

І. Ю. ВІЛЬЧИНСЬКА. ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ КОГНІТИВНИХ КОМУНІКАТИВНО-МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕОРІЙ ПОЛІТИЧНОЇ МОТИВАЦІЇ

Аналізуються основні теоретичні положення когнітивних комунікативно-маніпулятивних теорій політичної мотивації, зокрема теорії мотивованого політичного мислення, політико-комунікативна модель, теорії раціонального і псевдораціонального вибору та центрально-периферійного засвоєння інформації та концепція електоральної поведінки на індивідуальному рівні.

Ключові слова: політична мотивація, когнітивний підхід, комунікативно-маніпулятивні теорії, поведінка, мислення.

Анализируются основные теоретические положения когнитивных коммуникативно-манипулятивных теорий политической мотивации, в частности теории мотивированного политического мышления, политико-коммуникативная модель, теории рационального и псевдорационального выбора та центрально-периферийного осмысления информации та концепция электорального поведения на индивидуальном уровне.

Ключевые слова: политическая мотивация, когнитивный подход, коммуникативно-манипулятивные теории, поведение, мышление.

The paper analyzes the main theoretical concepts of cognitive-communicative manipulation theories of political motivation, in particular the theory of reasoned political thought, political and communicative model, the theory of rational choice and pseudorational that centrally peripheral understanding of information is the concept of electoral behavior at the individual level.

Key words: political motivation, cognitive approach, communicative and manipulative theory, behavior, thinking.

Загальновідомо, що останнім часом увага дослідників електоральної поведінки дедалі активніше перекоцптуалізується від пошуку непорушних детермінант політичного вибору (соціальних груп, партійної та ідеологічної ідентифікації) і механізмів прийняття рішень (економічне, егоїстичне голосування тощо) до вивчення практики політичної комунікації. му Поділяємо думки дослідників, що протягом останніх десятиліть електоральна комунікативістика набрала такої наукової ваги, що вже може претендувати на роль «самостійної субдисципліни політичної науки» (М. Грабер).

Зрозуміло, що весь процес поширення інформації контролює політична еліта, яка намагається реалізувати свою владу над суспільством не тільки через бюрократичний апарат, а й за допомогою ЗМК, маючи найбільш сприятливі умови для інформаційно-пропагандистської діяльності.

Утім, на нашу думку, оскільки інформаційно-комунікативна підсистема повинна забезпечувати зв'язки між інститутами політичної системи, політична комунікація – це насамперед процес обміну інформацією між даною системою і суспільством, під час якого політичні еліти завжди намагаються сформувати сприятливу для себе громадську думку. Виробництво іміджів і спроби маніпуляції суспільною свідомістю лише вимагають від них врахування рівня компетентності громадян, яка має досить своєрідний характер, і специфіки політичного середовища.

Дають змогу проаналізувати специфіку політичного інформаційного поля і рівень індивідуального сприйняття інформації напрацювання Джона Заллера,

який свою *політико-комунікативну теорію*, зокрема у дослідженні «Походження і природа суспільної думки», вибудовує на основі подолання конфлікту афективних і когнітивних атитюдів з урахуванням наукових розробок у сфері дослідження ролі амбівалентності установок особистості, зумовлену їх схильністю до зовнішніх ситуативних впливів, які і відображають той чи інший аспект в позиції особистості, а також адаптує власну гіпотезу про відсутність у людей установок з політичних питань. Відповідно до його розуміння, наприклад, партійні преференції, які виражає людина у тій або іншій ситуації, відображають лише конструкти, створенні на основі ситуативно зумовлених чинників.

Отже, з одного боку, зрозуміло, що політична еліта має можливість поширювати не тільки потрібну їй інформацію про події, а й вигідні їй оцінки й судження.

ЗМІ поширюють серед населення інформацію про політичні події у вигідному, на думку дослідника, для еліти висвітленні, оскільки громадськість схильна розглядати події саме з їх точки зору. Інформаційно-маніпулятивний вплив еліти підсилюється тим, що люди почасти не здатні до критичного осмислення інформації про політичну сферу. «Багато людей (...) приділяють занадто мало уваги суспільним справам, щоб критично відноситися до того, з чим вони зустрічаються у процесі політичної комунікації (...) Втім, меншості громадян, яка уважно стежить за суспільними справами, навряд властива більша критичність: вони відгукуються на нові проблеми переважно керуючись партійною прихильністю й ідеологічною орієнтацією на джерела повідомлень, контрольовані елітою»¹, – зазначає Дж. Заллер.

Суголосними з Дж. Заллером є погляди Й. Шумпетера, який вважає, що для того, щоб воля виборців стала суттєвим чинником політичного процесу, вона повинна бути значимішою за «випадковий вибір невиразних імпульсів, які хаотично спалахують (...)». Кожен має чітко знати, що він обстоює»². Крім того, громадяни повинні мати вільний доступ до альтернативної інформації, що, у свою чергу, вимагає формування спрямованої волі виборців, здатних правильно розуміти факти, критично аналізувати значні потоки доступної інформації, що водночас, на думку, Р. Даля не гарантує того, що вони розбиратиметься у політичних питаннях і платформах кандидатів на виборах³.

З іншого боку, на думку Дж. Заллера, хоча еліти, без сумніву, продовжують доминувати в процесі формування суспільної думки, однак доти, доки триватиме конкуренція еліт, відтворюватиметься і конкуренція різних іміджів. Реакція ж публіки на інформацію залежить від ступеня її залучення й зацікавленості в тій або іншій висвітленій ЗМІ проблемі⁴.

Тому не зовсім правильно говорити про інформаційно-комунікативну всемогутність політичної еліти. Вплив еліт на формування політичної свідомості людей обмежується дією низки чинників - політичних схильностей, під якими Дж. Заллер розуміє усталені особистісні риси, які регулюють прийняття або неприйняття людиною політичних відомостей - різні інтереси, цінності, досвід, які можуть впливати на визначення того, чи приймати, чи відкидати ту чи іншу політичну інформацію. Політичні схильності відображають психологічні та ментальні процеси, які мають індивідуальний характер. Тому їх можна визначити як когнітивні установки, запропоновані Г. Пушкарьовою, які обмежують засвоєння маніпулятивної політичної інформації, пов'язані з процесами селекції та когнітивної відповідності-невідповідності: по-перше, кожна людина має індивідуальний запас політичних знань (*political awareness*), який впливає на сприйняття нової інформації; по-друге, індивідам властиво не брати до уваги повідомлення, які суперечать їхнім власним уявленням, ціннісним орієнтаціям; по-третє, у оцінці

події або проблеми люди задовольняються мінімальним набором легко актуалізованих образів і понять, які зберігаються в їхній пам'яті⁵.

Дійсно, зустрічаючись зі складними політичними об'єктами, не кожна людина в змозі самостійно виробити судження про можливі шляхи розвитку ситуації й адекватно оцінити наслідки своїх дій, навіть якщо вона має досить сильну внутрішню мотивацію. Тут велику роль відіграють політичні знання, уміння та навички, обсяг яких багато в чому і визначає суспільно-політичну спрямованість особистості. За словами французького соціолога Р.Арона, політика передбачає бодай мінімальне усвідомлення цієї галузі. Люди повинні хоча б приблизно уявляти, хто віддає накази, як обиралися ці діячі, як здійснюється ця влада. Суголовним є загальновідоме твердження Р. Даля, що у більшості людей політичні погляди досить примітивні, прості люди зазвичай некомпетентні управляти собою.

Щодо політичної компетентності, то тут заслуговує на увагу врахування такої її особливості, як суб'єктивність. Поряд з традиційним розумінням компетенції як достатньо високого рівня володіння знаннями про певну сферу суспільного життя, конкретного явища чи процесу, що характерно для професіоналів, науковців, потрібно враховувати власне оцінювання людиною рівня її знань. Оскільки саме остання особливість формує впевненість у власних можливостях впливати на політику. Можливість впливу на політику у поєднанні з задоволенням утворюють підґрунтя суб'єктивної політичної компетентності. Відсутність суб'єктивної політичної компетентності може призвести до негативного зрізу політичної мотивації - відмови брати участь у політиці у результаті визнання неможливості реалізовувати свої потреби та інтереси або розчарування.

Отже, використання політико-комунікативної теорії, зокрема на пострадянському просторі актуалізується необхідністю формування достатнього рівня політичної компетентності громадян, забезпечення дієвої системи доступу до суспільної інформації у зрозумілій для них формі, що, у свою чергу, дасть змогу ефективно використовувати політичні знання на практиці, захищати і відстоювати власні інтереси перед елітою.

Серед комунікативно-маніпулятивних теорій окреме місце займають теорія мотивованого політичного мислення та модель центрально-периферійного засвоєння інформації, яка описує процес осмислення політичної інформації.

Когнітивний стиль мислення - це відкрита система індивідуальних стратегій, прийомів, навичок та операцій, до якої схильна особистість в силу своїх індивідуальних властивостей (від системи цінностей і мотивації до характерологічних якостей). Тобто саме від психологічних і когнітивно-ментальних особливостей індивіда залежить, яка частина інформації, розповсюджуваної політичною елітою, буде ним сприйнята, а яка відкинута як непотрібні сенсорні дані.

І знову ж найбільше інформації щодо цих досліджень можна знайти в напрацюваннях російських і західних дослідників, оскільки, на жаль, дослідження особливостей використання когнітивного підходу досить нова тема в українській політичній науці. Щоправда, відносна відсутність ґрунтовних теоретичних напрацювань не є абсолютним показником невикористання когнітивних прийомів у політичній практиці, що практично неможливо у суспільстві, де домінують знання, інформаційні потреби, а ЗМК визначені головними агентами впливу на політичну мотивацію. Тому основним завданням класифікації когнітивних теорій ми вбачаємо важливість акцентуації уваги українських дослідників на можливостях когнітивного підходу в поясненні політичної мотивації, що значно розширило б практичні можливості впливу на політичну активність. Окрім того, актуальність і сучасність когнітивного підходу, особливо в аспекті людиноорієнтова-

ного розуміння політичних явищ і феноменів, вимагає подальших ґрунтовних досліджень у межах окремих монографічних напрацювань.

Як зрозуміло з вищевикладеного, процес політичного мислення – надто індивідуальний, оскільки залежить від знань і уявлень, які зберігаються в пам'яті людини. Однак не тільки особистий досвід та когніції визначають відмінності у ставленні людини до політичної інформації. Ще у 80-ті роки ХХ століття американським психологам – Ш. Чейкену, автору евристичної моделі переконання, а також Р. Петті й Д. Качоппо, авторам моделі найбільшої ймовірності – вдалося описати два підходи, властиві людям у сприйнятті соціальної інформації: пасивний (периферійний) і активний (центральный).

Велику увагу центрально-периферійній моделі засвоєння інформації приділяє російська дослідниця Г. Пушкарьова. Центральний спосіб обробки зовнішньої інформації, зазначає вона, – це прагнення індивіда всебічно обмірковувати повідомлення, осмислювати логіку аргументів. Якщо проблема оцінюється як значима, різко зростає ймовірність того, що він вибере центральний спосіб обробки інформації – докладе зусиль для аналізу отриманої інформації. Периферійний спосіб відрізняється тим, що індивід просто сприймає повідомлення, не вникаючи в його зміст, не ставлячи під сумнів істинність повідомлення, довіряючи джерелу інформації. Цей спосіб індивід вибирає тоді, коли він не має навичок роботи з подібною інформацією, а в пам'яті відсутні концепти, які дають можливість всебічно й критично її розглянути⁶.

Шляхи периферійного і центрального засвоєння інформації тісно пов'язані з психологією мас, яка, як відомо, ґрунтується на тому, що можна назвати «гіпотезою відповідності» (congruence hypothesis), згідно з якою існує відповідність між когнітивною структурою дискурсу газетних повідомлень, виступів політичних ораторів тощо і ментальною структурою, або соціальною логікою аудиторії⁷, яка сприймає ці повідомлення. Оскільки індивіди, об'єднані в масу або в групу, не можуть міркувати так само критично як порізно в силу ефекту зараження, вони більше піддаються впливу помилкових, упереджених або нелогічних повідомлень.

Відтак, центральний шлях засвоєння інформації переважає в ізолюваного індивіда, а периферійний – в індивіда, включеного в групу. Ш. Чейкен розрізняє систематизовану й евристичну переробку інформації, а психологія мас пояснює роль логічних і нелогічних процесів у сприйнятті інформації. На логічні більше впливають структури аргументації, на нелогічні – риторичні і лінгвістичні засоби, зовнішні аспекти повідомлення. Отже, периферійний спосіб обробки інформації неминуче призведе, зазначає Г. Пушкарьова, до того, що судження про кандидатів або партій виносяться на основі домінантних ознак, які легко розпізнаються завдяки сформованим уявленням та внутрішнім установкам. А повідомлення, відповідно, адресовані широкому загалу тим ефективніші, чим більше вони упереджені. Мета стратегій переконання – перетворити усвідомлені думки в думки неусвідомлені, судження – у вірування, тобто закріпити їх у думках.

Дослідження когнітивних викривлень дали змогу краще зрозуміти процеси переробки інформації, а також встановити зв'язок між соціальними впливами з одного боку і перекрученими процедурами логічного висновку – з іншого. Дослідники запропонували простий рецепт пропаганди, реклами: дискурси або повідомлення, адресовані широкому загалу, тим ефективніші, чим більше вони алогічні, неправильні або ілюзорні, оскільки впливають на непрямо, несвідомому рівні більше, ніж на рівні безпосередньому, очевидному, оскільки обходять

рівень свідомого й критичного мислення.

Провести між раціональним і псевдораціональним політичним вибором практично неможливо. Оскільки всі уявлення людей формуються під час інформаційно-комунікативного взаємобміну, залежність людини від інформації зазвичай не усвідомлюється як цілеспрямований тиск. Тому російська дослідниця Г. Пушкарьова пропонує розрізнати раціональний і псевдораціональний політичний вибір не тільки для створення досконалої моделі мотивації електоральної поведінки, а й для більш глибокого розуміння можливостей і меж впливу на виборців. Псевдораціональний вибір, на її думку, більш передбачуваний, оскільки його спрямованість порівняно легко виявити шляхом вивчення інформаційного середовища, наповненого специфічними потоками, які формують уявлення індивіда про значимі проблеми й відображаються на сприйнятті системи політичних відносин. Відтак, одним з потенційних індикаторів раціональності здатна стати оцінка джерел інформації, які використовуються для аналізу ситуації. Якщо джерела орієнтовані на одну систему ідеологічних концептів, представляють інтереси однієї політичної сили, то ймовірність одержання однобічної інформації різко зростає, продовжує дослідниця, що, у свою чергу, знижує можливість критичного відношення до повідомлень, відтак – рівень раціональності падає⁸.

У процесі мислення ми оперуємо концептами, які відображають зміст результатів нашої діяльності й пізнання світу у вигляді «квантів» знання. Концепт – це одиниця ментальних ресурсів нашої свідомості; оперативна змістовна одиниця пам'яті, ментального лексикону, картини світу, відображеної у людській психіці, концептуальної системи й мови мозку (*lingua mentalis*). Концепти виникають у процесі структурування інформації як про об'єктивний стан справ у світі, так і про уявлені світі. Концепти зводять різноманітність спостережуваних і уявлених явищ до чогось єдиного, зберігають знання про світ.

Російський дослідник Д. Гончаров виокремлює два когнітивні типи особистості, які визначають сприйняття та концептуалізацію політичної дійсності. Перший тип – «відкритий розум», здатний гнучко сприймати різні полюси суспільно-політичних відносин, раціонально їх аналізувати. Другий (прогилежний) тип – «закритий розум». Саме когнітивні характеристики сприйняття політичної реальності формують когнітивну карту людини, тобто суб'єктивні уявлення про політичний світ⁹.

На думку М. Лоджа і Ч. Тейбера, політичне мислення залежить від того, якою мірою індивід орієнтований на досягнення конкретної мети – «спрямований на мету». Перехресне накладання осей, які визначають рівень прояву названих чинників, дає змогу дослідникам виокремити чотири типи «мотивованого мислення». До першого типу («інтуїтивні вчені») відносять людей, чітко орієнтованих на мету, які послідовно її домагаються; у їхніх міркуваннях присутнє прагнення до обґрунтованих висновків, оптимальних рішень. До другого типу («класичні раціоналісти») можна віднести тих, хто проявляє послідовність у досягненні мети (оцінює позитивні й негативні наслідки прийнятих рішень), але слабо орієнтований на саму мету (відмовляються від її реалізації, якщо вона вимагає занадто великих витрат). Третій тип («прихильники, які мислять») включає осіб, які мають сильну орієнтацію на мету (або на політичний об'єкт), але при цьому не готові зважувати й всерйоз розглядати всі можливі затрати на її досягнення. Четвертий тип (люди з «низькою мотивацією») позбавлений внутрішнього стимулу до ґрунтовних міркувань; вони покладаються на евристичні (виникаючі як реакція на типову ситуацію) судження або взагалі апатичні. Кожному з цих типів властива власна стратегія ухвалення рішення: від реактивної до гранично проду-

маної і всебічно зваженої¹⁰.

Цікавою у межах нашого дослідження уявляється класифікація, запропонована українською дослідницею М. Білик, яка пропонує розрізнити 5 стилів політичного мислення: аналітичний – віддає перевагу раціональності, відшукує найкращі шляхи; реалістичний – надає перевагу емпіричному підходу, цікавиться конкретикою, швидко приймає рішення, бере на себе відповідальність; прагматичний стиль – інтуїтивно схоплює сутність проблеми, гнучкий, адаптивний, прагне схвалення; ідеалістичний – характеризується підвищеним інтересом до потреб людей, високими нормами моралі, компромісний, сконцентрований на взаємостосунках; синтетичний – схильний до інтегративного підходу, творчої комбінації, краще діє в ситуації спору¹¹.

До теорій, які враховують і рівень поінформованості, і раціональні переваги електорату, підкріплені мисленням, можна віднести напрацювання А. Парізі та Дж. Пасквіно, трансформовані у концепцію електоральної поведінки на індивідуальному рівні, в якій вони виокремили три типи виборчих голосів: «голос думки» (Vote of opinion), «голос приналежності» (Vote of belonging) та «голос змін» (Vote of Exchange). Саме «Голос думки» є типом голосування виборця на підставі аналізу пропозицій на політичному ринку, створеним завдяки комунікаційним та організаційним утворенням, які інтегрують електорат з «політичним товаром». Суттєву роль тут відіграють: а) мас-медійний ресурс як канал політичної інформації, який задає межі даних, необхідних для визначення політичного рішення; б) освітній ресурс, який стимулює електорат одержати якомога більше інформації та прийняти самостійне, усвідомлене рішення¹².

Отже, прихильники комунікативно-маніпулятивних теорій розуміють політичну мотивацію як феномен, що певною мірою контролюється органами влади, які за допомогою засобів політичного маніпулювання здатні примусити людину здійснити вибір під тиском достатньо ефективних зовнішніх впливів, які в умовах демократії можна визначити як інформаційні. Саме вступ людства у інформаційну епоху, високі вимоги, які висуваються до швидкості й переробки інформації, створення комп'ютерної техніки, віртуалізація соціального простору актуалізували дослідження інформації в аспекті маніпулятивного впливу на політичну активність.

Водночас, на нашу думку, маніпулятивні моделі є штучно сконструйованими, такими, що ґрунтуються на визнанні можливості комунікативно-маніпулятивного впливу на політичну мотивацію. Оскільки для них практично не існує єдиних принципів, на які спиралися б і дослідники-теоретики, і політичні технологи, їх можна розглядати як сукупність досить різнорідних дослідницьких і практичних стратегій, запозичених з різних теорій, сформованих у межах відповідних теоретико-методологічних підходів.

Останнім часом у політикумах на пострадянському просторі, зокрема в Україні, знаходять дедалі більше прихильників технологічні (маркетингові) теорії електоральної мотивації. Застосовується традиція виокремлення так званих психографічних угруповань виборців - виділення електорату за низкою характеристик, які носять транссоціальний характер, тобто у групи поєднуються люди різної статі, віку, роду занять, які мають спільні інтереси і установки. Такі групи не тільки віддають перевагу різним соціальним, економічним, політичним й іншим цінностям, а й навіть по-різному реагують на різні форми передвиборної пропаганди і реклами, що вимагає активного продукування на політичному ринку специфічних інформаційних продуктів.

Оскільки сьгодні технологічний підхід здобуває дедалі більше прихильників,

дослідникам потрібно звернути увагу на створення окремих ґрунтовних розробок, які автор відносить до подальших перспективних досліджень з урахуванням власного розуміння політичної мотивації, які можуть стати продовженням теоретико-методологічних пошуків у концептуалізації цього складного і неоднозначного поняття.

1. *Zaller J.* The Nature and Origins of Mass Opinion. – Cambridge, 1992. – P. 311.
2. *Шумпетер Й. А.* Капіталізм, соціалізм і демократія / Пер. з нім.: В. Ружицький, П. Тарашук. – К.: Основи, 1995. – С. 315.
3. *Даль Р. А.* Проблемы гражданской компетентности // Век XX и мир. – 1994. – № 7/8. – С. 168.
4. *Zaller J.* The Nature and Origins of Mass Opinion. – Cambridge, 1992. – P. 213.
5. *Пушкарева Г. В.* Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.politstudies.ru/N2004fulltext/2003/3/12.htm>.
6. Там же.
7. *Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р.* Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб., 2002. – 558 с.
8. *Пушкарева Г. В.* Политический менеджмент: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2002. – С. 228-241.
9. *Гончаров Д. В.* Теория политического участия. – М.: Юрист, 1997. – С.161-163.
10. *Пушкарева Г.В.* Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.politstudies.ru/N2004fulltext/2003/3/12.htm>.
11. *Білик М.В.* Психологічні чинники прояву політичної культури студентської молоді: Дис. ... канд. псих. наук – К., 2004. – С. 85.
12. *Поліщук І.О.* Електоральний процес постсоціалістичного суспільства: політико-культурний вимір (на прикладі України, Росії та Польщі): Дис. ... д-ра політ. наук. – Чернівецький національний ун-т імені Юрія Федьковича. – Чернівці, 2009. – С. 57-58