П. Історія та істина / П. Рікьор. – К.: Видавничий дім «КМ Academia», 2001. – 396 с.
7. Филлипс Л., Йоргенсен М. Дискурс-анализ. Теория и метод / Л. Филлипс, М. Йоргенсен. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2004. – 336 с.
8. Хайдеггер М. Бытие и время / М. Хайдеггер. – Харьков: Фолио, 2003. – 503 с.

Карагіоз Р. С., ПНПУ ім. К. Д. Ушинського

КОМУНІКАТИВНІ ДІЇ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ ВЗАЄМОПОРОЗУМІННЯ УЧАСНИКІВ ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ

В статье дается понятие коммуникационного процесса, анализируются основные направления коммуникационных действий. Важное значение уделяется возможностям коммуникационности в процессе достижения политического согласия среди участников политического процесса.

In article is given notion of the communication process, is analysed main trends communication action. Important importance is spared possibility communication in process of the achievement of the political consent amongst participant of the political process.

Змістовний зміст поняття “консенсус” і способи його досягнення були різними в різні епохи. Немаловажну роль у його трактуванні мають традиції раціональної комунікації, дискурсивного спілкування між людьми. Теорія демократії XVIII століття бачила в демократичному процесі раціональне міркування, що веде до єдності та відповідає спільному інтересу. Відповідно до цього світогляду, всі розбіжності лише в думках: не існує конфліктів, які не можна було б усунути за допомогою раціонального обговорення. Роль політичного процесу розумілася як пошук істини. А статус консенсусу був моральним – як втілення спільного інтересу. Таким чином, перевагу демократії бачили саме в її раціональності, тому й Ж.-Ж. Руссо, і Дж. Медісон так побоювалися інтересів, страстей та породжуваних ними фракцій. Демократія представлялася як механізм досягнення згоди, знаходження загального блага.

Такі вчені як Хабермас, Ясперс, Апель заклали основи підходу до цивілізації або культури з погляду того, наскільки її комунікація є відкритою, наскільки сама комунікація є основною для культури

в цілому й для її матеріального виробництва, зокрема. Однак, ці теорії не можуть досить повно пояснити той досвід комунікації, що існує в пострадянських державах, і зв'язано це із системним характером ідеологічних конструкцій, що існують і відтворюються в пострадянських суспільствах, широко розробленими й масово застосовуваними технологіями маніпуляції суспільною свідомістю. Без спеціальних інтенсивних і усвідомлених дій по обговоренню цієї проблеми, без розгортання наукової дискусії в середовищі гуманітарних технологів, вчених, експертів і консультантів, без викриття ідеологічних маніпуляцій у сфері роботи із суспільною свідомістю й без спеціальних зусиль по впровадженню конвенціональних комунікаційних технологій ця ситуація не може бути зміненою [1].

Проблема комунікативних стратегій дотепер залишалася поза нашим полем зору, оскільки питання про саму комунікацію не було головним практичним питанням гуманітарних технологій. Комунікація була складовим елементом навчання й організації знання, але аж ніяк не принципом соціальної інженерії. Однак саме необхідність повномасштабних перетворень у державах колишнього Радянського Союзу виносить на перші місця комунікаційні стратегії як практичну проблему, значення якої неможливо переоцінити. Більше того, попередні експерименти по реформуванню суспільства показали, що існуючий спосіб комунікації не дозволяє ефективно здійснювати реформи. Виявилося, що перш ніж реформувати суспільство, потрібно реформувати сам тип комунікації, який може бути використаний у процесі реформ. Безумовно, це є дуже важливим й для процесу досягнення політичної згоди.

Спосіб політичної комунікації є відносно стійким елементом політичної культури й існує досить тривалий час. Тому будь-яка вироблена політична дія є завжди в той же час вироблена або відтворена цією дією комунікаційна стратегія, що створює новий або підтримує старий спосіб комунікації, який потім може закріплюватися як змістовна підстава політичної культури взагалі. У цьому змісті слід вести мову не про комунікацію, а про комунікаційну стратегію, тим самим вносячи в цей інструмент зміст вибору, зміст перспективи й вказуючи на необхідність постійних зусиль на підтримку цього вибору й такої перспективи.

Слід зазначити, що маніпуляційні комунікаційні стратегії, будучи застосовувані повсюдно, стають причиною морального занепаду суспільства, повсюдної втрати довіри громадянського

суспільства до держави, громадян – до влади, а потім приводять до деградації самої держави до розпаду суспільного договору.

Основні комунікаційні дії в області соціальної інженерії виникають в області реклами, ідеології, соціально-культурного проектування і т. п. Комунікаційні дії в різних галузях припускають різні комунікаційні процеси. Наприклад, реклама породжує комунікаційний процес повідомлення й, як правило, вичерпується самою комунікаційною дією. Для перетворення комунікаційної дії реклами в рекламу як комунікативний процес необхідний наступний крок – просування в процесі взаємодії, де, як уважає Хабермас, мають місце різні дискурси, тобто правила й умови взаєморозуміння в процесі претензії сторін на значення.

Можна дати таке визначення комунікативності – будь-який текст своїм змістом визначає комунікативний простір – внутрішній значеннєвий простір тексту, навмисно вбудований в множину актуальних контекстів, що містить сукупність прямих або непрямих адресатів, яким він призначений або яким явно або приховано опонує. Відсилання змісту до актуальних контекстів і реальних адресатів, є першою умовою комунікативності: зміст тексту повинен бути поданий через комунікативний простір. Тобто, комунікативний простір – внутрішній комунікативний змістовий зміст тексту, середовище комунікації (або комунікаційне середовище) – зовнішнє реальне середовище процесу комунікації, у який залучений текст (мова).

Інакше кажучи, якщо проблематика деякого тексту стосується всього громадянського суспільства держави (структура комунікативного простору тексту відповідає структурі сфери публічної політики цього суспільства), але сам текст включений у комунікацію деякого співтовариства гуманітарних технологів, тобто середовище комунікації є більш вузьким, ніж простір комунікації, то такий текст є некомунікативним.

Таким чином, запропонована Хабермасом відмінність комунікаційної дії від змісту дискурса, має потребу в більше широкому й детальному вимірі й описі – описі комунікаційного процесу, в якому відбувається комунікаційна дія, і співвідношення комунікативного простору й комунікаційного середовища [2]. Дискурс є лише порядком і правилом комунікативного простору комунікаційної дії: він охоплює який-небудь один вимір змісту комунікаційної дії, саму претензію на значення в якому-небудь вимірі середовища комунікації, у той час як саме комунікаційне середовище, в яке

вписана комунікаційна дія, теж має потребу в цілісному описі її порядку й правила з погляду різних дискурсів. Комунікаційний процес охоплює як безпосередньо комунікаційну дію так і дії по формуванню комунікаційного середовища цієї комунікаційної дії. Комунікаційний процес, таким чином, є процес трансформації комунікативного простору в комунікаційне середовище, тобто виробництво комунікаційної дії й умов цієї комунікаційної дії (виробництво дискурсивних рамок, побудова комунікаційного середовища щодо комунікативного простору й упорядкування комунікативного простору щодо комунікаційного середовища, створення правил і меж комунікації, вибір місця, способу, каналів, засобів комунікації й т. д.)

У справу розгляду комунікаційної дії втручається ще й та обставина, що слід розрізняти комунікацію розуміння й цільову комунікацію. У комунікації розуміння головною умовою є взаєморозуміння учасників. У цільовій комунікації крім гіпотетичної другорядної умови взаєморозуміння головною умовою є досягнення зовнішньої мети. Причому ця зовнішня мета може бути досягнута як відкритими (розрахованими на взаєморозуміння) засобами, так і схованими засобами. Тому головні помилки, що допускаються при розумінні маніпуляції пов'язані з тим, що маніпуляцію розглядають лише як передачу зовнішньої для комунікації мети від одного її учасника до іншого. Слід зазначити, що маніпуляція виникає тільки тоді, коли цільова комунікація не є комунікацією розуміння. Маніпуляцію породжує ситуація, коли є зовнішня мета, але відсутня її відкрите пояснення-пропозиція для всіх учасників політичного процесу. Таким чином, можна виділити такі комунікаційні стратегії: конвенціональні маніпуляції ні [3].

Комунікаційна дія є актом не тільки комунікаційним, але іноді має позакомунікаційну природу: наприклад, у тому випадку, коли для взаєморозуміння учасників політичного процесу необхідно здійснювати додаткові кроки по нейтралізації спеціальних засобів приховання реальної мети маніпуляції. Такий комунікаційний процес, що відіграє вирішальну роль на рівні публічної політики називається базовим комунікаційним процесом. Тому твердження Хабермаса про те, що "консенсус супроводжує діяльність людей" не враховує більше широкого процесу – процесу підтримки конвенціональності або суспільного договору. Щоб "консенсус супроводжував" комунікаційну діяльність, необхідно, щоб хоча б одна зі сторін мала конвенціональну комунікаційну стратегію.

Якщо ж одна або обидві сторони мають маніпуляційну комунікаційну стратегію, то досягнення консенсусу є проблематичним або тимчасовим. При цьому консенсус не супроводжує діяльність сам по собі, тобто консенсус не є лише згодою в процесі комунікації, а вимагає спеціально поставленої задачі й додаткових зусиль по його досягненню.

Таким чином, консенсус має не лише функціональний, але й етичний зміст конвенціональності – зміст солідарності, суспільної довіри, виробництва й переукладання суспільного договору, тобто зміст особливого стану динамічної конвенції усередині суспільства, що є особливою ініціативною задачею, метою окремих навмисно й постійно затрачуваних зусиль еліти суспільства.

Література:

1. Флишберг Б. Хабермас й Фуко – теоретики гражданского общества // Социологические исследования. – № 2. – 2000. – С. 129.
2. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность: Лекции и интервью. Москва, апрель 1989 г. – М., 1989. – С. 16.
3. Хабермас Ю. Єдність розуму в розмаїтті його голосів // А. М. Єрмоленко Комунікативна практична філософія. – К., 1999. – С. 259.

Краснопольська Т. М., ОНЮА

ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ: СТАНОВЛЕННЯ ТА ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ

В статье рассмотрено появление и становление понятия «гендер» на Западе и адаптация гендерных знаний на постсоветском пространстве, отслежены в развитии две основных концепции гендера (феминистская и гендерная), рассмотрена история толкования термина «гендер» от понимания его частью термина «пол» до выделения в отдельное более широкое понятие, существующее рядом и во взаимодействии с понятием биологического пола.

In the article was discussed the emergence and formation of the concept of «gender» on the West and the transfer of knowledge on the post-Soviet region, traced two main concepts of gender (feminist and gender), in their development, history of interpretation the term «gender» from understanding it as the part of the term «sex» fill becoming in a separate broader concept, which exists on an equal basis and in cooperation with the notion of biological sex.