

ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

В статті аналізуються технологічні особливості сучасних політичних комунікацій. Характеризуються різноманітні сучасні засоби політичних комунікацій, розкривається місце політичної діяльності в комунікативному просторі.

Ключові слова: політичні комунікації, інформаційні технології, езотеричність комунікації, ритуальна комунікація.

В статье анализируются технологические особенности современных политических коммуникаций. Характеризуются различные современные средства политических коммуникаций, раскрывается место политической деятельности в коммуникативном пространстве.

Ключевые слова: политические коммуникации, информационные технологии, эзотеричность коммуникации, ритуальная коммуникация.

The article analyzes the technological features of modern political communication. Characterized by a variety of modern means of political communication, reveals a place of political activity in the communication space.

Keywords: political communication, information technology, ezoterychnist communication, ritual communication.

Політичну комунікацію можна визначити як процес, що охоплює політичну сферу життя людини, посередництвом якого відбувається спілкування між органами влади, політичними партіями, громадськими організаціями і рухами, посадовими особами, виборцями, населенням. Її обов'язковими складниками є комунікатор, повідомлення, канал, комунікант, реакція і зворотний зв'язок. Політична комунікація здійснюється за допомогою ЗМІ, політично організовані утворення і неформальні канали. Процес політичної комунікації безперервний, проте його активізація спостерігається у виборчий період, коли застосовуються найрізноманітніші шляхи впливу на електорат з метою завоювання його прихильності.

Метою роботи є аналіз політичної комунікації як технологічного процесу в контексті політичної культури сучасного суспільства.

Згідно з поставленою метою сформульовані основні завдання дослідження: проаналізувати наукові уявлення про поняття й сутність політичних комунікацій; охарактеризувати сучасні засоби політичних комунікацій; розкрити місце і роль політики і політичної діяльності в комунікативному просторі.

Щодо визначення місця і ролі інформаційних процесів у розвитку комунікацій, то варто назвати таких відомих дослідників, як Г. Алмонд, Х. Арендт, Н. Вінер, К. Дойч, Д. Істон, Ж.-М. Коттре, Дж. Коулман, П. Лазарсфельд, Г. Лассуелл, М. Мак-Люен, Л. Пай, Т. Парсонс, М. Фуко, Ю. Хабермас, П. Шаран, Р.-Ж. Шварценберг.

Аналіз політичних комунікацій дав можливість виділити науковців, які займаються даною проблематикою: В. Андрущенко, О. Бабкіна, В. Бибик, Ю. Ганжуров, В. Горбатенко, Н. Лікарчук, В. Демченко, Ф. Кирилюк, Т. Кадлубович, А. Клячин, М. Потураєв, Г. Почепцов, О. Ромашко, М. Сомов, Ю. Сурмін, С. Телешун, М. Хилько, І. Шовкун.

Сучасні інформаційні технології розповсюджуються на всі сфери суспільного життя, але найбільш помітно їх вплив у політиці. В останні роки суспільно-політичний лексикон збагатився поняттями "електронний уряд", "кіберполітика", "кібердемократія", "комп'ютерно-опосередкована політична комунікація", "цифрова демократія", "комунікаційна демократія", "електронне громадянство".

Дослідники, які працюють в галузі політології, підкреслюють ґрунтовний, органічний зв'язок політики, як різновиду людської діяльності та форми суспільної свідомості, з комунікацією, що опосередковує дану діяльність і перетворює знання та розуміння проблеми саме в свідомість, одиничне робить загальним, і навпаки, перетворює усвідомлене в нові знання, відкриття, дослідження. Кожен повинен розуміти, що політика існує в межах суспільного розвитку, різних способів співпраці, в сфері комунікаційних процесів, що пов'язують і орієнтують суспільно-політичне життя.

Взагалі політична комунікація – це явище, з яким кожна людина має справу щодня, наприклад боротьба за владу, дії політиків і тих, хто впливає на хід політики, є основною темою та рушійним мотивом комунікації [1].

Активно впливаючи на сферу політики, нові інформаційно-комунікаційні технології не тільки якісно видозмінили старі уявлення, установки та стереотипи, але і змінили багато форм поведінки, моделей взаємовідносин між політичними інститутами та індивідами. На думку А. А. Чеснакова: "... починається формування нового великого каналу політичної комунікації, динаміка розвитку якого може перевернути уявлення як про систему забезпечення політичної діяльності, так і традиційних інструментах політичного участі" [2].

Тому сьогодні політичний дискурс щодо політичної комунікації цікавить не тільки професіоналів в галузі політики, журналістів, а і широкі маси громадян.

Потрібно відмітити, що до числа провідних сфер комунікації, крім політичної, відносяться наступні: фінансова, юридична, виробнича, медична, наукова, педагогічна, релігійна, побутова, сфера масової інформації та сфера мистецтв. Ці сфери протиставлені один одному по цілям спілкування: у політичній сфері метою є боротьба за владу, в юридичній – регулювання правовідносин, у фінансовій – облік і розподіл, у науковій – виявлення законів організації та розвитку природи, людини і суспільства, у педагогічній – соціалізація особистості. Але всі ці сфери мають беззаперечний зв'язок між собою та вплив однієї сфери на іншу.

Таким чином коли відбуваються зміни у економічній сфері розвитку країни, відбуваються кардинальні зміни як у політичній сфері, так і у побутовій сфері. Безперечно суб'єктом діяльності в політичній комунікації є людина як громадянин, як представник політичного об'єднання або державного органу; суб'єктом комунікації може бути і виключно політичне об'єднання або державний орган. У фінансовій сфері суб'єктом комунікації є продавець чи покупець (це може бути приватна осо-

ба, організація або представник цієї організації), але й в політичній сфері громадянин є "покупцем", у плані вибору правлячої політичної партії або президента країни [3].

Зарубіжні дослідники зазначають, що однією з основних проблем української політики як пошуку стратегічних напрямів розвитку країни є створення системи ефективної комунікації, зворотного зв'язку з виборцями, групами інтересів, які не представлені в органах державної влади. В Україні існує "неякісний" зворотній зв'язок між владою та громадянами країни, адже владні канали здійснюють комунікативні зв'язки у суспільства лише у пріоритетному відображенні для правлячого класу [4].

У сфері політичної комунікації в Україні спостерігається зміщення системної двосторонньої комунікації політичних сил з виборцями у бік застосування політтехно – логічних технологій, за яких системна та прозора двостороння комунікація, налагодження зворотного зв'язку набувають значною мірою одностороннього характеру, та насамперед замінюється рекламування лідерів політичних сил. Така ситуація пояснюється особливостями сформованої партійної системи, еволюцією політичних партій, сьгоднішніми процесами внутрішньопартійного життя. Значною мірою вони були відображені та відтворені у реформованому виборчому законодавстві та конституційних змінах, які набули чинності 2004 року. Потрібно відмітити, що з 2004 року, суспільні процеси змінюються, і за сім років потрібно внести якісні зміни до партійних систем, програм політичних партій, діяльності державних органів управління.

Наведемо приклад одного з тлумачень, поняття політичних комунікацій: "...комунікація (від лат. communicatio – повідомлення, передача, бесіда, розмова) – це процес передачі, обміну інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з врахуванням їхніх потреб та інтересів. Як відомо, в суспільстві комунікація здійснюється між індивідами, групами, організаціями, державами, культурами за допомогою знакових систем (мов)" [5]. Так, автори цього визначення дотримуються думки про односпрямованість процесу комунікації, і таким чином у багатьох політичних діячів складається хибне враження про односторонність політичної комунікації, з подачею невірних знакових систем для громадян країни.

В США, Японії, Австралії та країнах Європейського Союзу громадяни приймають активну участь у формуванні державної політики. Між правлячою владою та громадянами відбувається двохстороння комунікація, при чому суспільство проінформоване і знає необхідну знакову систему комунікації. Слід зазначити, що залежно від того, хто і для кого створює тексти, доцільно розрізняти такі різновиди, які пов'язані з буденною основою політичної комунікації [6].

По-перше, апаратна політична комунікація, орієнтована на спілкування всередині державних або громадських структур. Саме така комунікація призначена для "для посвячених", формальною ознакою відповідних текстів нерідко служать грифи "секретно", "для службового корис-

тування". Несанкціонований "витік" такої інформації може служити причиною службового розслідування.

По-друге, це політична комунікація в публічній політичній діяльності. Подібна комунікація є формою здійснення професійної і громадської діяльності політичних лідерів та активістів; в якості адресата тут виступають найрізноманітніші верстви населення. Найбільш яскраві приклади такої діяльності – це передвиборна агітація, парламентські дебати (особливо якщо депутат сподівається, що його виступ стане відомим виборцям), офіційні виступи керівників держави та її структур, розраховані на масову аудиторію. Важливість інформаційних технологій у ході виборів підтвердила остання президентська кампанія в США. Доля найвпливовішої посади у світі, фактично вперше в історії Штатів, залежала від активності кандидатів у мережі [7].

Яскравим прикладом є передвиборча кампанія президента США Барака Обами. Офіційний передвиборчий сайт Б. Обами був створений Крісом Х'юзом, одним з авторів соціальної мережі Facebook. На ньому розміщено розділ "Obama Everywhere" ("Обама всюди"), який включував посилання на профілі Обами в популярних серед американців соціальних мережах Twitter, MySpace, Facebook, Flickr, LinkedIn, а також на ряд інших ресурсів, які могли б дати повний образ кандидата. Також соціальна мережа Facebook давала посилання, на спеціальну добірку відео на YouTube, де були відео про його вдалі виступи, ролики про дружню родину, що вдало презентувало імідж майбутнього президента.

В процесі агітації, Барак Обама використав зірок шоу-бізнесу та акторів, різної національності та віросповідань: С. Йохансон, М. Рубен, Дж. Ледженд. Тільки кліп соліста гурту Black Eyed Peas, Віль. Я. М. "Yes We Can" "Да, ми можемо", у якому використані слова відомої промови Б. Обами, в якому були задіяні зірки світового масштабу: Майя Рубін (співачка-ізраїльтянка, громадянка США), яка співала на івриті [New York Times].

Таким чином, 44-й майбутній президент США долучив сегмент молоді до своїх виборців. В коментарях на YouTube, після перегляду кліпу виборці залишали повідомлення: "Ми щойно проголосували за Обаму". За даними аналітичного центру "The Heritage Foundation", щонайменше 31,5 % американських виборців подивилося хоча б один агітаційний ролик Обами на YouTube [8].

По-третє, політична комунікація, здійснюється журналістами і при посередництві журналістів. Така комунікація також розрахована на масову аудиторію; прикладами можуть служити інтерв'ю, аналітичні статті в газетах, написана журналістами, політологом або політикам, які дуже часто пишуться за допомогою фахівців з ЗМІ. Журналісти в даному випадку привертають увагу аудиторії до проблем, пропонують шляхи їх вирішення, повідомляють про ставлення до неї політичних організацій та їх лідерів, допомагають політикам у вирішенні їхніх завдань. Політично неактивні громадяни сприймають політичну інформацію в тому вигляді, як вона постає в ЗМІ.

По-четверте – політична мовна діяльність "рядових" громадян, тобто людей не професіоналів в області політичної комунікації, які беруть

участь у мітингах, зборах, демонстраціях. Такі комуніканти зазвичай сприймаються як свого роду представники "народу", виборців, "трудо-щих" чи якихось груп громадян, пов'язаних професією, віком, місцем проживання.

Часто як особливого рівня виділяють парламентську і переговорну комунікацію. Можлива й інша точка зору: публічні виступи в парламенті можна вважати різновидом публічної політичної діяльності, а закрита для публіки робота в комітетах дуже близька до апаратної комунікації. Різновидом останньої можна вважати і комунікацію в процесі переговорів. Мова політика повинна бути зрозуміла всім, і в той же час деякі її деталі повинні вловити лише люди які професійно займаються політичною комунікацією. Політик повинен говорити саме так, як вимагає його статус і ситуація, і разом з тим висловлювати позиції які б цікавили громадян держави. Разом з тим політичні функціонери та журналісти "радянської школи" пишались своїм умінням "в рамках дозволеного" і з посиленнями на класиків марксизму поставити складну проблему, тобто перетворити ритуальну комунікацію в інформативну. Політичні тексти, здавалося б, повинні бути максимально доступними для адресата, політики постійно говорять про свою близькість до народу, про відстоювання його інтересів. Щоб народ підтримував ту чи іншу політичну партію, мова її лідерів повинна бути щонайменше зрозуміла виборцям. Проте насправді багато політичних текстів є в тій чи іншій мірі езотеричним. Езотеричність комунікації – це її доступність тільки для фахівців, для людей, здатних відчутти в ній прихований зміст, підтекст, для яких важливо не тільки те, що сказав політик, але і те, як він це сказав і про що він промовчав. Таким чином, в країнах де комунікаційний зв'язок між громадянами та правлячою владою не встановлений, суспільство не сприймає та не розуміє владну політику, тому що вона спрямована лише на владні гілки, а не на виборців [9].

Особливий характер комунікативної взаємодії, що виділяє її проблематику й актуалізує себе в політичній мові, припускає використання мови як знаряддя впливу на недосвідчених громадян, при якому суб'єкт виявляється не стільки тим, хто породжує осмислені мовні висловлювання, скільки носієм якоїсь позитивної ідеї. Крім того, є свої і прихильники, і субпротивники, а іноді лише противники, і перевага такої мови у бік кращого та її правоти може інший раз бути настільки значною, що всі висловлювання мають вихідним змістом завдання оцінити, спрямовану проти свого опонента чи проти іншої політичної партії.

Завдяки використанню "спеціальної" політичної мови, можна зацікавити виборця, який навіть не розуміє поставленої проблеми чи завдання. Саме завдяки таким маніпуляціям з політичною мовою, символами і знаками комунікації, політичні технологи партій і лідерів вміло впливають на думку виборців.

Якщо інформатизація бурхливо розвивається в владних колуарах, не проникаючи в суспільство, вона позбавляє громадян можливості відслідковувати діяльність держструктур, оцінювати роботу обранців та

стежити за виконанням передвиборчих обіцянок, а значить, це не тільки не робить державну політику прозорішою, але і може посилити монополію держави на інформацію. Електронізація дасть у руки правлячої еліти додаткові можливості маніпуляції суспільством.

Потрібно звернути увагу на інше визначення комунікації, і таким чином осмислити іншу точку зору, яка ламає застарілі стереотипи. С. Азаренко вважає, що "...комунікація – тип взаємодії між людьми, що припускає інформаційний обмін. Комунікацію, яка несе в етимології індоєвропейський корінь "mei" – мінятися, обмінюватися, слід виокремлювати й від діалогу, оскільки його цільовою причиною є злиття осіб, що беруть участь в ньому, й від спілкування, тому що останнє має справу, перш за все, із загальними механізмами відтворення соціального досвіду і породження нового. Тим часом, питання, пов'язані з комунікацією, історично піднімалися і розвивалися в рамках проблематики діалогу і спілкування" [10]. Тобто, йдеться про безпосереднє спілкування владних гілок влади та громадян держави, де інформаційні процеси проходять злагоджено та стабільно. Виборці отримують достатньо інформації про розвиток державних секторів, зміни у державному пралінні.

Виходячи з цього можна побачити, що суть дефініції комунікації зводиться до двох основних понять – спілкування і взаємодія. Хоча ці два поняття з першого погляду здаються рівними, але, на нашу думку, "спілкування" носить більш особистісний характер, ніж взаємодія. Суспільству потрібен діалог, між собою та владними структурами, потрібно відчувати, що вони безпосередньо приймають участь у творенні держави та її устрою.

Отже, розгляд визначень терміну "комунікація" за змістом тлумачень можна звести до трьох великих визначень: передача (визначальний критерій – односпрямованість); спілкування; взаємодія.

Варто зазначити, що головною квінтесенцією визначення, на наш погляд, є взаємодія (двоспрямований процес) за допомогою інформаційних зв'язків і технологій. Повинна бути співпраця між громадськістю, різними групами інтересів, та владою держави. На нашу думку, виникнення нового розуміння комунікації викликано необхідністю визначити принципово нові соціально-політичні явища, що спричинені демократизацією сучасних суспільно-політичних процесів, важливістю дослідити сучасні канали передачі й впливу інформації тощо.

Якість політичної комунікації визначається рівнем розвитку громадянського суспільства, тобто суспільства, в якому влада залежить від громадян та існує для громадян, а не навпаки. Саме в такому суспільстві налагоджені комунікативні зв'язки. Люди володіють необхідними знаннями та уявленнями про політичну комунікацію та про політичну мову, на якій спілкуються політики. Володіють необхідним арсеналом знань, які дають змогу оцінити якість політики в країні. Обмін політичною інформацією на горизонтальному рівні між членами суспільства й організаціями та на вертикальному рівні між різними елементами політичної системи відбувається тим інтенсивніше, чим вищим є досягнутий у суспільстві рівень демократії.

Потрібно пам'ятати, що технології можуть змінити методи регулювання, але не змінює їх суті. Інформаційна відкритість не стане прямим наслідком відвертих відносин громадян й державних інститутів та навряд чи приведе до лібералізації суспільних відносин. Доречним прикладом, є досвід Сінгапуру – країни зовсім не демократичної, однак лідируючої по ефективності використання систем e-government. Зазначимо, прикладів контрасту між рівнями соціального і технологічного розвитку держав в усьому світі – безліч. Навіть поряд не стояли з демократією султанат Бруней, Сінгапуру, Малайзії, королівства Саудівської Аравії, князівства Дубай та Об'єднаних Арабських Еміратів вже сьогодні мають такий рівень розвитку ІТ, якого за планами Росії, проекту "Електронна Росія", важко буде досягти і в 2012 році. Громадянське ж суспільство в більшості цих країн знаходиться десь на стадії раннього феодалізму [11].

Ідеальна модель політичних комунікацій передбачає наявність діалогу між правлячою елітою країни та громадянами за допомогою незалежних ЗМІ, в ході якого:

1) відбувається рівноправний обмін інформацією про політичний процес та його конкретні прояви;

2) інформація є точною, повною, достовірною, завершеною та такою, що піддається перевірці;

3) даний діалог проводиться відповідно до основних культурно-цивілізаційних цінностей, що сповідуються даним суспільством;

4) політичний процес та інформування про нього відбуваються відповідно до основних прав людини та громадянських свобод: свободи політичних та інших переконань, свободи слова та друку, свободи зборів і об'єднань, свободи отримувати і поширювати інформацію;

5) політичні комунікації є не лінійним, односпрямованим вертикальним процесом (від еліт до пасивно сприймаючих мас), а сукупністю різноспрямованих повідомлень, обмін якими відбувається між різними членами громадянського суспільства на горизонтальному рівні та між членами громадянського суспільства і "правлячою елітою" за допомогою зворотного зв'язку [12].

Останнім часом посилюється політична боротьба на просторах Мережі. Інтернет-технології широко використовуються в політичному, а особливо виборчому процесі.

"Авторські" статті в електронних ЗМІ найтрадиційніший канал електронної комунікації із громадськістю. Основною відмінністю "авторських" статей є те, що вони написані не професіоналами. Досить часто можна прочитати статтю, про політичні відносини в країні, яка написане журналістом, який зовсім не володіє потрібним словниковим багажем та знаннями про сферу яку він висвітлює.

Мода на інтелектуальну публіцистику поширена як зі сторони влади, так і з боку опозиції. Високий попит у цій сфері з боку активних користувачів Мережі, особливо тих, які тією чи іншою мірою пов'язані зі світом політики, зумовлює відповідну пропозицію.

Отже, на нашу думку, особливість політичної комунікації сьогодні виражається своєрідністю її головного прояву в політиці, що виглядає

дещо завуальовано. Політична комунікація сьогодні є особливою надбудовою сигнальною системою. Вона не просто представлена такою формою, як спілкування в розповсюдженні інформації, а й різноманітними суспільними діалогами. Сьогодні залишається поза увагою інший бік політичної комунікації, а саме – вона представлена технологічною формою, тобто саме в політиці вона сьогодні опосередковується, базується і визначається конкретними політичними технологіями.

1. Barber B. Three Scenarios for the Future of Technology and Strong Democracy // Political Science Quarterly. – 1998–1999. – Vol. 113, № 4. – P. 72. 2. Чеснаков А. А. Ресурсы INTERNET и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник МГУ. Сер. 18. Социология и политология. – 1999. – № 4. – С. 17. 3. Власенко Н. Україна на шляху до інформаційного суспільства: проблеми та здобутки / Н. Власенко, С. Зосько, М. Сиротич. – К., 1995. – С. 121. 4. Там само. – С. 54. 5. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – С. 11. 6. МакКузіл Д. Теория массовой коммуникации // Контексты современности – 2 : хрестоматия. – Казань, 1998. – С. 210. 7. Rheingold H. A Slice of Life in my Virtual Community // Global Networks / ed. L. M. Harasim. – Cambridge : MIT Press, 2011. – P. 39. 8. <http://www.heritage.org>. 9. Галлін Д. С. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Д. С. Галлін, П. Манчіні ; пер. з англ. О. Насіко. – К., 2011. – С. 47. 10. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації. – С. 11. 11. Чеснаков А. А. Ресурсы INTERNET и российские политические технологии: состояние и перспективы развития. – С. 19. 12. Browning G. Electronic Democracy: Using the Internet to Influence Politics / G. Browning. – Wilton : Online Inc., 1996. – P. 93.

Надійшла до редколегії 14.09.12

УДК 324

К. А. Молчанов, асп., КНУТШ

СУЧАСНІ НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО З'ЯСУВАННЯ СУТНОСТІ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ТА ЙОГО СКЛАДОВИХ

Розглядається поняття політичного іміджу, та основні підходи до його визначення. Виділяються складові політичного іміджу та його характеристики.

Ключові слова: імідж, політичний імідж, імідж політичного лідера.

Рассматривается понятие политического имиджа, и основные подходы к его определению. Выделяются составляющие политического имиджа и его характеристики.

Ключевые слова: имидж, политический имидж, имидж политического лидера.

The author investigates concept of the political image, and basic approaches to its definition. Excretes components of the political image and its characteristics.

Keywords: image, political image, the image of a political leader.

Важливим аспектом загального сприйняття й оцінки політика є враження, яке він справляє, тобто його імідж. Вдало створений образ політика ефективним засобом впливу на громадськість, її настрої та поведінку.

У зв'язку з цим, мета даної статті полягає у виявленні сутності політичного іміджу та його складових.

Поняття "імідж" походить від латинського слова "imago", що означає "імітація". У словниках імідж визначається як уявлення громадськості про людину чи предмет; образ, поширюваний у суспільстві особою чи установою через ЗМІ; імітація або подання зовнішньої форми суб'єкту чи об'єкту.