

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

На сучасному етапі, коли інформація і комунікація стають стратегічним ресурсом і системоутворюючими факторами соціально-політичної реальності, спостерігається стійка тенденція до підвищення ролі комунікативних аспектів у функціонуванні політичної системи. Забезпечення стабільного розвитку політичних інститутів, налагодження ефективного механізму взаємодії гілок влади, центральних і регіональних органів державного урядування та місцевого самоврядування, встановлення конструктивного діалогу влади й громадськості неможливо без удосконалення системи політичної комунікації, розвитку в ній каналів прямого й зворотного зв'язку.

У межах підсистеми політичної комунікації як комплексу взаємопов'язаних, взаємозалежних та взаємодіючих установ, інститутів та інших суб'єктів комунікації, здійснюється виробництво, накопичення, обробка, оцінка інформації політико-правового характеру, її передача й масове поширення з метою передавання політичного досвіду, соціалізації громадян, консолідації та координації суспільства й мобілізації його потенціалу для вирішення актуальних завдань, що, у свою чергу, обумовлює потребу її ретельного вивчення.

Політика існує в межах людської діяльності, різних способів взаємодії її носіїв, в полі комунікаційних процесів, що пов'язують і спрямовують суспільно-політичне життя. Отже, політична комунікація виступає своєрідним соціально-інформаційним полем політики. Її роль в політичному житті суспільства можна порівняти, за образом висловом французького політолога Ж.-М. Коттре, зі значенням кровообігу для організму людини.

Визнання соціального характеру тих чи інших видів комунікацій для багатьох вчених охоплює усі відтінки комунікативних зв'язків – групові і особистісні, політичні і економічні. Але в різних сферах соціального життя

місце і характер інформаційно-комунікативних процесів далеко не однакові. Тому політику доцільніше розглядати не як одну з багатьох форм загальносоціальної природи інформаційно-комунікативних обмінів, а як особливий тип спілкування і контактних зв'язків, що виникають в спеціалізованій діяльності людини політичної. Концепція «політичної комунікації» описує не універсальний, а унікальний тип комунікативного процесу, якому притаманні власні джерела інформаційних контактів, особливий тип організації соціальних взаємовідносин, специфічні функціональні навантаження в рамках суспільства, власна морфологія, багаторазово опосередкований стиль спілкування макросоціальних груп [1, с. 6].

Перші теоретичні напрацювання стосовно політичної комунікації з'явилися наприкінці 40-х – початку 50-х років ХХ ст. і були пов'язані з післявоєнною хвилею демократизації, появою та розвитком кібернетичної теорії, виникненням та активним використанням нових комунікативних технологій і систем. Вперше політичну сферу як інформаційно-комунікативну систему представив К. Дойч. Заявлений ним підхід згодом отримав теоретичне продовження у працях Ю. Габермаса, який робив акцент на комунікативних діях і відповідних елементах політики (цінностях, нормах, навчальних діях), представляючи їх як основу соціального і політичного порядку. На противагу йому німецький учений Г. Шельскі сформулював ідею «технічної держави», висунувши на перший план не соціальні, а технічні аспекти політичної організації влади.

Політична комунікація є специфічним видом політичних відносин і розглядається як невід'ємний елемент політичної сфери суспільства, частина його політичної свідомості. Під політичною комунікацією розуміють процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність та надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з урахуванням їхніх потреб та інтересів [2, с. 269]. Якість урядових рішень, передбачення та випередження залежать від інформації, якою

володіє політична система. Остання може мати серйозні проблеми через недостовірність або недостатність інформаційних даних. Нову інформацію вона мусить порівнювати з раніше отриманою, що відбиває її політичний досвід. Циркуляція в соціальному середовищі політичної інформації впливає на формування громадської думки, визначення позицій суб'єктів політики щодо окремих політичних явищ та процесів, оформлення політичних інтересів, з наступною їх презентацією у вигляді вимог або підтримки, і у підсумку – на прийняття владних рішень з наступними кроками з їх реалізації. Отже, можна говорити про громадянське суспільство як впливового суб'єкта політичної комунікації. У цьому контексті більш точним є визначення політичної комунікації, яке запропонував французький соціолог політики Р.-Ж. Шварценберг: «це процес передачі політичної інформації, за допомогою якого інформація циркулює між різними елементами політичної системи. Безперервний процес обміну інформацією може бути як між індивідами, так і між владою та підлеглими» [3, с. 18]. Головним призначенням системи політичної комунікації є підтримка життєздатності політичної системи, її стабільного розвитку і трансформації відповідно до тих змін, що відбуваються в суспільстві та світі.

Серед основних принципів політичної комунікації доцільно виділити:

- пріоритетність якостей і цінностей культури (ієрархія);
- рівні права усіх громадян на отримання інформації (демократія);
- наближеність до культури нації, етносу, конфесії, класу тощо (ідентичність);
- урахування морально-етичних норм (мораль) [1, с. 269].

Ціннісні якості політичної комунікації сьогодні, звичайно ж, ранжуються і політично переосмислюються правлячими елітами і бюрократією, проте вони багато в чому визначаються станом і рівнем розвитку загальної та політичної культури даного суспільства. Політична комунікація, виступаючи способом, засобом існування та передачі політичної культури, в свою чергу, сама опосередковується культурними нормами і цінностями.

Слід відмітити, що політична комунікація є особливим типом інформаційно-комунікаційних процесів, оскільки містить у собі специфічні характеристики, до яких можна віднести наступні.

1. Суб'єктами політичної комунікації є: громадяни, групи, політичні інститути і політичні актори (зовнішні і внутрішні) (виборці, формальні і неформальні групи, об'єднання громадян, громадські організації, об'єднання і рухи, політичні партії, лобістські структури, органи державної влади і місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні і міжнародні організації).

2. Категорії суб'єкт і об'єкт політичної комунікації перегукуються, оскільки залежно від виду комунікації суб'єкт політичної комунікації може ставати її об'єктом (наприклад, комунікація в системі владних відносин може відбуватись в напрямку від органів державної влади (суб'єкт) до політичних партій (об'єкт), тоді як ініціатором електоральної комунікації на парламентських виборах є політична партія і її об'єктом виступає виборець) [4, с. 102-103].

3. Політичні комунікації відрізняються і змістом комунікацій, тими повідомленнями, що поширюються під час здійснення зв'язків з громадянами в політичній сфері. Політичне повідомлення є ключовим аспектом політики, оскільки більшу частину політично значущої інформації людина отримує саме завдяки розповсюдженим повідомленням і зовсім не з власного досвіду. Доступність відомостей про минуле і прогнози щодо майбутніх подій є можливою лише під час передачі повідомлень.

Сутнісною стороною політико-комунікативних процесів є передача, переміщення, циркуляція політичної інформації – тих відомостей, якими в процесі конкретної суспільно-практичної діяльності з приводу завоювання, утримання чи здійснення влади з метою реалізації своїх корінних інтересів обмінюються (збирають, зберігають, переробляють, поширюють і використовують) політичні суб'єкти – індивіди, спільноти, інститути. Політична інформація є сукупністю знань, повідомлень про явища, факти і події політичної сфери суспільства. За її допомогою передається політичний

досвід, координуються зусилля людей, відбувається їх політична соціалізація і адаптація, структурується політичне життя [5, с. 83].

Здійснення політичних комунікацій відбувається в різних напрямках. Можна виділити зовнішню і внутрішню політичну комунікацію. Внутрішня політична комунікація відбувається всередині групи, політичного інституту чи політичного суб'єкта між його структурними елементами. Зовнішня політична комунікація відбувається за деякими напрямками, серед яких слід виокремити: група – громадяни, політичний інститут – громадяни, політичний суб'єкт – громадяни, група – політичний інститут, група – політичний суб'єкт, політичний інститут – інший політичний інститут, політичний суб'єкт – інший політичний суб'єкт тощо.

Відповідно до суб'єктів комунікації можна виділити три рівні інформаційних потоків в системі політичної комунікації. Перший рівень обслуговує органи влади і управління (циркулює переважно службова інформація). Другий – утворює інформаційне середовище діяльності партій, профспілок, суспільних рухів (циркулюють програми, статuti, інформація про їх діяльність). Третій звертається безпосередньо до громадської думки, до масової свідомості, до політичної поведінки [4, с. 202].

Крім того, різні типи суб'єктів створюють і різну політичну комунікацію: владну, коли однією із сторін виступає влада; власне політичну, участь в якій обов'язково беруть політичні інститути; громадянську, коли обмін інформацією відбувається між громадянами стосовно політичної проблематики. Особливий тип політичної комунікації – виборча, яка активно здійснюється у передвиборчий період і активізує усі політико-комунікативні суб'єкти, а особливо політичні партії чи кандидатів, між якими ведеться боротьба за перемогу.

По відношенню до політичної системи та громадянського суспільства політична комунікація виконує певні функції:

- 1) інформаційну (поширення необхідних знань про елементи політичної системи та їх функціонування);
- 2) регулятивну (дає змогу виробити

оптимальний механізм взаємодії як між елементами політичної системи, так і між політичною системою і громадянським суспільством); 3) функцію політичної соціалізації (сприяє встановленню важливих і необхідних норм політичної діяльності і політичної поведінки); 4) маніпулятивну (сприяє формуванню суспільної думки з найбільш важливих політичних проблем); 5) інтеграційну/дезінтеграційну (за певних політичних обставин об'єднує/поляризує громадян або їх погляди на гостро актуальні питання); 6) мотиваційну (отримана реципієнтом інформація може спонукати його до вчинення певних дій, наприклад, виборча комунікація мотивує громадян до участі у виборах) [6, с. 96].

Слід зазначити, що політична комунікація стала високотехнологізованою і власне перетворилась на своєрідну технологію. Тому вимірами ефективності політичної комунікації є як технологічні (зовнішні), так і духовні, культурологічні (внутрішні) складові. До технологічних, зовнішніх вимірів політичної комунікації слід віднести: імідж суб'єкта політики, репутацію, образ, які є відносно стабільними у свідомості громадян. До внутрішніх вимірів ми відносимо: політичний інтерес, мотивацію, установки, стереотипи, рівень довіри учасників політичної комунікації, їх бажання, сподівання тощо. Полем для формування політико-комунікаційних процесів виступає рівень політичної свідомості і культури суспільства [1, с. 254].

Отже, політична комунікація є необхідною субстанцією, яка пов'язує різні частини суспільства і дозволяє їм функціонувати як єдине ціле. Політичні повідомлення, циркулюючи в суспільстві, породжують уявлення, які визначають сутнісний бік політичного життя. Таким чином, політична комунікація має бути засобом координації суспільно-політичних інтересів на основі повного інформування, реалізації прав і свобод особистості, демократичної політичної культури та свободи мас-медіа від владних структур.

Література:

1. Недбай В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект / В. Недбай. – О. : Фенікс, 2009. – 328 с.

2. Політологічний енциклопедичний словник [Текст] / упоряд. В. П. Горбатенко ; за ред. Ю. С. Шемчушенка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. – К. : Генеза, 2004. – 736 с.
3. Шварценберг Р. Ж. Политическая социология [текст] / Р. Ж. Шварценберг. – М. : Центр, 1992. – 469 с.
4. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 276 с.
5. Штромайер Г. Політика і мас-медіа [текст] / Пер. з нім. А. Орган. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.
6. Товмаш Д. А. Політична комунікація: сутність та специфіка / Д. А. Товмаш // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. – К. : 2006. – Вип. 76-79. – С.95-98.