

СУСПІЛЬНИЙ ДИСКУРС ЯК СПОСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

Висувається теза про суспільний дискурс як один із способів формування громадської думки. Обґрунтовується теза про те, що суспільний дискурс та медіадискурс як його підсистема є віддзеркаленням змісту суспільної свідомості: брак суспільного дискурсу призводить до прогалин в інформаційному просторі та утворення лакун у суспільній свідомості. Розглянуто моделі громадської думки в контексті суспільного дискурсу, а також варіанти виділення суб'єктів громадської думки. Зроблено висновок про необхідність діалогу всіх зацікавлених сторін, який би залучав широкі кола громадськості і формувал суспільний дискурс.

Ключові слова: суспільний дискурс, інформаційний простір, громадська думка.

Проблема. Зміни в суспільній свідомості відбуваються поступово, завдяки формуванню суспільного дискурсу навколо суспільно значущих проблем та формуванню певної позиції, яку поділяє більшість членів суспільства. Формування громадської думки залежить від рівня громадського інтересу, наявності широкої громадської дискусії та діалогу, що, власне, і є дискурсом. Вплив суспільного дискурсу на формування громадської думки залишається, утім, малодослідженим попри численні його моделі і теорії.

Мета статті: дослідити взаємозв'язок суспільного дискурсу, медіадискурсу і громадської думки.

Поняття суспільного дискурсу (в англійській літературі – “публічний дискурс”) пов'язане з концепцією публічної сфери Ю. Габермаса (1973). На його думку, публічна сфера – це та ділянка суспільного життя, де формується громадська думка, форум публічного дискурсу щодо соціально-політичних проблем суспільства. У своїй ідеальній формі публічна сфера створюється приватними індивідами, які збираються разом як громадськість та артикують проблеми суспільства. У публічній сфері думки та настановлення продукуються шляхом зібрань та діалогу; в ідеальному сенсі вона є джерелом громадської думки, необхідним для легітимації влади [1].

У теорії Габермаса громадська думка (ГД) постає як продукт колективної комунікативної діяльності, раціонально та етично спрямованої на досягнення згоди або консенсусу. У цьому та інших підходах розвивається поняття деліберативної демократії як демократії вибору шляхом розумного обговорення та досягнення консенсусу [2]. Габермас та інші теоретики створили спіральну схему демократичної комунікації, яка складається з локальних актів циркуляції політичної влади, і починається вона знизу, з громадської думки, а не зверху, з прийняття рішень [3].

Суспільний дискурс як соціокультурна практика формується на інституційних засадах суспільства, регулює стан суспільної свідомості та стратегію поведінки великих соціальних груп. Від звичайного діалогу дискурс відрізняється тим, що в ньому представлені не лише аргументовані позиції, а й нагальні інтереси певних груп. У дискурсі ми бачимо не просто обмін думками, а відстоювання ідеологічних позицій, протистояння систем цінностей, відстоювання життєво важливих інтересів. Суб'єктами дискурсу є соціальні актори, суспільні групи, що мають свої статуси, різні ролі, за якими стоять групові інтереси, які вони захищають та любіють. Можна виділити *три категорії суб'єктів*: агенти впливу, пасивні реципієнти, соціальні актори.

В американській традиції існує кілька моделей громадської думки, які по-різному трактують її зв'язок із суспільним дискурсом. В. Прайс, наприклад, розглядає три моделі публічної сфери [4]. Перша модель – *елітарна*, в якій участь громадян обмежується їхнім волевиявленням через голосування на виборах. В усьому іншому прийнятті рішень належить політикам, чиновникам, експертам та іншим елітам. Громадська думка стає знаряддям еліт, які намагаються переконати інших у правильності своїх політичних

позицій. Роль експертів за цією моделлю полягає в тому, щоб пояснити складні питання тим, хто приймає рішення, і досягти згоди (переконати громадськість) [5].

Неоплюралістична модель підкреслює посередницьку роль груп інтересів, таких як профспілки, групи адвокації, а також роль “зацікавлених груп” – менших сегментів популяції, що мають більший інтерес і певні позиції за конкретними проблемами. Ці групи інтересів ведуть за собою думку інших, створюючи такі “підрозділи” серед населення, що тримають прийняття рішень залежно від позицій населення.

Модель участі підкреслює рішучу участь громадян, роль дискусії та долучення громадян до публічної сфери. Вона значною мірою запозичена з уже згаданої праці Габермаса [1] про суспільну сферу. Дослідник стверджував, що ЗМК та опитування громадської думки заколискують громадськість, нав’язують пасивне сприйняття політики, як це характерно для глядачів спортивних змагань. Протиотрута щодо цього – у наданні простору для обговорення громадянами політичних проблем, вироблення консенсусу через такі дискусії, висловлення своїх преференцій таким чином, щоб вони враховувалися при прийнятті рішень.

Суспільний дискурс у межах першої моделі – це дискурс політичних еліт (експертне середовище) і “порядок денний” мас-медій [6]. ЗМК є посередником, який доносить до широких верств населення позицію політичних еліт; вони виступають певним фільтром, який спрямовує звернення еліт до думки більшості “некомпетентних” людей. Дж. Цаллер вважає, що при формуванні суспільних настановлень важливим є відносний баланс та увага ЗМК до позиції політичних противників. На прикладі аналізу кількості повідомлень у ЗМК та їхньої спрямованості він показує зміну громадської думки в США щодо війни у В’єтнамі. Цаллер робить висновок, що ГД змінилася відповідно до медіадискурсу: у 1980 р. пресою було надруковано 57 статей, 46 з яких підтримували збільшення асигнувань на озброєння американської армії, а за три роки ситуація змінилася: із 60 статей на цю тему 40 були спрямовані проти збільшення витрат на озброєння.

Отже, ЗМК виступають модератором публічної дискусії, висвітлюють різні думки та збирають навколо себе прибічників і противників тієї чи тієї позиції. Дискусія, яка обмежується експертною аудиторією і не виходить “у маси”, не грає істотної ролі при формуванні громадської думки. Можливе існування колективної думки зацікавлених груп, але без публічного обговорення вона залишається не артикульованою і циркулює лише в межах цих груп. У таких випадках під час соціологічного опитування більшість респондентів або не мають своєї думки, або обирають відповіді навмання.

Громадську думку ми розглядаємо як сукупність думок та оцінок, що характеризують консолідоване ставлення масової свідомості до найбільш значущих та актуалізованих проблем, подій і фактів економіки, політики, культури, суспільного життя. Існують різні підходи до формування громадської думки – від масованих інформаційних кампаній до прямого маніпулювання. Проте результати таких спроб не завжди влаштовують “замовників”. На наш погляд, формування громадської думки відбувається в процесі публічного обговорення, під час зіткнення позицій різних зацікавлених груп, висвітлених у ЗМК і таких, що знайшли відбиття в суспільній свідомості.

Від того, як визначається громадська думка, залежить погляд на способи її формування, методи дослідження та визначення її носіїв – *суб’єктів*, або *акторів*. У літературі найбільш відомі три підходи до громадської думки, які визначають це поняття або через його суб’єкт, або його зміст, або його функцію.

Перша концепція належить Габермасу: поняття громадської думки в нього пов’язане з поняттями права і політики. Якщо громадська думка є свідомим міркуванням освіченої публіки, то вона має закріплювати панівне становище права та політики буржуазії. Габермас називає її “ліберально-буржуазною”. Її суб’єктом є група приватних осіб, які мають змогу відкрито судити й об’єднуються в “публіку”. Між публікою і ГД стоять мораль та право. Вони затверджуються розумом. За Габермасом, ГД завжди є офіційною, тобто такою, що виражається в пресі, офіційних джерелах інформації.

У концепції Н. Лумана, на відміну від концепції Габермаса, акцент робиться на змісті громадської думки. Луман відкидає будь-який суб’єкт ГД. Дослідник стверджує, що суспільна доступність і гласність передбачають кілька тем, що можуть бути в центрі уваги

процесу комунікації. Увага, яка здійснює вибір теми, і ця обрана тема становлять зміст громадської думки. Отже, вона прив'язується не до окремих індивідів, а до тем. Такий підхід має переваги – говорити про всіх людей однаково: ГД охоплює всіх, і всі тут рівні. Луман пов'язує відмінності щодо ГД з відмінностями тем. Погляди можуть бути протилежними, але ГД їх упорядковує, не даючи оцінки, що є проявом ліберальності (цит. за: [7]).

Е. Ноель-Нойман започаткувала статистично-психологічний напрямок у дослідженні громадської думки [8]. Формування ГД відбувається завдяки настановленням, мету яких підкреслював ще Ліппман [5]: кожна людина детермінується через настановлення, які визначають, що вона бачить, чує, як вона інтерпретує дійсність. Ноель-Нойман висловила думку, що ГД виконує функцію інтеграції суспільства і що це пов'язано з гласністю та демократичними засадами в житті суспільства. Це думка, яка висловлюється відкрито, тому що вона поділяється іншими людьми. Думки, які не поділяє більшість, можуть призвести до ізоляції, тому вони не висловлюються, а приховуються через страх опинитися в ізоляції. Говорячи про “синдром самотності”, дослідниця зачіпає проблему санкцій як інструменту впливу спільноти на окремих членів.

Ноель-Нойман звернула увагу на те, що громадська думка є формою *соціального контролю*, який має примусову дію та спрямований на підтримку достатнього рівня консенсусу в суспільстві. У її теорії “спіралі мовчанки” розглядаються два джерела громадської думки: 1) безпосереднє спостереження за оточенням, фіксація схвалення чи несхвалення іншими якихось дій або подій; 2) створений ЗМК “дух часу”, який впливає на думки та поведінку індивіда. “Спіраль мовчанки” пояснює, чому прибічники певної політики висловлюються гучно, тоді як противники мовчать, спостерігаючи за оточенням. Причиною мовчання індивідів, що дотримуються опозиційних позицій, є страх ізоляції, і цей страх виступає рушійною силою, яка запускає “спіраль мовчанки”.

Слід враховувати, що громадську думку можна розглядати, з одного боку, як процес формування знань та настановлень індивідів, що отримують інформацію, а з другого – як колективний феномен соціального контролю більшості з метою інтеграції суспільства та досягнення консенсусу. Аналіз літератури показав, що більшість дослідників – зарубіжних і вітчизняних, представників різних дисциплін – погоджуються, що громадську думку неможливо вивчати як суму індивідуальних думок, отриманих під час соціологічних опитувань. Але тут постають інші питання. Якщо це не індивід, то як вимірювати цю спільну думку? А також якщо це колективний суб'єкт, то якого рівня спільноту можна вважати “одиницею” ГД?

Російський дослідник М. С. Мансуров запропонував *концепцію суспільно-психологічних явищ (СПЯ)*, до яких він зараховує і громадську думку [7]. СПЯ виникають у суспільному житті двома шляхами: перший шлях – схожі явища, з якими одночасно має справу велика кількість людей через однакові умови існування. Для виникнення цього комплексу не потрібне спілкування – достатньо прослухати повідомлення ЗМК про загрозу, катастрофу тощо. Другий шлях – обговорення проблеми в ЗМК, міжособистому спілкуванні, у результаті чого формуються спільні погляди або ставлення, чого не могло виникнути самостійно. Перший шлях формування громадської думки Мансуров називає статистичним, другий – таким, що виробляється.

Громадська думка, за Мансуровим, проходить чотири стадії: перша – реагування або спілкування членів суспільства, формування колективної думки; друга стадія – понятійне оформлення; третя – вплив на кожну окрему особу за принципом зворотного зв'язку; на четвертій стадії ГД отримує підтримку з боку членів суспільства, не допускає відходу від того, що санкціонується громадською думкою [там само]. Таке розуміння громадської думки вимагає по-новому висвітлити питання про його суб'єкт. Дослідник вважає, що суб'єктом ГД не може бути народ, тому що вона охоплює різні класи, верстви населення. Натомість суб'єктом ГД можуть бути спільноти – стійкі структурні елементи суспільства. До них Мансуров відносить громадянську спільноту (державно оформлене об'єднання людей), а всередині – національно-етнічні, територіальні спільноти, професійні та родинно-побутові спільноти. Загалом він виділяє п'ять форм спільнот, які перекриваються громадськими організаціями як вторинним суб'єктом ГД.

Кожна спільнота вимагає соціальних механізмів підтримки своєї цілісності, і ними виступають СПЯ, зокрема думки. Вони будуть різними в різних спільнотах, відповідно матимуть свою специфіку. Громадська думка громадянського суспільства виникає в результаті спілкування членів цієї спільноти за допомогою ЗМК, а думка сімейної спільноти – у міжособистісному спілкуванні. Перша висловлюється письмово, друга – усно. Тому в суспільному житті існує плюралізм думок в упорядкованій формі. Плюралізм слід розуміти не як паралельність, а як підпорядковану упорядкованість.

У західній літературі представлені інші варіанти виокремлення суб'єктів громадської думки. У. Ліппман, зокрема, запропонував поділ на еліту, поінформованих громадян та малоінформованих громадян [5]. Дж. Цаллер також виокремлює ці три групи [6]. Еліта (до якої він зараховує й експертів) створює інформацію, поінформовані громадяни відстежують її через ЗМК, а малоінформовані громадяни пасивно споживають інформацію, замість того щоб активно оперувати нею.

Схожий поділ за рівнем поінформованості запропонував свого часу (ще у 1946 р.) А. Шютц. Він виокремив три ідеальних типи громадян: “експерт”, “пересічний громадянин” та “добре поінформований громадянин”. В основі його конструкції лежить уявлення про соціальний розподіл знання та соціально схвалене знання як джерело престижу та авторитету [9].

П. Штомпка у своїй концепції соціальних змін також розглядає різні типи індивідуальних суб'єктів. Перший – це “звичайні люди”, які живуть своїм життям. Другий – це “надзвичайні люди”, що мають особливі якості (талант, знання, харизму) і діють в інтересах інших людей або маніпулюють ними. Це пророки, ідеологи, диктатори, державні діячі тощо. До третього типу Штомпка відносить тих, хто має позиції, що надають привілеї і вимагають від них дій, які визначають долю інших (законодавці, адміністратори, держвиконавці). Але в нього йдеться передусім про агентів змін, хоча саме вони найчастіше стають лідерами громадської думки [10].

А. Шютц висловив занепокоєння, що в сучасному розумінні громадська думка – це думка “людини з вулиці, яка навіть не намагається шукати інформацію”, і це становить загрозу для демократії: “Известная склонность превратно толковать демократию как политический институт, в котором должно главенствовать мнение неосведомленного обывателя, подвергает нас все большей опасности. Поэтому обязанность и привилегия хорошо информированного гражданина в демократическом обществе состоит в том, чтобы заставить свое частное мнение господствовать над общественным мнением человека с улицы” [9, с. 237].

Отже, завдання полягає в тому, щоб зробити думку “пересічного громадянина” думкою “поінформованого громадянина”. Цим шляхом пішли дослідники, які розробили *метод збагачення громадської думки*. Створення нової дослідницької технології, яка ґрунтується на уявленні про два види ГД – “сирої” і “збагаченої” – належить Дж. Фішкіну (1991; 1995). Дослідник вивчав *деліберативну громадську думку* – сукупність суджень населення або його груп, що були напрацьовані під час спільного розгляду тієї чи тієї проблеми.

Але думка окремих індивідів (яка враховується під час соціологічних опитувань) не настільки важлива, як думка, що формується на рівні зацікавлених груп (професійних, вікових, регіональних тощо). У середині ХХ ст. структурні та динамічні моделі формування ГД наголошували на фазі міжособистісної комунікації і говорили про лідерів думок, про різних трансляторів та інтерпретаторів масових інформаційних повідомлень. Згодом було висунуто ідею, що саме дискурс еліт, а не міжособистісне спілкування формує громадську думку [6]. Час показав, що суспільний дискурс формує не так дискурс еліт, як дискурси груп інтересів чи груп впливу.

Висновки. Одним із механізмів формування громадської думки на рівні суспільства ми вважаємо процес масової комунікації (у широкому розумінні), результатом якого стає сформований суспільний дискурс щодо заданої теми. У традиційних суспільствах дискурс формувався звичайно в ході публічних дебатів, коли сторони сходилися віч-на-віч та обмінювалися аргументами за і проти. З розвитком суспільства і масової комунікації дебати було перенесено на шпальти газет, пізніше – на екрани телевізорів, а згодом – в

інтернет. Але дискурс не обмежується медійними повідомленнями: вважаємо, що суспільний дискурс – це сума всіх публічних висловлювань, дебатів, коментарів, аналітичних матеріалів на задану тему. І критерієм сформованості суспільного дискурсу є саме наявність таких публічних обговорень, із залученням експертів, представників політичних партій, громадськості тощо. Отже, формування громадської думки потребує створення умов для широкого діалогу всіх зацікавлених сторін, який би охоплював медіадискурс та залучав широкі кола громадськості. Разом із цим необхідне також формування “добре поінформованого громадянина” добре відомими методами.

Література

1. *Habermas J. The Public Sphere / J. Habermas // Jurgen Habermas on Society and Politics / S. Seidman (Ed.). – Boston : Beacon Press, 1973. – 299 p.*
2. *Докторов Б. Методология и практика опросов “обогащенного общественного мнения” / Б. Докторов // Социальная реальность. – 2007. – № 10. – С. 81–94.*
3. *Бодрунова С. С. Концепции публичной сферы и медиакратическая теория: поиск точек соприкосновения / С. С. Бодрунова // Социальные коммуникации. – 2011. – С. 110–132.*
4. *Price V. The Public and Public Opinion in Political Theories / V. Price // Sage Handbook of Public Opinion Research / W. Donsbach, M. Traugott (Eds.). – Newbury Park, CA : Sage Publications, 2008. – 603 p.*
5. *Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. – М. : Изд-во Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 384 с.*
6. *Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Дж. Цаллер. – М. : Ин-т Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 560 с.*
7. *Мансуров Н. Плюрализм в исследовании общественного мнения / Н. Мансуров // Э. Ноэль-Нойман. Общественное мнение: открытие спирали молчания. – М. : Прогресс, 1996. – С. 10–37.*
8. *Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания: пер. с нем. / Элизабет Ноэль-Нойман. – М. : Прогресс, 1996. – 352 с.*
9. *Шютц А. Хорошо информированный гражданин. Очерк о социальном распределении знания : пер с англ. / А. Шютц // Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / сост. А. Я. Алхасов. – М. : Ин-т Фонда “Общественное мнение”, 2003. – С. 222–237.*
10. *Штомпка П. Социология социальных изменений : пер. с англ. / П. Штомпка. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 416 с.*

Иванченко С. Н. Общественный дискурс как способ организации информационного пространства и формирования общественного мнения

Выдвигается тезис об общественном дискурсе как способе формирования общественного мнения. Обосновывается тезис, что общественный дискурс и медиадискурс как его подсистема являются отражением содержания общественного сознания: отсутствие общественного дискурса приводит к пробелам в информационном пространстве и лакунам в общественном сознании. Рассмотрены модели общественного мнения в контексте общественного дискурса, а также варианты выделения субъектов общественного мнения. Сделан вывод о необходимости диалога всех заинтересованных сторон, который бы вовлекал широкие круги общественности и формировал общественный дискурс.

Ключевые слова: общественный дискурс, информационное пространство, общественное мнение.

Ivanchenko S. M. Public Discourse as an Information Space Formant and Public Opinion Formation's Means

The article addresses the social discourse as the means of public opinion formation. Emphasized here is the view that social discourse and media discourse, as its subtype, reflect public conscience: the lack of public discourse leads to the information space gaps and public conscience lacunas. The public opinion patterns at the backdrop of the social discourse as well as the variants of the public opinion subjects have been considered. It is concluded that there is a need of dialogue between the all the participants involved in order to attract wider public and facilitate the social discourse.

Key words: Public discourse, information space, public opinion.

© **Иванченко С. М.**