

Kluj A. Political values in the process of students' education.

The problem of the political values in the process of the student's education in modern university is researched. The attention is paid to the pedagogical principals of the education in the frame of the political-values system. The possibility of the creation of the purposeful valuation education model in the frame of the state educational strategy is considered.

The main problems of the valuation education in modern Ukrainian educational system researched as a problem of the national and patriotism values education, as a special process, which has different centers of consequence influence from the side of the state and from the side of the society. The students are viewed as the social group, which is susceptible for the consequence influence and is the basis for the political and cultural elite. The linguistic methods of the values research is considered in the article as a instrument of the diagnostic of the valuation education.

The specific of the political values structure in modern Ukraine is the need to provide the national and patriotic values in the youth period of political socialization. The priority of national values in the state educational strategy is caused the political and cultural situation in modern Ukraine. The results of the researches of the Ukrainian political consequence show that the national culture and patriotism is on the peripheries of the values structure. The model of possible values education in the frame of the university is considered in the article. The pedagogic principals of the valuation education are reviewed as a part of this model.

Keywords: political values, political education, political ideology, political consequence, state ideology, patriotism.

Надійшла до редколегії 26.02.2013 р.

УДК 321

Р. М. Ключник

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРИЗОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Досліджуються основні особливості політичної комунікації в умовах кризи. Розкрито основні заходи кризового менеджменту в інформаційній сфері. Розглянуто вплив мережі Інтернет на політичні процеси в сучасному світі.

Ключові слова: політична криза, кризовий менеджмент, політична комунікація, Інтернет, соціальна мережа.

На початку ХХІ століття політичні комунікації не тільки пронизують усе суспільство та суспільно-політичні інститути, а й дають змогу глибше зрозуміти та інтерпретувати всі феномени, які відбуваються у сучасному світі. Роль ефективної комунікації під час кризи різко зростає, оскільки від достовірності інформації та своєчасності її надходження залежить правильність і напрям дії політичного інституту, збереження довіри громадськості, а відтак позитивного іміджу й репутації. Політична комунікація існувала і раніше, але саме в інформаційну епоху вона набула нового змісту, що пов'язується з розвитком технологій управління інформаційним впливом, який здійснюється засобами мови через безпосередні контакти, а також засоби масової інформації та комунікації.

Метою статті є дослідити основні закономірності розвитку кризової комунікації на початку ХХІ століття, зокрема, з'ясувати особливості кризового менеджменту як напряму PR на різних етапах кризового процесу.

Дана проблематика достатньо повно розкрита в науковій літературі. Особливу увагу питанням кризової комунікації в умовах сучасного інформаційного суспільства приділяють І. Балинський, О. Гусак, А. Жарова, П. Олещук, Б. Потятиник, Г. Почепцов, В. Сергєєв, С. Ставченко, Г. Четверик та інші автори.

При дослідженні політичної комунікації можна використовувати загальнонаукові та логічні методи: історичний, системний аналіз, синтез, індукцію, дедукцію та низку інших. Проте існують специфічні, галузеві методи, які дозволяють глибше і повніше дослідити цей процес: контент-аналіз, пропагандистський аналіз, івент-аналіз, мережевий аналіз тощо [1, с. 46].

Український дослідник Г. Г. Почепцов визначає кризову комунікацію як «володіння метаситуацією, коли вдається скеровувати розвиток не просто події, а події, яка розвивається здебільшого за непрогнозованим сценарієм» [2, с. 532].

Її характерною ознакою є як дефіцит інформації, так і зниження довіри до джерела цієї інформації. Комунікація в умовах кризи здійснюється в умовах скорочення кількості параметрів, які піддаються контролю, зростання ролі інформації через відсутність чіткої та зрозумілої інтерпретації подій, втрати довіри до офіційних каналів комунікації.

Як зазначає С. В. Ставченко, кризова комунікація може бути не зовсім надійним, але досить-таки визначеним та чи не єдиним механізмом управління в кризовій ситуації, оскільки інші механізми втрачають свою ефективність. Кризова комунікація необхідна в тому просторі, в якому кризи та конфлікти мають певний рівень напруження, що обумовлює для конкретних акторів втрату здатності до підтримки стійких контактів зі своїми контрагентами [3, с. 521].

За умов кризи для політичних акторів існує ризик втрати ресурсів, зниження статусних позицій аж до усунення з політичної арени. Отже, метою комунікатора є насамперед забезпечення свого існування в політичній сфері. Кризова ситуація здатна визначати умови існування політичних лідерів та партій в інформаційному просторі політики, коригувати їх стратегії. Загроза виникнення кризових ситуацій є актуальною для будь-якого політичного інституту, організації, установи. Для адекватної відповіді на можливі виклики слід завчасно сформувати антикризову команду, яка має здійснювати безпосередній контроль за проведенням діяльності організації у випадку виникнення кризи. Члени цієї команди повинні бути досвідченими працівниками, здатними оперативно приймати рішення без постійних консультацій з колегами [4, с. 95]. Сучасний антикризовий менеджер – це, у першу чергу, фахівець з масових комунікацій, у той час як працівника медіасфери можна вважати спеціалістом із вирішення криз, але за умови, що його діяльність покликана вирішувати спеціальні інформаційні завдання, пов'язані з перебігом кризи, її висвітленням чи поширенням інформації про подолання її наслідків.

М. А. Зубарева визначає три основні засоби масової комунікації: 1) комунікація через засоби масової інформації (телебачення, преса, книги, плакати); 2) комунікація через організації (наукові та науково-інформаційні установи, інформаційні агенції); 3) комунікація через неформальні контакти, поширена передусім у традиційних суспільствах, але актуальна і в умовах глобалізації [5, с. 60].

Враховуючи сучасні реалії, слід додатково виокремити мережу Інтернет як особливий канал масової комунікації. Унікальність Інтернету зумовлена насамперед тим, що у глобальній мережі практично кожен користувач може одночасно виступати як споживачем, так і творцем інформаційного продукту. Інтернет є глобальним середовищем спілкування, праці та відпочинку. Він синтезує багатоманітність можливостей ЗМІ і комунікації, але водночас відрізняється від них: мережу не можна віднести до жодної з груп існуючих технічних засобів. Технічні особливості Інтернету зумовили його якісно нове соціальне призначення: можливості отримання масової інформації та здійснення масової комунікації реалізуються за допомогою єдиного технічного засобу [6, с. 101].

Основними перевагами мережі Інтернет, що відрізняють його від інших засобів масової комунікації, є його мультимедійність (об'єднання текстових, графічних, звукових та відеоаспектів традиційних ЗМІ), інтерактивність (наявність зворотного зв'язку), персоналізація та відсутність посередників між комунікатором та реципієнтом. Мережеві комунікації дають користувачеві можливість формувати власну ідентичність, яка часто не пов'язана з його ідентичністю в реальному житті [8, с. 138].

Однією з причин успіху поширення Інтернету стало прагнення пошуку середовища максимальної творчої свободи та самовираження. У світі, де «інфляція інформації» є надвеликою, Інтернет запропонував найшвидшу її доставку. Ставши швидким засобом передачі інформації з широкими межами свободи та анонімності, він об'єднав великі групи людей [9, с. 571].

Формування єдиного інформаційного простору, активний розвиток віртуального світу у поєднанні з абсолютною просторовою мобільністю населення сприяють втраті ідентифікації значних прошарків населення. В. С. Сергєєв зазначає, що

загальносвітова інформаційно-комунікаційна революція, як базовий фактор розвитку глобалізації, є одним із чинників кризи держав-націй [8, с. 142]. Інтернет є доступним практично в усіх країнах світу, а інформаційне наповнення мережевих ресурсів оновлюється постійно, що сприяє своєчасному ознайомленню користувачів з новинами політики, економіки, науки та культури. Відтак знижується значення телебачення і преси, оскільки швидкість передачі інформації у всесвітній мережі є набагато вищою.

Інформаційні технології не лише швидко впроваджуються у політичне життя, а й беруть участь у трансформації міжособистісних відносин у суспільстві: активно формуються он-лайнні співтовариства, здійснюється групування користувачів за певними інформаційними інтересами, що особливо помітно у соціальних мережах. Інтернет уже набув такого розвитку, що став одним з найпотужніших різновидів комунікації і засобів впливу як на думки (свідомість), так і на дії індивідів і груп людей [10, с. 125]. В англomовному дискурсі виник термін «netizen», що походить від слів «Internet» та «citizen» (громадянин) і означає особу, залучену до діяльності мережевих спільнот.

Використання комунікативних технологій для комунікаторів на зразок держави, інших носіїв політичної влади, може бути спрямоване на подолання кризових ефектів у реципієнта. В той же час комунікатор, який має на меті провокування політичної кризи, може застосовувати технології підриву довіри до політичних лідерів, інститутів, рішень тощо. Наслідком таких дій можуть стати політичні скандали, які призводять до делегітимації влади та можуть спричинити відставку голови держави та низки інших посадовців.

Мережа Інтернет вивела політичну комунікацію на якісно новий рівень. Публікація конфіденційних матеріалів на мережевому ресурсі Wikileaks спричинила політичний скандал Cablegate: у 2010 р. стався масовий витік документів, у тому числі звітів і дипломатичних листів. Конфіденційні дані щодо воєнних операцій США в Іраку та Афганістані стали надбанням громадськості. Вперше в історії віртуальна подія, що сталася суто в інформаційному просторі, спричинила масштабні реальні наслідки: ускладнення міжнародних стосунків та навіть відкликання послів [11, с. 56]. Автор проекту австралієць Дж. Ассанж став одним з найвідоміших журналістів світу. Оцінку феномена Wikileaks можна звести до двох основних напрямів: 1) рішуча підтримка діяльності із оприлюднення секретної політичної інформації як засобу підтвердження публічності та відкритості політичної влади; 2) погляд на діяльність Wikileaks як загрозу сучасній світобудові та прояв громадянської безвідповідальності [12, с. 570]. Втім, поява у політичному дискурсі цього ресурсу відкрила нову сторінку в історії політичної комунікації.

Однією зі специфічних форм політичної комунікації в Інтернеті є блог як автономний та індивідуальний ресурс, що поєднує у собі засоби комунікації та інформування. Блог – це мережевий щоденник, що наповнюється записами, які додаються регулярно та містять тексти, зображення чи мультимедіа. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значимості, котрі можуть вести як організації (колективні блоги), так і окремі особи.

Під блогосферою прийнято розуміти сукупність блогів, об'єднаних у систему через взаємні перехресні посилання, обговорення спільних тем, можливість для спілкування, єдиний рейтинг, що відображає значимість та авторитетність того чи іншого блогу. Відвідувачі сайту здебільшого можуть ідентифікувати автора та залишати свої коментарі.

В умовах інформаційного суспільства блоги перетворюються на альтернативний до офіційних ЗМІ канал поширення інформації, який функціонує паралельно та може перебирати на себе ряд суспільних функцій мас-медіа [13, с. 109]. Блог є самостійним інформаційним джерелом, що вимагає специфічного підходу та врахування певних вимог для викладу інформації, які не збігаються з вимогами до роботи з традиційними ЗМІ.

Особливим феноменом, який чинить вплив на перебіг кризових процесів у сучасному суспільстві, стали соціальні мережі. Найпопулярнішими з них є Facebook,

Twitter, MySpace, а також їх аналоги у різних країнах світу. За допомогою соціальних мереж політики проводять агітацію, а громадяни отримують можливість оперативно обмінюватися інформацією, наприклад, для організації масових заходів, у тому числі й політичних акцій. Таким чином, соціальні мережі створюють незалежний громадянський дискурс.

Розвиток Інтернету призвів до того, що протестна активність також почала зміщуватися у віртуальний світ: заподіяти шкоду державі, інституцію чи окремій особі тепер можна і в Інтернеті. Наприклад, мережеве угруповання «Anonymous» проводить регулярні хакерські атаки на урядові сайти різних держав. Це мережеве об'єднання є децентралізованим мережевим співтовариством, посада керівника в ньому відсутня, а його активісти мешкають у різних країнах світу. В останні роки активісти «Anonymous» провели серію хакерських атак на сайти Ватикану, Європарламенту, Інтерполу, «Газпрому» та інших інституцій та корпорацій. Найчастіше активісти висувують вимоги скасувати антипіратські закони, а також звинувачують владні та комерційні структури у корупції та інших злочинах.

В умовах віртуалізації політичного протесту владні структури і правоохоронні органи розробляють методи боротьби з кіберактивістами, які порушують законодавство. У західних країнах протягом останніх років було затримано низку користувачів Інтернету за некоректні вислови у віртуальному просторі. Жорстка інтернет-цензура діє у Саудівській Аравії, Ірані, Таїланді, М'янмі та інших країнах, в яких панують диктаторські режими. Система цензурування мережевого контенту в Китаї не має аналогів у світі: «великий китайський фаєрвол» блокує вміст низки сайтів, які загрожують безпеці правлячого режиму, у тому числі найбільшої вільної енциклопедії Wikipedia. У Китаї триває постійна боротьба між урядовими структурами, які блокують частину мережевих ресурсів, та користувачами, які намагаються знайти можливість подолати обмеження [14, р. 4]. Крім того, існують угруповання проурядових блогерів та учасників форумів, які висловлюють позитивні думки щодо зовнішньої та внутрішньої політики комуністичного режиму. В англійських джерелах ці об'єднання називають «50 cent army» (50-центові армія): приблизно таку суму отримує користувач за «правильний» коментар у мережі. Чисельність таких мережевих об'єднань точно невідома: спочатку вони склалися з 10-30 осіб, проте в червні 2009 р. з'явилася інформація про наміри Пекіна рекрутувати 10 тисяч учасників. За приблизними підрахунками, від 10 до 20 відсотків коментарів у китайському сегменті всесвітньої мережі, написані учасниками цих груп [15, р. 7].

Загальнонаціональна акція протесту проти політики С. Берлусконі, що відбулася у Римі в 2008 р., стала однією з перших політичних подій, повністю керованих через Інтернет. Соціальні мережі відіграли значну роль в організації подій Арабської весни та масових заворушень у Лондоні навесні 2011 р. Російські та білоруські опозиційні сили також активно використовують віртуальний простір для мобілізації та інформування громадян. Політичний аспект функціонування соціальних мереж має стати предметом окремого наукового дослідження.

Інтернет справляє вплив на обидві групи чинників політичної стабільності, як соціокультурні, так і інституційні, формуючи вподобання користувачів і надаючи нової форми організаціям, як традиційним політичним партіям, так і новим мережевим рухам. Як зазначає Г. Г. Четверик, особливістю структури політичної комунікації, сформованої за мережевими принципами, є те, що її утворюють рівні за статусом учасники комунікативного процесу [16, с. 14].

Нарешті, слід розглянути особливості кризового менеджменту як напряму public relations. Усі антикризові заходи можна розділити на стратегічні й тактичні. На етапі підготовки до кризи стратегічні заходи включають виявлення потенційних ризиків кризи, намагання їх подолати чи мінімізувати, а також планування команди з подолання кризових явищ. Тактичні ж дії зводяться, передусім, до аналізу зовнішніх чинників, які впливають на репутацію організації, визначення кола потенційних проблем, здатних спричинити організаційну кризу. Також на цьому етапі важливо розробити кризовий план дій, перевірити його ефективність за допомогою моделювання, провести підготовку офіційних представників партії, організації, установи до взаємодії зі ЗМІ.

На етапі кризового реагування стратегічні дії полягають у реалізації стратегій кризового реагування, побудованих на принципах інформаційної прозорості і спрямованих на відновлення довіри громадян. Тактичні ж заходи включають інформування громадськості (публічне визнання існування проблеми і запевнення у здійсненні необхідних заходів для її вирішення, чітке пояснення причин кризи, зобов'язання регулярно інформувати громадян про розвиток ситуації) та роботу зі ЗМІ (регулярні інтерв'ю журналістам із наданням найновішої інформації). Також на цьому етапі важливо проводити роботу з персоналом організації в умовах кризи: орієнтування персоналу на зміни в діяльності.

Нарешті, посткризова діяльність на стратегічному рівні передбачає аналіз та попередження кризи в майбутньому, а на тактичному – реалізацію заходів щодо подолання негативних наслідків кризи, критичну оцінку ефективності управління [17, с. 23].

Узагальнюючи вищевикладене, можна зазначити, що технології кризової комунікації включають кризове планування в інформаційній сфері, координацію комунікативної взаємодії в процесі розгортання конфліктів, а також посткризове регулювання.

Підводячи підсумок, варто зазначити, що управління кризовою комунікацією в умовах інформаційного суспільства стає одним з ключових факторів мінімізації негативних наслідків кризи та успішного її подолання. Мета кризової комунікації полягає у підтриманні самого існування комунікатора та реципієнта у сфері влади. Використання комунікативних технологій може бути спрямоване як на подолання кризових ефектів, так і на їх посилення. Наслідком такої «деструктивної» комунікації можуть стати політичні скандали, які призводять до делегітимації влади. Комунікація на кожному етапі кризового процесу передбачає стратегічні й тактичні заходи.

Особливим каналом комунікації є мережа Інтернет, особливостями якої є її глобальний характер, інформаційні обміни в режимі реального часу, домінування англомовних інформаційних потоків. Всесвітня мережа може сприяти вирішенню кризи (своєчасне реагування на небезпеку, інформування населення, зв'язок між віддаленими країнами), а може й перешкоджати (свідома дезінформація громадян, неконтрольована пропаганда насилля, роздмухування політичного скандалу, атаки хакерів на урядові сайти). Відтак, усі держави, в міру своїх можливостей, захищають інформаційну безпеку у віртуальному просторі. В умовах демократичних режимів регулювання мережевої комунікації лежить виключно в юридичній площині (законодавче забезпечення функціонування Інтернету, контроль за дотриманням законодавства і покарання порушників). Недемократичні режими, крім того, вдаються до переслідування інакомислячих та обмеження доступу до мережевого контенту.

Окремим феноменом є соціальні мережі, за допомогою яких протягом останніх років здійснюється мобілізація великих груп людей. Чисельність користувачів, зареєстрованих у соціальних мережах, та інтенсивність обміну інформацією в мережі постійно зростають. Інтернет та соціальні мережі створили автономний простір комунікації, незалежний від уряду та офіційних ЗМІ. Отже, роль соціальних мереж як засобу політичної комунікації в умовах кризи може стати предметом подальших наукових досліджень.

Бібліографічні посилання

1. Шиманова О. В. Методи дослідження політичної комунікації / О. В. Шиманова // Вісник Харківського університету імені В. Н. Каразіна. – Серія «Питання політології», 2008. – Вип. 13. – С. 45–50.
2. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2001. – 656 с.
3. Ставченко С. В. Комунікативні аспекти управління в умовах політичної кризи / С. В. Ставченко // Гілея. – 2011. – Вип. 47. – С. 518–523.
4. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера / Я. Мейтленд; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 176 с.

5. Зубарева М. А. Робота з ЗМК у кризових ситуаціях / М. А. Зубарева // Наукові записки Інституту журналістики: збірник наукових праць. – 2008. – Т. 32. – С. 59–62.
6. Жарова А. К. Интернет, глобализация и международное право / А. К. Жарова // Общественные науки и современность. – 2004. – № 6. – С. 97–104.
7. Балинський І. Політичні комунікації в УАНЕТі / І. Балинський // Теле- та радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 137–141.
8. Сергєєв В. С. Політичні мережі як форма взаємодії держави та громадянського суспільства: монографія / В. С. Сергєєв. – Д.: Інновація, 2011. – 304 с.
9. Смола Л. Є. Интернет як засіб інформаційно-психологічного та соціального впливу / Л. Є. Смола // Гілея. – 2011. – Вип. 46. – с. 570–575.
10. Сидоров М. Интернет як засіб комунікації та соціального впливу / М. Сидоров, Д. Табаков // Політичний менеджмент. – 2008. – № 4. – С. 119–125.
11. Потятиник Б. Справа Wikileaks: три лінії інтерпретації / Б. Потятиник // Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». – 2011. – Вип. 34. – С. 55–60.
12. Олещук П. М. Wikileaks як фактор трансформації сучасної політичної публічності / П. М. Олещук // Гілея. – 2011. – Вип. 43. – С. 569–575.
13. Олещук П. М. Ефективність інтернет-блогу як засобу політичної комунікації / П. М. Олещук // Політичний менеджмент. – 2010. – № 3. – с. 107–115.
14. Lum T. China, Internet Freedom and U.S. Policy. Congressional Research Service / T. Lum. – Washington, 2012. – 20 p.
15. Yu M. How the 50 cent army manipulates online opinion // The Epoch Times. – 2012. – July 25–31. – P.7.
16. Четверик Г. Г. Стабільність політичних режимів та мережа Интернет / Г. Г. Четверик // Матеріали Кіровоградської сесії I Всеукраїнської науково-практичної конференції «Придніпровські соціально-гуманітарні читання». – Дніпропетровськ: Інновація, 2012. – С. 11–15.
17. Гусак О. П. Кризовий менеджмент як напрям зв'язків із громадськістю / О. П. Гусак // Інформаційне суспільство. – 2012. – Вип. 15. – С. 22–24.

Ключник Р. М. Некоторые аспекты исследования кризисной коммуникации.

Исследуются основные особенности политической коммуникации в условиях кризиса. Раскрыты основные меры кризисного менеджмента в информационной сфере. Рассмотрено влияние сети Интернет на политические процессы в современном мире.

Ключевые слова: политический кризис, кризисный менеджмент, политическая коммуникация, Интернет, социальная сеть.

Kluchnik R. Some aspects of crisis communication.

The main features of political communication in the conditions of crisis are researched. The main measures of crisis management in information sphere are described. The influence of the Internet on political processes in the modern world is considered.

The aim of the paper is to explore the basic laws of crisis communication at this stage, in particular, to find the peculiarities of crisis management as a direct PR crisis at various stages of the process.

Management of crisis communication in the information society is a key factor to minimize the negative effects of the crisis and successfully overcome it. The purpose of crisis communication is to maintain the existence of the communicator and the recipient in power. The use of communication technologies can be directed as to overcome the effects of the crisis and their gain. The consequence of this «destructive» communication can become political scandals that lead to delegitimize the government. Communication at each stage of the crisis process involves strategic and tactical measures.

A special channel of communication is the Internet, main feature of which are the global character, information exchange in real time, the dominance of English information flows. The global network can contribute to solving the crisis, and perhaps impede.

Another phenomenon is the social network with which in recent years large groups of people are mobilized. Thus, the role of social networks as a means of political communication in a crisis may be the subject of further research.

Keywords: political crisis, crisis management, political communication, Internet, social network.

Надійшла до редколегії 10.01.2013 р.

УДК 323.2

А. Є. Лясога

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

**ГУМАНІСТИЧНО-ЦІННІСНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ В
ГРОМАДЯНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Актуальність теми, що розглядається зумовлена передусім тим, що сама розбудова