

Є. О. Романенко,

кандидат наук з державного управління, докторант кафедри державної політики та управління політичними процесами, Національна академія державного управління при Президенті України

ІДЕОЛОГІЯ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

Y. Romanenko

PhD in Public Administration, Doctoral student policy and management of political processes
National Academy of Public Administration the President of Ukraine

IDEOLOGY AS A COMMUNICATIVE TOOL OF PUBLIC POLICY

У межах даної статті здійснено концептуальний аналіз ідеології як комунікативного інструменту реалізації державної політики, відповідно до чого ідентифіковано її зміст та функціональне призначення у процесі розроблення та реалізації публічної політики, конкретизовано її вплив на утвердження відповідних ціннісних орієнтацій громадян у суспільстві на прийняття певних державно-управлінських рішень, доведено, що ідеологія є важливою складовою діяльності засобів масової інформації, шляхом формування певної медіа реальності вона забезпечує керуваність суспільства і впливає на зміст формування та реалізації державної політики.

Within this paper analyzes the conceptual ideology as a communicative tool of public policy, according to which identified its content and functionality in the development and implementation of public policy is specified, its impact on the establishment of appropriate value orientations of citizens in the community to make certain managerial decisions proved that ideology is an important part of the media by creating a media reality it provides control of society and affect the content of the formation and implementation of public policy.

Ключові слова: ідеологія, ціннісні орієнтації, державна політика, державна комунікативна політика, публічна політика, засоби інформації, засоби масової інформації, комунікативні засоби.

Key words: ideology, values, public policy, public communication policy, public policy, media, media, communication means.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Важливим комунікативним інструментом реалізації державної політики виступає ідеологія. Традиційно під нею розуміють "систему поглядів, ідей, переконань, цінностей та установок, що виражають інтереси різних соціальних груп, класів, співтовариств, в яких усвідомлюються і оцінюються відносини людей до дійсності і один до одного, соціальні проблеми і конфлікти, а також містяться цілі (програми) соціальної діяльності, спрямованої на закріплення або зміну існуючих суспільних відносин" [1, с. 37].

Ідеологія виступає у ролі цілісної всеохоплюючої системи, яка визначає зміст суспільної життєдіяльності громадян, а відтак і основні напрями формування та реалізації державної політики. Ідеологія слугує саме для того, щоб запропонувати зміни в суспільстві або задекларувати прихильність певним ідеалам, реалізація яких виступає стратегічним пріоритетом здійснення державної політики. У такий спосіб, на думку фундатора ідеології Дестютт де Трасі, "в ідеології наче го-

вориться мета і як її досягнути". У той же час, ідеологія як певна комунікативна конструкція задає певні шаблони для розроблення та аналізу державної політики, які досить часто можуть зміщувати її зміст в сторону необ'єктивного його сприйняття. Відтак, це свідчить про те, що "ідеологія задає певну "колективну оптику" для сприйняття реальності, але, як і всяка оптика, вона по-своєму забарвлює й викривляє реальність" [2, с. 144]. У даному відношенні, варто виходити із певного внутрішнього зв'язку між ідеологією та особистістю, що ймовірно позначається й на змісті та механізмах формування державної політики. На думку К. Дункера, "дві людини, які належать до протилежних полюсів ідеологічного спектра, можуть бути прихильниками принципово різних соціальних програм, але водночас самі особистості та програми дивовижним чином подібні" [3, с. 67]. У такий спосіб, ідеологія покликана консолідувати суспільство у напрямку реалізації стратегічних пріоритетів державної політики.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІЩЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

У країнах розвиненої демократії жодна із ідеологій не набула офіційного статусу. Такий підхід ґрунтується на функціональному змісті ідеології, оскільки там вона виступає важливою складовою політичної культури суспільства формування та утвердження його ціннісних орієнтацій. Підтвердженням цього є підхід В.П. Макаренка, який обґрунтовує вплив ідеології як певного комунікативного інструменту на соціалізацію, державно-управлінську свідомість та поведінку громадян. У такому контексті ідеологія "сприяє формуванню певних світоглядних уявлень громадян, забезпечує їх відповідність певним політичним реаліям... які політичні та моральні принципи (ціннісні орієнтації) оберуть у своїй практичній діяльності громадяни, залежить ефективність політики, а відтак і прогрес суспільства" [4]. Ідеологія як важлива складова політичної культури суспільства знаходить втілення у відповідних формах державно-управлінської комунікації, за допомогою яких утверджуються відповідні демократичні цінності, надбудовується базис певних комунікативних зв'язків між суспільством та органами державної влади, відповідно до якого формується та реалізується державна політика.

З огляду на це, ідеологія як комунікативний інструмент реалізації державної політики визначає зміст та характер системи державного управління, включаючи безперервний процес вироблення, прийняття та реалізації державно-управлінських рішень.

Функціонування ідеології завжди носить детермінований характер, в результаті цього "будь-яка конкретна ідеологія може втратити адекватність, і тоді вона почне слабшати і врешті-решт зникне, але на зміну їй швидко приходить інша ідеологія, яка виявиться адекватнішою щодо зовнішньої та внутрішньої реальності" [5, с. 117]. Це підтверджується тим, що кожна модель державної політики, які б тенденції у розвитку суспільства вона не породжувала, завжди ґрунтується на певній ідеології.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Аналізуючи ідеологію як комунікативний інструмент реалізації державної політики, варто приділити увагу концепції М. Амосова, який у своїй праці "Ідеологія для України" охарактеризував її як "словесну модель, що передбачає оцінки і дії для громадянина і держави і що отримала розповсюдження у суспільстві. Вона закликала розставити людей, визначити їхні стосунки і втовкмачити, що все робиться правильно — для них і для майбутніх поколінь, а тепер ще і для природи" [6].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою даної статті є здійснити концептуальний аналіз ідеології як комунікативного інструменту реалізації державної політики. Досягнення даної мети обумовлює вирішення відповідних завдань, а саме: ідентифікувати зміст та функціональне призначення ідеології у процесі розроблення та реалізації публічної політики, конкретизувати її вплив на утвердження відповідних ціннісних орієнтацій громадян у суспільстві на прийняття певних державно-управлінських рішень, обґрунтувати її роль у системі діяльності засобів масової інформації та їх впливу на зміст формування та реалізації державної політики.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ідеологія як комунікативний інструмент реалізації державної політики є важливою складовою діяльності засобів масової інформації. Фактично вона створює особливу медіа реальність, через яку, з одного боку, здійснюється управління суспільством, а з іншого, останнє здобуває можливість впливати на механізми реалізації державної політики.

Важливу роль у даному контексті відіграє телереклама, яка забезпечує просування певних комунікативних шаблонів реалізації принципів державної політики. Вона фактично задає пріоритети та цінності для функціонування суспільства та політики діяльності державно-управлінських структур, які забезпечують надання відповідних адміністративних послуг.

Традиційно вважається, що сучасне демократичне суспільство має бути незаангажованим певною ідеологічною системою. У той же час, як показує практика, будь-яка політична сила у державі має свою ідеологію, інститути органів державної влади також досить часто не позбавлені певної ідеологічної залежності. Більше того, ідеологія, яка панує у суспільстві, може бути офіційно й невизнаною, але реально може мати потужний комунікативний вплив на життєдіяльність суспільства та формування державної політики. Так, для прикладу, у прямій та завуальованій формі вона масово подається у великому обсязі через засоби масової комунікації. У сучасному споживацькому суспільстві головним змістом ідеології виступає популяризація матеріальних цінностей — ідеологія суспільства споживачів, фундаментальною ідеєю якого є "купуй-май-володій-отримуй задоволення від того, що ти маєш". Без сумніву, така ідеологія не містить нічого, що забезпечувало б формування людини як особистості, а відтак і реалізацію антропоцентричного принципу формування політики ефективної держави. Така ідеологія впливає на всі сфери суспільного життя, а відтак і позначається на самій комунікативній системі державної політики. Вплив такої ідеології на сферу освіти призвів до необхідності формувати не сильних, яскравих професіоналів у різних предметних сферах, а інструмент для отримання прибутків та надприбутків. Ця ідеологія сьогодні активно представлена у ЗМІ, які системно пропагують різні ідеологічні системи споживацтва.

Саме тому у розвитку сучасного світу важлива роль належить ідеології дауншифтингу, як такій комунікативній системі, яка повинна вивести суспільство із його споживацького становища. Традиційно дауншифтинг являє собою "втечу від споживацького інформаційного суспільства" у двох формах: 1) нервовою працею для доходів та високим матеріальним рівнем життя і 2) душевним комфортом та низьким рівнем матеріального життя [7, с. 170]. У такому контексті розуміння дауншифтинг є ідеологічною концепцією, яка слугує основою побудови демократичної ідеології.

З огляду на вищевказане, аналізуючи ідеологію як комунікативний інструмент реалізації державної політики, варто виходити із її розуміння як певного фундаментального принципу, який дозволяє суспільству сформувати єдину спільну мету його розвитку, об'єднавши його навколо спільних цінностей та інтересів. Саме тому, на думку Л. Алфюсера, сучасна ідеологія як певний комунікативний інструмент формування державної політики має відповісти на три основних питання: 1) що та чи інша ідеологія пропонує для життєдіяльності суспільства і яка її кінцева мета? 2) на кого вона спирається у досягненні цих цілей (на які соціальні групи, елітарні кола — реально чи формально вона розрахована)? 3) хто є опонентом для такої ідеології, проти яких політичних чи соціальних сил вона спрямована? [8].

Стратегічним критерієм ефективності такої ідеології як певного комунікативного інструменту реалізації державної політики має виступати її здатність згуртувати суспільство. У такому разі, вона має виступати у формі певної системи, яка спирається на інтереси всього суспільства, включаючи всі його прошарки, і яка, з іншого боку, користується його максимальною підтримкою. Лише такий варіант ідеології може бути ідеальним для розвитку сучасного суспільства, оскільки він здатен, на думку Е.Кеннді "об'єднати та спрямувати людей на побудову нового суспільства, базованого на духов-

них цінностях, в якому людина буде жити заради високих цілей, а не заробляючи собі на прожиття" [9].

Можливість для формування ефективної ідеології як комунікативного інструменту ефективної реалізації державної політики Е. Кенді бачить у вирішенні таких основних питань, як:

1) матеріальних;

2) якою має бути еліта та система організації суспільства (головним при цьому є особисті якості представників даної групи (чесність, патріотизм, відданість, і наскільки вони узгоджуються із державними завданнями їх персональна відповідальність);

3) вимоги до суспільства, якими мають бути люди, яким має бути ставлення до влади та до закону (наскільки громадяни самі поважають закон і володіють потенціалом активної участі у формуванні та реалізації державної політики). Важливу роль тут відіграє цілеспрямована пропаганда високих цінностей та чітко артикульованих ідей та ідеологем, які формували високий дух народу [9].

У межах даного аналізу варто також акцентувати увагу на розумінні комунікації як важливого інструменту формування ідеології. На думку О. Логінова, "широка громадськість, яка усвідомлює недосконалість традиційних форм звільнення — таких, як революційний протест або критика ідеологій, і яка не довіряє більше лідерам покладає велику надію на комунікативний процес взаємодії, в ході якого досягається діалог та взаєморозуміння людей, об'єднання прихильників різних систем цінностей, ідеологій, віровчень" [10, с. 157]. Комунікація як форма передачі та сприяння відповідної інформації передбачає наявність певного компетентнісного рівня досягнення консенсусності у вирішенні відповідних ідеологічних проблем, які безпосередньо впливають на характер творення державної політики. Комунікація як інструмент формування державної ідеології є важливою складовою демократизації та забезпечення відкритості суспільства, оскільки лише у такому контексті вона здатна гарантувати широку дискусію з приводу певних питань, основоположних цінностей, які є визначальними у процесах формування державної політики.

Досить цікаві міркування у даному відношенні висловлені також Г. Апелем, на переконання якого комунікація є первинною по відношенню до ідеології. Вчений, аналізуючи досвід комунікації у сфері державної політики пострадянських держав, довів, що він повною мірою регламентується ідеологічними конструкціями, розробленими спеціально для масового застосування технологій маніпуляції суспільної свідомості. Тому Г. Апель наголосив на доцільності запровадження конвенціональних комунікативних технологій реалізації державної політики, які б, уникаючи відповідних ідеологічних маніпуляцій, забезпечували відкрите ведення дискусій між органами державної влади та громадянською з приводу розроблення та реалізації відповідних ідеологічних систем. На думку вченого, "необхідність повномасштабних перетворень у країнах колишнього Радянського Союзу виносить на перше місце комунікативні стратегії як практичну проблему... більше того, попередні експерименти по реформуванню суспільств показали, що існуючий спосіб комунікації не дозволяє ефективно реалізовувати реформи, а тому перед тим як реформувати суспільство, необхідно реформувати тип комунікації, який може бути використаний в процесі реалізації реформ" [11]. Важливими складовими такої ідеології, як комунікативного інструменту реалізації державної політики, мають виступати солідарність та довіра громадян до влади, громадянського суспільства до держави, саме вони протистоятимуть "розпаду суспільного договору та деконвенціоналізації суспільства".

Крах монолітних ідеологій у XX ст. призвів до утвердження нової доктрини "кінця ідеологій", що, безумовно, позначилось на відповідних державно-управлінських процесах окремих національних держав. "Кінець ідеологій" фактично символізував собою підміну єдиної сис-

теми поглядів на плюралізм думок у суспільстві. На думку К. Ясперса, "відмова від тотальної ідеології є ознакою соціального прогресу, що тим самим свідчить про оздоровлення суспільства та звільнення його від певних державницьких стереотипів (до прикладу створення штучного ворога), а з іншого боку, утрудняє комунікацію та взаєморозуміння у суспільстві" [12]. Це, свідчить про те, що процес деідеологізації, який неминуче призводить до утворення мікроідеологій у формі громадської думки загострює відповідні комунікативні процеси як у суспільстві, а відтак детерміновано це позначається і на процесах формування державної політики. За таких обставин люди, які раніше представляли різні системи поглядів, перестають вступати у відповідні форми комунікативної взаємодії один з одним, "в умовах же альтернативності та плюралізму виникає потреба у спільних нормах комунікації, які досить часто і регламентуються відповідними ідеологіями" [12]. Відтак, ідеологія як певний комунікативний інструмент впливу на державну політику виступає у формі певної духовної інтеграції людей, яка призводить до формування окремої системи догм, лозунгів, доктрин. У такому контексті, на думку Р. Барта, ідеологія являє собою комунікативну систему концептів, які визначають наше розуміння всього того, що відбувається у суспільстві, формує "гештальт явища". На його думку, "володіючи цими концептами, запроваджуючи їх у свідомість, шляхом масового тиражування, можна управляти суспільством, його баченням, розумінням, процесами осмислення дійсності... ці концепти досить міцно вплетені в етнос та ментальність, у смаки та погляди, в стиль життя громадян" [13, с. 397]. Це свідчить про те, що фактично стратегічно важливим комунікативним інструментом формування та реалізації державної політики є ідеологія як "своєрідна ситема ментальності".

Важливу увагу у даному контексті дослідження варто приділити концепції Ю. Хабермаса, який саме виходив із розуміння ідеології як певного ментального продукту суспільства, який є умовою комунікації, яка тісно пов'язана із системою суспільних зв'язків людей. Під "системою ментальності (ментальним продуктом)" вчений розуміє "норми та правила поведінки громадян, тонкий смак і такт спілкування, мову, манери, різноманітні відмінні риси групової та соціальної приналежності, духовних цінностей, очікувань, вірувань" [14, с. 73]. Ця система є структурною складовою ідеології, яка закладає певний комунікативний дискурс у суспільстві, в межах якого "тематизуються та проблематизуються теоретичні та практичні проблеми, приймаються або ж і відхиляються на основні аргументації окремі положення державної політики" [14, с. 77]. Відтак, ідеологія як певний комунікативний інструмент реалізації державної політики забезпечує своєрідну "легітимацію норм, знань, цінностей, т.б. різного роду універсалій, які мають враховувати у своїй діяльності інститути демократії, гласності та відкритості, на яких має базуватись розвиток відкритого суспільства" [14, с. 84]. Виходячи із цього, стратегічне призначення ідеології як комунікативного інструменту реалізації державної політики вчений вбачав у посиленні довіри громадян до держави як інституту реалізації їх інтересів.

Виходячи із таких міркувань, Ю. Хабермас розглядав ідеологію як окрему комунікативну дію, яка завжди породжує відповідний комунікативний процес. На підтвердження цього, він писав "ідеологія не існує поза комунікативним процесом, який сам існує, з однієї сторони, в середині ідеологічних претензій на значення, з іншої сторони, в середині процесу реалізації влади (комунікативного середовища влади), тобто завжди у тій чи іншій мірі є дискусивно-правовим управлінням самої комунікації зі сторони влади" [14, с. 211]. У такий спосіб, ідеологія як певна комунікативна дія може містити різні форми як комунікативної маніпуляції, так і комунікативної конвенції політичного та державно-управлінських процесів. Характер таких форм комунікації визна-

чає стратегію розвитку держави, що синхронізується з відповідними формами ідеології.

Аналізуючи ідеологію як комунікативний інструмент реалізації державної політики, варто акцентувати увагу на її функціях. До них варто віднести наступні:

- державно-управлінського проектування;
- конвенціональну (укладання та підтримання суспільного договору між державою та суспільством);
- правової інституціоналізації політики (правова регламентація норм політичної діяльності).

У такому підході розуміння ідеології, вона забезпечує формування певної комунікативної стратегії, на якій базується сфера публічної політики у демократичній державі. При цьому також варто відзначити, що методологічно не правильно розуміння ідеології як певного комунікативного інструменту реалізації державної політики негативно позначається на функціонуванні певних державно-управлінських систем. Це також підтвердив Г.К. Косиков, який вказав на відсутність сфери публічної політики у пострадянських держава саме тому, що там ідеологія не виступала у формі певного комунікативного інструменту об'єднання суспільства, налагодження взаємодії органів державної влади та громадськості, завдяки чому сам комунікативний процес не був успішним. Такі тенденції, на думку вченого, мали місце лише тому, що там "ідеологія не ґрунтувалась на конвенціональній комунікативній стратегії, залишаючись при цьому маніпуляційною в середині інституційного простору комунікації, яким повністю управляють органи державної влади і яке є абсолютно закритим від громадянського суспільства" [15, с. 279]. Якщо ж проаналізувати методологічний зміст цих ідеологій, дійдемо висновку, що "переважна більшість цих ідеологічних текстів слабо позиціонована у комунікативному просторі, а тому частіше за все тексти взагалі не комунікативні... не зрозуміло, від кого вони походять, кому адресовано, яке ідейне послання несуть" [15, с. 299]. Відтак, якщо ідеологія базується на деконвенціоналізації інтересів громадськості, то вона неминує призводити до трансформації певних комунікативних процесів у розвитку суспільства, як наслідок державна політика неструктурована, здійснюється хаотично. На нашу думку, ідеологія як комунікативний інструмент реалізації державної політики має задавати певні дискурсивні рамки, в межах яких має розроблятися публічна політика, яка в свою чергу має задавати форми взаємодії органів державної влади та громадськості.

На особливу увагу, у даному контексті аналізу заслуговує концепція ідеології В.А. Лефевра, на думку якого вона здатна закласти соціальну стратегію розвитку політичних та економічних інститутів суспільства. Виходячи із цього, вчений наголосив на доцільності запровадження ідеологічного менеджменту як важливої комунікативної складової реалізації державної політики. Під ним він розумів "механізми, які перетворюють ідеї на матеріальну силу, яка у кінцевому результаті оволодіває громадянами... для того, аби вона стала такою силою у формі певної ідеології (чітко структурованої системи ідей), оволодіваючи не кожним окремо, а гуртуючи суспільство в єдиний організм, який міркує та говорить спільними категоріями, як єдине неподільне, що слугує індивідуальності цілей" [16]. Саме тому, на думку Лефевра, аби здійснювати ефективну державну політику у суспільстві, мають успішно функціонувати ідеологічні інститути, які б розробляли "стратегічні концепції, які б спускались по ідеологічним каналам донизу, де індивідуальна свідомість піддавалася б відповідному комунікативному обробленню" [16]. Проте, з часом, на переконання дослідника, коли рівень демократичного розвитку суспільства досягне свого апогею, ідеологічний менеджмент має бути замінений проектним менеджментом, оскільки у реалізації будь-якого соціального проекту бере участь не ідея, а інтелектуальний ресурс, який виступає основним суб'єктом розроблення та реалізації держав-

ної політики. Це обумовлюється тим, що розвиток суспільства, який базується на виключному ідеологічному менеджменті, неминує призводити до конфронтації. Для прикладу, країни пострадянського простору досить часто просують достатньо конфронтаційні ідеологічні проекти, Росія — інтегративно-об'єднувальну, Україна — незалежності та дистанціювання, відтак це перешкоджатиме їм у налагодженні тісної співпраці у вирішенні певних стратегічних проблем.

ВИСНОВКИ

Таким чином, здійснений нами аналіз ідеології як комунікативного інструменту реалізації державної політики дозволив чітко ідентифікувати її зміст та функціональне призначення у процесі розроблення та реалізації публічної політики, конкретизувати її вплив на утвердження відповідних ціннісних орієнтацій громадян у суспільстві на прийняття певних державно-управлінських рішень, на підставі цього доведено, що ідеологія є важливою складовою діяльності засобів масової інформації, шляхом формування певної медіа реальності вона забезпечує керованість суспільства і впливає на зміст формування та реалізації державної політики. Одним із комунікативних інструментів реалізації державної політики також виступає громадська думка як сукупна позиція громадян з приводу актуальних суспільно-політичних та економічних проблем, детальне вивчення її у такому контексті закладає перспективи для подальшого розроблення даної проблематики у контексті сучасної державно-управлінської науки.

Література:

1. Minar David M. (2011) Ideology and Political Behavior // Midwest Journal of Political Science. Midwest Political Science Association. — 2011.
2. Mullins Willard A. On the Concept of Ideology in Political Science // The American Political Science Review. American Political Science Association. — 2002.
3. Christian Duncker (Hg.): Ideologiekritik Aktuell — Ideologies Today. Bd. 1. London 2008. — 417 с.
4. Макаренко В.П. Главные идеологии современности. — Ростов н/Д.: Феникс. — 2000. — 511 с.
5. Хорина Г.П. Идеология как элемент системы культуры. — М.: РГБ ОД, 2011. — 475 с.
6. Амосов Н.М. Идеология для Украины / Н.М. Амосов. — К.: DEMID, 1997. — 36 с.
7. Бутонова Н.В. Дауншифтинг. Новое правило — отказ от всяческих правил // Новые традиции. Коллективная монография. — ИД "Петрополис". — СПб., 2009, С. 169—176.
8. Althusser L. Ideology and Ideological State Apparatuses. — 2007. — 589 с.
9. Kennedy E. Ideology from Destutt De Tracy to Marx // Journal of the History of Ideas. — Vol. 40. — № 3 (Jul.-Sep., 2009). — P. 353—368. — Ресурс доступу: <http://www.jstor.org/pss/2709242>
10. Логинов А.В. Идеология как проблема социальной онтологии. — М., 2009. — 457 с.
11. Апель К.О. Трансформация философии. — М., 2001. — 457 с.
12. Ясперс К. Коммуникация. — Ресурс доступу: <http://existentialism.traktaty.ru>
13. Барт Р. Эффект реальности // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М.: Прогресс; Универс, 1994. — С. 392—400.
14. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб.: Наука, 2000. — 377 с.
15. Косиков Г.К. Идеология. Коннотация. Текст (по поводу книги Р. Барта "S/Z") // Барт Р. S/Z; Перевод Г.К. Косикова и В.П. Мурат. Общая редакция, вступит. статья Г.К. Косикова. — М.: Ad Marginem, 2004. — С. 277—302.
16. Лефевр В. А. Алгебра конфликта. — М., 2008. — Режим доступу: http://www.koob.ru/lefevr_v_a/

Стаття надійшла до редакції 14.02.2013 р.