

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

ДАБІЖА ВІРА ВАСИЛІВНА

УДК 351: 659.3/.4:323.2(477)

**ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОЇ
КУЛЬТУРИ ДЕМОКРАТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА В СИСТЕМІ
ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ**

25.00.02 – механізми державного управління

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ В. В. Дабіжа

Науковий керівник –

Кіслов Денис Васильович,

доктор наук з державного управління, доцент

Київ – 2021

АНОТАЦІЯ

Дабіжа В.В. Політико-комунікаційна складова політичної культури демократичного суспільства в системі публічного управління України. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління. – Міжрегіональна Академія управління персоналом. – Київ, 2021.

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення науково-теоретичного завдання, що полягає в обґрунтуванні теоретичних засад і аналізі концепцій та моделей політичної комунікації як необхідного компонента взаємодії для системи механізмів публічного управління та обґрунтування впливу на процес демократизації суспільства в контексті його розвитку, змін і трансформацій політичної культури, що дало змогу дійти наступних висновків.

Проаналізовані теоретико-методологічні засади дослідження політичної комунікації за умов системної демократизації суспільства. Виявлено, що дослідження поняття «політична комунікація» є сьогодні вельми популярним, але одночасно дуже складним та багатограним, оскільки велика кількість суміжних дисциплін займається вивченням політичної комунікації. Дослідження політичної комунікації можна назвати своєрідною традицією, яка бере початок ще з Давньої Греції та втілена у працях Платона й Аристотеля.

З появою електронних медіа у першій половині минулого століття політична комунікація набула зовсім іншого характеру. Радіо і телебачення передають інформацію на великі аудиторії та створюють публічність неймовірних масштабів. Телебачення починає пропонувати своїм глядачам візуальні образи з усього світу та у форматі «наживо».

Водночас до сих пір наука не дала точного визначення поняттю політичної комунікації. Причиною цього можуть бути складові елементи цього поняття, тобто – політика і комунікація, що вже є самодостатніми поняттями, та не потребують розширення або звуження свого сенсу. Узагальнивши наявні

визначення, можна запропонувати наступне: політична комунікація – це комунікація, що висловлюється політичними акторами, яка одночасно спрямована на них і містить у собі їх стиль, знання, мотиви, цінності та орієнтири.

Політична комунікативістика в її теоретичному аспекті повинна виступати не як якась еклектична галузь чи додаток до окремо взятих категорій і понять сучасної філософії щодо аналізу інформаційно-комунікаційних процесів у сфері політики та державного управління, а як методологічно цілісна конструкція та як дієвий механізм чи складова механізмів публічного адміністрування, що дозволить розглядати генезис, закономірності та тенденції розвитку феноменів політичної комунікації системно, у їх взаємозв'язку. Таким чином, політична комунікація виступає як атрибут системи управління і як елемент політичної культури, оскільки стає необхідною, суттєвою, невід'ємною властивістю політичної діяльності в будь-якому її прояві.

Досліджено значення та місце політичної комунікації як компонента політичної системи, що забезпечує її інструмент стратегічного управління та дозволяє зробити висновок щодо існування стійких тенденцій минулих років. В останні десятиліття сформувалися чотири взаємозалежні комунікаційні стратегії, залучені для досягнення конкретних політичних результатів. Це стратегії: рекламно-пропагандистська, загальнодержавного інформування, двосторонньої асиметричної та двосторонньої симетричної стратегічних дій.

В умовах становлення інформаційного суспільства особливий інтерес викликає аналіз чотирьох моделей стратегічних політико-комунікаційних кампаній, найважливішим компонентом яких виступає масова комунікація через агітаційно-пропагандистську діяльність з використанням ЗМК, політичної реклами, поширення громадських зв'язків та політичного державного маркетингу.

При цьому політичний маркетинг незалежної стратегії як комплексна «зонтична» технологія інкорпорується в якості складових елементів моніторингу, іміджмейкерства та рекламно-комунікаційної діяльності. Якщо

ефективний зворотний зв'язок між політичними структурами, що діють в рамках приватних схем та громадськості відсутній, то значна частина громадян або буде виявляти виражену політичну апатію, показуючи відчуження до участі у виборах, референдумах тощо, або буде проявляти демонстрацію високої плинності у своїх політичних перевагах, одночасно нагромаджуючи розчарування.

Розроблено авторське визначення понять «комунікація», «політичні комунікації» та їх похідні для публічного управління, яке полягає у тому, що політична комунікація представляє собою приватну форму соціальної комунікації як специфічний прояв взаємодії індивідуальних та спільних акторів, призначеної до передачі інформації за допомогою використання мови та інших маркерних форм. Доцільно мати на увазі зауваження А. Соловйова, що «концепція “політичної комунікації” описує не універсальний, а унікальний тип комунікативного процесу, якому притаманні власні джерела інформаційних контактів, особистий тип організації соціальних взаємовідносин, специфічні функціональні навантаження суспільства, характерна морфологія, опосередкований стиль громадської макросоціальної групи і ряд інших якостей». У гуманітарному контексті комунікація – це закономірність та тенденція розвитку, а також засіб та механізм інформаційного впливу й взаємодії громадськості. Таким чином, соціальна комунікація виступає метатеорією до політичної комунікативістики, де комунікаційні аспекти діяльності політичних акторів за допомогою проблем влади інтерпретуються з точки зору зв'язків та відношень між процесами та явищами у сферу політики. Тому встановлені нові підходи до значення політичної комунікації як компонента механізмів державного управління та як таких, що забезпечують гомеостатичну стійкість політичної системи, покращують та динамізують політичну кон'юнктуру.

Представлено періодизацію розвитку політичної культури і політико-комунікаційних технологій в логічному та методологічному вимірах та впливі на розвиток соціуму, що передбачає дві стадії: I стадія (1900 р. – початок

80-х рр. XX ст.) та II стадія (80-і рр. XX ст. – XXI ст. наш час) та шість етапів. Відстежено наративи політичної культури у політико-комунікаційній складовій в системі публічного управління.

Початком вивчення політичної комунікації вважають дослідження пропаганди у період Першої світової війни, а її комплексні дослідження розпочалися у 30-х – 40-х роках XX ст. Фундаментальні роботи у цій сфері, як і сам термін «політична комунікація», з'явилися наприкінці 40-х років – на початку 50-х років. Виокремлення дослідження політичної комунікації у самостійний напрям на межі соціологічних та політичних наук було викликано демократизацією політичних режимів у другій половині XX ст., а також розвитком кібернетичної теорії, виникненням і збільшенням ролі нових комунікаційних систем та технологій.

Розглянуто політичну комунікацію як засіб демократизації сучасних суспільних змін. Встановлено, що розвиток політичних комунікацій зумовлений ускладненнями способів організації політичного спілкування. Здатність учасників політичного дискурсу щодо налагоджування відносин безпосередньо пов'язана з наявністю у них ефективних каналів комунікації, вмінь і навичок ефективно застосовувати прийоми спілкування і, що не менш важливо, – необхідних для цього ресурсів.

Політична комунікація є найважливішим чинником демократизації владних відносин, оскільки останні базуються передусім на засадах публічної політики, забезпечують постійний взаємозв'язок між політичними суб'єктами на всіх рівнях. Завдяки механізму державних політичних комунікацій можливе подолання протиріч, які ускладнюють демократизацію суспільства (бюрократизм влади, маніпулювання громадською думкою, недовіра органів влади до громадських організацій, низький професійний рівень чиновників тощо). Інформація відіграє суттєву роль у політичному процесі як фактор порозуміння, зближення, консолідації суб'єктів політики, узгодження інтересів різних суспільних груп всередині кожної конкретної країни і суверенних держав на міжнародній арені. Це зумовлено тими об'єктивними властивостями,

які їй притаманні: по-перше, оперативністю; по-друге, здатністю охоплювати своїм впливом велику кількість споживачів; по-третє, доступністю отримання та психологічними властивостями, а саме – можливостями за допомогою сучасних технологій відбиватися на громадській думці, настроях тощо.

Виявлено проблеми та шляхи оптимізації політичної комунікації як механізму державного управління в процесі демократичних перетворень постмайданної України. З'ясовано, що сьогодні політикум через комунікативні процеси впливає на свідомість громадян за допомогою емпіричних методів, супроводжуючи при цьому процес змін політичного життя держави і суспільства в цілому. В такий спосіб динаміка трансформації публічної комунікації вагомо впливає на політичну систему.

В умовах формування інформаційного простору постійно зростає роль комунікативної взаємодії суб'єктів і об'єктів державної політики. Особливо це актуально для соціальної політики, оскільки вона зачіпає інтереси населення усієї країни. У цілому ряді випадків політико-комунікаційні процеси підпадають під визначення стратегічних кампаній, коли вони свідомо використовуються комунікаторами для досягнення конкретних політичних результатів. Політична комунікація подібного виду може реалізовуватися на різних рівнях і варіювати від цілеспрямованої інформаційної дії на одного або декількох індивідів до великомасштабної кампанії, що включає значну кількість каналів, якими поширюється безліч повідомлень на багатомільйонну аудиторію.

Ціннісні якості політичної комунікації сьогодні ранжуються та політично переосмислюються як і раніше у власних інтересах бюрократією та владною елітою. Однак вони чимало залежать від специфіки суспільної та політичної культури кожного конкретного громадського та суспільного середовища. Політична комунікація у цьому випадку виступає засобом існування та передачі політичної культури, у свою чергу сама, будучи елементом впливу системи управління і одночасно будучи керованою культурними нормами та цінностями, що діють у даному соціумі.

Встановлення генезису та подальшої еволюції теоретичних моделей політичної комунікації як когнітивних конструкцій, здатних розкрити та осмислити казуальні зв'язки між процесами та повідомленнями інформаційного впливу та їх взаємодією у сфері політики та публічного адміністрування призводить до висновку щодо обов'язковості наявності зворотного зв'язку між учасниками політико-комунікаційних процесів. В умовах становлення інформаційного суспільства політична комунікація здійснюється не лише за вертикаллю – між «управляючими» та «керованими». А і горизонтально – сучасним рівнем технологічної оснащеності соціальної сфери, одним із представників якої виступає стрімке поширення Інтернету. Це дає можливість практично будь-кому індивідуально створювати та розповсюджувати власні інформаційні продукти, диверсифікувати комунікаторів та візуалізувати інтенсивність горизонтальних комунікаційних потоків, тим самим розвиваючи мережеві інтерактивні структури, охоплюючи, в тому числі, усі сфери політичної діяльності.

Розкриття використання в політичній сфері Інтернету в поєднанні з іншими новими інформаційно-комунікаційними технологіями, безперечно, може сприяти подальшому розширенню можливостей конвенціональної політичної участі та формуванню різних форм «електронної демократії» – механізмів комп'ютерно-опосередкованої політичної комунікації, що відповідають реальним потребам державного спілкування. Принципове значення в контексті перспективного розвитку «електронної демократії» має аксіологічну, ціннісну оцінку політичної комунікації, її основних потоків, цілей та напрямів поширення повідомлень.

Представлено підходи до оцінки методів і засобів політичних комунікацій в умовах соціально-економічних невизначеностей, кризових та інших негативних явищ. Структурно-функціональний підхід дозволяє розглядати цей феномен як деяку цілісність, систему, що має складну структуру, кожен елемент якої має певне значення і виконує специфічні функції, спрямовані на задоволення відповідних потреб системи та її очікувань. Соціокультурний

підхід дозволяє розкрити сутність цього феномена у системі: «політика – комунікація – соціум – культура» і втілити ідею соціокультурної детермінації політики в цілому. Інституціональна парадигма дозволяє розглянути політичну комунікацію як стійку сукупність комунікаційних ролей і функцій державних інститутів, політичних партій, громадських організацій, що обслуговують взаємодію елітарних та інших шарів суспільства, з метою реалізації ними своїх інтересів, здійснення державної і громадської влади.

Ключові слова: виклики, влада, електронна демократія, державна комунікація, державне управління, інформація, комунікації, медіа, механізм управління, політика, політична культура, політичні комунікації, суспільство.

ABSTRACT

Dabizha VV Political and communication component of the political culture of a democratic society in the system of public administration of Ukraine. – Qualifying scientific work as a manuscript.

Thesis for a Candidate of Sciences Degree in public administration on a specialty 25.00.02 – Mechanisms of Public Administration. – Interregional Academy of Personnel Management. – Kyiv, 2021.

The dissertation provides a theoretical generalization and a new solution to the scientific and theoretical task, which consists in substantiating the theoretical foundations and analyzing the political communication concepts and models as a necessary component of the system of public administration mechanisms interaction and substantiating the impact on the process of society democratization in the context of its development, changes and transformations of political culture, which allowed us to come to the following conclusions.

Analyzed the theoretical and methodological foundations of the political communication study in the context of systemic democratization of society. It was revealed that the study of the concept of "political communication" is very popular today, but at the same time very complex and multifaceted, since a large number of

related disciplines are engaged in the study of political communication. The study of political communication can be called a kind of tradition that dates back to ancient Greece and is embodied in the works of Plato and Aristotle.

With the advent of electronic media in the first half of the last century, political communication took on a completely different character. Radio and television broadcast information to large audiences and create a publicity of incredible proportions. Television is starting to offer its viewers visual images from all over the world and in live format.

At the same time, until now, science has not given an exact definition of the political communication concept. The reason for this may be the constituent elements of this concept, that is, politics and communication, are already self-sufficient concepts, and do not require expansion or narrowing of their meaning. Summarizing the existing definitions, we can suggest the following: political communication is communication expressed by political actors, which is simultaneously directed at them and includes their style, knowledge, motives, values and guidelines.

Political Communication science in its theoretical aspect should not act as a kind of eclectic branch or an addition to separately taken categories and concepts of modern philosophy to the analysis of information and communication processes in the field of politics and public administration, but as a methodologically integral structure and as an effective mechanism or component of public administration mechanisms, which will allow us to consider the genesis, patterns and trends in the development of political communication phenomena systematically, in their interconnection. Thus, political communication acts as an attribute of the management system and as an element of political culture, since it becomes a necessary, essential, inalienable property of political activity in any of its manifestations.

The significance and place of political communication as the political system component, which provides its strategic management tool, has been investigated and allows us to conclude about the existence of stable trends of the past years. In recent decades, four interrelated communication strategies have emerged that are used to

achieve specific policy outcomes. These are strategies: advertising and propaganda, nationwide information, bilateral asymmetric and bilateral symmetric strategic actions.

In the context of the information society formation, of particular interest is the analysis of four models of strategic political and communication campaigns, the most important component of which is mass communication through propaganda activities using mass media, political advertising, dissemination of public relations and political state marketing.

With that, the political marketing of an independent strategy as a complex "umbrella" technology is incorporated as integral elements of monitoring, image-making and advertising and communication activities. If there is no effective feedback between political structures operating within the framework of private schemes and the public, then a significant part of citizens will either show pronounced political apathy, showing alienation to participate in elections, referendums, etc., or will show a demonstration of high turnover in their political advantage while accumulating frustration.

The author's definition of the concepts of "communication", "political communications" and their derivatives for public administration has been developed, which is in the fact that political communication is a private form of social communication as a specific manifestation of the interaction of individual and general actors, designed to transfer information through the use of language and other marker forms. It is advisable to keep in mind A. Solovyov's remark that "the concept" of political communication "describes not a universal, but a unique type of communication process, which has its own sources of information contacts, a personal type organization of social relationships, specific functional loads of society, a characteristic morphology, a mediated style of social macrosocial group and a number of other qualities". In the humanitarian context, communication is a pattern and trend of development, as well as a means and informational influence mechanism and interaction of the public. Thus, social communication acts as a metatheory for political communication studies, where the communication aspects of the political actors

activities with the help of problems of power are interpreted from the point of view of connections and relations between processes and phenomena in the sphere of politics. Therefore, new approaches have been established to the political communication importance as a component of public administration mechanisms and as such that provide homeostatic stability of the political system, improve and dynamize the political environment.

The periodization of the development of political culture and political and communication technologies in logical and methodological dimensions and the impact on the development of society is presented, it provides for two stages: Stage I (1900 - early 80s of the XX century) And II stage (1980s of the XX century. - XXI century. Our time) and six stages. Traced the narratives of political culture in the political and communication component in the public administration system.

The study of propaganda during the First World War is considered as the beginning of the political communication study, and its comprehensive studies began in the 30s - 40s of the twentieth century. Fundamental works in this area, like the term "political communication" itself, appeared in the late 1940s and early 1950s. The separation of the political communication study into an independent direction on the verge of sociological and political sciences was caused by the democratization of political regimes in the second half of the twentieth century, as well as the development of cybernetic theory, the emergence and increase of the role of new communication systems and technologies.

The article considers political communication as a means of democratizing modern social changes. It has been established that the development of political communications is due to complications in the ways of organizing political communication. The ability of participants in political discourse to improve relations is directly related to the presence in them of effective communication channels, skills and abilities to effectively use communication techniques and, no less important, the resources necessary for this.

Political communication is the most important factor in the democratization of power relations, since the latter are based primarily on the basis of public policy,

provide a constant relationship between political actors at all levels. Due to the state political communications mechanism, it is possible to overcome contradictions that hinder the democratization of society (bureaucracy of the authorities, manipulation of public opinion, distrust of the authorities in public organizations, low professional level of officials, etc.). Information plays an essential role in the political process as a factor of understanding, rapprochement, consolidation of political actors, harmonization of the interests of various social groups within each specific country and sovereign states in the international arena. This is due to the objective properties that are inherent in it: first, efficiency; secondly, the ability to reach a large number of consumers with its influence; thirdly, the accessibility of obtaining and psychological properties, namely, the possibilities with the help of modern technologies to reflect on public opinion, moods, and the similar.

The problems and ways of optimizing political communication as a mechanism of state administration in the process of democratic transformations of post-Maidan Ukraine are revealed. It was found that today political elite, through communicative processes, influences the consciousness of citizens with the help of empirical methods, while accompanying the process of changes in the political life of the state and society as a whole. Thus, the transformation dynamics of the public communication has a significant impact on the political system.

Under the conditions of the information space formation, the role of the communicative interaction of subjects and objects of state policy is constantly increasing. This is especially relevant for social policy, since it affects the interests of the entire country population. In a number of cases, political and communication processes fall under the definition of strategic campaigns when they are deliberately used by communicators to achieve specific political results. Political communication of this type can be implemented at different levels and vary from a targeted informational impact on one or several individuals to a large-scale campaign that includes a significant number of channels through which many messages are distributed to a multimillion audience.

The political communication value qualities are now ranked and politically rethought, as before, in their own interests by the bureaucracy and the ruling elite. However, they depend a lot on the specifics of the social and political culture of each specific social and social environment. In this case, political communication acts as a means of existence and transmission of political culture, therefore, being an element of the control system influence and at the same time being governed by cultural norms and values that operate in a given society.

The genesis establishment and further evolution of theoretical models of political communication as cognitive constructions capable of revealing and comprehending the casual connections between the processes and messages of information impact and their interaction in the field of politics and public administration leads to the conclusion that there must be feedback between the participants in political and communication processes. In the conditions of the information society formation, political communication is carried out not only along the vertical - between the "managers" and "controlled". And horizontally - the modern level of technological equipment of the social sphere, one of the representatives of which is the rapid spread of the Internet. This makes it possible for almost anyone to individually create and distribute their own information products, diversify communicators and visualize the intensity of horizontal communication flows, thereby developing network interactive structures, including, inter alia, all spheres of political activity.

The disclosure of the Internet usage in the political sphere in combination with other new information and communication technologies can certainly contribute to further expanding the possibilities of conventional political participation and the formation of various forms of "electronic democracy" - mechanisms of computer-mediated political communication that meet the real needs of public communication. The Fundamental value in the context of the future development of "e-democracy" has an axiological, value-based assessment of political communication, its main streams, goals and directions of dissemination of messages.

The approaches to the assessment methods and means of political communications in the context of socio-economic uncertainties, crisis and other negative phenomena are presented. The structural-functional approach allows us to consider this phenomenon as a kind of integrity, a system, has a complex structure, each element of which has a certain meaning and performs specific functions aimed at meeting the corresponding needs of the system and its expectations. The sociocultural approach allows us to reveal the essence of this phenomenon in the system "politics - communication - society - culture" and to embody the idea of sociocultural determination of politics as a whole. The institutional paradigm allows us to consider political communication as a stable set of communication roles and functions of state institutions, political parties, public organizations serving the interaction of elite and other strata of society, with the aim of realizing their interests, exercising state and public power.

Key words: challenges, power, e-democracy, public communication, government administration, threats, communications, media, management mechanism, politics, political communications, society, contradictions.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Праці у профільних наукових виданнях:

1. Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Комунікативні засади взаємодії механізмів профспілкового контролю із засобами публічного адміністрування. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2020. Т. 31 (70). № 5. С. 29–37. (Особистий внесок автора полягає у систематизації комунікативних засад адміністрування державного управління 0,28 д.а.).
2. Дабіжа В. В. Ризикономіка комунікативних систем публічного управління. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2019. № 3 (5). С. 52–57.
3. Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційні ризики в комунікаційних системах публічного управління. *Державно-управлінські студії*. 2019. № 12. URL: <http://studio.ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/Kyslov-Dabyzha-DUS-12.pdf>. (Особистий внесок автора полягає у визначенні комунікаційних систем у сфері публічного управління 0,3 д.а.).
4. Dabigha Wira. Political communication in the context transitive changes. *Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal*. 2015. № 3 (7). P. 122–132.
5. Дабіжа В. В. Масова комунікація як система соціальної взаємодії. *Актуальні проблеми державного управління : зб. наук пр. Одес. регіон. ін-ту держ. упр.* Одеса. 2014. №2 (58). С.29–32.
6. Дабижа В. В., Кислов Д. В. Государственные и политические коммуникации: понятийный аспект в свете теории ноосферы. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2014. № 2 (40). Ч. 1. С. 53–56. (Особистий внесок автора полягає у визначенні змісту понять «комунікації» та «політичні комунікації» в контексті порівняльних ознак основних ключових визначень 0,2 д.а.).

Праці у наукових виданнях які додатково відображають наукові результати:

7. Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційно-комунікаційна складова процесу прийняття політичних рішень. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2014. Серія 22. Вип. 15. С. 27–34. (Особистий внесок автора полягає у визначенні поняття «політичні рішення» 0,27 д.а.)

8. Дабіжа В. В. Сучасний науковий дискурс щодо визначення поняття «політичні комунікації». *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2012. № 3. С. 146–154.

9. Дабіжа В. В. Інструментарії мас-медіа як засіб політичної комунікації в умовах глобалізації. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2012. Серія 22. Вип.8. С. 67–72.

10. Дабіжа В. В. Роль мас-медіа в розвитку інформаційного суспільства в умовах глобалізації. *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2012. № 1. С. 193–197.

11. Дабіжа В. В. Періодизація розвитку досліджень, феномену масових комунікацій. *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2010. №. 4 С. 202–207.

Праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

12. Дабіжа В. В. Світ після коронавірусу та глобальна криза. *Актуальні питання духовного, правового, політико-демократичного та економічного розвитку держави, суспільства та людини в сучасних міжнародних відносинах: виклики, пріоритети та прогнози: тези доп. е-конференції* (м. Київ, 21 лют. 2021 р.). Київ, 2021. С. 43–46.

13. Дабіжа В. В. Соціальні мережі як інструмент комунікаційно-інформаційної діяльності. *Молодь: освіта, наука, духовність: тези доп. XVII всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених* (м. Київ, 27-28 тр. 2020 р.). Ч. 2. Київ, 2020. С. 28–29.

14. Дабіжа В. В. Передумови правового регулювання інформаційного лобізму. *Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Київ, 16-17 серп. 2019 р.). Київ, 2019. С. 88–91.

15. Дабіжа В. В. Комунікаційна складова становлення громадянського суспільства в умовах модернізації сучасної України. *Політика і духовність в умовах глобальних викликів*: матеріали міжнар. наук.-прак. конф. (м. Київ, 2 квіт. 2015 р.). Київ, 2015. С. 111–113.

16. Дабіжа В. В. Кризи політичних комунікацій. *Молодь, освіта, наука, духовність*: матеріали X всеукр. наук. конф. (м. Київ, 16-17 квіт. 2013р.). Київ, 2013. С. 76–78.

17. Дабіжа В. В. Проблеми реалізації демократії в сучасному суспільстві. *Дні науки філософського факультету КНУ ім. Т. Шевченка*: матеріали міжнар. наук. конф. (м. Київ, 16-17 квіт. 2013 р.). Київ, 2013. С. 123–124.

18. Дабіжа В. В. Трансформація принципів взаємодії держави та засобів масової комунікації. *Держава і глобальні соціальні зміни: історія, теорія, ідеологія* матеріали міжнар. наук.-прак. конф. з соціології (м. Київ, 28-29 жовт. 2010 р.). Київ, 2010. С. 56–58.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ.....	20
ВСТУП	21

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ	36
--	-----------

1.1 Феномен політичної комунікації в умовах демократії та ідейно-культурного поступу: теоретичні витoki та еволюція постановки проблеми в політичній науці	36
--	----

1.2 Стан сучасного наукового дискурсу політичної комунікації у процесі ідейно-культурної модернізації суспільства та джерельна база дослідження	49
---	----

1.3 Понятійно-категоріальна основа дослідження політичної комунікації в системі публічного управління	79
---	----

Висновки до Розділу 1.....	94
-----------------------------------	-----------

РОЗДІЛ 2 МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЕМОКРАТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА СУЧАСНОСТІ.....	97
--	-----------

2.1 Політична комунікація в умовах викликів сучасного життя	97
---	----

2.2 Засоби комунікації як інструмент перетворення соціально-політичної дійсності	105
--	-----

2.3 Механізми інформації та засоби масової комунікації у демократизації відносин діяльності інституційних суб'єктів політики та публічного управління	125
---	-----

2.4 Тенденції та трансформації політичної комунікації в умовах трансформацій суспільства	132
--	-----

Висновки до Розділу 2.....	146
-----------------------------------	------------

РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ДЕМОКРАТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ	149
3.1 Політичні комунікації як чинник розвитку демократії	149
3.2 Тенденції розвитку політичної комунікації в інформаційному суспільстві	160
3.3 Перспективи та особливості політичної комунікації механізмів державного управління в Україні	171
Висновки до Розділу 3.....	184
ВИСНОВКИ	188
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	195
ДОДАТКИ	212

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП	—	Валовий внутрішній продукт
ЄС	—	Європейський Союз
ЗМІ	—	Засоби внутрішньої інформації
ЗМК	—	Засоби масової комунікації
МК	—	Масові комунікації
ООН	—	Організація Об'єднаних Націй
НАТО	—	Організація Північноатлантичного договору
СНД	—	Співдружність незалежних держав
СОТ	—	Світова організація торгівлі
США	—	Сполучені Штати Америки

ВСТУП

Актуальність обраної теми дослідження обумовлена значними динамічними змінами інформаційного середовища, в якому політичні актори, влада та її політичні структури й інститути відчують суттєві трансформації. У політичному, соціокультурному та інформаційному просторі поступово відбуваються нові взаємовідносини, впроваджуються нові засоби та методи контактів різних верств та елементів соціуму, формується новий стиль стосунків з владою. Інтернет-технології, електронні засоби урядування, що створюють віртуальний простір і засоби взаємодії, пропонують державам, їх партнерам й опонентам теж нові способи спілкування. Однією з основних складових цих неоднозначних процесів є еволюції політичних комунікацій, які зазнали принципових революційних технологічних і змістовних перетворень.

На зламі XX та XXI ст. інтенсивний розвиток комунікаційних технологій, що значно полегшив виробництво і поширення соціально значимої інформації, призвів до формування глобального інформаційного простору, до якого були залучені цілі співтовариства, політичні, економічні, релігійні та культурні інститути. Сучасні технічні засоби комунікації, передаючи неконтрольовані обсяги інформації мільйонам людей, накладають неабиякий вплив на кон'юнктуру ринку, побуту, дозвілля, політичного життя, специфіку державного та публічного управління нав'язуючи зразки поведінки, відсвічуючи явну політичну культуру. разом з тим формують саму громадську думку.

Саме ж громадське суспільство сьогодні досить чітко усвідомлює, що сучасні засоби масової комунікації є могутньою і впливовою силою, де новітні діджиталізовані комунікаційні технології створюють принципово інше, невідомий раніше глобальний простір – час, що передбачає локальне та місцеве або «обмежений простір» який буквально на очах стає світовим (що накладає додатковий імпульс на децентралізацію в управлінській моделі), а конкретний час натомість набуває вельми відносний характер, тому що не стільки важливо те, коли і як саме відбулася та чи інша подія, скільки те, коли і як вона була

представлена та сприйнята. У зв'язку з цим стає очевидним, що навіть незначні, на перший погляд, зміни у змісті і спрямованості переданого повідомлення можуть мати далекосяжні для всього суспільства наслідки, в тому числі і в політичному, і в державницькому плані. Ну, а доступність використання комунікацій, безперервне поширення технологічних інформаційно-комунікаційних можливостей та послуг набули незворотного й великого розмаху, що постійно впливає на політичний вимір розвитку України.

В цих умовах інформація і комунікація стають стратегічним ресурсом і системотвірними факторами соціально-політичної реальності, спостерігається стійка тенденція до підвищення ролі комунікативних аспектів у функціонуванні політичної системи [38].

Забезпечення стабільного розвитку політичної системи, 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.

З іншого боку, політико-владна комунікація є фактором, що має визначальний вплив на напрями розвитку елементів та інформаційне наповнення комунікативної взаємодії підсистеми комунікації суспільства в цілому. Адже суспільство, що розвивається на зламі інформаційних перетворень та змін системних парадигм, як і будь-яка валідна політична

реформа, може бути успішним лише за наявності достатньої інформаційної та комунікаційної підтримки для переконання державних органів влади в тому, що необхідні певні дії як для реалізації соціальних змін, так і доведення до громадськості логіки влади для збереження її легітимності.

У такий спосіб процес політичної модернізації влади, який здійснює нині Україна, повинен супроводжуватися системою заходів, спрямованих на запобігання інформаційних ризиків. Насамперед, це необхідно вже тому, що авторитет органів влади залишається на досить низькому рівні, а інститути та гілки влади є розбалансовані; при цьому громадяни розчаровані діяльністю політиків та державних інституцій і не вірять в обіцяні зміни.

Тож найхарактернішим показником виникнення дієвих нових політичних практик, відношень і стосунків, використання техно-технологічних можливостей в сферах владних відносин служать політичні комунікації. Саме в них політичні можливості громадян поєднуються з намірами, сподіваннями акторів та засобами, які вони використовують задля спілкування із владою. Отже, саме через політичні комунікації політичні можливості громадян й інститутів впливають на розподіл суспільних цінностей і ресурсів, а також відбувається прояв як позитивів, так і негативів від використання всієї сукупності сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Теоретичні засади політичних комунікацій були закладені ще дослідженнями Н. Вінера, К. Шеннона, У. Уівера та інших вчених, а також філософськими соціологічними й лінгвістичними розвідками А. Моля, А. Тоффлера, А. Турена, Г. Блумбера, Д. Белла, Дж. Гелбрейта, Д. Рімена, М. Бубера, Н. Лумана, Р. Якобсона, Т. Ньюкомба, Т. Парсонса, Ф де Сосоюра, Ю. Хабермаса та багатьох інших теоретиків. Серед перших дослідників політичної комунікативістики були Р. Бреддок, Г. Лассвелл, О. Лазаревський, У. Ліппман, С. Ліпсет, М. Маклюєн, Р. Парк, Дж. Беніджер, Н. Вінер, Р. Дарендорф, М. Кастельс, Л. Кинг, В. Шнайдер, Р. Катц [189], Й. Масуда, А. Мэттеларт [193], Е. Тоффлер [157], Ф. Уебстер.

Значний вклад в цю наукову дисципліну внесли сучасні іноземні та відчизняні вчені із суміжних наук: Д. Акімов [1], Е. Аронсон, В. Бебик, Ю. Буданцев, Б. Грушин, Ю. Ганжуров [26], П. Гнатенко [28], М. Головатий [29], В. Горбатенко, О. Дубас [50], Л. Землянова, О. Зернецька [55; 67], Н. Зражевська, В. Іванов, Т. Іларіонова, Т. Кадлубович [68], А. Клячин, Л. Киманська, В. Конецька, В. Корнієнко [87], Л. Кочубей [88], І. Кресіна [90], В. Кривошеїн [91; 92], Т. Лебедєва, Б. Макмаер, В. Малімон, Ю. Нисневич, М. Остапенко, В. Петрухін, М. Потураєв, Г. Почепцов [125], О. Радченко [135], О. Рудакевич [139; 140], А. Сіленко [141], А. Соколов [145], А. Соловійов, Ю. Шайгородський [170], О. Холод [167], Д. Уилхем, Б. Філатов [161], Б. Фірсов, Л. Федотова, Ю. Шерковін та багато інших дослідників.

Питання становлення та розвитку форм, методів та механізмів політико-комунікаційної складової державних органів як категорії державно-управлінської науки у своїх працях досліджували і розробляють такі науковці, як: Е. Афонін, Л. Балабонова, А. Балашов, Б. Бакуменко, М. Білинська, С. Бронківська [15], К. Ващенко [17], Р. Войтович, В. Гошовська, І. Жукова, Кандагура К. [69], Д. Кіслов [75; 76], І. Колосовська, С. Колосок, В. Корнієнко, О. Крутій, В. Мартиненко [106], Ю. Падафет, О. Радченко [133], Є. Романенко [75], О. Руденко, Г. Ситник, С. Телешун [151; 152], О. Пархоменко-Куцевіл, Т. Федорів [159; 160], Т. Яровой та інші.

Однак слід констатувати, що проблеми політико-комунікаційної складової в системі публічного управління й досі є недостатньо розробленими. Не дивлячись на наявність ґрунтовних наукових досліджень зазначеного об'єкта, феномени політичної комунікації та політичної культури є складними і досі мало вивченими, особливо це стосується комунікологічних, психологічних, медійних, ідеологічних та інших аспектів. Це ж віноситься до понятійного апарату; питань тенденцій та перспектив розвитку політичної комунікації; специфіки її функціонування на різних комунікативних рівнях та в різних суспільно-політичних умовах тим більше, що світ постійно дрейфує за траєкторією диктатура – демократія – диктатура.

Стан вивчення теми. Використання поняття комунікації для аналізу суспільно-політичних процесів спирається на цілий ряд філософських підходів, серед яких варто назвати екзистенційний (К. Ясперс, А. Камю); герменевтичний (Х.-Г. Гадамер, П. Рікер); структуралістський (Р. Барт, М. Фуко); постструктуралістський (П. Бурдьє); семіотичний (Ю. Лотман, Ч. Пірс); мовно-філософський (Л. Вітгенштайн); соціально-функціональний (Т. Парсонс, Е. Гідденс, Н. Луман) та на неокантіанську практично-дискурсивну філософію (Ю. Хабермас, К.-О. Апель).

З точки зору розвитку держави і суспільства, в напрямку демократії важливим є аналіз комунікації у сфері політики, тобто політичної комунікації. Варто зауважити, що більшість публікацій на цю тему присвячується методам мовного, символічного та в цілому інформаційного впливу на виборців; використанню інформаційних ресурсів і технологій для зміни пріоритетів суспільної думки; комунікативним стратегіям медіа, партій і окремих політиків; динаміці інформаційного середовища.

Часто результати досліджень висвітлюються з точки зору реалізації завдань політичної реклами, виборчих технологій, зв'язків із громадськістю (англ. – public relations). Наприклад, широко застосовується для аналізу політичної комунікації структурно-функціональний (системний) підхід, започаткований Д. Истоном, Г. Алмондом, К. Дойчем. Продуктивним для такого вивчення процесу сучасної політичної комунікації є підходи, в основі яких лежать, зокрема, «парадигма користування та задоволення» (Дж. Маклеод, Л. Бекер); «пізнавально-посередницька» модель (В. Евеланд); вивчення процесів медійного формування порядку денного (В. Блад, Х. Кеплінгер, Е. Роджерс); дослідження глобальних культурних перетворень (М. Кастельс, Ф. Уебстер); різноманітні моделі впливу ЗМІ (К. Спаркс, Ф. Сиберт, Д. Блумлер, М. Гуревич, Б. Макнейр).

Аналізу різних аспектів політичної комунікації в контексті суспільно-політичних процесів, а також формуванню чи модифікації під її впливом поглядів на владу, державу і державне управління в українському суспільстві

приділили увагу вітчизняні науковці Г. Почепцов, Ф. Кирилюк, М. Култаєва, О. Токовенко, В. Демченко, Ю. Сурмін, П. Гнатенко, В. Кривошеїн.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Роботу виконано в межах науково-дослідної теми Міжрегіональної Академії управління персоналом «Теоретико-методологічні основи становлення української державності і соціальна практика: політичні, юридичні, економічні й психологічні проблеми» (№ ДР 0113U007698). Внесок автора полягає в обґрунтуванні концептуальних засад функціонування механізмів державного управління щодо політичної культури демократичного суспільства через її цілі та стратегії, яка містить політико-комунікаційну складову, що включає лобіювання певних груп та формування їх мислення.

Також прийнята участь у виконанні науково-дослідних тем Інституту права та суспільних відносин Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» на теми: «Адміністративно-правове регулювання суспільних відносин» (№ ДР 0107Y008696) та «Правовий механізм забезпечення прав, свобод та законних інтересів осіб з особливими потребами» (№ ДР 0112U001488). Внесок автора полягає в пропозиціях щодо виховання особистості в інтегрованому освітньому середовищі у світлі реалізації конвенції про права осіб з інвалідністю із урахуванням впливу політичної культури суспільства на політико-інформаційну складову, а також щодо адміністративно-правової складової регулювання демократичного суспільства в системі державного управління. Прийнята участь у двох наукових темах без реєстраційного номера, зокрема «Конституційна реформа в Україні: доцільність та перспективи» та «Політико-комунікаційні процеси та їх вплив через систему заходів та законів направлених на впровадження народовладдя», розпочатої 01.09.2020р., у якій автор є відповідальним виконавцем та обґрунтовує особливості розвитку постмайданного політико-комунікативного простору та ймовірні перспективи політичної комунікації за умов воєнно-кризового стану.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є аналіз теоретичних концепцій і моделей політичної комунікації як необхідного

компонента взаємодії для системи публічного управління та обґрунтування впливу на процес демократизації суспільства в контексті її розвитку, змін і трансформацій його політичної культури.

Реалізація визначеної мети зумовила постановку й вирішення таких **завдань**:

- провести аналіз дискурсу навколо визначень понять «комунікація», «політична комунікація» й узагальнити науково-теоретичні та логічні підходи до тлумачення цих термінів у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі;
- дослідити значення та місце політичної комунікації як компонента політичної системи, що забезпечує її інструмент стратегічного управління;
- розробити авторське визначення понять «комунікації», «політичні комунікації» та їх похідні для публічного управління;
- розробити авторську схему періодизації розвитку політичної культури і політико-комунікаційних технологій в логічному та методологічному вимірах;
- виявити та проаналізувати методологію впливу політичних комунікацій на процеси демократизації суспільства, на становлення громадянського суспільства в Україні й представити порівняльний аналіз цього процесу з аналогами в інших країнах;
- розкрити роль впливу засобів комунікації на процеси перетворень в соціально-політичній сфері, пов'язані зі зміною характеру політичної культури на систему публічного управління;
- встановити роль діджиталізації та вплив її розвитку на формування політичних комунікацій сьогодення;
- розкрити специфіку концепцій «електронної демократії» та «електронного уряду» як теоретичних основ упорядкування та узагальнення емпіричних даних, що відображають зміни в процесі організації взаємодії органів державної влади і місцевого самоврядування з громадянським суспільством з розширенням використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій в політичній сфері;

- представити підходи до оцінки методів і засобів політичних комунікацій в умовах соціально-економічних невизначеностей, кризових та інших негативних явищ.

Об'єктом дослідження є процеси та суспільні відносини в політично-комунікаційній складовій механізмів системи публічного управління при формуванні інформаційних потоків нової політичної культури демократичного суспільства.

Предметом дослідження є політико-комунікаційна складова політичної культури демократичного суспільства в системі публічного управління.

Методи дослідження, які використовувалися у роботі, ґрунтуються на особливостях об'єкта, предмета, мети й завдань дисертаційної роботи, що спрямовані на встановлення характеристик і параметрів розвитку політичної комунікації. Це обумовило пріоритет застосування системного підходу. Крім того, були використані методи збору інформації та її аналізу, що передбачають вивчення сукупності сутнісних ознак політичної комунікації.

У роботі також використано системно-структурний аналіз, метод логічного аналізу, метод порівняльного аналізу, методи спостереження і узагальнення, метод моделювання, а також у процесі дослідження було використано філософські, загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: *метод синтезу та узагальнення* був використаний при проведенні систематизації наукових наробок періодів становлення розвитку сучасних політичних комунікацій в системі державного управління в Україні, при виробленні пропозицій щодо соціально-економічної трансформації та змін інформаційно-комунікаційних технологій тощо; *хронологічний метод* дав змогу дослідити послідовність процесу зародження й утвердження розвитку політичної культури і політико-комунікаційних технологій в логічному та методологічному вимірах та його впливу на розвиток соціуму; *структурно-функціональний метод* сприяв розгляду функціональної структури комунікацій, виявленню причин ймовірних дисфункцій і встановленню чинників гармонізації, розкриттю організаційних засад функціонування

політичної комунікації у системі публічного адміністрування; *системний підхід* дозволив дослідити політико-комунікаційну складову політичної культури як складної ієрархічно побудованої цілісної соціальної системи; *компаративний метод* був використаний у процесі дослідження ефективності діджиталізації та впливу її розвитку на формування політичних комунікацій сьогодення.

На різних етапах нашого дослідження застосовувалися також й такі методи як *контент-аналіз* та *фокус-група*.

Метод контент-аналізу. *Контент-аналіз* – це аналіз змісту та один із методів вивчення документів. Його процедура передбачає підрахунок частоти й обсягу згадок тих чи інших смислових одиниць тексту, що досліджується. Отримані таким чином кількісні характеристики тексту дають можливість зробити висновки про латентний (неявний) зміст документа. Метод контент-аналізу також використовується як якісно-кількісний аналіз. Правомірність використання контент-аналізу в даному дослідженні визначається тим, що текст документа (для контент-аналізу це реальність першого порядку) завжди є продуктом людської діяльності і тому несе в собі сліди впливу різноманітних психологічних факторів, які можна виявити, виміряти шляхом реєстрації в тексті відповідних індикаторів. Таким чином, за допомогою контент-аналізу ми осягаємо поза текстову реальність, тобто в результаті аналізу документа робимо висновки про реальних людей або про явища політичної сфери. В процесі контент-аналізу, по-перше, формулюються ключові, концептуальні поняття дослідження, які прийнято називати категоріями контент-аналізу, по-друге, надійно й систематично фіксується частота (обсяг) згадки цих категорій. Отримані кількісні дані піддають статистичній обробці, результати якої інтерпретуються відповідно до цілей дослідження. В якості об'єкта контент-аналізу найчастіше виступає текст, але такими об'єктами можуть бути фото; матеріали в друкованих виданнях; аудіо- і відеореєстри у передачах радіо й телебачення. У дослідженнях політичної комунікації контент-аналізу піддаються відповіді на відкриті запитання анкет, матеріали інтерв'ю,

аналітичні публікації. Цей метод зародився в США в кінці XIX століття і з тих пір зазнав ряд змін.

Метод *фокус-груп*. Суть цього методу – це групове сфокусоване інтерв'ю, що проходить у формі дискусії і спрямоване на отримання від її учасників «суб'єктивної інформації» про їхнє сприйняття найрізноманітніших політичних факторів, подій, політичної реклами та повідомлень засобів масової й політичної комунікації тощо.

Правову основу дослідження складають вітчизняні нормативно-правові акти щодо інформаційно-комунікаційної складової у суспільному просторі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у обґрунтованні у дисертаційній роботі основних положень, висновків і рекомендацій, вирішує важливе науково-практичне завдання удосконалення державної політики розвитку освіти України в умовах діджиталізації.

Найбільш суттєві результати, які характеризують наукову новизну роботи, полягають у наступному:

вперше:

- розроблено концепцію внутрішнього і зовнішнього інструментарію: у випадку зовнішнього – це орієнтація на тестування будь-якої інформації на відповідність дійсності і доступність повідомлень на валідність; для внутрішнього – це орієнтація, насамперед, на джерело і дію за алгоритмом «цьому вірю – цьому не вірю», що досягається через маніпулятивні засоби виховання «особистої точки зору» споживача (громадянина) розвитку сучасних політичних комунікацій в системі державного управління, яка включає теоретичні погляди, теорії комунікації та їх різновиди (лінгвістична, міжнародно-орієнтована, історико-соціологічна, та публічно-політична), які є продовженням дискурсу навколо поняття «комунікація» та результатом досліджень феномена політичних комунікацій як категорії, що сприяє ідентифікації підходів до їх змістовного наповнення й суб'єктно-об'єктного зв'язку між ними (масова комунікація – наукова комунікація – соціальна

комунікація – створення інформаційних ресурсів – феномен політичної культури – суспільно-політичні комунікації);

удосконалено:

- розкрито подвійну сутність політичної комунікації як складової механізмів державного управління та політичної культури між владою, політичними силами, громадянським суспільством й індивідами, що сприяло виникненню двосторонніх інформаційних контактів елітарних і неелітарних верств в межах «теорії корисності і задоволення потреб», що слугує засвоєнню ними певних соціально-політичних цінностей, норм і правил поведінки, суголосність із якими представляє змістовну складову процесу політичної соціалізації;

- науковий підхід до аргументації особливостей впливу політико-комунікаційної складової на демократизацію суспільств у порівняльному співставленні політичного досвіду в європейських постсоціалістичних країнах і в Україні, що на відміну від наявних, дозволяє ідентифікувати її головні ознаки у сфері суспільно-політичного життя, у контексті динамічного поширення мережі Інтернет та діджитал-ЗМІ щодо формування і розвитку системи механізмів державних комунікацій публічного управління, а також впровадження її ключових складових (специфічні комунікації, інтегровані комунікації та цифровий маркетинг) та функцій політичного, правового, соціального й організаційного механізмів державного управління;

- знання щодо ролі інтеграції технологій діджиталізації у систему публічного управління в контексті політичних комунікацій. До сучасних форм політичної взаємодії через Інтернет можна віднести сайти політиків, партій, державних структур, суспільно-політичних організацій; інтерактивні конференції; сторінки виборчих комісій і статистичних органів, аналітичні політичні сайти тощо;

- вихідні положення до представлення політичної комунікації як компонента механізмів державного управління, що забезпечує гомеостатичну стійкість політичної системи, необхідної для прийняття політичних рішень й

оцінки їх наслідків та одночасно виступає в якості складової, як цілісного утворення, що знаходиться в безперервній взаємодії з переміною соціального середовища та державного на публічне управління. Функціональна модель такої системи суспільства визначає політичну комунікацію, як особливий процес інформаційного впливу і взаємодії в сфері публічного та соціального управління, спрямований на підтримку і розвиток контактів і зв'язків між політичними акторами та Інститутами;

- підходи до опису, аргументації та формування Інтернет-громадянськості, її впливу на демократичні цінності та політичну толерантність, як прояв політичної культури у публічному управлінні через національні особливості, які сприятимуть розбудові Міністерства цифрової трансформації, що від 3 березня 2021 року схвалив Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням;

дістали подальшого розвитку:

- визначення тенденції поступового заміщення односпрямованих, уніполярних процесів «мовного» типу формами інформаційного обміну через еволюцію базових моделей політико-комунікаційної складової – взаємодії суб'єктів політики шляхом обміну інформацією в процесі боротьби за владу або її здійснення, що передбачає не односторонню спрямованість сигналів від еліт до маси, а весь діапазон неформальних комунікаційних процесів у суспільстві, які здійснюють різноманітний вплив на політику;

- концептуальні підходи до підвищення ролі зворотного зв'язку між учасниками політико-комунікаційних процесів у системі публічного управління, які у сучасній постмайданній Україні отримують найбільший ефект щодо політичного маніпулювання шляхом апеляції до духовності, емоцій та почуттів, а також до використання методів і засобів несилової інформаційної взаємодії;

- періодизація розвитку політичної культури і політико-комунікаційних технологій в логічному та методологічному вимірах та впливі на розвиток соціуму, яка на відміну від більшості визначених, передбачає дві

стадії: I стадія (1900 р. – початок 80-х рр. XX ст.) та II стадія (80-і рр. XX ст. – XXI ст. наш час) та шість етапів. Це дозволяє відстежити наративи політичної культури у політико-комунікаційній складовій в системі публічного управління.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що наукові положення, викладені в дисертаційній роботі, зокрема ті, які доведені до рівня практичних рекомендацій, є основою для забезпечення розвитку політико-комунікаційної складової в системі публічного управління.

Основні практичні рекомендації, висновки та концептуальні положення дисертації використано в діяльності:

Секретаріату комітету свободи слова і інформаційної політики Верховної Ради України в практичній роботі при розгляді сукупності законопроектів серед яких: Проект Закону про медіа (реєстрація за № 2693-д від 02.07.2020), Проект Закону про медіа в Україні (реєстрація за № 2693-2 від 29.05.2020) та Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про доступ до публічної інформації» (реєстрація за № 3660 від 15.06.2020) (Довідка про впровадження від 17 лютого 2021 року № 04-29/13-47).

Громадської організації «Еліта держави» в частині опису та аргументацій тенденцій формування Інтернет-громадянськості на демократичні цінності та політичну толерантність у публічному управлінні через національні особливості (Довідка про впровадження від 23.12. 2020 року № 879).

Міжнародного Бюро Корпоративного консалтингу та аналітики при підготовці дайджест-аналітичних записок щодо представлення оцінки методів і засобів політичних комунікацій в Україні за умов соціально-економічних невизначеностей, кризових та інших негативних явищ 2014/2018 років (Довідка про впровадження від 23.01. 2019 року № 12/1).

Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» в процесі викладання навчальних дисциплін: «Міжнародна інформація», «Теорія прийняття рішень», «Теорія та практика масової комунікації» (Довідка про

впровадження від 30.12.2021 року № 20/25-3503).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійним науковим дослідженням. Одержані результати, які характеризують наукову новизну, розробки та висновки ґрунтуються на особистих дослідженнях автора.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дисертаційного дослідження оприлюднено на Всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема на: Міжнародній науково-практичній конференції з соціології «Держава і глобальні соціальні зміни: історія, теорія, ідеологія» (м. Київ, 28–29 жовтня 2010 р.); Міжнародній науковій конференції «Дні науки філософського факультету КНУ ім. Т. Шевченка» (м. Київ, 16–17 квітня 2013 р.); X Всеукраїнській науковій конференції «Молодь, освіта, наука, духовність» (м. Київ, травень 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Політика і духовність в умовах глобальних викликів» (м. Київ, 2 квітня 2015 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії» (м. Київ, Україна, 16–17 серпня 2019 р.); XVII Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів і молодих учених «Молодь: освіта, наука, духовність» (м. Київ, 27–28 травня 2020 р.); е-конференції «Актуальні питання духовного, правового, політико-демократичного та економічного розвитку держави, суспільства та людини в сучасних міжнародних відносинах: виклики, пріоритети та прогнози» (м. Київ, 21 лютого 2021 р.).

Публікації. Основні наукові результати дисертаційного дослідження висвітлено у 18 наукових публікаціях, серед яких 9 – у наукових фахових виданнях України, з них 4 – у профільних фахових виданнях; 2 – у закордонних виданнях за напрямом досліджень; 7 тез доповідей на науково-практичних конференціях.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації становить 222 сторінки, із них основного тексту – 174 сторінки.

Робота містить 5 рисунків, 5 таблиці та 8 додатків. Список використаних джерел налічує 206 найменувань і займає 17 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ

1.1 Феномен політичної комунікації в умовах демократії та ідейно-культурного поступу: теоретичні витoki та еволюція постановки проблеми в політичній науці

Проблеми політичної комунікації стали предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних дослідників. Аналіз еволюції наукових поглядів на проблему дає підстави для висновку, що дослідження окремих аспектів комунікаційної складової природи публічної влади й політики в цілому, вивчення ролі й місця комунікації в політичних процесах мають давню традицію в гуманітарній науці. Уже мислителі античних часів – Платон, Аристотель, Цицерон та інші – приділяли цьому питанню значну увагу. Проблема комунікативного зв'язку у суспільстві, між правителями та підданими, більшою або меншою мірою привертала дослідницький інтерес Ф. Аквінського, Н. Макіавеллі, Д. Локка, Ш.-Л. Монтеск'є.

Загалом у давні часи аспект політичного спілкування мало кого цікавив. Впливом ЗМІ на політичну комунікацію європейські та американські соціологи зацікавилися тільки в 30-х роках ХХ ст., у відповідь на зростаючу хвилю націоналізму і фашизму у Європі. Тоді був успішно використаний метод пропаганди і реклами. Нажаль, ці емпіричні дослідження не були доведені до завершення, але стало зрозуміло – обидва з них є доволі простими явищами, що мають надзвичайно сильні наслідки при їх правильному використанні.

У ХХ ст. у теоретичних конструкціях стосовно політичної комунікації чітко простежується зв'язок проблематики комунікації з проблемами як безпосередньо політичної структури, так і з проблемами специфікації людини

як феномена спілкування. Як констатує В. Грубич, у другій половині минулого століття окреслюється науковий напрям, який зосереджується вже переважно на феномені комунікації взагалі і політичної комунікації зокрема [34].

Серед представників цього напрямку загальновідомі авторитетні імена: Х. Арендт [3], Х. Ортега-і-Гассет [119], П. Рікер [137], Ю. Хабермас [166], К.-О. Апель [2], В. Гьосле [35] та інші. В останні десятиріччя минулого століття комунікативній проблематиці стали приділяти наукову увагу й вітчизняні дослідники – А. Єрмоленко [53], Л. Ситниченко [142] та інші. Нарешті на зламі століть в українській соціально-філософській думці з'являються праці, присвячені дослідженню політичної комунікації. Тут варто відзначити роботи С. Пролеєва [130] та Є. Суліми [149]. Процеси політичної комунікації досліджували Г. Почепцов [125–128], О. Зернецька [57–59], В. Іванов [63–65], В. Шкляр, А. Чічановський [169], В. Бебик [9; 10], І. Підлуцька [120], І. Ненов [115], В. Недбай [116] та інші.

Сьогодні, у вік глобалізації та інформатизації, швидких змін суспільно-політичних та економічних процесів, суспільство і держава постійно стикаються з необхідністю оперативного пошуку відповідей на нові питання соціально-економічного, політичного, етнокультурного, техногенного характеру тощо. Проблеми визначення власного місця й ролі у світовому співтоваристві, розробки відповідних стратегій та концепцій суспільно-державного розвитку, вироблення й поширення ідей, традицій, цінностей, які б відповідали поставленій меті, – вирішення усіх цих питань набуває першочергового значення і неможливе без злагодженої взаємодії держави й суспільства, без ефективного державного управління, з одного боку, і громадського розуміння та підтримки владних рішень та ініціатив – з іншого.

Необхідною умовою для здобуття бажаного статусу в міжнародному співтоваристві й ефективного вирішення актуальних питань соціально-економічного та політичного характеру є стабільний розвиток політичної системи, її своєчасне реформування, яке відповідає новим вимогам сучасності.

Водночас розуміння владою проведення потрібних змін, їх підготовка, вироблення необхідних рішень та наступна реалізація цих рішень потребують відповідного інформаційного супроводу. Наскільки адекватним вимогам є наповнення інформаційного простору політичної системи? Наскільки оперативною і зваженою є її реакція на постійну зміну умов? Чи здатна вона сама впливати на своє майбутнє? Чи володіє достатніми інформаційними ресурсами для прогнозування, передбачення розвитку подій? Усе це – проблеми, від вирішення яких залежить саме існування політичної системи. Відтак умовою ефективного функціонування останньої є політична комунікація та інформування [9, с. 140].

Одним з перших це поняття в політологічному контексті використав на початку XX ст. Ф. Ратцель, який наголошував, що «передача інформації в політичному відношенні є найважливішою з усіх комунікаційних послуг» [31, с. 79]. Наприкінці 40-х років XX ст. зі зростанням ролі інформації у суспільно-політичному житті у наукових дослідженнях починається активне використання терміна «політична комунікація».

Утім, щодо самого поняття «політична комунікація» єдиної позиції науковців досі не вироблено. На сьогодні існують різноманітні її трактування. Зокрема, Н. Кудрявченко визначає політичну комунікацію як «сукупність теорій і методів, якими можуть користуватися політичні організації та органи влади з метою визначення своїх завдань і впливу на поведінку громадян. З її допомогою виявляється можливість передавання політичних знань і досвіду, а також формування «образу» влади. Адже сьогодні, як і у всі часи, правляча еліта прагне продемонструвати масам свої найбільші переваги, залежно від вимог, які пред'являлися до вождя, государя, президента в кожную історичну епоху» [94, с. 67]. Отже, на його думку, політична комунікація – це своєрідний вид політичних відносин, без якого неможливий рух сучасного політичного процесу.

Політична комунікація є проявом політико-владних відносин. Водночас видається певним обмеженням поширювати це поняття на діяльність виключно

політичних партій та органів влади. При визначальному впливі на зміст і характер політичної комунікації політичних структур різного рівня не можна виключати з цього процесу й інші соціальні структури; громадські, культурно-просвітницькі організації і окремих індивідів. 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 про впливового суб'єкта політичної комунікації.

У цьому контексті більш точним є визначення політичної комунікації як «процесу передавання політичної інформації, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами», запропоноване Р.-Ж. Шварценбергом [174, с. 175].

Не виключає активної участі в політичній комунікації різноманітних соціальних структур, наголошуючи на її результаті, визначення, запропоноване авторами «Політологічного енциклопедичного словника», відповідно до якого комунікація політична – це «процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян з урахуванням їх потреб та інтересів» [177, с. 269].

Утім, якщо говорити про структурування політичної діяльності, формування громадської думки та політичну соціалізацію громадян, то вплив на ці процеси здійснює циркуляція не лише політичної інформації, а й правової. Оскільки форми й інтенсивність політичної участі громадян, політична діяльність громадських об'єднань, політичних партій та інститутів перебувають у залежності від діючого в державі законодавства, то саме інформація правового характеру окреслює можливі напрями політико-комунікаційної взаємодії і має, таким чином, безпосереднє відношення до формування системи політичної комунікації.

З огляду на це, доречним є включення Л. Паєм у поняття політичної комунікації «усього діапазону неформальних комунікаційних процесів у суспільстві, які здійснюють найрізноманітніший вплив на політику» [197, с. 442].

Ще більш розширене визначення знаходимо в «Мире словарей». Згідно з ним, політична комунікація – це не лише процес передавання політичної інформації, а й передавання «смислів» (meaning), що мають значення для функціонування політичної системи [123].

Грунтовний аналіз проблеми визначення поняття «політична комунікація» проведено С. Денисюк [44; 45]. Можна цілком погодитись з її висновками стосовно того, що наукові праці, в яких досліджуються різні аспекти цієї проблеми, можна виокремити в кілька груп.

Перша – роботи зарубіжних та українських учених теоретико-методологічного плану, у яких природа комунікації розглядається як результат суспільного розвитку; визначаються категоріальний апарат та специфіка процесу комунікації у політичній сфері; аналізуються принципи функціонування та структура політичної комунікації; пропонуються моделі інформаційно-комунікаційного процесу (Ж.-М. Коттре, Ч. Кулі, П. Лазарсфельд, Г. Лассвелл, М. Маклюєн, Л. Пай, Ю. Хабермас, П. Шаран, Р.-Ж. Шварценберг, М. Бахтін, Ю. Буданцев, О. Малаканова, Г. Почепцов, А. Соловйов, В. Терін та інші).

Друга – праці, присвячені основам аналізу політичної системи і визначенню місця й ролі інформаційно-комунікаційних процесів у її розвитку (Г. Алмонд, Н. Вінер, К. Дойч, Д. Істон, Т. Парсонс, Ч. Ендрейн, М. Анохін, А. Галкін, М. Грачов та інші).

Третя – дослідження, предметом яких є сучасні засоби масової інформації (І. Засурський, Я. Засурський, О. Вартанова, Г. Мельник, В. Пугачов, Т. Хлівнюк та інші), а також праці про розвиток інформаційних технологій, що відкривають нові можливості політичної комунікації (Ю. Нісневич, М. Вершинін, О. Зернецька, А. Чугунов та інші).

Узагальнюючи, під поняттям «політична комунікація» слід розуміти специфічні політико-владні відносини, процес передавання смислів (сенсів-меседжів), що стосуються політичної сфери суспільства, від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, між складовими суспільної системи з метою здійснення впливу.

Як зазначають Ю. Ірхин та В. Зотов, до основних функцій політичної комунікації, що поширені ідейно та традиційно, дослідники цього питання відносять:

- політичні цінності, знання про політику, політичне інформування;
- інтеграцію і регулювання політичних відносин;
- формування громадської (політичної) думки;
- поширення політичної культури, її розвиток у індивідів;
- політико-культурний обмін;
- підготовка громадськості до участі в політиці [73, с. 125].

Слід наголосити, що здійснення цих основних функцій має слугувати виконанню політичною комунікацією головного призначення – підтримці життєздатності політичної системи, її стабільного розвитку і трансформації відповідно до тих змін, що відбуваються в суспільстві та світі. Лише за умови виконання цього завдання політичну комунікацію можна визначати як ефективну.

Що стосується способів політичної комунікації, то найбільшого поширення в спеціальній літературі набула класифікація, введена в науковий обіг Р.-Ж. Шварценбергом:

- комунікація через засоби масової інформації, що включає друковані засоби (преса, книги, плакати тощо), електронні засоби (радіо, телебачення тощо);
- комунікація через організації, коли політичні партії або групи тиску виступають передавальною ланкою між правителями і керованими;
- комунікація через неформальні канали [174, с. 175].

Інша класифікація – за засобами передачі смислів (сенсів-меседжів) – була розроблена Г. Почепцовим, який виділив візуальний, вербальний, перформансний та міфологічний види комунікації [128]. Утім, така класифікація видається неповною, адже політичні настрої та вимоги можуть бути виражені за допомогою дії, або діяльнісного виду комунікації, наприклад, страйку, проведення якого може бути покликаним продемонструвати незгоду з певними аспектами владної політики. Причому віднести страйк до перформансного виду комунікації не можна, оскільки в цьому випадку відсутній головний елемент перформансу – глядач. Також не можна ігнорувати такий впливовий вид комунікації, як звуковий. Відомо, що серед факторів, які мають вплив на людську психіку, музика посідає одне з перших місць. Вона може викликати радість, тривогу, смуток тощо. Не випадково, одним із символів держави є гімн, що складається зі слів та музики. Музика, яка звучить урочисто, стверджувально, створює у людській свідомості відчуття впевненості, потужності, стабільності; власне, ті почуття, які влада прагне пробудити у своїх підлеглих. До цього можна додати, що політична комунікація може відбуватися безпосередньо – від суб'єкта до об'єкта і опосередковано – від суб'єкта через передавача до об'єкта.

Крім того, політична комунікація може мати вертикальний (органи влади – суспільство) і горизонтальний (усередині владних структур або всередині суспільства) вимір, створюючи своєрідний комунікаційний квадрат.

Доцільно звернути увагу на те, що комунікативні процеси на рівні влади, на рівні влада – суспільство і на рівні суспільства істотно відрізняються як змістовно, так і за способами передавання. На владному рівні переважає або неформальна безпосередня комунікація (у процесі розробки під час підготовки законопроектів, указів, інструкцій, договорів тощо), або вона має офіційний характер і здійснюється як безпосередньо, так і опосередковано за допомогою вже розроблених інструкцій, розпоряджень, регламентів, ділового листування тощо.

На рівні влада – суспільство комунікація має переважно опосередкований характер і здійснюється або через ЗМІ (у першу чергу офіційні), або через політичні та суспільні організації (через участь їхніх представників у владних структурах), рідше – через неформальні канали. Інколи на цьому рівні може відбуватись і безпосередня комунікація, наприклад, під час виборчих кампаній, коли організовуються зустрічі представників влади – кандидатів на певну посаду з виборцями, або шляхом теле- та радіозвернень представників влади до громадян, або шляхом організації онлайн-конференцій, гарячих телефонних ліній тощо.

На суспільному рівні політична комунікація також здійснюється як опосередковано через ЗМІ (у першу чергу – незалежні), через діяльність політичних організацій (у першу чергу тих, що належать до сфери громадянського суспільства), так і безпосередньо через неформальні канали. Причому способи здійснення політичної комунікації на цьому рівні значною мірою визначаються як ступенем розвитку суспільства, наявністю в ньому техніко-економічних передумов для формування розгалуженої системи друкованих та електронних ЗМІ і доступу до продукованої ними інформації широких суспільних верств, так і політичним режимом, який безпосередньо впливає на можливість здійснення політичної комунікації через діяльність політичних організацій.

Значну роль на рівні суспільства відіграє неформальна політична комунікація, яка здійснюється безпосередньо, особливо в тих державах, які перебувають на стадії переходу від недемократичних режимів до демократичних. Довіра до інформації сусіда, такої ж пересічної людини, стає вищою за довіру до офіційних повідомлень ЗМІ. На цьому рівні поряд із перевіреною, об'єктивною інформацією циркулюють чутки, політичні анекдоти, плітки тощо, які справляють значний вплив на формування іміджу влади й громадської думки.

Варто звернути увагу також на те, що на різних рівнях значною мірою політична комунікація становить сферу компетенції спеціалізованих установ й

інститутів, до яких поряд із ЗМІ зараховуються урядові інформаційні агентства [196]. До цієї ж групи можна віднести не лише урядові, а й інші – неурядові й непартійні – інформаційно-аналітичні структури, діяльність яких пов'язана зі сферою політики.

Як зазначає В. Бебик, політична комунікація є своєрідним соціально-інформаційним полем політики, що поєднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність [10]. Отже, розгляд феномена політичної комунікації має здійснюватися із позицій системного підходу до політики, у контексті теорій політичної системи, і, у першу чергу, вже класичних моделей політичних систем Д. Істона, Г. Алмонда і К. Дойча.

Відповідно до запропонованих цими дослідниками концепцій, політична система – це сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих політичних елементів, що перебуває в постійному зв'язку зі зовнішнім середовищем, відчуває його вплив і сама здійснює вплив на нього. Виходячи з цього, гармонізація функціонування окремих елементів політичної системи, так само, як і її ефективний розвиток, адаптація до зміни умов і змінювання умов зовнішнього середовища неможливі без своєчасного ефективного реагування на інформаційні імпульси, що надходять у систему ззовні – на вході її та під час їх переробки та надсилання вироблених інформаційних імпульсів на виході із системи. Отже, політична комунікація – невід'ємна складова цих моделей. Через використання прямих і зворотних зв'язків вона на різних рівнях поєднує процеси соціального середовища, функціонування та діяльність політичних інститутів і владних центрів.

Американський політолог К. Дойч визначив політичну систему як мережу комунікацій та інформаційних потоків. Він також вказував на роль уряду як суб'єкта державного управління, що здатний мобілізувати політичну систему шляхом регулювання комунікативних взаємодій між різними блоками всередині неї, а також через підсилення її взаємозв'язків із зовнішнім середовищем.

Уряд розглядається як структура з прийняття рішень на підставі різних потоків інформації. Ззовні чи із самої системи надходить інформація, що приймається структурами – приймачами. На цьому рівні відбувається відбір та первинна обробка інформації, яка потім аналізується, систематизується, структурується, творчо переосмислюється блоком «пам'яті і цінностей». Саме тут здійснюється порівняння нової інформації з попередньо накопиченою, перевіреною досвідом, з тими ідеями, цінностями й цілями, що вироблені даним соціумом і домінують у ньому. Опрацьована таким чином інформація стає базою для прийняття потрібних рішень центром прийняття цих рішень. Ухвалені рішення у вигляді указу, розпорядження, інструкції тощо надходить до виконання структурам – виконавцям. Цю схему можна назвати великим колом циркуляції інформації, або великим колом політичної комунікації.

Існує й мале коло політичної комунікації. Адже інформаційні повідомлення надходять до структур – приймачів не лише зі зовнішнього середовища, а й від виконавців. Мова йдеться в першу чергу про інформацію, що стосується реалізації прийнятих рішень, ефективності здійснених кроків зі зміни ситуації, результативності обраної політики. Така інформація, поряд з тією, що надходить у систему ззовні, стає вхідною інформацією, а отже – потребує обробки, після чого коло повторюється. Таким чином, уряд діє як кібернетична структура: він самостійно ухвалює рішення на підставі інформації про зовнішнє середовище та про стан політичної системи.

До цього варто додати, що ефективність урядових рішень, можливість їх потенційної реалізації значною мірою залежать від ступеня підтримки уряду суспільством, від оцінок громадськістю його дій і політики. Можна цілком погодитись із Г. Почепцовим у його формулюванні основного правила для владних структур: «Уряд має працювати ефективно, і населення має бути переконано, що уряд працює ефективно» [127, с. 124]. Формування ж громадської думки відбувається шляхом поєднання, з одного боку, свідомих цілеспрямованих комунікаційних впливів на суспільство з боку уряду, а з

іншого – політичної комунікації всередині самого суспільства, між його окремими структурами, групами і навіть індивідами.

Сучасні дослідження в сфері політичної комунікації відрізняються використанням різноманітної методології.

Так, структурно-функціональний підхід дозволяє розглядати цей феномен як деяку цілісність, систему, що має складну структуру, кожен елемент якої має певне значення і виконує специфічні функції, спрямовані на задоволення відповідних потреб системи і її очікувань. Аналіз структури політичної комунікації сприяє виділенню такого елемента, як стиль політичної поведінки.

Соціокультурний підхід до теорії політичної комунікації розкриває сутність феномена, що цікавить нас, у системі: «політика – комунікація – соціум – культура» і втілює ідею соціокультурної детермінації політики в цілому. Соціокультурний ракурс дослідження політичної комунікації розглядає культуру, її елементи, категорії і цінності в якості чинника, що має первинне значення для механізмів політичної діяльності та взаємодії. Цей підхід припускає фокусування уваги на тенденціях, механізмах і взаємозв'язках політичного, соціального і духовного початку політичної комунікації. Сучасній політичній комунікації властиві тенденції міфологізації і театралізації. Для суспільства вони є передусім механізмом адаптації до політичної реальності, а для влади – способом реалізації політичної комунікації. Міра міфологізації політики залежить від міри адекватності, тотожності політичної практики, ідеології, ментальності, цілей, культурних цінностей тощо. Чим значніше неадекватність, тим більше міфологем проникає у політичну свідомість.

Інституціональна парадигма дозволяє розглянути політичну комунікацію як стійку сукупність комунікаційних ролей і функцій державних інститутів, політичних партій, громадських організацій, що обслуговують взаємодію елітарних та інших шарів, з метою реалізації ними своїх інтересів, здійснення державної і громадської влади.

Спостерігається подальше збільшення інтенсивності комунікацій, але і одночасно помітним стає обмеження міжособистісного спілкування і перехід його у віртуальну площину. До сучасних форм політичної взаємодії через Інтернет можна віднести сайти політиків, партій, державних структур, суспільно-політичних організацій; інтерактивні конференції; сторінки виборчих комісій і статистичних органів; аналітичні політичні сайти тощо. Отже, з появою Інтернету інформаційно-політичне середовище набуває властивості віртуальності, глобальності, інтерактивності, зв'язаності, анонімності, доступності, телеологічності.

Політична комунікація виступає як смисловий аспект взаємодії суб'єктів політики шляхом обміну інформацією в процесі боротьби за владу або її здійснення. Вона пов'язана з цілеспрямованою передачею і виборчим прийомом інформації, без якої неможливий рух політичного процесу. У випадку відсутності ефективної взаємодії, кінцевий результат впливу на суспільство у більшості випадків виявляється незадовільним. Традиційні канали комунікації, які сьогодні використовують для впливу на свідомість громадян та управління політичними кампаніями – це, в першу чергу, телебачення, яке часто здійснює односпрямовану або асинхронну комунікацію. Прийнято вважати, що контроль над основними телевізійними каналами є головною умовою для проведення успішної політичної кампанії.

Від рівня володіння засобами політичної комунікації великою мірою залежить становище всіх політичних суб'єктів, які завдяки вмінню здійснювати ефективні комунікації можуть або втратити, або набутися конкурентоспроможності на політичному ринку [98, с. 4].

Повнота обсягу, глибина та достовірність даного дослідження можуть бути досягнуті тільки за умови застосування правильно обраної методології. З такою позицією С. Гордієнка можна цілком погодитись, але тільки відносно окресленого типу дослідницьких робіт [89].

Останнім часом відмічається збільшення наукових праць методологічного напрямку та значні позитивні зрушення й активний пошук у сфері спеціальних наукових методологічних розробок.

Слід усе ж зауважити, що поки ще не існує окремого дослідження методологічного характеру в галузі наукового пізнання природи мас-медіа, їх трансформації та засобів формування ефективних і дієвих способів відповідної політичної діяльності.

Тому, на наше переконання, методологічна основа даного дослідження повинна вибудовуватися на загальних філософських та наукових положеннях як власна методологія спеціалізованого напрямку науки. Спираючись на принципово важливі загальні та спеціальні методологічні нароби в працях, у тому числі, закордонних учених, наприклад, П. Фіали [183; 184] та на загальні вимоги, що вказані в роботі Д. Гавра і Д. Шишкіна [24], узагальнюючи їх результати щодо конкретних потреб даного дослідження, зроблена спроба сформулювати базові методологічні посили щодо виявлення закономірностей, принципів і тенденцій розвитку такого складного наукового напрямку, як еволюція концепції політичної комунікації в умовах глобалізації й особливостей медіа-інформаційної діяльності в Україні.

З усіх відомих методологій для базового аналізу інформаційно-комунікаційних систем, мас-медіа як явища чи феномена новітньої історії в цілому в умовах їх використання в системі політичної комунікації найбільш придатними можуть бути такі: структурно-функціональний аналіз; логічно-оперативні методи; системний аналіз та методи порівняльного аналізу, які відомі з джерел вітчизняних дослідників, таких, як Л. Матвеева [105], В. Різун [136], Ф. Шарков [171; 172], а також розробки в галузях інформаційного суспільства і в сфері політичних комунікацій [20; 61].

Отже, можна зробити висновок про значення для життєздатності політичної системи налагодження ефективної інформаційно-комунікаційної взаємодії. Очевидно, що, за аналогією з живим організмом, систему політичної комунікації можна порівняти з кровоносною (дехто з дослідників більше

схиляється до порівняння з нервовою) системою живого організму, яка має пронизувати його повністю, забезпечуючи вільне надходження потрібних речовин до кожного його куточка. Так само система політичної комунікації має бути розгалуженою, багаторівневою, такою, щоб забезпечувати вільну циркуляцію в суспільстві потрібної інформації. Існує потреба в різноманітних комунікаційних каналах, засобах так, щоб реальним став «чотиристоронній» рух інформації: усередині владних структур, від влади до громадян, між громадянами, від громадян до влади.

1.2 Стан сучасного наукового дискурсу політичної комунікації у процесі ідейно-культурної модернізації суспільства та джерельна база дослідження

Дослідження сучасних трактувань еволюції мас-медіа та наукове осмислення її ролі, значення, місця і зв'язків з іншими соціальними інституціями в процесі глобалізації досі відбуваються через дискурс і ще не розв'язані протиріччя між представниками різних науково-дослідницьких шкіл. Аналіз концепцій минулих і сучасних теорій розвитку мас-медіа та інформаційно-комунікаційних технологій, як щільно пов'язаних між собою явищ, спирається на декілька груп джерел, що становлять єдину базу даного дослідження. Блоки джерел, що використані в нашому дисертаційному дослідженні, можна виділити за ознаками літератури з наукових дисциплін, що є базовими при розгляді та аналізі проблем, які пов'язані з особливостями та соціальною специфікою масових комунікацій як унікального явища XX ст. та XXI ст.

Через новизну, складність і певну унікальність інформаційної діяльності на сучасному етапі досі немає достатньо диференційованих наукових досліджень щодо сутності та можливості використати потенційний медіа-інформаційний вплив для переходу від державного до повномасштабного

публічного управління. У кризовий період, який спричинено еволюційними зсувами, не вистачає ресурсів для дослідження і встановлення науково обґрунтованих методичних засад і практичних розробок з цього напрямку. Отже, ця сфера мас-медійної діяльності переживає поки що період накопичення та осмислення емпіричного матеріалу, вироблення системи понять, уточнення термінології, теоретичного виявлення загальних принципів і критеріїв, спільних уявлень та методологій.

Саме тому потрібно звернутися до минулих, майже класичних поглядів вітчизняних та закордонних дослідників, які висували перші ідеї й теорії відносно формування інформаційної індустрії. Щоправда, це слід робити з поправкою на їх минулу діяльність в умовах адміністративно-командного управління, тобто врахувати сучасні ринкові механізми інноваційних процесів у медіа-інформаційній сфері. Це праці таких учених: Т. Адорно, В. Глушкова, Ю. Канигіна, С. Куценка та інших [14; 95; 180].

Необхідно зауважити, що створення науково-методологічних засад щодо становлення інформаційного суспільства є завданням ще більш складним, ніж питання розвитку теорій інформації та комунікації, мас-медіа в цілому чи розвитку традиційних інформаційних технологій. Особливо складною є проблема включення системи інформаційних технологій у широкому розумінні в загальну модель управління виробництвом та споживанням інформації як продукту на макроекономічному рівні, а також розгляду її у психологічному та культурному вимірах [64; 65; 105].

На наш погляд, потребує особливо ретельного опрацювання, хоча б у робочому порядку, система понять і термінів, що мають те чи інше змістовне значення. Повнота й чистота термінології в значній мірі буде сприяти успіху розв'язання дуже неординарних питань, а також погодженню цієї термінології в суміжних сферах знань та в різних наукових дисциплінах [172].

Необхідно визначити основні структурні параметри ролі і місця системи інформаційної безпеки у відповідних процесах, що відбуваються з урахуванням ресурсної, виробничої, інформаційної та деяких інших їх складових. Ці процеси

розвиваються в нормальному суспільно-господарському середовищі. Але якщо елементи кризових явищ сьогодення вводяться в таку динамічну систему, то за аналогією з дією вірусу чи антитіла вони перемикають на себе продуктивність інформаційного потенціалу та відкачують з інформаційного простору системи «виробництво – розподіл – обмін – передача – споживання» необхідну долю ресурсу для забезпечення реалізації завдань антикризової діяльності у відповідності до глобальних стратегій людства. Для протидії, нейтралізації й ліквідації розвитку негативних явищ всесвітньої кризи потрібна система мас-медіа, що здатна швидко, автоматично та надійно реагувати і включатись у відповідну антикризову діяльність при виявленні нових викликів та загроз.

Тобто, у необхідний момент повинні включатись індикатори інформаційних загроз у політичній сфері, через функцію яких було б можливо встановити рівень цих загроз і запускати механізми активної протидії таким загрозам. Безпосередній людський фактор у таких системах повинен бути мінімізованим у зв'язку з високими ризиками корупційності у різних ієрархічних структурах, державних, недержавних, громадських організаціях. Зв'язки між соціально-господарськими структурами відновлювання будуть розриватись, якщо засоби масової інформації та комунікації будуть неправильно реагувати на сутність процесів у соціумі та на їхні наслідки.

Філософські аспекти комунікації з позиції державного управління розглядалися ще в творах античних авторів: Платона [121], Аристотеля [4] та інших мислителів минулого.

Серед тих, хто вперше висвітлив таку складову комунікації, як розуміння через «з'єднання нашого мислення», були С. Полоцький та М. Ломоносов [99].

Але в XVIII-XIX століттях серед наук, що займалися суспільними та гуманітарними проблемами, ще не було окремої дисципліни, яка б вивчала проблеми комунікації як своєрідного феномена [146, с. 11].

Тільки у 20-ті – 30-ті роки ХХ ст. у межах соціальної психології, що отримала розвиток у США, комунікаційна проблематика почала займати значне місце серед інших досліджень.

Ці роботи спирались на праці мислителів В. Вундта та Х. Штейнталя початку ХХ ст. в Німеччині та Г. Тарда і Г. Лебона у Франції. При цьому Г. Тард був першим класиком соціології, який чітко заявив про можливості наукового пізнання комунікативних процесів. Він сформулював ідею розвитку соціально-комунікаційної діяльності.

Американські соціальні психологи Дж. Мід та Г. Бламер, які сформували наукову школу «символьного інтеракціонізму», дали поштовх вивченню вербального (словесного) та невербального дійств».

В історичному плані окремі аспекти проблем комунікації між владними структурами, між владою і народом висвітлювалися і в середньовіччі, наприклад, у роботах Фоми Аквінського, пізніше в працях Н. Макіавеллі.

Філософські аспекти теорії комунікацій досліджували: К.-О. Апель, В. Гьосле, Т. Дейк, А. Єрмоленко [53]. Значний внесок у дослідження філософських проблем інформаційно-комунікаційних процесів зробили закордонні вчені: В. Бутров, Р. Вейман, Е. Гуссерль, В. Голдінг, Ю. Хабермас [166], В. Дільтей, Х. Інайхен, Д. Коеті, П. Рікер [137], О. Казанський, Ф. Шлейєрмахер, Г. Шпет, а також вітчизняні вчені: С. Квіт, С. Кошарний, М. Попович.

Система масових комунікацій – це набір компонентів, що виникли в різні історичні періоди (спочатку преса, потім кіно, радіо і, нарешті, телебачення) та стали політворцем ареальної дійсності суспільства й цивілізації в сучасному вимірі. Історичне та технологічне ускладнення призвели до утворення гіперсистеми глобальних комунікацій [84; 146].

Критерієм визначення будь-якої системи служить наявність низки історичних ознак, властивих саме даній системі. Інформаційний потік, що надходить до мас, функціонує у певному соціальному середовищі, де вирішальними є виробничі відносини. Вони впливають не лише на людину, але

й на всі складові частини феномена, якими нині є глобальні масово-інформаційні відносини.

Соціальний зміст медіаканалів та інших засобів масової інформації впливає не тільки прямо на громадську думку, але й формує інші компоненти потоку, а також соціальну дійсність. Уся ця гіперсистема виступає як засіб здійснення єдиного процесу поширення ідей, учень, теорій, суспільно значущої інформації, виховання соціальних почуттів, звичок, форм, поведінки.

Наукові дослідження масових комунікацій ведуться у наш час багатьма науковими школами у різних галузях знань, від лінгвістики до економіки. Значну увагу засобам масової інформації та комунікації приділяють соціологія, психологія, політологія. Початок вивчення масової комунікації як соціального й політичного явища і процесу пов'язують з ім'ям М. Вебера [18].

Теорія масових комунікацій досліджувалась науковими школами українського журналістикознавства в Інституті журналістики Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, зокрема такими вченими, як В. Іванов [63], О. Коновець [85], В. Різун [136], В. Шкляр [178] та іншими. Роль масових комунікацій у глобалізаційних процесах розглянуті в працях Е. Андрунаса, П. Бергера, Дж. Вебстера, О. Зернецької, М. Землянової. Окремим напрямом виступають наукові дослідження, які стосуються конструювання політичної та соціальної реальностей засобами масової інформації і комунікації. Це праці таких учених, як А. Бергер, Дж. Мід, Т. Лукман, А. Шюц, Д. Яковлев.

Проблематикою злочинності, медіатероризму, екстремізму, фанатизму та інших радикальних проявів у мас-медіа ґрунтовно займалися в Кембриджському і Оксфордському університетах Великобританії, Хайфському університеті Ізраїлю, в університетах США, Канади та Росії, а також і українські дослідники. Зокрема, це роботи Г. Ваймана, А. Бобрової, А. Толмача, Д. Кіслова [81], О. Левченко, О. Литвиненко, В. Циганова [168], В. Шульца [179].

Політичні компоненти джерельної бази були розглянуті в таких аспектах. Політична свідомість як категорія і як відображення взаємозв'язку політичної та духовної сфер суспільства детально розглянута, насамперед, у класичних працях представників філософської і політичної думки, у тому числі: Платона [121], Аристотеля [4], Н. Макіавеллі [102], Дж Локка, Г. Гегеля, Т. Гоббса, І. Канта [70], К. Маркса, В. Леніна, М. Вебера [18], Е. Фромма [164], В. Франкла, М. Хайдеггера та інших. В сучасному вимірі ці питання досліджувались у працях таких вітчизняних та зарубіжних авторів, як Б. Грушин, О. Данилов, В. Кремень, О. Лазоренко, М. Михальченко, О. Проскуріна, Р. Такер та інших.

Найбільший вплив на вітчизняних й інших пострадянських дослідників справила американська традиція мікрорівневого аналізу комунікацій. Спирались на структурно-організаційні, структурно-функціональні та маніпулятивно-технологічні аспекти аналізу сучасних інформаційно-комунікаційних систем в умовах глобалізації такі фахівці, як: С. Барматова, В. Бебик, М. Вершинін, М. Грачов, О. Зернецька, Н. Костенко, І. Підлущка, Г. Почепцов та інші.

Ряд дослідників пов'язують розвиток сучасних мас-медіа з політикою і практикою глобалізації. Серед праць, які розкривають сутність, тенденції розвитку глобалізму у зв'язку з тематикою даного дослідження, слід назвати дослідження: В. Бебика, О. Білоруса, В. Вознюка, О. Гончаренка, І. Горобця, І. Гозенко, Б. Гуменюка, Д. Лук'яненка, Ю. Пахомова, К. Гаджієва, А. Гальчинського та інших. Кризова ситуація, що виникала в 2008–2010 роках чи 2013–2015 роках, або новий виток з 2020 року внаслідок глобалізації, спровокувала й інші подібні явища, у тому числі і в ЗМІ. В результаті неї зросла кількість компромісних та альтернативних точок зору стосовно природи процесів та наслідків криз у різних сферах людської діяльності, зокрема мас-медіа. В наш час виникла небезпечна поляризація поглядів на роль цивілізаційних протиріч і кризових явищ сьогодення, що відображаються в засобах масової інформації та комунікації [51].

Психологічна складова цієї теми дослідження розглядалась у чималій кількості робіт. Найбільш значущим є вивчення понять «спілкування» та «комунікація» як окремих категорій з культурно-історичних позицій. Ця проблема була розглянута Л. Виготським (1982 р.). В роботах Г. Андрєєвої та О. Леонтьєва (1965–1977 рр.) було розкрито і доведено, що рушійною силою активного відображення подій виступає єдність спілкування та діяльності. У подальших роботах О. Артем'євої, С. Смирнова та В. Петухова (1980–1984 рр.) було детально досліджено становлення й існування, зміст і сутність поняття «образ світу», яке співвідноситься з особливостями мислення та структурою сприйняття особистістю всієї повноти медіа-повідомлень. У 80-ті роки ХХ ст. М. Каган провів широкий порівняльний аналіз співвідношень понять комунікації й спілкування, їх взаємодії, особливостей і відмінностей. Подальші дослідження активно проводили: М. Бахтін, К. Роджерс, Л. Матвєєва, Ю. Мочалова, А. Хараши в 20-ті роки ХХ ст. і на початку ХХІ ст.

Тенденції трансформаційних психологічних впливів на людину з боку телебачення розглянуті в працях багатьох дослідників, зокрема: Т. Анікеєвої, Н. Богомолової, П. Бурдьє [16], М. Вершиніна, К. Дойча, Д. Дуцик [51], В. Іванова [65], М. Кузнецова, Л. Матвєєвої, Ю. Мочалової, Г. Почепцова [128], С. Черненко, В. Шульца.

В останні роки зростає увага зарубіжних і вітчизняних науковців до різноманітних комунікативних явищ, які використовуються у процесі цілеспрямованого впливу на політичну свідомість громадян у ході модернізації суспільства. Такі дослідження все більше тяжіють до виокремлення в єдину міждисциплінарну галузь науки, спрямовану на вивчення комунікативних ситуацій у глобальному і локальному масштабах, на визначення соціальних, культурних, політичних тенденцій, наслідків і прогнозів їх розвитку.

Слід відзначити, що у ході суспільно-політичної модернізації нові інформаційно-комунікативні технології не лише якісно змінили старі уявлення, установки, стереотипи, але й зламали деякі форми поведінки, моделі взаємовідносин між політичними інститутами й індивідами, що у свою чергу

потребує науково обґрунтованого визначення місця і ролі суб'єктів політичної комунікації в механізмі формування політичної свідомості громадян України. Як відомо, у політології вирізняють два види політичної комунікації:

1) вертикальний, коли комунікації встановлюються між різними ієрархічними рівнями макрополітичної структури (приміром, між урядом й електоратом);

2) горизонтальний, коли комунікації здійснюються між інституціями або агентами впливу, які розміщені на одному рівні (приміром, всередині елітних угруповань або в тих чи інших групах громадян).

Вертикальний вид політичної комунікації характеризується поширенням інформації з центру одночасно багатьом абонентам на периферію та відносно малою можливістю особистого зворотного зв'язку (телебачення, радіо, преса), тобто це типова одностороння комунікація, яка на сьогодні домінує в ЗМІ.

Розглянемо класичну модель політичної комунікації, запропоновану американським політологом Г. Лассвеллом, за якою акт комунікації розкривається поетапно за відповідями на такі послідовні питання: «хто – що повідомляє – яким каналом – кому – з яким ефектом». Згодом ця схема переосмислювалась і була доповнена. М. Грачов звертає увагу на те, що, зокрема, Р. Бреддок вважав за доцільне доповнити схему комунікаційного процесу такими важливими елементами, як обставини, за яких спрямовується повідомлення, а також мету його спрямування.

При цьому М. Грачов звертає увагу на те, що формула Г. Лассвелла трактує політичну комунікацію переважно як імперативний, спонукальний процес: відправник тією чи іншою мірою прагне здійснити вплив на адресата. Між тим політичній комунікації притаманне одне далеко не беззаперечне припущення, яке полягає в тому, що повідомлення, які передаються, завжди спричиняють певний очікуваний ефект. За висновком ученого, «ця модель, безсумнівно, має тенденцію перебільшувати результативність впливу повідомлень, які передаються, особливо, коли мова йде про засоби масової комунікації» [22; 32, с. 30].

Серед ранніх моделей комунікаційних процесів помітне місце посідає модель Шеннона-Уівера, у якій звертається увага на особливості передавання й приймання інформаційних повідомлень. Так само, як і в моделі Г. Лассвелла і Р. Бреддока, тут зберігається джерело інформації, саме повідомлення, яке передається у вигляді кодованого сигналу певним каналом зв'язку до приймача. У свою чергу адресат одержує інформацію після її декодування приймачем. Утім зазначається, що передавання сигналу неминуче супроводжуватиметься його викривленням, а отже, переданий сигнал відрізнятиметься від того, який було одержано, унаслідок інформаційного шуму.

Отже, початкове повідомлення може різнитися від того, що отримав у підсумку адресат. За такою ж логікою можна простежити й змістовне викривлення початкової інформації. Під шумом у даному випадку розуміємо наявні інформаційні перешкоди, що виникли випадково або внаслідок свідомої цілеспрямованої дії, які заважають отриманню або сприйняттю адресатом початкового смислу (початкового сенсу-меседжа). А отже, можна зробити висновок і про можливість іншого, ніж прогнозувалося суб'єктом інформаційного повідомлення, результату, до якого мало б призвести поширення продукованої інформації.

При цьому модель Шеннона-Уівера передбачає односпрямований інформаційний рух – від джерела до адресата і не враховує елемент зворотного зв'язку. Разом з тим, для творця повідомлення принципово отримати інформацію стосовно ефекту, який це повідомлення спричинило, адже саме задля досягнення певного ефекту воно й створювалось. Ідеться про таку інформацію, яка дала б змогу джерелу повідомлення відкоригувати свої дії з поправкою на можливі похибки передавання повідомлення і стала б підґрунтям для творення нових повідомлень, покликаних наблизити результат до бажаного від початку. Отже, модель Шеннона-Уівера потребувала доповнення у вигляді зворотної петлі.

Таке доповнення запропонував М. де Флер, який, власне, і зосередився на питанні відповідності «відправленого» й «отриманого» повідомлень [30, с. 60].

Згідно з його моделлю, політична комунікація розуміється як результат досягнення відповідності між вихідним і кінцевим змістами. Досягти такої відповідності неможливо без врахування результату, спричиненого першим повідомленням, іншими словами, без інформації про необхідні корективи. Таким чином, спочатку створюється повідомлення, яке через кодування надходить до передавача, передається і, після проходження декодування, потрапляє до адресата з імовірними викривленнями в процесі передавання. Сприймаючи інформацію, адресат певним чином реагує на неї. Інформація про його поведінку стає основою для повідомлення, яке проходить аналогічний першому шлях, але у зворотному напрямі.

Отже, висновки М. де Флера суттєво розвивають ідеї К. Шеннона й У. Уівера, усувають головний недолік запропонованої ними моделі – односпрямованість. Водночас у центрі уваги тут також залишається питання спотворення інформації у процесі передавання повідомлення. При цьому петля зворотного зв'язку певною мірою дає змогу усунути такий недолік шляхом творення нових відкоригованих повідомлень, які є реакцією на інформацію стосовно ефекту попередніх. Утім, за логікою, не можна бути впевненим, що нові повідомлення не будуть спотворені. Крім того, не можна гарантувати чистоту передачі інформації про досягнутий початковий результат. Тобто проблема шуму у моделі політичної комунікації залишається невирішеною й достатньо гострою. Більше того, слідуючи математичним закономірностям, можна зробити висновок про те, що збільшення обсягів продукрованої інформації та інформаційно-комунікаційних взаємодій автоматично призводитимуть до збільшення обсягів шуму. У підсумку, за найнеймовірнішим сценарієм, може скластися ситуація, за якої нова інформація може створюватися на основі викривленої за ефектом «пошкодженого телефону».

Деякі моделі політичної комунікації спрямовані на посилення впливу правлячої еліти не безпосередньо, а через такі інститути, як бюрократичний апарат і засоби масової інформації. Так, згідно з моделлю К. Сайн, між елітою,

бюрократією і масами як елементами політичної системи відбувається безперервний інформаційний обмін, причому еліти завжди конструюють і передають «униз» інформацію, яка сприяє зміцненню їх власної легітимності [200].

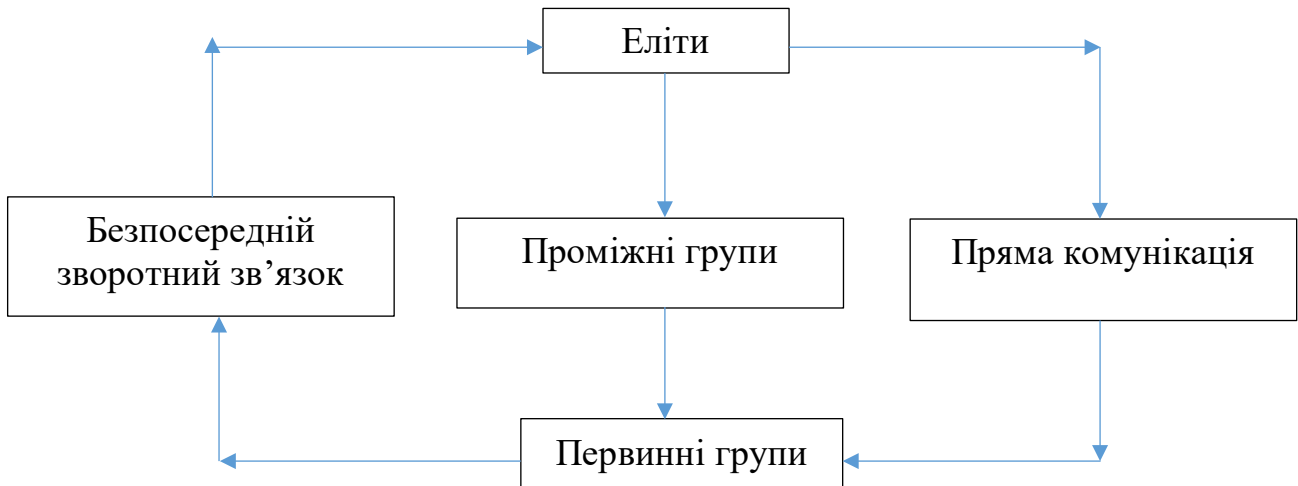


Рис. 1.1. Модель комунікації К. Сайн

Зауважимо, що аналізувати комунікаційні відносини лише за вертикальним принципом (еліти – маси), було б неправильно з огляду на те, що в демократичному суспільстві все більше значення набуває горизонтальний рівень обміну потоками політичної інформації, який формується на більш широкій соціальній базі, в т.ч. за рахунок соціальних мереж. Тому Л. Пай звертає увагу на те, що «політична комунікація передбачає не односторонню спрямованість сигналів від еліт до маси, а весь діапазон неформальних комунікаційних процесів у суспільстві, які здійснюють різноманітний вплив на політику» [197, с. 442]. Відтак, варто враховувати вплив мережевих технологій, які дозволяють користувачам вільно відправляти й отримувати інформацію особистого й суспільно-політичного характеру.

Не дивлячись на сумніви в існуванні безпосереднього зв'язку між змінами у сфері комунікаційних технологій і формуванням політичної свідомості громадян, що висловлюють окремі науковці, Інтернет дедалі більше впливає на політичне життя країни. Потенціал Інтернету не лише в тому, щоб зробити

політичний зв'язок і потік інформації більш ефективним і прозорим, але й в тому, щоб використовувати той чи інший випадок для участі громадян у політичних процесах. Це дає можливість ознайомити громадськість з інформацією, яка може не висвітлюватися в ЗМІ.

Саме поширення інформації у реальній комунікаційній мережі становить діалогову модель комунікації: індивіди спілкуються безпосередньо між собою, тобто ігнорують центр або посередників і самостійно обирають час, місце і тему інформаційного обміну. Ця модель включає телефонні розмови, спілкування в соціальних мережах та електронну пошту тощо. Характерною рисою діалогової моделі є те, що вона передбачає своєрідну «горизонтальну рівність» учасників інформаційного обміну.

Констатуючи практичну неможливість уникнути певного викривлення комунікаційних сенсів-меседжів, доходимо висновку стосовно необхідності складання інформаційного повідомлення з урахуванням можливої похибки. При цьому слід враховувати, що безпосередня форма комунікації знижує індекс похибки, водночас опосередкована передача повідомлення може призвести до його більшого викривлення. Сьогодні, як згадувалося вище, безпосередня форма комунікації переважно має місце або на рівні влади, або на рівні суспільства.

Причому на рівні суспільства досить часто політичні сенси вже мають викривлений характер, оскільки формуються на основі повідомлень ЗМІ, а отже, відчують на собі впливи шумів. На рівні ж влада – суспільство, який є чи не найважливішим для ефективного функціонування політичної системи, переважає, в основному, опосередкована форма політичної комунікації. Тому саме на цьому рівні можливі найбільші викривлення політичних сенсів.

У таких умовах функціонування політичної системи ускладнюється, оскільки стає проблематичним оперативно опрацювати весь обсяг продюкованої інформації, зробити її порівняльний аналіз і оперативно ухвалити рішення. Крім того, залишається невирішеною проблема ефективного

впровадження цього рішення в практику, забезпечення передбаченого впливу на об'єкти політики.

Процес інформатизації, який пов'язаний з поширенням діджитал-технологій, надзвичайно актуалізував пошук механізмів удосконалення системи політичної комунікації. Розвиток ЗМІ, що виступили з'єднуючою ланкою між владою та суспільством, з одного боку, призвів до розгалуження системи політичної комунікації шляхом підключення до неї широкої громадськості, з іншого – до стрімкого зростання обсягів інформації, інформаційних шумів, появи значної кількості деталізованої, фрагментарної, неякісної, необ'єктивної, ненаукової інформації, що ускладнює політичну комунікацію як процес передачі сенсів, які, по суті, втрачаються за переважаючими шумами, залишаються не отриманими.

Виникає ситуація, за якої суспільно значуща інформація, наприклад, стосовно прийнятих законів, рішень, дій не завжди доходить у належному вигляді до пересічних громадян. Система починає буксувати. На вході починають переважати вимоги, на виході – невідповідні рішення і дії. Порівняти таку систему можна з вільним ринком і вільною конкуренцією з їх саморегуляцією. Водночас з історії відомо, що мінусом такої системи є періодичні економічні кризи. Переносячи це на політичну систему, можна говорити про політичні кризи, коли невідповідність владних рішень громадським очікуванням, нездатність владних структур швидко й ефективно вирішувати питання соціально-економічного, політичного, культурного розвитку в підсумку можуть навіть призвести до втрати владою легітимності. Отже, виникає потреба в регулюванні процесів політичної комунікації, управлінні політико-інформаційними потоками.

Г. Почепцов, розглядаючи комунікаційні потоки з позиції управління ними, виділяє ряд принципово відмінних задач, розділених умовно на два класи: на управління змістом і управління формою. Останнє він розбиває на два класи: змістовного плану, коли йдеться про іншу подачу фактажу, і

формального плану, коли перед подією або після неї подається її автономна оцінка.

Як процес управління вченим розглядається також насичення комунікативного ланцюжка потрібним рівнем тих або інших, необхідних для ефективності комунікації, параметрів. Наприклад, одним з таких основних параметрів є достовірність. Отже, весь комунікаційний ланцюжок повинен бути влаштований так, щоб параметр достовірності став працюючим на кожному з його ділянок. Наприклад, достовірність джерела, достовірність каналу.

При цьому навіть західні дослідники розглядають ЗМІ як вторинні, а не як первинні визначальники. Наприклад, політики задають ставлення до якихось подій як загрозу для суспільства (саме вони – первинні визначальники), тоді як ЗМІ посилюють ці характеристики (вторинні визначальники).

Разом з тим, запропоновані дослідником моделі, швидше, можна визначити не стільки як управління інформацією, скільки як її адаптацію до певних державних стратегій та цілей. Така адаптація майже не відрізняється від маніпуляції, суть якої, як слушно зазначає Є. Доценко, більшість дослідників окреслюють як «прихований вплив на здійснення вибору» [49, с. 31].

У даному випадку комунікатор, вступаючи в комунікацію з аудиторією в процесі комунікативних дій, за допомогою замовчування, применшення значущості, іронічного або негативного висвітлення події тощо має на меті таємно вплинути на вибір або дії аудиторії з метою досягнення певної мети.

Серед найважливіших ознак, притаманних явищу маніпулювання, Ю. Крижанська та В. Третьяков виділяють прагнення отримати односторонню вигоду, зиск із ситуації, коли до реципієнта ставляться як до засобу досягнення зовнішніх цілей [93, с. 241]. Зазначимо, що у випадку ж ефективного управління інформаційними потоками вигода двостороння – виграє як влада, яка зміцнює свої позиції, так і суспільство, яке отримує адекватні відповіді на свої запити.

І. Миклащук звертає увагу на те, що мета суб'єкта, який здійснює маніпуляцію, є створення вільного вибору (зміна поведінки) аудиторії на свою користь, уникаючи прямого примусу, лише підштовхуючи реципієнта до

певного рішення [108]. Метою управління є досягнення збалансованості функціонування всіх елементів системи, повноти надходження інформації і збереження її цілісності. Як показує практика, в умовах сучасних інформаційних технологій замовлення певних новин практично неможливо досягти. На сьогодні йдеться не так про необхідність перешкоджання надходженню небажаної інформації до інформаційного простору політичної системи, як про досягнення комунікативних переваг потрібної, суспільно корисної інформації.

В цьому плані можна повністю погодитись з М. Грачовим у тому, що серед найважливіших завдань, на вирішення яких спрямовані функції підсистеми політичної комунікації, слід відзначити, по-перше, виявлення інформаційних масивів і потоків, необхідних для ефективного політичного керівництва суспільством; по-друге, збір і обробку даних, затребуваних для прийняття політичних рішень і оцінки їх наслідків; по-третє, зберігання інформації, організацію її поширення, а також контроль за інформаційною діяльністю в суспільстві, що передбачає, зокрема, виявлення перешкод для проходження достовірних або необхідних відомостей [33, с. 115].

При цьому аналіз існуючих моделей політичної комунікації привертає увагу до проблеми викривлення, трансформації початкового послання в процесі його передачі від комунікатора до реципієнта внаслідок інформаційного шуму. Під шумом у даному випадку розуміємо наявні інформаційно-комунікативні перешкоди, що виникли випадково або внаслідок свідомої цілеспрямованої дії, які заважають отриманню або сприйняттю адресатом початкового смислу (початкового сенсу-меседжа).

Для нейтралізації негативних впливів шумів, за висновками дослідників, необхідною умовою налагодження ефективного процесу політичної комунікації є забезпечення функціонування зворотного зв'язку – від реципієнта до комунікатора.

Утім, під час зворотного зв'язку не можна гарантувати чистоту передавання інформації про досягнутий початковий результат. Тобто проблема

шуму в моделі політичної комунікації залишається невирішеною й достатньо гострою.

Водночас, за математичною логікою, збільшення обсягів продукованої інформації та інформаційно-комунікаційних взаємодій автоматично призводитимуть до збільшення й обсягів шуму.

Констатуючи практичну неможливість уникнути певного викривлення комунікаційних смислів-меседжів, доходимо висновку стосовно необхідності складання інформаційного повідомлення з урахуванням можливої похибки. При цьому варто враховувати, що безпосередня форма комунікації знижує індекс похибки, водночас опосередкована передача повідомлення може призвести до його більшого викривлення. Таким чином, під час опосередкованої політичної комунікації підвищується значення вибору оптимального посередника та каналу політичної комунікації.

Враховуючи стрімке зростання інформаційних потоків і пропорційно йому – зростання інформаційних шумів, актуалізується питання регулювання процесів політичної комунікації, управління політико-інформаційними потоками. Під управлінням маємо на увазі свідомий, цілеспрямований та ефективний вплив на зміст, інтенсивність, напрями політичної комунікації з метою досягнення стабільного розвитку політичної системи, у результаті якого кожен з її елементів отримує власну користь.

Основою цього впливу має стати виявлення інформаційних масивів і потоків, необхідних для ефективного політичного керівництва суспільством, збір і обробка даних, затребуваних для прийняття політичних рішень і оцінки їх наслідків, зберігання інформації, організація її поширення, а також контроль за інформаційною діяльністю в суспільстві, що передбачає, зокрема, виявлення перешкод для проходження достовірних або необхідних відомостей [39].

Крім того, додаткової актуальності набуває теоретичне осмислення феномена політичної комунікації, її місця й ролі в політичній системі, дослідження закономірностей її розвитку і функціонування, аналіз шляхів підвищення її ефективності.

Підсумовуючи, доцільно підкреслити, що налагодження ефективного функціонування системи політичної комунікації стає необхідною умовою затребуваних вимогами модернізації суспільного розвитку чіткості й злагодженості роботи політичної системи та встановлення її ефективної взаємодії з громадянським суспільством в умовах надзвичайного прискорення під впливом глобалізації та інформатизації всіх процесів суспільного буття.

В сучасних умовах домінування інформаційної складової розвитку суспільства важливого значення набувають контакти між суб'єктами та об'єктами цілеспрямованого політичного дискурсу та впливу; між людьми й інституціями соціального життя; між владою й іншими структурами і організаціями. Налагоджена та стала система зв'язків між людьми й іншими інстанціями в наш час значною мірою забезпечена політичними комунікаціями. Незважаючи на велику кількість публікацій, дотепер залишаються невирішені деякі підходи до визначення понять «комунікація» та «політична комунікація», хоча цей процес набув бурхливого розвитку з 50-х років XX ст., що збігається у часі зі світовим становленням загальної теорії комунікації [27; 38; 100].

Сучасний науковий дискурс щодо визначення поняття «політична комунікація» на нашу думку актуалізувався наприкінці XX ст. і продовжується дотепер у зв'язку з осмисленням природи політико-комунікаційних процесів в умовах інформаційно-технологічної революції та третьої чи навіть четвертої хвилі глобалізації. Ці процеси поєдналися з прискоренням розвитку світових мережевих систем.

З'ясування сутності та понятійного змісту категорії політичних комунікацій слід виводити з аналізу її складових, насамперед комунікації, як родового поняття. Сучасне вживання поняття «комунікація» має чимало визначень як загальнонаукового спрямування, так і різних галузевих спрямувань.

Порівняльний аналіз великої кількості визначення поняття «комунікація» свідчить про те, що тривалий пошук досконалої форми концепції цієї категорії з позиції формальної логіки, наукознавства, а також існуючих поглядів у

філософії, соціології, політології, психології, в інформатиці і в інших наукових дисциплінах ще триває. На межі ХХІ ст. встановилася, та існує й зараз, тенденція до диференціації принципів видових ознак цього предмета дослідження з позицій різних галузей знань. Такі тенденції диференціації поняття комунікації пов'язані з профілюючою орієнтацією дослідницьких пошуків. За Ю. Ганжуровим і М. Назаровим, умовно ці тенденції можна поділити на медіа-орієнтовані та соціально-орієнтовані [26; 112]. На наш погляд, варто виділити ще й такі диференціації: філософсько-орієнтовані, інформаційно-орієнтовані, економічно-орієнтовані та управлінсько-орієнтовані. Встановлені диференціації дозволяють узагальнити групи визначень поняття комунікації за її основними видовими ознаками та систематизувати ці дані у вигляді, що показані в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1*

Порівняльний аналіз визначення поняття «комунікація» в сучасному науковому дискурсі

№ з/п	Тенденція, підхід	Формулювання визначення	Автор, джерело
1	Філософсько орієнтована 1.1. Загальний	Людська взаємодія у світі	Філософський енциклопедичний словник. Київ: Абрис, 2002. С. 291
	1.2. Філософський практичний	Ознака конструктивної взаємодії особистостей, соціальних груп, націй та етносів, яка розгортається на основі толерантності і порозуміння	
2	Соціологічно орієнтована 2.1. Соціологічний	Механізм, за допомогою якого стає можливим існування і розвиток людських відносин – усі символи розуму разом із способами їх передавання в просторі, що збережені у часі	Кули Ч. Общественная организация. <i>Тексты по истории социологии XIX-XX веков</i> : хрестоматия. Москва: Наука, 1994. С. 379
	2.2. Соціально-інформаційний	Спілкування, передавання інформації від людини до людини	БСЭ. 3-е изд. Москва: Изд-во Советская энциклопедия, 1973. Т. 12. С. 527

	2.3. Соціально-смісловий	Смісловий, ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії	Энциклопедия социологии / под ред. М.П. Жданова http://slovari.yandex.ru
	2.4. Практичний, багатозначний	Переміщення чого завгодно у часі та просторі. Передавання, повідомлення, інформація, спілкування, зв'язок. Відомості, листування, послання. Засіб обміну інформацією	Кравченко С.А. Социологический энциклопедический англорусский словарь. Москва: ООО Изд-во Астрель, 2004. С. 174
3	Інформаційно орієнтована 3.1. Загальний	Процес перекодування вербальної у невербальну та невербальної у вербальну сфери	Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 2002. С. 14
	3.2. Інформаційний	Процес прискорення обміну інформацією	Почепцов Г.Г. Стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении. Москва: Альтер-пресс, 2008. С. 36
	3.3. Інформаційно-світоглядний	Спілкування та передавання інформації, засіб формування світогляду і громадської думки широких мас, пропаганда, реклама та агітація	Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технологія, техніка, паблік рилейшнз. Київ: МАУП, 2005. С. 3
		Процес обміну інформацією; передавання інформації	Гондюл В.П. та ін. Информатика та обчислювальна техніка. <i>Короткий тлумачний словник</i> . Київ: Либідь, 2000. С. 152
4	Медійно орієнтована 4.1. Координаційний	Взаємодія між гравцями, такий обмін, який забезпечує кооперативну	Основы теории информации / под

		взаємодопомогу, роблячи можливою координацію дій великої складності	ред. М.А. Василика. Москва: Гардарики, 2006. С. 6
	4.2. Медійний	Опосередкований через ЗМІ специфічний обмін інформацією емоційного та інтелектуального змісту	С. 11
5	Економічно орієнтована 5.1. Економічний	Процес передавання й отримання обігу, у якому беруть участь дві сторони: виробник і аудиторія	Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг–менеджмент и стратегии. СПб.: Питер, 2007. С. 317
6	Управлінсько орієнтована 6.1. Змістовний	Змістовний аспект соціальної взаємодії, акт взаємодії між двома чи більше соціальними об'єктами шляхом безпосереднього спілкування й обміну інформацією	Мельник А.О. та ін. Державне управління. Київ: Знання, 2004. С. 329
	6.2. Спілкувальний	Акт спілкування, зв'язок між двома або більше індивідуумами, заснований на взаєморозумінні; повідомлення інформації однією особою іншій	С. 317

*Джерело – розроблено автором [41]

У всіх із приведених у таблиці 1.1 тенденцій та підходів є своє раціональне зерно. Але в умовах становлення і формування інформаційного суспільства соціально-політична спрямованість поняття «комунікація» стає все більш актуальним завданням. Саме це виводить поняття комунікації на розуміння категорії «політична комунікація».

Таким чином, поняття «комунікація» як науковий, практичний та правовий термін і самостійний напрям досліджень своїм останнім черговим народженням зобов'язане ХХ ст., хоча вивчення реальних проблем комунікації було започатковано ще Платоном [121]. Саме слово походить від латинського «communicatio», що означало дуже широку гаму понять: повідомлення, зв'язок, передача, бесіда, розмова, сполучення, а також – робити спільним, спілкуватися тощо [19; 144]. Згодом це слово, з одного боку, набуло більш широкого загально понятійного змісту, а з іншого – отримало

більш вузькі галузеві й прикладні тлумачення. Це сталося тому, що комунікація в широкому розумінні – це одна з основ людської діяльності, і одночасно, це слово є конкретним терміном у багатьох наукових дисциплінах, в техніці, технологіях, у різних галузях господарської діяльності людини [41].

У середині ХХ ст. філософська думка була спрямована на розвиток теорії комунікації, яку деякі дослідники ставлять в основу будь-якої спільноти, в тому числі держави, цивілізацій і надцивілізацій, нових культурологічних, медійних та мережевих структур. Зокрема, нові парадигми філософських, психологічних і соціологічних теорій пов'язують такі поняття, як: «буття», «свідомість» та «комунікація» в єдину систему послідовно визначених та найважливіших у творенні основних напрямів сучасної філософської думки [162].

Сучасні фахівці різних цивілізаційних шкіл та культурологічних напрямів визначають, що в наш час формується глобальна парадигма для ХХІ ст., яке вважається ними «століттям комунікативного простору», щодо якого необхідне нове детальне філософське осмислення на основі цілого спектра нових методологій задля його поглибленого вивчення [42].

Різні автори багатьох галузей знань принципово по-різному тлумачать зміст поняття комунікації, використовуючи цей термін у багатьох працях із політичних, соціологічних, психологічних, філософських, біологічних, технічних та економічних наук [173]. Деякі автори вбачають цілу структуру підходів до визначення поняття комунікації, розробляють структуру класифікації цього терміна тощо. Серед таких підходів виокремлюють:

- інформаційний;
- лінгвістичний;
- фізичний;
- філософський;
- психологічний;
- соціальний;
- економічний;
- технічний [23; 82].

Окрім того, виділяють чотири основні функції комунікації, які також є характерними зокрема і для політичних комунікацій. В узагальненому вигляді це такі функції:

- а) інформативна – передача істинних або хибних даних;
- б) інтерактивна – спонукальна форма взаємодії між людьми, у тому числі, переконання, узгодження тощо;
- в) перцептивна – сприйнятлива щодо розуміння один одного та знаходження порозуміння;
- г) експресивна – збуджувальна або мінлива щодо характеру емоційних переживань [129].

К. Дойч відмічає, що чим більш організованим стає суспільство в цілому, тим швидше і більше зростає потреба в комунікації, як «соціально стандартизований системі символів», що включає, на його погляд, мову і будь-яку кількість інших додаткових кодів: малярство, рахування, абетки тощо. Коди при цьому містять у собі інформацію, що зберігається в матеріальних засобах її збереження, в тому числі у бібліотеках, редакціях, ЗМІ, видавництвах, скульптурі, шляхових знаках та розмітках, різних базах даних тощо [47].

Комунікація розглядається як система зв'язування відносин між індивідами, індивідами і суспільством, індивідами й інституціями, суспільством і державою, індивідами й державами тощо. Окрім того, що комунікації забезпечують передачу, обробку та трансформацію інформації з усіма їх функціями, вони ще формують, за визначенням В. Бебика, «ауру комунікації», яка поки що не піддається методам формалізації текстовими знаками, але постійно відчувається на тонких біоенергетичному, глибинно-психологічному та інтуїтивному рівнях. Це також зв'язок між людино-машинними системами й їх елементами, складовими тощо; це – зв'язок між реальним і віртуальним; це методи та засоби зв'язків і взаємодії, обмінів даними, в тому числі в автоматичному режимі [80, с. 18].

Таким чином, поняття комунікації постійно збагачується новими рисами та суттєвими ознаками і тому потребує постійного осмислення, періодичного доповнення й уточнення. Виникає необхідність удосконалення цього визначення та його складових. Особливо це стосується різних видових понять, таких, як: політичні, соціальні, масові, й інші комунікації.

З наведених у таблиці 1.1 визначень може бути встановлено, що феномен комунікації визначається такими основними ознаками, як:

- стан;
- система;
- процес;
- засіб зв'язку;
- засіб переміщення;
- діяльність тощо.

Універсалізація поняття комунікації в принципі неможлива, як і загальних понять: політика, міжнародні відносини, інформація тощо. Окрім того, сьогодні відбулося виокремлення таких понять, як «комунікація», «інформація» та «спілкування» тощо в межах своїх істотних ознак у логічному та онтологічному вимірах.

Зазначимо також, що деякі вітчизняні дослідники, зокрема Л. Балабанова та О. Крутушкіна, розробили узагальнені схеми визначення терміна «комунікація» з декількох джерел, але все одно з відповідним галузевим (економічним) спрямуванням [7].

Не розглядаючи принцип формування й визначення вищезгаданих і споріднених з комунікацією понять, лише вкажемо, що вони є самостійними тому, що спілкування здійснюється через комунікації як соціальний або природний акт. Інформація – це така субстанція, що може циркулювати в комунікаційних системах відповідного призначення, а комунікації здійснюють функцію її зонування. Тому деякі визначення комунікації, наприклад, не є адекватними й коректними в науковому сенсі сучасного дискурсу або є застарілими. Якщо залишити тільки адекватні сучасному розумінню феномена

комунікації основні та істотні ознаки загального характеру, то можна презентувати таке визначення цього поняття.

Комунікація – це природно-соціальний феномен, який у глобально-космічному вимірі є складним, багаторівневим симбіозом людино-технічних систем, мережевих систем, зв'язків і процесів пересування будь-чого та будь-кого у часі й просторі, у тому числі передача, розповсюдження, прийом і збереження символів штучно-природного походження всіх форм буття [41].

Складовими загальної комунікації виступають галузеві, спеціальні, технологічні та інші комунікаційні потоки (напрями) різних сфер людської життєдіяльності, у тому числі політичні, масові, наукові, соціальні, управлінські комунікації і їхні комбінації й різновиди. Формулювання визначень щодо комунікаційних напрямів доцільно здійснювати за єдиною методологічною основою.

Кожна політична система, як і кожна політична сила, розгортає власну мережу політичних комунікацій відповідно до своїх можливостей, ресурсів і потреб. При цьому політичні комунікації таких систем і мереж безпосередньо залежать від рівня соціально-політичного розвитку, технічного, технологічного та культурологічного стану суспільства. Базова ідеологія політичної системи, незалежно від того, чи є вона визначеною або невизначеною, в цілому буде обов'язково впливати на політичні комунікації (держави, регіону, нації, партії тощо).

Політичні комунікації як поняття та категорія повинні надавати постійні та перманентні відповіді на виклики сучасності, що є наслідками динамічних трансформацій суспільних відносин, кризових явищ та невизначеностей. Суперечності складних суспільних процесів обумовлюють принциповий науковий дискурс і навколо поняття «політичні комунікації». Вони, з одного боку, є продовженням дискурсу навколо поняття «комунікація», а, з іншого боку, є результатом досліджень феномена політичних комунікацій як поняття та категорії. Їх вивчення повинно рухатись одночасно з двох боків: як з позиції

родового поняття «комунікація», яке розглянуто вище, так і з позиції визначення поняття «політика».

Політика, як суспільне явище, стосується широкого кола проблем та конкретних завдань досягнення політичної влади: формування й функціонування політичних організацій; забезпечення політичної діяльності суспільства, політичних партій, громадських організацій; установалення взаємовідносин поміж собою суспільних класів, соціальних груп і еліт у державі та в цих організаціях; підтримка міжнародних відносин і правових питань свободи, прав та обов'язків громадян тощо.

Слід погодитися з визначенням політики у загальному вигляді в трактуванні Ю. Шайгородського як «сукупності знань, ідей, дій, результатів розкриття сутності політичного життя, механізмів його організації й контролю над політичним життям суспільства і держави у внутрішньому і зовнішньому вимірах» [170, с. 31]. Таке, дещо абстрактне визначення дозволяє розглядати й політичні комунікації з позиції виконання ними основних функцій, які обумовлені приведеною вище дефініцією, у тому числі, фактором боротьби за владу, а також боротьби за вирішення політичних конфліктів, ролі держави у відносинах соціальних структур (класів, прошарків, верств, груп населення тощо), політичних партій та управлінських структур суспільства, а також особистостей.

Вказане визначення не суперечить існуючим трактуванням політики, а саме:

- як відносини між класами, соціальними групами, партіями, угрупованнями щодо специфічної боротьби за владу;
- як ототожнення її з іншими соціальними явищами (планування, влада, держава тощо);
- як пояснення її сутності через функції – управління, збереження системи, ведення воєн, підтримання порядку та міждержавних відносин, контролю тощо;
- як визначення її через цілі, інтереси тощо [162].

Всі зазначенні трактування розкривають аспекти політики, але не є цілісними і тому не можуть бути універсальними. Отже, політичні комунікації теж охоплюють усі ці вказані аспекти політики, а також здійснюють функцію їх взаємодії з економікою, соціологією, релігією, психологією тощо через відповідні видові комунікації (економічну комунікацію, психологічну комунікацію та інші).

Що стосується безпосереднього політичного дискурсу в країні та за її межами, то визначення поняття «політика» має не менше розбіжностей як за суттю, так і за підходами. Починаючи з перекладу трактування політики Аристотелем і закінчуючи врахуванням сучасних політичних реалій визначення цього поняття теж постійно поновлюється.

Автори деяких монографій та навчальних посібників іноді уникають безпосереднього визначення політики як поняття чи категорії. В таблиці 1.2 представлені основні напрями розуміння політики як невід’ємної сфери сучасної людської діяльності.

*Таблиця 1.2**

**Порівняльний аналіз визначення поняття «політика» в сучасному
надновому дискурсі**

№ з/п	Тенденція, підхід	Формулювання визначення	Автор, джерело
1.	Політично-орієнтована 1.1. політичний	– одна з найважливіших сфер життєдіяльності, суспільства, взаємин різних соціальних груп та інвалідів і потреб, вироблення обов’язкових для всього суспільства рішень	Політика: підручник / за ред. О. Бабкіної, В.Д. Горбатенка. Київ: Академія, 2006. С. 561
	1.2. політико-безпековий	– діяльність з урегулювання комплексу стосунків: зовнішніх – між елементами політичної системи, між владою і громадянами, між різними політичними та суспільними групами, об’єднаннями та їх лідерами, між соціальними прошарками, класами, національними й релігійними спільнотами тощо; – питання і події громадського й державного життя;	Циганов В.В. Політична безпека і безпечна політика: складові, ознаки, стан, тенденції. Київ: Ніка Центр, 2006. С. 94

		– сукупність методів і засобів, які застосовують для досягнення цілі	
	1.3. політологічний	– організаційно-регулятивна й контрольна сфера суспільства, в межах якої здійснюється соціальна діяльність, спрямована головним чином на досягнення, утримання і реалізацію влади задля здійснення власних запитів та потреб	Горбатенко В.П., Шемшученко Ю.С., Бабкіна В.Д. Політологічний словник. 2-е вид. Київ: Генеза, 2004. С. 497–498
2.	Загальна 2.1. багаторівневий	– форми державного урядування; – відносини між класами; – панування, що пов'язане з використанням влади; – управління, впорядкування суспільного життя; – система принципів і норм регулювання життя суспільства взагалі та соціальних груп цього суспільства	Бордов Ю.С. Коротец І.Д. Краткий энциклопедический словарь. Р-н-Д.: Феникс, 1997. С. 365–366
	2.2. енциклопедичний	– практика мистецтва або науки керування державами й іншими політичними утвореннями; – мистецтво і наука врядування; – область міжгрупових відносин з приводу використання влади	Короткий оксфордський політичний словник / за ред. І. Макліна, А. Макмлана; пер. з англ. Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2005. С. 515
		– участь у справах держави; – діяльність органів державної влади, що відображає соціально-економічний устрій, суспільні відносини в країні; – діяльність класів і політичних партій, що відповідає їх інтересам та становищу	УРЕ. Київ: Головна редакція УРЕ, 1982. Т. 8. С. 370
		– сфера діяльності, що пов'язана з відносинами між класами, націями й іншими соціальними групами, ядром якої є проблема завоювання, утримання та використання державної влади; – влаштування державної влади; – участь у справах держави, політиці держави, визначення	БСЭ. 3-е изд. Москва: Изд-во Советская энциклопедия, 1975. Т. 20. С. 217

		форм, завдань, змісту діяльності держави	
3.	Лінгвістична 3.1. загальний	– загальний напрямок, характер – загальний напрямок, характер діяльності держави, певного класу або політичної партії (у тій чи іншій галузі в певний час)	Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь: ВТФ Перун, 2002. С. 849
		– події та питання внутрішньодержавного і міжнародного життя	
4.	Міжнародно- орієнтована 4.1. дипломатичний	– колективна або індивідуальна діяльність, що пов'язана з різними формами реалізації владних функцій у вирішенні соціально значущих проблем	Українська диплома- тична енциклопедія: у 2-х т. / за ред. Губерського Л.В. та ін. Київ: Знання України, 2004. Т. 2. С. 314, 812
		– процес, у рамках якого люди створюють, зберігають і збагачують норми власного співіснування	
5.	Історико- соціологічна	– сфера діяльності й сама діяльність класів, націй та соціальних груп, спрямована на те, що охоплює всі види діяльності із самостійного керівництва	Соціологічна енциклопедія. Київ: Академія, 2008. С. 287

*Джерело – розроблено автором [41]

Аналіз наведених у таблиці 1.2 визначень політики свідчить, що дискурс відносно цієї категорії теж триває, особливо серед західноєвропейських учених. Найбільшого поширення отримало у вітчизняних джерелах визначення політики, що зустрічається в найавторитетніших виданнях. Основні підходи до визначення поняття «політичні комунікації» представлені у вигляді порівняльного аналізу в таблиці 1.3.

Вдосконалення та збільшення сфери охоплення міждисциплінарних підходів разом із додатковим синтезом різних апаратних елементів розбудови, таблично-описових моделей дає змогу провести значно ширший, перехресний порівняльний аналіз смислових акцентів як базових понять, так і цільового поняття «політичні комунікації».

При цьому треба відмітити, що термін «політичні комунікації», представлено у множині за аналогією з іншими спорідненими видовими термінами, наприклад, «масові комунікації».

**Основні визначення, що характерні для сучасного дискурсу навколо
проблем поняття «політичні комунікації»**

№ з/п	Тенденція, підхід	Формулювання визначення	Автор, джерело
1.	Публічно-політична 1.1. Публічний	Публічні дискусії, що ведуться з приводу раціонального розподілу дефіцитних ресурсів, надання комусь легітимної влади, можливості публічної влади використовувати різного роду санкції	Политические комму-никации: учебное пособие /Петрунин Ю.Ю. и др.; под ред. А.И. Соловьева. Москва: Аспект Пресс, 2004. С. 15
	1.2. Медійний	Форма здійснення масової комунікації	Кіслов Д.В. Політична безпека масових комунікацій. Київ: Леся, 2010. С.47.
	1.3. Медіа-політичний	Процес, методи та стан передавання й обміну інформацією між різними частинами політичної системи, політичними силами та структурами, взаємодія між ними, державою, соціумом та індивідами	Кіслов Д.В. Кадрова комунікація і безпека комунікацій. <i>Державне управління та державна служба зайнятості</i> . Київ: 2008. С. 329
2	Політологічна 2.1. Загальний	Процес передавання, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, форму, громадську думку і політичну соціалізацію громадян	Політичний енциклопедичний словник / упоряд. В. П. Горбатенко; за ред. Ю. С. Шемшученка та ін. 2-ге вид. Київ: Генеза, 2004. С. 269
	2.2. Соціально-політичний	Процес циркуляції політичної інформації, який структурує функціонування суб'єктів та об'єктів політичної системи та інститутів громадянського суспільства, формує політичну культуру та соціальні настрої громадян	Політична енциклопедія / під ред. Ю. Левенця, Ю. Шаповала. Київ: Парлам. вид-во, 2011. С. 347.
	2.3. Політично-соціальний	Процес передавання політичної інформації, за посередництвом якого інформація циркулює між різними елементами політичної системи, а також між політичною і соціальною системами	С. 348
3	Лінгвістична 3.1. Загальний	Мова політики	Нагорна Л.П.

			Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ: Світогляд, 2005. С. 70
--	--	--	--

*Джерело – розроблено автором [41]

Такий підхід достатньо аргументовано з логічних та лінгвістичних позицій обґрунтований у роботах О. Зернецької [56–58]. Мається на увазі, що представлений метод аналізу не є остаточним, універсальним і тим більше вичерпним. Але такий метод табличних порівняльних співвідношень, що використовувався і раніше з приводу оцінки понятійно-категоріального апарату в різних дослідженнях із багатьох дисциплін, особливо економічних, – дає загальну картину як за рівнем, так і за широтою, багатовекторністю основних тенденцій розуміння феноменів та явищ, що вивчаються.

При розбудові вибіркового визначення поняття «політичні комунікації» використана така сама методологія, як і до аналізу дискурсу щодо понять «комунікація» (табл. 1.1) і «політика» (табл. 1.2). Слід урахувати, що в деяких джерелах як тотожне розглядається поняття «комунікації політичні», і така практика зараз поширюється, хоча тотожність у цьому випадку є теж дискусійною.

Вважається, що сучасний зміст терміна «комунікація» визначив у 40-і роки ХХ ст. фундатор кібернетики Н. Вінер. Але формування саме теорії політичних комунікацій розпочав у той же час К. Дойч. Він уважав, що політична система або політика і є особливою формою інформаційно-комунікаційних обмінів [47]. В таблиці 1.3 представлені основні аспекти формулювань щодо сутності політичних комунікацій західних та вітчизняних дослідників, які працювали над проблемами теорії політичних комунікацій.

У зв'язку з великими розбіжностями у визначенні основних понять у теоріях політичних комунікацій частина авторів розробок із політичних комунікацій сьогодення продовжують ігнорувати безпосередні і чіткі визначення у своїх творах, надаючи лише перелік відомих їм опосередкованих формулювань.

Деякі закордонні автори, а також українські фахівці О. Дубас, М. Сомов та інші намагались описати сутність цієї категорії через різні приклади, історичні тенденції, функції тощо, тобто – опосередковано [49; 50, с. 15; 148].

В авторському баченні **політичні комунікації** – це складна сукупність процесів, методів, актів циркуляції, передачі, обміну та взаємодії між різними елементами політичної системи: державою, політичними силами, громадянським суспільством, групами населення й індивідами тощо, яка формує напрями цивілізаційного розвитку людства [40].

В умовах підвищення динаміки суспільного розвитку виникає розмаїття політичних систем і поширюються можливості інститутів влади щодо виконання ними управлінських функцій [148]. Отже, в загальних системах спілкування значення та роль політичних комунікацій теж зростає. Політичні комунікації як процес означають, з одного боку, з позиції суб'єкта-комунікатора, – свідоме формування й насичення інформації політичним змістом. А з іншого боку, з позиції об'єкта комунікації (індивідів, мас, прошарків і верств суспільства), – навчання усвідомленому сприйняттю, тлумаченню, аналізу та засвоєнню різноманітних політичних повідомлень, у тому числі політичної кампанії під час виборчих перегонів.

Політичні лідери й органи політичних засобів масової інформації та комунікації повинні розглядати політичні комунікації не тільки як засіб PR, а як політичний і економічний імператив розвитку держави, нації, громадян особливо під час формування в країні інформаційного суспільства.

1.3 Понятійно-категоріальна основа дослідження політичної комунікації в системі публічного управління

Тема нашого дослідження вимагає розробки і удосконалення понятійно-категоріального апарату, що стосується деталізації функціонування політичної комунікації в різних умовах навколишнього середовища, викликів та загроз

сучасності, а також пов'язаних з цим дефініцій.

Політична комунікація, як одна зі складових загальної системи комунікацій, тісно взаємодіє з іншими комунікаційними різновидами. Дослідження різних явищ соціального буття теж має багато чого спільного та взаємозалежного. Тому в межах цього дослідження необхідно встановити деякі робочі визначення понять, які визначають ці явища та процеси і з якими в тій чи іншій мірі доведеться оперувати в цій дисертаційній роботі.

Тенденції та закономірності розвитку мас-медіа в умовах глобалізації повинні бути відображені через відповідний понятійний апарат, осмислені у логічному, філософському та соціально-політичному вимірах, у об'єктивних зв'язках із реальною дійсністю.

Використання технічних засобів передачі інформації (опосередкування) надає спілкуванню якісно новий характер і перетворює його також в масову комунікацію. Саме спілкування великих соціальних груп і становить сутність масової комунікації. Цим вона принципово відрізняється від міжособистісного спілкування, тобто від спілкування між окремими індивідами, що визначає яскраво-виражену соціальну спрямованість, соціальну орієнтованість масової комунікації.

У «Філософському словнику» під ред. М. Розенталя і П. Юдіна (1991 р.) масова комунікація визначається як «процес поширення інформації, (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм і т. п.) за допомогою технічних засобів (преса, радіо, кінематограф і телебачення) на чисельно великі, розосереджені території» [163]. Це визначення виділяє родові властивості МК як різновиду спілкування. Перш за все, МК – це процес поширення інформації, в якому б вигляді вона не пред'являлася (зорові образи, цифрові сигнали, слова). Принципово важливо, що за допомогою МК відбувається поширення соціальних установок, моральних і правових норм, устремлінь різних верств суспільства. Істотно, що в МК зв'язок між партнерами здійснюється за допомогою технічних засобів (преса, радіо, кінематограф, телебачення).

Партнерами за спілкуванням у МК є великі групи людей як із боку комунікатора (організатора комунікативного процесу), так і з боку аудиторії (біля екрана телевізора в «prime time» збирається мало не половина країни, включаючи немовлят). Це явище являє собою центральний предмет соціології, культурології та психології (Багіров, 1976, 1978 [6], 1981; Зазикін та ін., 1989, 1996; Копилова, 1974 [86], 1977, 1984; Мельникова, 1994; Фірсов, 1977, 1985).

Оскільки ми розглядаємо специфіку партнерського діалогу влади з народом як механізм імплементації демократичної культури, який є ключовим у державному управлінні, то можемо характеризувати суспільно-політичні відносини та ядро політичної систем такими, що зумовлюють основні риси політичного режиму держави. Будь-яка модель комунікації та її складові повинні спиратися, на наш погляд, на концепції устрою соціуму і структури науки, яка вивчає проблеми всіх різновидів зв'язків та їхньої взаємодії [134].

Взаємне порозуміння між комунікаторами і соціумом, у тому числі в політичному вимірі, варто вважати можливим лише за умов урахування основних концепцій та використання базових понять при розробці нових оригінальних моделей комунікацій. Таким чином, установлені такі похідні поняття, що використані у даному дослідженні.

Масова комунікація – це соціальний інститут, що виконує завдання формування світогляду і громадської думки широких мас усіма засобами інформаційно-технологічних здобутків людства та пропаганди.

Наукова комунікація – це процес взаємодії наукових організацій, структур і вчених на основі спеціальних та специфічних медіа, шляхом обміну даними і генерації нових знань, а також зв'язків із зовнішнім середовищем шляхом популяризації чи впровадження інновацій.

Соціальна комунікація – це процес та стан передачі і обміну інформацією між різними соціальними групами та індивідами, а також методи інформаційної взаємодії соціуму з іншими структурами і зовнішнім середовищем.

Поняття «інформація» має різні визначення в різних галузях знань, зокрема – в правовій, політичній, технічній, психологічній та іншій науковій літературі.

Деякі автори розрізняють п'ять основних понять, інші виходять тільки із якихось одних галузевих визначень інформації. Сучасний стан інформаційно-технологічної революції дозволяє виявити ще багато дефініцій цього поняття.

Інформація – це, насамперед, кардинальне, основне (базове) поняття науки. Воно виступає серед таких понять, як: енергія, простір, час і є складовою загальної сучасної наукової картини всесвіту. Тому воно не може бути визначено через інші, більш прості поняття. Але в саме слово «інформація» вкладається різний зміст у різних галузях знань та сферах буття.

В техніці під інформацією розуміють повідомлення, що передаються у формі знаків або сигналів. У теорії інформації розглядаються не всі без виключень повідомлення, а враховуються тільки ті з них, що знімають чи зменшують невизначеність, яка існує. За К. Шенноном, інформація – це є знята «невизначеність» [176]. В кібернетиці, за Н. Вінером, під інформацією розуміють ту частку знань, що використовується для управління, орієнтування, взагалі якихось активних дій, тобто з метою збереження, захисту та вдосконалення систем. Процеси, що відбуваються в суспільстві, ґрунтуються на феномені «інформація» [21]. В семантичних теоріях, які розглядають і досліджують сенс повідомлення, розуміють тільки такі повідомлення, що мають новизну (наприклад, новини).

З позицій комунікативних теорій, інформацію розглядають як деяку субстанцію, яка передається шляхом несиметричної інформаційної взаємодії. Тобто, це такий процес, коли при взаємодії об'єктів один об'єкт передає її іншому, а той отримує і зберігає її, перший же об'єкт при цьому її не втрачає. Але цей процес принципово відрізняється від процесу обміну речовин та енергії, що відбувається в природі. В інформатиці під інформацією розуміють абстрактне відображення виразів, графічних зображень, висловлювань.

З філософської точки зору, інформація – це абстрактна категорія, що пов'язана з процесом пізнання людиною середовища, що її оточує. В етимологічному розумінні, термін «інформація» виник на основі латинського слова «informatio», яке тлумачилось як повідомлення, пояснення, вираз тощо.

Для інформаційних технологій та комп'ютерних систем інформація – це деяка послідовність символічних значень (букв, цифр, закодованих зображень, звуків тощо), що несе таке змістове навантаження, яке сприймається комп'ютерами різних систем. Тоді інформація має: зовнішню форму, тобто її представлення; значення, тобто її абстрактний зміст; ставлення до реальності, тобто зв'язок абстрактної сутності з дійсністю.

Нова інформація (або новини) має такі складові:

- досвід сприйняття та оцінку реальної дійсності (був колись єдиним шляхом отримання новин);
- умови генерації нової інформації, як процес отримання нових знань;
- евристику, що включає в собі засоби «проб і помилок» та несподіваних відкриттів і фантазію;
- цілеспрямований пошук (це наукові відкриття, знахідки, технічні рішення тощо).

Крім того, ми маємо зважати, що сучасною для країн Заходу є концепція Governance (80 – 90 pp. XX ст.) та її різновиди:

- Good Governance (досконале або належне управління),
- Responsive Governance (відповідальне управління)
- Democratic Governance (демократичне управління).

Ця концепція розвиває попередні наробки стосовно управління та ґрунтується на: більшій увазі держави до інтересів громадянського суспільства; розширенні участі його суб'єктів у державному управлінні (громадян, громадських організацій, бізнес-структур); відкритості влади щодо громадського контролю; засадах самоорганізації та міжорганізаційних мережах, для яких характерними є взаємозалежність, обмін ресурсами, правила

гри і слабка залежність від держави. А звідси ми виокремимо, ще й такі похідні поняття, як:

Горизонтально-координуючі зв'язки – це асоціативні форми організації й управління, координації і реординації; залучення підлеглих до прийняття рішень; діалог, узгодження, комунікація з впливовими громадськими та опозиційними структурами; належне співвідношення централізації і децентралізації; корпоративізація державного управління;

Створення інформаційних ресурсів – це домінування держави у різних сферах суспільства за партнерської участі з громадськими структурами; ефективне управління адміністративно-територіальною реформою на основі оптимізації співвідношення: централізація – децентралізація.

Феномен політичної культури – це достатньо консервативна та розмаїта ціннісна система взаємодій і взаємовпливу індивідуальної політичної культури та суспільства, що складаються у процесі політичної соціалізації й за певних умов піддаються вихованню та викривленню.

Суспільно-політичні комунікації – це модель політичної комунікації, що базується на діалоговому форматі влади та населення. В її основу мають бути закладені фундаментальні права людини, при цьому сама комунікація повинна виступати інструментом формування громадської думки на підставі демократичної політичної культури.

Звідси ми розглядаємо, що демократична політика може бути лише публічною, тобто такою, де окремі особи і групи людей повідомляють співгромадян про свої погляди, плани й очікувані результати. Цей демократичний простір обміну думками настільки важливий, що вільна преса традиційно розглядається політичною теорією як основа демократії. Більше 150 років тому А. де Токвіль зазначив: «Що більше я розглядаю незалежність преси і її принципово важливі наслідки, то більше я переконуюсь, що в сучасному світі вона є головним чи навіть основоположним елементом свободи» [156, с. 128].

Поза сумнівом, ця думка справедлива і сьогодні. Проте особливості медійного середовища на початку ХХІ ст. і нові способи представлення в ньому політики змушують заново оцінити зв'язки у трикутнику «медіа— політика — демократія». Українські реалії дають багатий матеріал для такого аналізу.

К. Сандерс визначає політику як «людську діяльність, у ході якої різні інтереси залучених до неї груп приводяться до згоди у встановленому порядку, причому ця діяльність включає слова і вчинки як в їх функціональному, так і в символічному значенні» [198, с. 20]. Проте таке визначення включає поняття згоди, використання якого справедливе лише в усталених демократіях. Але в українських умовах доцільніше спиратися на визначення Ш. Муффа, що не відкидає конфліктності. Вона пропонує розглядати політику як «систему практик, дискурсу і переконань, що спрямовані на організацію певного порядку і на організацію людського співіснування в умовах, які завжди потенційно призводять до конфлікту» [111, с. 61].

Для аналізу політичної комунікації може використовуватись її визначення з точки зору теорії систем. Дж. Блумлер і М. Гуревич визначають політичну комунікацію як систему, що складається з політичних інституцій в їх комунікаційних аспектах; медійних інституцій в їх політичних аспектах; налаштованості суспільства до політичної комунікації; комунікаційно-релевантних аспектів політичної культури [181, с. 235].

Більш змістовно-орієнтоване визначення дає Б. Макнейр: «Політична комунікація — це спрямована на досягнення певних цілей комунікація про політику, що включає комунікацію політичних акторів з метою досягнення визначеної ними мети, а також всю комунікацію, що спрямована до них і всю комунікацію щодо них і їх діяльності» [194, с. 70]. При цьому особливо важливу роль відіграють актори, які можуть діяти стратегічно завдяки володінню певною владою, тобто матеріальними і символічними ресурсами, здатними змінювати політичний простір.

Для розуміння влади в політичній комунікації важливим є зауваження Н. Лумана: «Владу слід відрізнити від примусу. У своєму крайньому варіанті

примус зводиться до застосування фізичного насильства і тим самим до підміни власними діями влади тих дій людей, які влада не в змозі викликати. Здійснюючи примус, той, хто його практикує, покладає на себе тягар відбору і прийняття рішень. У більшості випадків можна стверджувати, що до примусу і насильства вдаються через брак влади» [101, с. 66].

За умов демократизації суспільства набуває актуальності питання про визначення моделі політичної комунікації. Сучасні політологи під цю модель адаптують класичну парадигму Г. Лассвелла, згідно з якою комунікація розглядається як структура, співвідносна до відповіді на запитання: хто повідомляє – про що – яким каналом – кому – з якою метою – з яким ефектом [122, с. 162]. Пізніше модель комунікативного процесу Г. Лассвелла була вдосконалена за рахунок введення принципово важливих для владно-управлінських відносин елементів зворотного зв'язку. В результаті змінилося й розуміння самого процесу комунікації, в якому усі компоненти пов'язані причинно-наслідковими рівнями. Подальшому вдосконаленню моделі сприяло введення додаткових компонентів – джерел інформації, умов проходження комунікації, складу аудиторії та, нарешті, мови як засобу комунікації.

Багато в чому структуризація природи комунікативного повідомлення впливає з характеристики суб'єкта комунікативного процесу. У фаховій літературі час від часу висловлюються пропозиції взагалі відмовитися від поняття «суб'єкт комунікації», від фіксації суб'єктів як важливих елементів системи комунікації, розчиняючи цю проблему в переліку «діючих сил» даної системи та акцентуючи при цьому увагу на суто юридичних аспектах: провідними суб'єктами визначаються власне засновники – «державні чи громадські організації, професійні і творчі спілки, асоціації і товариства, групи громадян, що створюють видання і програми, організовують і спрямовують їхню діяльність, як це зафіксовано в реєстраційному статуті» [132, с. 5].

Проте, на думку Т. Науменко, суб'єктами комунікації є соціальні групи, що реалізують свої потреби, пов'язані із забезпеченням умов власного існування. У цьому випадку – умов, пов'язаних з необхідністю внесення в

систему свідомості соціальних орієнтирів на основі власних світоглядних парадигм, матеріалізованих у формі їхніх групових ідеологій [113; 114, с. 67].

Конкретизація такого визначення до рівня політичної комунікації має на меті відокремлення категорії суб'єктності в контексті політичної науки, адже до числа суб'єктів політики належить кожен, хто прямо чи опосередковано бере участь у політичному житті. Ними можуть бути громадяни та організації, суспільні класи і партії, етнос і держава. Існує думка, що суб'єктами політичної комунікації виступають переважно активні учасники політичного процесу, які свідомо висувують політичні цілі й ведуть боротьбу за їх досягнення.

У контексті демократизації суспільства слід відзначити, що подібна позиція штучно обмежує коло таких комунікаторів лише політичними інститутами, елітами та лідерами, залишаючи поза його межами абсолютну більшість рядових виборців. Особливо ж тих, хто з різних причин не бере участі в голосуванні. Хоча, як зазначає М. Грачов, посиляючись на авторів англо-американського «Словника політичного аналізу», саме категорія виборців, які не обирають, виступає важливим індикатором суб'єктної активності в системі політичної комунікації так само, як і носії інших символічних актів несприйняття процедур реалізації виборчого права [32, с. 29].

Зрозуміло, що від участі в політиці в будь-яких її формах не може відмовитися ніхто. Інша справа – ступінь цієї участі, надання суб'єктові владних функцій у рамках демократичного процесу. Така участь може коливатися від рядового виборця до обтяженого величезними повноваженнями глави держави.

Для основи класифікації суб'єктів політичної комунікації оптимальною, на нашу думку, є система Г. Алмонда, що передбачає виокремлення трьох ступенів індексів участі у політиці, а саме: стихійна участь у політиці; участь напівсвідома – розуміння сенсу ролей за безпечного підпорядкування їм як чомусь наперед заданому, безспірному; цілком свідомою участю, утвердження своїх усвідомлених інтересів і цінностей.

З огляду на це визначаємо три основні суб'єкти політичної комунікації в умовах демократизації суспільства.

Перший – інституціональний, яким є глава держави, парламент, уряд, судова гілка влади, політичні партії, органи місцевого самоврядування тощо.

Другий – соціальний, себто індивіди та різні соціальні спільноти: соціально-класові, етнічні, демографічні, професійні тощо.

Третій – функціональний, яким виступають передовсім засоби масової комунікації. Дуалізм цієї категорії в системі політичної комунікації полягає у суб'єктності ЗМК в частині створення власної інформації, з одного боку, та системності як засобу передачі інформації – з другого.

Іншими словами, засоби масової комунікації (в усьому обсязі їх змісту, тобто колективи редакцій, технічні засоби тощо) виступають як основні складові комунікації. Кожен із учасників цього процесу також є суб'єктом, проте суб'єктом іншого особистісного рівня. Журналіст, який створює власний інформаційний продукт, є по суті суб'єктом своєї професійної творчої діяльності з виробництва текстів, які реалізують його особистість як публіциста. Власники ЗМК виступають суб'єктами політичної комунікації, оскільки вони визначають позицію комунікатора чи, як ми кажемо, «обличчя газети». У тих випадках, коли ЗМК є державним суб'єктом, відповідно, виступає держава.

Саме вона визначає інформаційну спрямованість того чи іншого ЗМК, що впливає на громадян відповідно до мети, яку держава в особі домінуючого суб'єкта влади вважає необхідним визначити. Громадяни можуть (чи не можуть) вплинути на державу в її рішенні вести ту чи іншу комунікативну діяльність. Якщо вони цього не роблять, то держава в особі домінуючого суб'єкта політичної влади на свій розсуд може враховувати чи не враховувати думки громадян з огляду на знову ж таки права суб'єкта політичної комунікації на реалізацію власної програми [38].

Різноманітні як за методами передачі, так і за жанрами носії політичної комунікації виступають предметом аналітично-синтетичної критики з метою

їх структурної формалізації. В інформаційному забезпеченні конституційної реформи спостерігаємо нині доволі помітний в комунікативному процесі конфлікт інтерпретацій, що полягає у співвідношенні релевантної (офіційної) і нерелевантної (супровідної) інформації, а також боротьбу, зіткнення інтересів різних суб'єктів політичної комунікації. Розкриваючи сутність комунікативного конфлікту інтерпретації, Ю. Хабермас зазначає, що «інтерпретатори самі виявляються втягнутими в обговорення проблем. Беручи участь в комунікативних діях, вони в принципі набувають той самий статус, що й їх учасники, чию думку вони прагнуть зрозуміти. Інша проблема полягає в тому, що в мову інтерпретатора часто потрапляють ціннісні судження» [166, с. 52].

Саме остання обставина актуалізує проблему введення до інформаційного простору, на противагу інтерпретаторам офіційної інформації, законопроектів щодо внесення змін до Конституції України про рівень багатоканальної комунікативної мережі. Проте цього не сталося. Натомість набули особливої ваги ситуації комунікативного конфлікту і в суспільній свідомості, і в ЗМК. За таких умов суб'єкти політичної комунікації персоніфікуються, набуваючи статусу лідерів думок. Розвиваючи цю тему, К. Імхоф пише про медійно-драматургічну переоцінку ситуації, переважно через відбір політичних конфліктів та їх акцентуацію, зумовлену також конкурентним продукуванням подій [66, с. 28].

У подальшому такий процес неминує переходити у площину так званої неформальної комунікації. Переважно неформальні масові комунікативні явища в політичній психології розглядалися як категорія «стихійна поведінка». Проте політичний досвід українського суспільства останнього десятиліття засвідчив: їхня стихійність доволі умовна. Виявилось, що значною мірою вони є керованими, спрямованими та контрольованими, оскільки часто самі неформальні комунікативні процеси є найефективнішими каналами PR-впливу. Саме тому найкращими прикладами такого впливу стали ситуації, коли через формалізовані ЗМК запроваджується механізм неформальних

комунікацій. Наприклад, такий наслідок мають повідомлення, пов'язані з поширенням так званого компромату. У найефективніших формах вони стають базовими для виникнення чуток, які звеличують чи дискредитують конкретних політиків. Згодом чутки набувають статусу самостійного носія неформальної комунікації і проникають до інформаційного простору політичної системи суспільства. Вивчення закономірності циркуляції чуток у політиці особливо важливо з двох причин. По-перше, чутки – це суттєва форма самовираження суспільних настроїв. По-друге, це один з ефективних каналів впливу на політичну поведінку – індивідуальну, масову, елітну.

Треба взяти до уваги й те, що зазначені носії неформальної комунікації виступають одним із важливих інформаційних елементів таких комунікативних дій, котрі разом з інтерпретаторами комунікативних потоків, діями лідерів думок складають мотиваційну основу для проявів спеціальних форм масової активності у вигляді публічних акцій, мітингів тощо. Саме тому в процесі структуризації моделі політичної комунікації важливим елементом її оцінки має бути остання її складова, а саме – з яким ефектом діє комунікативне повідомлення в його суб'єктно-об'єктному взаємозв'язку.

При здійсненні аналізу політичної комунікації в Україні важливо враховувати, що влада як матеріальний і символічний ресурс не зосереджується виключно в руках Президента чи Кабінету Міністрів, вона є у різних акторів, зокрема і в опозиційних. Як стверджував М. Фуко: «Не існує єдиного центру, звідки би впливали відносини влади, але існує переплетіння владних відносин, яке в підсумку і робить можливим панування одного суспільного класу над іншим, однієї групи над іншою» [165, с. 144]. Відносини влади постають у вигляді владної комунікації, яка є особливо важливою для аналізу засобів політичної комунікації.

Розуміння політичної комунікації як системи, спрямованої на організацію порядку і співіснування людей, робить можливим постановку питання про її роль у формуванні характеристик такого порядку. Адже цей порядок, тобто система відносин, може бути демократичною, авторитарною, тоталітарною,

вона може зазнавати більшого чи меншого впливу глобалізації чи модерну. Спираючись на таке розуміння можна сформулювати певний набір вимог до політичної комунікації, необхідних для розвитку демократії, реалізації прав і свобод громадян [40].

Перше. Політична комунікація неминує комунікує конфліктні позиції, які не допускають раціонального розв'язання шляхом переконання однієї з протидіючих сторін силою аргументів і добровільного прийняття спільного блага в умовах повної рівності. В цьому полягає різниця у термінах, якщо скористатися висловлюванням Б. де Жувенеля, стосовно смислового співвідношення між науковим і політичним [185, с. 108]. Політичні проблеми принципово не можуть бути зведеними до наукових, в цьому причина нездійсненності всіх пост-політичних утопій (від марксистського «відмирання держави» до ліберального «кінця історії»). Потенційно конфліктні рішення політичних проблем приймає і реалізує влада.

Друге. При аналізі політичної комунікації дуже важливо розуміти, що «політичність» притаманна не лише таким явищам як держава, влада, парламент, вибори. В українських умовах вона стає притаманною тим явищам, які нібито є не політичними за визначенням – родина, церква, спорт, наука. Приклад – спільний з Польщею чемпіонат по футболу (2012 р.).

З іншого боку, при аналізі важливо показувати необхідність включення до політичної комунікації тих предметів, які влада виводить з політики. Насамперед, це стосується економічної сфери, де механізми захисту інтересів певних груп бувають настільки відпрацьованими, що можуть сприйматись як економічні закони. Як зауважив А. Лернер: «Економіка завоювала титул королеви соціальних наук коли вибрала в якості своєї сфери досліджень ті проблеми, які вже були вирішені політично» [199, с. 15].

Третє. Неможливість зведення політичних проблем до наукових не означає, що розум і раціональність є несуттєвими в політичній комунікації. Понад те, «об'єктивні закони історії» чи формули на зразок «політика є концентрований вираз економіки» не можуть бути підставою для розуміння

політичної комунікації чи її аналізу. Маємо виходити з того, що вся політика, порядок нею створений і, відповідно, її комунікація є результатом людської діяльності. Політичні актори прагнуть діяти стратегічно, максимізуючи чи оптимізуючи свій інтерес так, як вони його розуміють.

Четверте. Політичний реалізм не є синонімом політичного цинізму і в аналізі політичної комунікації мають виділятися і враховуватись моральні імперативи. Маємо вражаючий приклад політичної комунікації М. Горбачова, аналіз якої був би неадекватним без врахування «нового політичного мислення». Отже, аналіз має розкривати форми і способи участі морального, а не лише раціонального (інструментального) розуму в політиці та її комунікуванні.

П'яте. Стабільність демократії вимагає, щоб політична комунікація розряджала іманентний політиці антагонізм. Недосяжним є ототожнення партикулярного інтересу певної соціальної групи з інтересами суспільства в цілому (наприклад, «безкласове суспільство в результаті перемоги пролетаріату» в марксистському розумінні). Тому важливою є конкретизація на зразок «в чіьх інтересах здійснюється дана політика?» або «хто визначає межі між «ми» і «вони» і про чію ідентичність іде мова?

Шосте. Для демократичного розвитку потрібна чітка артикуляція і представлення в політичній комунікації конфронтуючих політичних позицій. Якщо в політичній комунікації цього не відбувається, зростає небезпека виродження демократичної політичної боротьби і перетворення такого протистояння у зіткнення між цінностями різного порядку, які не підлягають обговоренню суб'єктами такого дискурсу.

Сьоме. Щоб гарантувати демократію, політична комунікація має встановлювати невід'ємне від політики розділення ми/вони таким чином, щоб воно сполучалося з визнанням плюралізму. «Інший» має поставати в ній не як ворог, що підлягає знищенню, а як суперник, з позицією якого можна боротися, але його право захищати цю позицію ніколи не буде поставлено під сумнів. В цьому контексті важливим є комунікування «страху перед жорстокістю», в її

різноманітних правових, економічних та всіх інших іпостасях, як його визначає Ю. Шклар [201, с. 90].

Восьме. Можливо, найважливіше. Аналіз політичної комунікації, як уже говорилося вище, не може знайти «об'єктивну» позицію в оцінці політичної комунікації. Звідси виникає питання про достовірність результатів аналізу і про систему координат для оцінки демократичної чи недемократичної спрямованості певної комунікації.

Таку систему координат пропонує сучасний соціальний лібералізм, що спирається на роботи Д. Ролза, Б. Кроче, П. Кругмана. Як зазначає Б. Капустін, «гноблений, що підіймається проти гноблення, є конкретною історичною істиною, яку в специфічній ситуації має відкривати політична філософія, що залишається вірною собі» [71, с. 16]. Відповідно, істинності політиці і політичній комунікації надає звільнення від гноблення. Це дуже важливо в українській ситуації, де демократична політика, щоб мати сенс, повинна організувати порядок і забезпечити співіснування людей, більшість з яких перебувають на межі бідності або за цією межею.

Таким чином, попри всю складність проблеми оцінки політичної комунікації з точки зору розвитку і укорінення демократії, можна запропонувати певний цілісний набір характеристик демократично спрямованої комунікації, який не є вичерпним і може розвиватись, але відкриває можливості для аналізу політичної комунікації з точки зору ліберальних підходів до політики. Такий аналіз на основі виділених характеристик необхідний для повнішого розуміння спрямованості політичних процесів, що відбуваються в Україні.

Висновки до Розділу 1

Вивчення стану розробки даної тематики, науково-бібліографічний пошук та аналіз відповідних вітчизняних і закордонних джерел щодо еволюції мас-медіа на сучасному етапі глобалізації, оцінка методологічних та понятійно-категоріальних засобів знань дозволили зробити такі висновки.

Розробка даної тематики перебуває ще в стадії становлення. Тому на сучасному етапі вивченості потрібна низка досліджень зі споріднених та близьких за змістом наукових дисциплін. Це політологія, правознавство, філософія, психологія й праці з проблем національної безпеки тощо. Історіографія дослідження поки що є дуже звуженою і реально спирається тільки на деякі фрагментарні та епізодичні праці від кінця XX ст. – початку XXI ст. і дотепер.

Методологія дослідження є комплексною і базується на синтезі деяких відомих наукових методологій (таких, як системний підхід, логічний аналіз, синергетика та моделювання). Комплексність обумовлена, у тому числі, нормативними актами й законами України. Перевірка достовірності складових запропонованої порівняльно-синтезованої комплексної методології може проводитись на основі методів їх верифікації.

Науковий дискурс щодо понятійно-категоріального апарату політичних комунікацій триває та буде продовжуватись далі, поглиблюватись у процесі розвитку політичних систем. Політичні комунікації, як реальність, постійно вдосконалюються, набувають нових ознак, рис і можливостей. Вони суттєво розширюють дієвість системи державного управління.

Суттєве постійне поширення функцій та змістовних основ політичних комунікацій потребує подальших досліджень і наукових розвідок, осмислення взаємозв'язку означених вище комунікаційних процесів як з іншими різновидами комунікацій, так і з внутрішніми явищами політики: політичними інтересами, політичними цінностями тощо.

Загальні зміни, що відбуваються в процесі глобалізації, у сфері ЗМІ, в інформаційно-комунікаційних технологіях тощо, не завжди оперативно й

адекватно осмислюються в наукових дослідженнях сьогодення. Це стосується й феномена політичних комунікацій. Отже, науковій спільноті слід приділити більше уваги глибині та якості відповідних досліджень з урахуванням причин і наслідків, принципових змін та трансформацій соціокультурного, технологічного, гуманітарного характеру, що мають суттєвий відбиток у політичних процесах.

В основі дійсно демократичної моделі політичних комунікацій, що повинна сформуватися в Україні, буде встановлено рівноправний, прозорий і відвертий діалог та обмін політичною інформацією в умовах ефективного функціонування політичних комунікацій між владою, політичними силами і громадським суспільством та індивідами.

Понятійно-категоріальний апарат даної тематики дослідження ще не сформований остаточно. Тому проведено порівняльний аналіз тих понять, які тим чи іншим чином є близькими, спорідненими тощо. Вони класифіковані за декількома групами, що відрізняються ступенем розробленості відповідних наукових напрямів. Це дає змогу надалі переходити до складних синтезованих понять.

Для втілення курсу держави до демократії та європейських стандартів, належного врядування, покращення якості управлінської діяльності функціонуюча публічна адміністрація України проходить жорсткі випробування, долаючи несподівані нові виклики, зовнішні загрози та кризові явища, що спричинені глобальною невизначеністю.

Матеріали цього розділу висвітлено в публікаціях:

Дабіжа В. В. Масова комунікація як система соціальної взаємодії. *Актуальні проблеми державного управління* : зб. наук пр. Одес. регіон. ін-ту держ. упр. Одеса. 2014. №2 (58). С. 29–32.

Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційно-комунікаційна складова процесу прийняття політичних рішень. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2014. Серія 22. Вип. 15. С. 27–34.

Дабижа В. В., Кислов Д. В. Государственные и политические коммуникации: понятийный аспект в свете теории ноосферы. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2014. № 2 (40). Ч. 1. С. 53–56.

Дабижа В. В. Сучасний науковий дискурс щодо визначення поняття «політичні комунікації». *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2012. № 3. С. 146–154.

Дабижа В. В. Інструментарії мас-медіа як засіб політичної комунікації в умовах глобалізації. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2012. Серія 22. Вип. 8. С. 67–72.

РОЗДІЛ 2

МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЕМОКРАТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА СУЧАСНОСТІ

2.1 Політична комунікація в умовах викликів сучасного життя

Аналіз функціонування політичних комунікацій сучасності залежить від багатьох різноманітних факторів і впливів. Серед них головними виступають умови глобалізації, що впливають на еволюцію ідей, концепцій та інструментарію політичних комунікацій, а також на безпосередні форми їх конкретного втілення.

На сучасному етапі розвитку кожна галузь господарювання і кожна наукова дисципліна використовує з базового слова «communicatio» тільки ту смислову його частину, яка дозволяє вирішувати внутрішньогалузеві і внутрішньодисциплінарні завдання в адекватному тлумаченні термінів і відповідно з тими завданнями, які ці напрями людської діяльності повинні нині реалізовувати. Причина такого стану справ в стрімкому розвитку відповідних галузей науки і технологій.

Деякі дослідники відносять поняття комунікацій до основи будь-яких спільнот: держав, цивілізацій, надцивілізацій, а також культурологічних та мережових субкультур, в тому числі маргінальних, злочинних і терористичних структур. Крім того, новітні парадигми філософських, політичних, соціологічних і психологічних теорій пов'язують поняття «комунікація», «буття» і «свідомість» як послідовно певні і найбільш важливі (базові) в розвитку цих наук. Виник, наприклад, впливовий сучасний напрям в західній філософській думці – комунікативна практична філософія [53].

Доцільно також зазначити, що фахівці різних шкіл, які проводять цивілізаційні, політологічні та культурологічні дослідження, єдині в твердженнях, що саме в наш час формується глобальна комунікаційна

парадигма для ХХІ ст. На думку О. Зернецької, людство вступило в «століття комунікативного простору», якому вкрай необхідне нове «детальне філософське осмислення». В цьому просторі відбуваються процеси і явища на основі «цілого спектра нових методологій для його глибокого вивчення» [47; 48]. Однак постмодерністський сучасний науковий дискурс привів до того, що досі представники різних наукових шкіл принципово по-різному продовжують тлумачити зміст поняття комунікації навіть у контексті політичної комунікації. Найбільш продуктивним, очевидно, варто вважати напрям, що зв'язує поняття «організованість», «керованість», «комунікативність», «ієрархія», «інформація», «комунікації», «соціум» і «ноосфера» в єдиний ланцюжок цивілізаційного розвитку людства. Тоді наукові погляди і пророцтва таких видатних вчених, як В. Вернадський і П. Сорокін щодо перспективних шляхів розвитку людства вишикуються в цілісну парадигму прийдешньої цивілізації. Виходячи, наприклад, з критерію організованості, за П. Сорокіним, можливо оцінити роль комунікацій в процесах розвитку кризових ситуацій, розпаду, нової консолідації і стабілізації соціальних систем [128]. Постановка питання про циклічність соціального і економічного розвитку, що представлена в працях П. Сорокіна і особливо Н. Кондратьєва, відкриває перспективи використання їх синтезованого методу для аналізу широкого циклу соціально-економічних і політичних явищ, в яких задіяні всі відповідні види комунікацій. Ці підходи повинні бути змодельовані в контексті вчення В. Вернадського про ноосферу, що дозволить вийти на забудівлю перспективних моделей і прогнозів розвитку майбутнього надцивілізаційного суспільства.

Розвиваючи ідею організованості, К. Дойч, в свою чергу, вважав, що чим більш організованим становиться суспільство в цілому, тим швидше і сильніше зростає потреба в комунікації як «соціально стандартизованої системи символів», яка включає мову, а також необмежену кількість кодів (алфавіти, системи письма, всі художні витвори, математичні розрахунки і т.д.). Ці коди містять інформацію, яка зберігається на матеріальних носіях, в тому числі в

бібліотеках, фонотеках, відеотеках, архівах, засобах масової інформації, скульптурах і архітектурі, дорожніх знаках і графічних розмітках тощо [48, с. 546].

Слід зважити й на те, що рівень політичної комунікації в умовах сучасних викликів світового господарства впливає на взаємозв'язок і взаємозалежність національних політекономічних систем. Ці виклики призводять до загострення існуючих і виникнення нових суперечностей, які мають різні форми. За останню чверть століття людство пережило різноманітні світові та регіональні банківські, фінансові та економічні кризи (наприклад, 1997–1998 рр., 2008–2010 рр. та COVID-2019 р., що продовжується і в наш час); геополітичні протистояння у вигляді загострень міждержавних і міжнародних відносин; локальні та громадянські війни; повстання й інші перманентні соціально-політичні заворушення (Південь Африки, Близький Схід, СНД) .

Суперечності почали охоплювати всі сфери суспільної життєдіяльності, оскільки диверсифікуються форми і напрями міжнародної конкуренції. Наприклад, у сфері боротьби за володіння й контроль за природними, технологічними, інформаційними, інтелектуальними, трудовими та іншими ресурсами [2, с.101].

Мас-медійні системи світового і національного рівнів не залишаються осторонь цих всеохоплюючих процесів. Вони опинились у стані подвійного та потрійного тиску всіх сучасних викликів, що характерні для світової спільноти. Як четверта влада, як засоби масової інформації та комунікації, як одна з господарчих структур і як система зворотного зв'язку мас-медіа одночасно віддзеркалюють у світовий інформаційний простір усі прояви сучасних світових протиріч і кризових явищ. Суспільство вимагає від ЗМІ відображення жорстких глобальних протиріч, катастроф та інших негативних явищ, осмислення сутності і причин цих явищ.

Саме тому теоретична база мас-медіа постійно поширюється за допомогою методології різних галузей знань: політології, соціології, правознавства.

Проте з успіхами та доповненнями інформаційно-технологічної революції 90-х рр. XX ст. мас-медійна галузь набула домінуючого значення, увійшла в стратегічні плани перспективного розвитку держав, у тому числі на початку XXI ст. і в Україні [118].

Таким чином, у постіндустріальну добу, коли сфера важкої індустрії витискалась сферою послуг, насамперед, інформаційних, почали формуватись і нові ідеї про інформаційну та комунікаційну природу суспільства, виникнення всесвіту. Вперше ідея і термін «інформаційне суспільство» були сформульовані в Японії професором Токійського технологічного інституту Ю. Хаяші та були підтримані урядом, який вважав дуже важливим для країни, для її економіки в першу чергу визначити принципи й перспективи розвитку комп'ютерних технологій. До розробки цієї тематики хоча і з вузьких економічних позицій в Японії підключились декілька дослідницьких груп учених. Це викликало поштовх до порівняння та аналізу нового напрямку у економічних конкурентів Японії – американців, тому що в цей час з початку 1962 р. до 1973 р. набули поширення ідеї постіндустріалізму американського соціолога Д. Белла [11]. За Д. Беллом, постіндустріальне суспільство будується на теоретичних знаннях, які є його визначальним принципом, а також джерелом інновацій та основою формування загальної політики (тобто, знання є базисом політики).

Це означає, за Д. Беллом, що новим домінуючим класом є клас професіоналів (виконавців), який у всіх сферах діяльності (економічній, політичній і соціальній) здійснює підготовку матеріалів до прийняття управлінських рішень за допомогою новітніх інтелектуальних технологій. Але основний вплив на обґрунтування цих рішень здійснює вже новий інтелектуальний клас [12]. Пізніше Ф. Уєбстером була розроблена теорія інформаційного суспільства [158].

Соціальні, психологічні, політичні, культурологічні аспекти цієї ідеології склали основу цивілізаційної теорії «Третьої хвилі» викладеної Е. Тоффлером [202]. Відтоді зусилля теоретиків були спрямовані на обґрунтування основних положень інформаційного суспільства, виявлення основних факторів впливу його основних характеристик на людину. Це призвело до розгортання у багатьох країнах рухів на підтримку і впровадження основних положень і принципів існування та розвитку інформаційного суспільства. В грудні 2003 р. на Світовому саміті з питань інформаційного суспільства був прийнятий проект «Декларації принципів» такого суспільства, під яким поставили підпис представники 161-ої країни [62, с. 266].

Серед основних принципів інформаційного суспільства можна визначити такі: представлення всіх можливостей сучасної цивілізації для використання на благо конкретної людини задля розкриття її можливостей та цілковитої самореалізації; генерація, впровадження та обмін нових продуктивних ідей та знань, як основного національного капіталу і основи стабільного розвитку держави; гармонійне поєднання високих темпів технологічного розвитку з принципами гуманізму, відкритості та відповідальності суспільства за всіх його членів.

На жаль, це декларативне осмислення необхідних принципів розвитку людства не призвело до реального втілення його змісту в практику розвитку глобалізації.

Отже, комунікативна складова всіх форм життєдіяльності людства є в сучасних умовах визначальною щодо розуміння глобалізації. Це викликає постійне зростання соціальної напруги. Логічно виникла спокуса застосування мас-медійного потенціалу щодо зменшення загальної світової напруги. Але в середовищах, які зацікавлені в розростанні хаосу й невпевненості мас і урядів деяких країн, погляди на мас-медіа є прямо протилежними.

З початку XXI ст. виникла значна кількість наукових публікацій та наукових досліджень у різних галузях знань (політології, права, філософії, соціології), які присвячені як схваленню, так і жорсткій критиці глобалізації.

Такі праці з'явилися як на Заході, так і в деяких країнах колишнього пострадянського простору [13; 131; 190].

На початку другого десятиріччя ХХІ ст. виникають ще новіші ознаки сценаріїв подальшого розвитку людства як процесу перманентних неминучих кризових та посткризових явищ, що впливають на психічне здоров'я мас. Перші ознаки такого впливу були визначені ще напередодні криз сьогодення і отримали назву медіа-парадоксальних [8; 79]. Це було викликано відчуттям погіршення соціально-економічного становища багатьох країн світу, наслідком значного зростання безробіття, яке не вдається подолати навіть у розвинутих країнах, на які фінансово-економічна криза мала значний вплив (США, Італія, Іспанія, Ірландія, Греція). Намагання вирішити ці проблеми або хоча б їх нівелювати в межах неолібералізму, на чому наполягають правлячі кола, апологети та ідеологи такого світового устрою, особливо в США, не дає і не може дати апріорі довгострокових позитивних результатів. Не можуть вирішити ці проблеми й заходи жорсткої економії, скорочення бюджетних робочих місць, наступ на соціальні досягнення минулих років тощо [79]. Ці засоби гальмування спаду та продовження стану застою світового економічного розвитку не можуть призвести до радикальних позитивних зрушень загальносвітового соціально-економічного й морально-психологічного стану країн, жорстко пов'язаних із глобалізацією.

Така ситуація неминуче веде до зростання соціальної напруги та нових соціальних конфліктів, що вже яскраво дали про себе знати в Греції, Великобританії, Франції, Іспанії, в країнах, що були колоніями деяких цих метрополій. Це яскраво відбилось у подіях, що почалися в Алжирі та Тунісі (як колишніх колоніях Франції, що і досі пов'язані з її сучасною економічною системою). Тоді у рамках «арабської весни» тільки протягом декількох місяців заворушення і протиборства охопили практично все Південне Середземномор'я: Лівію, Єгипет, Сирію та країни Перської затоки.

Через щільну комунікаційну складову будь-яке суттєве явище національного чи регіонального масштабу відбувається у багатьох інших

місцях планети. Глобалізаційні процеси безпосередньо впливають на стан безпеки окремих держав та міжнародної спільноти в цілому.

З позицій інформаційно-комунікаційного розвитку, глобалізація – це процес всесвітнього розповсюдження інформаційних технологій, продуктів систем, що передбачає економічну та культурну інтеграцію. Вказані процеси глобалізації можуть призвести до формування глобального менталітету як умови попередження міжцивілізаційних конфліктів [54; 78]. Загалом же існуюча на наш час організація влади та способи підтримки політичних контактів правлячої еліти і населення набувають інших соціально-орієнтованих обрисів.

По мірі включення в державну політику нових видів політичної комунікації й формування відповідних механізмів управління представництвами, які відображають держані та цивільні інтереси суспільства, виникають передумови для іншого типу спілкування верхів та низів. Розвиток виборчих, партійних та інших політичних структур, які виконували посередницькі функції у відносинах влади і суспільства, поступово забезпечив стійкий інформаційний зв'язок між народом та владою, їх постійне спілкування. Іншими словами, поява різноманітних інститутів представництва та еволюція держави як інституту влади сприяли виникненню двосторонніх інформаційних контактів елітарних і неелітарних верств, міцних політичних комунікацій між цими контрагентами. Плюралізація інтересів громадян і ускладнення контактів держави з партіями та асоціаціями громадянського суспільства призвели до сегментації інформаційного простору, інтенсивного формування різних інформполів, диверсифікації владних комунікацій.

Інформація про взаємні позиції різних груп населення стосовно влади або про її ставлення до тих чи інших об'єднань громадян стала важливим політичним ресурсом. Точніше, вона знайшла статус часткового ресурсу, оскільки виступала не в якості самостійного джерела влади, а як спосіб відображення тих чи інших інтересів, потреб, позицій, суджень і оцінок. Саме сукупність і боротьба інтересів як таких були найважливішим джерелом і

достатньою підставою для формування нових політичних порядків. Разом з тим ці інтереси та ситуації, що ними викликані, обумовили появу різноманітних учасників інформаційного простору.

Якщо на початку цього періоду держава домінувала в інформаційному середовищі, а серед його контрагентів в інформаційному просторі не було рівності, то поступове нарощування політичних ресурсів різними групами і корпораціями вирівняло їхні інформаційні можливості. Правда, на пізніх етапах розвитку цього типу суспільства знову виникли нерівноважні, асиметричні інформаційні зв'язки і відносини, викликані концентрацією цього ресурсу у найбільш просунутих у політичному відношенні структур.

Подальша сегментація політичного ринку призвела до того, що закони бізнесу визначили в основному раціональний характер організації політичного дискурсу. В інформаційному полі поряд із традиційними пропагандистськими методиками вперше виникли маркетингові способи організації політичних комунікацій у вигляді піару, інформаційного лобізму, політичної реклами та інших іміджевих технологій.

У міру становлення індустріального суспільства ідеологічна боротьба, що поклала початок розвитку політичного дискурсу, поступово втратила ідейно-непримиренний, конфліктний характер, й інформаційне поле поступово стало розвиватися на основі цінностей ліберально-консервативного консенсусу з його нормами толерантності, громадянської відповідальності індивідів і держави. Ці базові цінності виконували роль метакоду для елітарних та неелітарних кіл, полегшували спілкування і посилювали цілісність і політичного, й інформаційного поля. Одночасно ці процеси започаткували та інтенсифікували міжкультурне і міждержавне співробітництво. Населення отримало можливість виробляти інформаційні продукти, зокрема у вигляді громадської думки, що стало принципово важливим для системи організації влади і розвитку інформаційного поля.

Однак ці медіа-структури не усунули істотних обмежень у поширенні та обсязі одержуваної громадянами інформації, а отже, і в підтримці політичних

контактів (через високу вартість інформації, недосконалості каналів передачі повідомлень тощо). Загалом можна сказати, що в індустріальному суспільстві виникла висока сегментація інформаційного простору і з'явилося безліч полів, насичених рольовими комунікаціями. Ці поля переступили через державні кордони й стали утворювати єдині транснаціональні інформаційні поля і потоки.

Крім того, О. Мелешенко фіксує, що національний інформаційний продукт, зокрема, виготовляється журналістами та іншими представниками засобів масової комунікації на базі новітніх інформаційних технологій та з використанням національних інформаційних ресурсів, у т.ч. Інтернет [107, с. 13].

Отже, можна стверджувати, що політична комунікації та ті зміни, які спостерігаються у царині її функціонування, є своєрідним індикатором стану політичного життя в тому чи іншому суспільстві. Так, на нашу думку, домінуючі в певній державі напрями здійснення політичної комунікації багато в чому вказують на характер політики в цілому.

2.2 Засоби комунікації як інструмент перетворення соціально-політичної дійсності

На відміну від проблеми виробництва громадської думки ні політологи, ні спін-доктора в системі публічного управління практично не приділяють належної уваги засобам цього виробництва. В силу традицій, що склалися під впливом класичних теорій К. Маркса, М. Вебера, Е. Дюркгейма та інших видних теоретиків XIX – першої половини XX ст., які практично не зачіпали питання, пов'язані з впливом засобів комунікації на хід суспільного розвитку, ЗМК в їх соціальній дійсності довго сприймалися як щось само собою зрозуміле і незалежне від соціально-політичних процесів. Інтерес викликають не самі засоби комунікації, а ті інформаційні продукти, які поширюються за їх

допомогою стосовно тієї чи іншої проблеми, яка потребує свого вирішення, в ролі якої найчастіше виступає ідеологія.

Ця позиція, безсумнівно, заслуговує на пильну увагу, проте в зв'язку з нею виникають два серйозних питання. Перша складність полягає в тому, що стосовно людей, частиною повсякденного життя яких стає споживання інформаційної продукції, багато чого приймається без доведення реальності, фактів, явищ, про які йде мова, що, по суті, формує нішу ризикового контенту для системи того ж публічного управління.

Увага дослідників у наш час зазвичай зосереджена на аналізі самих інформаційних продуктів та оцінці результатів їх впливу. Звідси виникає, наприклад, припущення, що в діях індивідів, які споживають стандартизовану і стереотипну інформацію, будуть переважати наслідування і конформізм, що сприяють відтворенню соціально-політичного порядку, який за допомогою механізму влади може бути в кінцевому рахунку спрямований проти самих цих індивідів. Тим часом припущення такого роду чи допустимі, якщо вони не ґрунтуються на ретельному вивченні того, як і в яких саме умовах індивід сприймає ті чи інші інформаційні продукти і включає їх у своє повсякденне життя.

Друга складність полягає в тому, що одним з неминучих наслідків подібної точки зору виступає формування негативних уявлень як про сам механізм політичної комунікації, так і про результати його інформаційного впливу на суспільство. Політична комунікація розглядається, в кінцевому рахунку, як інструмент владного контролю, управління і маніпулювання людьми, за допомогою якого постійно відтворюється в даному разі несправедливий соціально-політичний порядок.

Зрозуміло, що облік конструктивного перетворює характер медійно-політичного впливу і зовсім не передбачає, що теорія політичної комунікації повинна повністю втратити свою критичну спрямованість. Але, мається на увазі, що вона зможе наблизитися до істини тільки в тому випадку, якщо візьме до уваги і некритичні аспекти. Одним з перспективних в методологічному плані

напрямів розробки теорії політичної комунікації представляється синтез трьох досить відомих і продуктивних підходів, взаємне поєднання яких практично не розглядалося в сучасних політологічних дослідженнях. Перший з них – це критична традиція, яка бере свій початок в працях теоретиків Франкфуртської школи. Незважаючи на те, що в останнє десятиліття неодноразово висловлювалися оцінки, які викликають деякі сумніви щодо актуальності та практичної значущості окремих аспектів теоретичної спадщини франкфуртців в сучасних умовах, проте, робота Ю. Хабермаса «Структурная трансформация публичной сферы», з нашої точки зору, і сьогодні заслуговує на серйозну увагу. Ю. Хабермас не розглядав засоби комунікації виключно в негативному світлі. Навпаки, він швидше за все стверджував, що розвиток друку в період пізнього Середньовіччя і початку Нового часу відіграв визначальну роль у переході Західної Європи від абсолютизму до ліберально-демократичних режимів, і що висловлювання критичної громадської думки через ЗМК є життєвою особливістю сучасної демократії і її управлінського апарату. У деяких інших аспектах аргументи Ю. Хабермаса можуть здатися менш переконливими, однак ідея структурного перетворення публічної сфери видається важливим ресурсом для розвитку конструктивної теорії політичної комунікації.

Другий підхід, що має, як видається, не менш важливе значення, сходиться до робіт в області теорії комунікації, перш за все до праць Г. Інніса і М. Маклюєна. Роботи Г. Інніса початку 50-х років були одними з перших, де систематично досліджувалися відносини між засобами комунікації і просторово-тимчасовою організацією влади. Його концепція «зміщення» комунікації прямо стверджує, що різні засоби комунікації припускають різні способи організації політичної влади, наприклад, централізацію або децентралізацію, розширення в часі або просторі. Очевидно, така концепція була настільки розробленою, щоб вичерпно пояснити динаміку взаємин, які складаються між комунікацією і владою в процесі суспільно-історичного розвитку. Проте, Г. Інніс підкреслив той факт, що крім змістовної сторони переданих повідомлень засоби комунікації відіграють дуже істотну роль і в

організації влади. Ця концепція була сприйнята і розроблена іншими дослідниками, в-першу чергу М. Маклюеном, пізніше – Дж. Мейровічем, що об'єднав аналіз електронних засобів комунікації з описом механізмів соціальної взаємодії. Однак цей підхід виявляється недостатньо продуктивним, коли заходить мова про проблеми соціальної організації інформаційної індустрії, про способи впливу засобів комунікації на процеси нерівномірного розподілу влади і ресурсів в суспільстві, а також про те, яким чином індивіди отримують якийсь смисловий зміст з інформаційних продуктів та включають його в своє повсякденне життя.

Третій підхід, який органічно доповнює два інших, – це герменевтика, тобто мистецтво тлумачення, що пов'язана з контекстуальною інтерпретацією символічних форм і бере свій початок в роботах Г.-Г. Гадсшера і П. Рікера [25; 138]. Герменевтика привертає нашу увагу до того факту, що засвоєння будь-яких інформаційних продуктів завжди є хоча і обумовленим контекстом сприйняття, але все ж творчий процес інтерпретації, в якому індивід, намагаючись зрозуміти сенс прийнятого повідомлення, прагне використовувати всі доступні йому інформаційні ресурси. Таким чином, герменевтика категорично не визнає в одержувачів інформації пасивних споживачів, підкреслюючи творчу, конструктивну, повсякденну діяльність особистості по сприйняттю сенсу одержуваної інформаційної продукції тільки у зв'язку з іншими аспектами свого життя і соціального оточення.

Постараємося зробити начерк загальних контурів систематичної теорії політичної комунікації на основі синтезу трьох згаданих підходів, що вже само по собі виходить за рамки їх критичного коментаря і передбачає більш конструктивні і конкретні цілі. Спочатку, на основі широкого соціально-історичного підходу, спробуємо концептуально осмислити роль засобів комунікації в становленні і розвитку сучасного суспільства. Потім спробуємо показати, що розвиток засобів комунікації зіграв принципово важливу роль у зміні характеру соціальних взаємодій, які все більше і більше відривалися від моделі міжособистісного спілкування, прив'язаного до певного місця і часу.

Далі відзначимо, що перетворення в соціально-політичній сфері, які відбулися в результаті розвитку засобів комунікації, впливають на процес демократизації суспільного життя дуже суперечливо. Те ж саме відбувається з впливом ЗМК і на систему публічного управління [186]. Нарешті, спираючись на ідеї герменевтики, висловимо припущення, що деякі з ключових питань політико-комунікаційного аналізу сьогодні можуть бути сформульовані в термінах протиріч між глобальним характером інформаційної продукції і конкретними умовами її засвоєння.

Тепер дуже коротко зупинимося на природі соціально-політичної діяльності і на її співвідношенні з організованими формами влади. Під соціально-політичною діяльністю в найзагальнішому вигляді будемо розуміти дії політичних акторів як індивідів чи соціальних спільнот та організацій, які виражають їхні інтереси, що спрямовані на досягнення деяких цілей в межах, певним чином, структурованих соціальних контекстів. Переслідуючи цю мету, політичні актори приваблюють доступні їм ресурси, під якими ми, відповідно, розуміємо засоби, що дозволяють індивідам, їх організаціям і групам ефективно домагатися відповідних цілей в своїх корінних інтересах і таким чином в тій чи іншій мірі здійснювати владу. При аналізі широких соціально-політичних тенденцій корисно розрізняти кілька форм влади, кожна з яких пов'язана з тим чи іншим видом ресурсів. Ці різновиди носять, перш за все, аналітичний характер: в реальності різні форми влади, як правило, поєднуються одна з одною складним і мінливим чином. Але, виділяючи на аналітичному рівні ці різні форми влади, ми, як видається, зможемо отримати більш чітке уявлення про деякі тенденції, що характеризують розвиток сучасного суспільства. Ми також зможемо ідентифікувати деякі з ключових інститутів, що нагромаджують ті чи інші види ресурсів, які будемо називати «зразковими» або «парадигмальними».

Тепер виділимо чотири головні різновиди влади, які, якщо скористатися типологією їх ресурсів, запропонованої М. Манном, доцільно було б назвати: «економічною», «політичною», «примусовою» та «ідеологічною» [192]. Однак,

на наш погляд, останню назву краще було б використовувати в більш вузькому, інструментальному сенсі, тоді як в даному контексті більш вдалим видається введене П. Бурдьє поняття «символьної влади» («symbolic power»). На відміну від поширеної інтерпретації цього поняття як «символічної влади», що надає йому відтінок якоїсь умовності, незначності, неістотності, будемо використовувати термін «символьна влада». При цьому П. Бурдьє акцентував увагу на використанні символів, точніше – символічних форм (мова, жести, зображення, хайп), що передають деякий смисловий зміст, з метою вплинути на будь-яку дію чи подію, втрутитися в хід їхнього розвитку з будь-якою метою.

У детальному обговоренні перших трьох різновидів влади і парадигмальних її інститутів, в яких вони концентрувалися в міру суспільного розвитку, мабуть, немає особливої необхідності. Коротко зазначимо, що економічна влада оформлялася в рамках виробничих підприємств, які створювалися перш за все на основі капіталу і все більш орієнтувалися на великомасштабне індустріальне виробництво. Політична влада зазвичай втілювалася у формі сучасної національної держави з чітко визначеними межами і централізованою системою адміністративного управління. Уособленням примусової влади ставали військові та воєнізовані організації, які з розвитком сучасного суспільства все більше зосереджувалися в руках національних держав, розташованих на певній території. Звичайно, зазначені процеси інституціоналізації даних форм влади взаємні, вони були і продовжують бути пов'язаними з різними формами конфліктів, що проявляються в одних випадках в місцевому, а в інших – в глобальному масштабі.

Розглянемо докладніше четверту форму влади – символічну, якій у порівнянні з трьома іншими, в літературі приділяється не так багато уваги. Під символічною владою ми будемо розуміти здатність використовувати в процесі соціального управління мову, жести, зображення та інші символічні форми, що передають деякий смисловий зміст. Для здійснення символічної влади люди привертають різні види ресурсів, які ми будемо називати засобами комунікації. Вони включають технічні засоби прийому та передачі символічних форм, а

також використовувані в цьому комунікаційному процесі відповідні знання та навички. Як і у випадках з трьома іншими формами влади, ресурси, використовувані при здійсненні символічної влади, можуть бути зосереджені в певних установах, інститутах, які через певний час набувають відому ступінь автономії і стабільності.

Відзначимо, що стосовно Західної Європи соціальна організація символічної влади на зламі Середньовіччя та Нового часу помітно змінилася. В першу чергу – через зміну соціальної ролі релігійних інституцій. У середньовічній Європі католицька церква була центральним інститутом символічної влади, що володів фактичною монополією на виробництво і розповсюдження релігійних символів і до того ж підтримував тісні стосунки з політичними елітами. Однак з розвитком протестантизму в XVI ст. ця монополія католицької церкви була зруйнована. Релігійний вплив ставав все більш і більш фрагментованим, бо виникало безліч сект, які відстоювали альтернативні шляхи досягнення біблійної істини. Поряд з цим посилювалися позиції національних держав, які розробляли і зміцнювали свої спеціалізовані адміністративні системи, а церква все більше витіснялася на периферію політичної влади.

Паралельно відбувалися зміни й іншого порядку, пов'язані з розширенням системи світського знання і освіти, вивільненням науки з жорстких рамок релігійних обмежень і заборон, орієнтацією шкіл і університетів на передачу зростаючого обсягу знань молодому поколінню, серед якого для вивчення Священного писання відводилося все менше і менше місця.

Для подальшої розробки даної ідеї, слідуючи термінології Дж. Томпсона, будемо розрізняти три типи комунікації – безпосередню взаємодію (міжособистісна комунікація «обличчям до обличчя»), опосередковану взаємодію і опосередковану квазі-взаємодію [203].

Безпосередня взаємодія має місце в разі прямого контакту учасників комунікаційного процесу, що знаходяться в одній просторово-часовій системі. Така комунікація має характер діалогу в тому сенсі, що вона побудована на

двосторонньому інформаційному обміні: комунікатор одночасно є і адресатом, одержувачем повідомлення від іншого учасника комунікаційного акту і навпаки. Крім того, для передачі або інтерпретації змісту в процесі міжособистісного спілкування поряд зі словами зазвичай використовуються й інші символні форми – інтонація, жести, вирази обличчя тощо.

Цьому типу комунікації може бути протиставлена опосередкована взаємодія, яка передбачає обов'язкове використання допоміжних засобів, що дозволяють обмінюватися повідомленнями людям, віддаленим один від одного в просторово-часовому відношенні. Але учасники подібного комунікаційного акту, що знаходяться в різних, з точки зору простору і часу, контекстах не можуть бути впевнені в адекватному сприйнятті деяких смислових виразів (наприклад, «тут», «зараз» «цієї миті» тощо), і з цієї причини змушені використовувати в ході символного обміну певну кількість додаткової інформації, що конкретизує той чи інший контекст – вказувати в листі місце і час його написання, представлятися на початку телефонної розмови. Проте, зростаюча роль опосередкованої взаємодії і квазі-взаємодії передбачає, що співвідношення між типами комунікації змінюється. Люди все більше прагнуть отримувати нові змістовні повідомлення не від тих, з ким вони безпосередньо спілкуються в своєму повсякденному житті, а з інших джерел. Процеси створення, відтворення і передачі відомостей традиційно-інсталяційного характеру, в тому числі пов'язаних і з областю політики, все більше сполучаються з опосередкованим символним обміном. Одночасно розширення доступності символних форм у часі і просторі змінює характер співвідношення між публічним і приватним, а також характер способів взаємодії індивідів з публічною сферою.

Ця проблема співвідношення публічного і приватного має в історії західної соціально-політичної думки, як відомо, давню традицію обговорення, що бере свій початок ще в філософських суперечках Стародавньої Греції та в Давньому Римі під час юридичних формулювань у період становлення римського права. Однак, в період між Середньовіччям та Новим часом внаслідок інституційних

перетворень, що тільки торкнулися в ці часи кожного з чотирьох виділених нами різновидів влади, ще не встановили класичних форм управління, які почав вводити Наполеон. Під публічним пізніше стали матися на увазі переважно ті види діяльності або повноваження, які так чи інакше були пов'язані з державою, тоді як приватне стало асоціюватися з тими аспектами соціальної дійсності, які співвідносилися з громадянським суспільством.

Проте, як показує, наприклад, Н. Боббіо, в протиставленні публічного та приватного можна виділити і зовсім інший смисловий відтінок, коли публічне означає відкрите або доступне публіці – те, що вона може бачити або спостерігати (якщо не все, то принаймні багато з чого). В цьому плані дихотомія «публічне – приватне» співвідноситься з протиставленням явного і таємного, очевидного і недоступного і стосовно до сфери політики породжує проблему «публічності» як ступеня «видимості», відкритості державної влади. Однак найбільш проблематичним при відході «односпрямованої демонстрації влади» бачиться твердження, що розвиток засобів масової комунікації перетворило характер публічності, яку Ю. Хабермас традиційно розумів у контексті діалогу, локалізованого в просторово-часовому відношенні. Підкреслимо, що таке трактування було застосоване, наприклад, лише відносно народних зборів античних полісів і, до певної міри, до європейських салонів і кав'ярень початку Нового часу, і тому не дозволяє зрозуміти по аналогії специфіку публічності сучасного типу, не пов'язаної за своїм характером з ідеєю локалізованого діалогу. Розуміння цього явища виникає тільки в умовах зовсім іншого соціального середовища, ступінь відкритості якого знаходиться під впливом стрімко прогресуючих засобів комунікації. Це багато в чому змінило співвідношення між публічним як «доступним якщо не всім, то багатьом», і приватним як «доступним небагатьом».

Арена сучасного політичного життя, що опосередкована масовою комунікацією, відкрита в такій мірі, яку неможливо було уявити в епоху середньовічних королівських дворів і асамблей. Сутність змін, що відбулися полягає не тільки в їх кількісній стороні, хоча звичайно, число глядачів, які мали

в ту пору можливість споглядати фігуру короля під час його нечастих появ на публіці, і аудиторія сучасних ЗМК, що здатна, наприклад, бачити і чути виступ глави держави, є абсолютно несумісними за своїми розмірами. Завдяки виникненню нових форм опосередкованого публічного доступу до інформації, принципово відмінних від механізму інформаційного обміну в рамках міжособистісних контактів, комунікація придбала зовсім іншу якість, а відносини між політиками та громадянами в сучасному світі все більшою мірою перетворюються в опосередковану квазі-взаємодію.

На думку М. Фуко, з приводу розвитку структур влади, які виконують функції примушення і контролю через відповідні механізми управління, вони, безсумнівно, відображають суть справи, коли мова йде про такі спеціалізовані установи, як органи внутрішніх справ, податкові служби, військові, розвідувальні та деякі інші державні інститути, характер роботи яких багато в чому пов'язаний зі збором інформації методом спостереження. Однак припущення про те, що «Паноптикон» являє собою універсальну модель потенційного здійснення політичної влади, причому не стільки в цьому, скільки в майбутньому, виглядає не так переконливо, якщо воно ґрунтується тільки на діяльності цих специфічних інститутів і не бере до уваги ті чималі можливості для порушення принципів демократичного устрою суспільства, прав і свобод людини, які несе в собі розвиток засобів комунікації.

Це може виразитися, наприклад, у створенні «Віртуального Паноптикону», де буде знаходитися та постійно поповнюватися електронна картотека на всіх жителів країни. Прецедент, принаймні, в США, КНР, та в Ізраїлі вже існує та діє. Україна зі своїм державним стартапом «країна в кишені» через продукт «Дія» відпрацьовує свій прецедент участі у цьому загальносвітовому тренді.

Ось що зазначав з даного приводу в одній зі своїх статей В. Зоркін: «Пентагон створює у світі автоматизовану систему збору персональної інформації під назвою «Тотальна інформованість», яка зараз не має аналогів. Вона включає: електронну пошту, дані про кредитні картки і банківські операції, відомості про мандрівників і туристів. При цьому об'єднуються

комерційні бази даних з державними дос'є, зокрема, з даними спецслужб». Як нам здається, його дописи досить цікаві з розгляду трендів реформ в Україні [60].

Доповненням до віртуального паноптикону може стати штучне збереження ситуації «інформаційного розриву», нерівномірного доступу до інформації представників різних соціальних груп, коли підвладна більшість буде вимушена задовольнятися даними, тенденційно підібраними відповідними службами за вказівкою і під контролем пануючої меншини, що прагне «дозувати» ступінь власної «видимості» з тим, щоб вийти з ситуації інформаційного ризику. Дійсно, перетворення в соціально-політичній сфері, що відбуваються під впливом нових комунікаційних технологій, носять досить суперечливий характер.

З одного боку, вони сприяють розширенню видимості, відкритості здійснення влади, з іншого – створюють потенційну можливість концентрації управління інформаційними потоками в руках досить вузького кола осіб, які мають перед собою завдання спрямованого впливу на масову свідомість або, якщо завгодно, маніпулювання свідомістю мас в політичних цілях. В останньому випадку «видимість влади» може трансформуватися у «видимість демократії», що представляє собою панування добре організованої меншості над більшістю, здійснюване при формальній згоді більшості громадян.

Однак, подібно до того як в економічній сфері глобалізація означає перш за все розвиток фінансових ринків і установ до рівня транснаціоналізації, коли політичні кордони між державами стають прозорими і вже не можуть розглядатися в якості перешкод для фінансово-економічних операцій, глобалізація політико-комунікаційного простору в чомусь пов'язана з розширенням сфери діяльності особливого різновиду транснаціональних корпорацій – світових інформаційних компаній та агентств. В якості ключового факту було визнано ту обставину, що вільна міжнародна комунікація в сучасному світі стала асиметричним і в значній мірі односпрямованим інформаційним впливом: від «багатої Півночі» до «бідного Півдня», причому

остання назва в наш час умовно поширилася і на пострадянський простір. При цьому більш залежні в економічному відношенні країни поставлені перед необхідністю імпортувати технологію і переймати професійний досвід розвинених держав, причому далеко не завжди на принципах взаємовигідного співробітництва, що сприяє формуванню настроїв культурного відчуження і дееволюції власної політичної культури, що в тенденціях сучасних дослідників нерідко використовується і в таких поняттях, як «медіа-імперіалізм», «культурний імперіалізм».

Суперечливий характер інтернаціоналізації політико-комунікаційного простору можна наочно проілюструвати у вигляді досить простої моделі, що представлена на рис. 2.1.

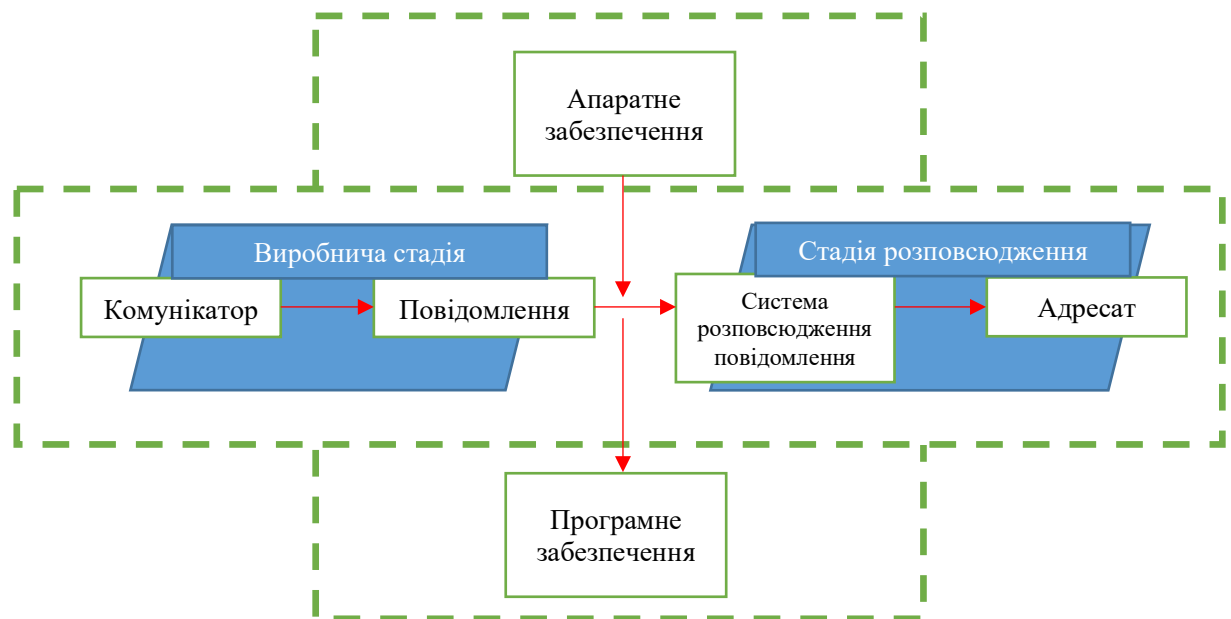


Рис.2.1. Комунікації у вигляді горизонтальної чотириланкової послідовності

*Джерело – розроблено автором

Якщо уявити потік міжнародної комунікації у вигляді горизонтальної чотириланкової послідовності «комунікатор – повідомлення – система поширення повідомлень – адресат», то на відміну від аналогічної ситуації на національному рівні кожен із зазначених елементів може і досить часто буває віддалений від інших в просторовому, організаційному і культурному

відношенні: відомості виходять від комунікатора, що знаходиться в одній країні (наприклад, заява політичного діяча) можуть бути згадані в повідомленні, зробленому в іншій країні (наприклад, в зведенні зарубіжних новин) і поширені по каналах зв'язку в третій. Більш звичним, проте, бачиться варіант, коли перші два елементи (комунікатор і вироблене повідомлення) знаходяться в одній країні, а решта (поширене повідомлення і його прийом адресатом) – в іншій. Якщо інформаційний потік, що спрямовано від світових лідерів до країн третього світу і наздоганяючих постсоціалістичних держав, то між ними нерідко спостерігається значний розрив культурного, соціального та економічного характеру: з одного боку виявляються комунікатор, виробництво повідомлень і система їх поширення, з іншого – суспільство, яке потенційно приймає інформацію.

Якщо уявити потік міжнародної комунікації у вигляді горизонтальної чотириланкової послідовності «комунікатор – повідомлення – система поширення повідомлень – адресат», то на відміну від аналогічної ситуації на національному рівні кожен із зазначених елементів може і досить часто буває віддалений від інших в просторовому, організаційному і культурному відношенні: відомості виходять від комунікатора, що знаходиться в одній країні (наприклад, заява політичного діяча) можуть бути згадані в повідомленні, зробленому в іншій країні (наприклад, в зведенні зарубіжних новин) і поширені по каналах зв'язку в третій. Більш звичним, проте, бачиться варіант, коли перші два елементи (комунікатор і вироблене повідомлення) знаходяться в одній країні, а решта (поширене повідомлення і його прийом адресатом) – в іншій. Якщо інформаційний потік, що спрямовано від світових лідерів до країн третього світу і наздоганяючих постсоціалістичних держав, то між ними нерідко спостерігається значний розрив культурного, соціального та економічного характеру: з одного боку виявляються комунікатор, виробництво повідомлень і система їх поширення, з іншого – суспільство, яке потенційно приймає інформацію.

Горизонтальна вісь комунікаційного потоку перетинається вертикальною технологічною віссю, яка нагадує, що кожен елемент процесу комунікації залежить від двох техніко-технологічних складових, зазвичай званих апаратним і програмним забезпеченням. Апаратне забезпечення складається, зокрема, з поліграфічного обладнання, телерадіостудії, передавальних пристроїв, каналів супутникових зв'язків, побутових приймачів тощо. Програмне забезпечення на стадії виробництва інформаційних продуктів включає в себе такі елементи як сценарії, право на показ, менеджмент і професійні норми. До програмного забезпечення на стадії поширення інформації пропонується, наприклад, віднести рекламу і маркетингові дослідження. На цих обох стадіях існують як зовнішні, так і внутрішні чинники, що впливають в кінцевому рахунку на весь комунікаційний процес. Наприклад, на виробничій стадії таким фактором може бути право власності, на стадії поширення – соціально-економічні та політичні умови, що визначають ступінь фактичного проходження тих чи інших повідомлень через міжнародні канали.

На наш погляд, головний момент, який ілюструється даною моделлю, – це ідея багатофакторної залежності менш розвинених країн від більш розвинених, бо кожен з чотирьох основних елементів послідовності і технологічна складова можуть контролюватися виробником інформації та обладнання, нерідко виступають в особі однієї транснаціональної корпорації. Повна автономія в області комунікації, а відповідно й інформаційна безпека може бути досягнута тільки тоді, коли та чи інша країна є незалежною і самостійною в плані забезпечення засобами виробництва і поширення інформації, що включають в себе як апаратне, так і програмне забезпечення. Така автономія зовсім не означає відмови від міжнародної комунікації, але має на увазі наявність певного техніко-технологічного потенціалу для самостійності. Більш того, цей підхід в цілому передбачає спрощену концепцію відносин між інформаційною продукцією та її одержувачами, що приховували комплексний характер сприйняття символічного змісту переданих повідомлень.

Останнім часом прийшли до переконання, що не варто вважати, що теорія політичної комунікації зможе уникнути властивих традиційним підходам недоліків, якщо буде більш детально розглядати процес смислового присвоєння символічних форм. Вочевидь треба вимагати, щоб вона повністю відмовилася від загальних уявлень і проблем, якими зазвичай займається політична наука. Навпаки, видається одночасно і можливим, і бажаним переформулювати деякі з цих проблем в рамках теорії, яка підкреслює особливу роль політкомунікації в сучасному світі.

Таке переформулювання бажане не тільки для тих, хто займається дослідженнями в області політичної науки і може отримати багато користі від осмислення місця і ролі ЗМК в політиці, але також і для тих, чий інтерес лежить у сфері «чистої» комунікативістики. Політична комунікація як специфічний напрям науки, по суті позбавляється свого предмета, якщо її відокремити від широкого кола питань, які були і залишаються найбільш важливими в соціально-політичній теорії – питань, пов'язаних з природою і організацією влади, ідеологією, мінливим характером публічної політико-комунікаційної складової в системі публічного управління і діяльності демократичних інститутів.

Наступний елемент аналізу дослідження, який варто розглянути, – це аудиторія як об'єкт спрямованого інформаційного впливу, можливості та межі його політичної соціалізації. Адже в теоретичних концепціях політичної комунікації завжди приділялася особлива увага проблемі аудиторії, перш за все – з точки зору можливостей зміни думки споживачів поширюваної інформаційної продукції, засвоєння ними певних соціально-політичних цінностей, норм і правил поведінки, прилучення до яких складає сутність процесу політичної соціалізації.

Тема аудиторій політичної комунікації отримала особливу увагу після закінчення першої світової війни. Така увага була обумовлена невідомою раніше інтенсивністю і ефективністю масових пропагандистських кампаній і найчастіше багато в чому пов'язана з дослідженнями у цій сфері Г. Лассвелла.

Але ми не будемо заглиблюватися у витoki даного дослідження, а звернемося відразу до думки К. Розенгрена, за якої вибір членами аудиторії комунікаційних каналів в кожному конкретному випадку обумовлюється ієрархією людських потреб, відповідно до концепції, висунутої ще А. Маслоу. Відповідно до цієї концепції задоволення потреб, які перебувають на нижчому ієрархічному рівні, служать основою для формування і задоволення інших, розташованих на наступних «поверхах».

Модель ієрархії потреб А. Маслоу може бути використана і в більш широкому соціальному контексті, а саме – стосовно аналізу змін психологічного стану і поведінки індивідів з урахуванням соціально-політичного характеру епохи. Цей принцип може бути поширено не тільки на вивчення радіо, телевізійних каналів, а й на дослідження інших новітніх комунікаційних каналів, включаючи Інтернет.

Інтерпретація моделі корисності і задоволення потреб за теорією А. Маслоу може бути висвітлена через блок-схему моделі, що використовує елемент «звернення до ЗМІ», яка представлена на рис. 2.2.

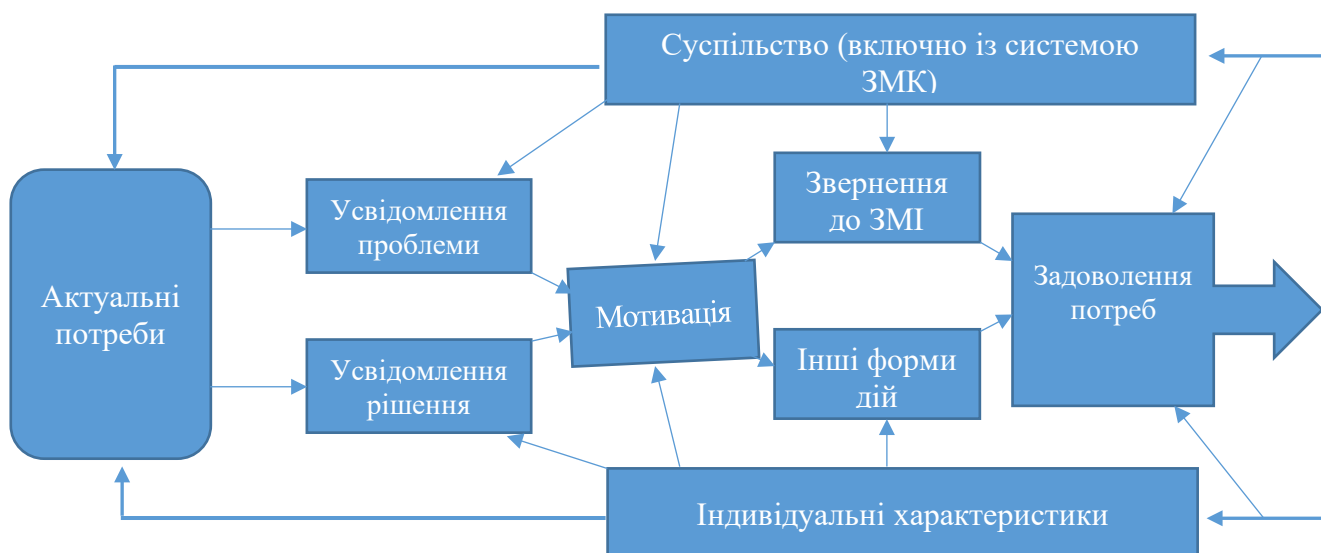


Рис.2.2. Інтерпретація моделі Маслоу та Розенгріном щодо «теорії корисності і задоволення потреб» з проміжним використанням ЗМІ

*Джерело – [104; 205].

Основною робочою гіпотезою пропонованої далі моделі є зміни процесу соціалізації впливу, при якому компонентами відповідного повідомлення

зазвичай виступають ті позитивні або негативні наслідки, які можуть бути викликані демонстрованими діями. Важливим фактором є ступінь реалістичності відтвореного образу дійсності. На рис. 2.3 представлена модель, що відображає процес соціалізації впливу комунікаційними каналами. По суті, дана модель процесу соціалізації являє собою логічно обґрунтовану послідовність дій аудиторії – читача, телеглядача, радіослухача, користувача Інтернету.

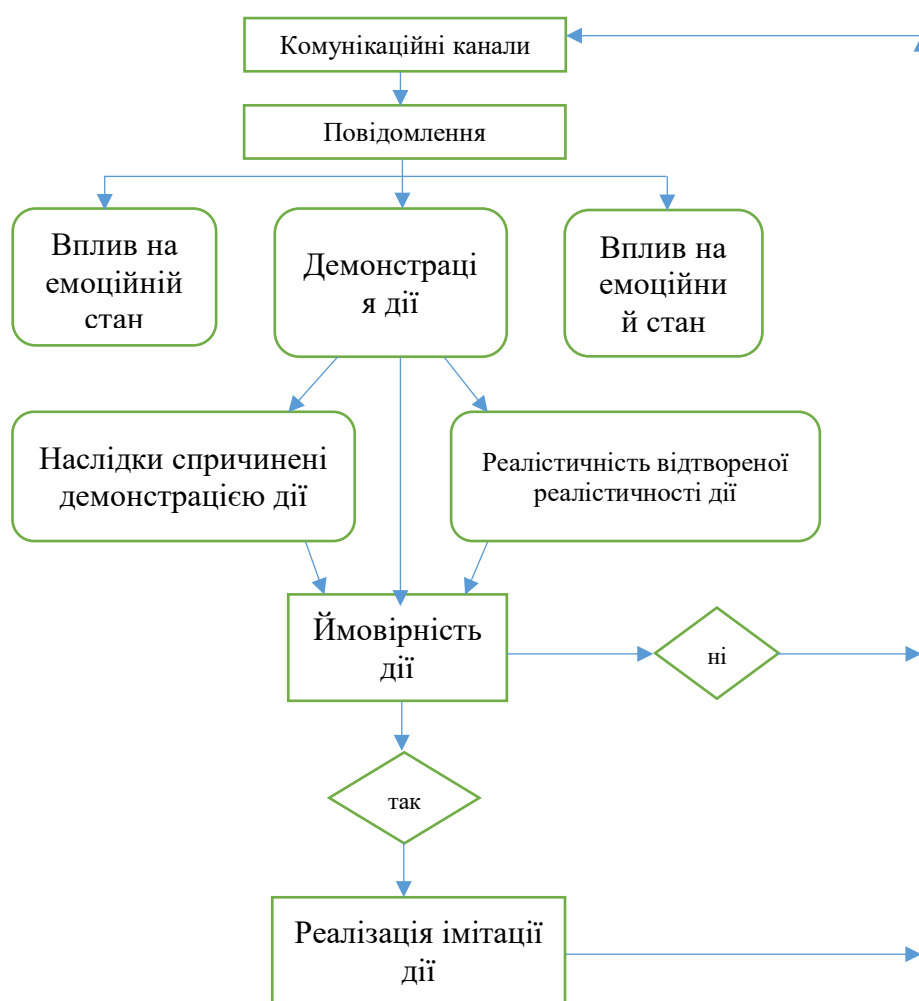


Рис. 2.3. Процес соціалізації впливу комунікаційними каналами

*Джерело – авторська інтерпретація моделі Дж. Комстока, С. Чаффі, Н. Кацмана, М. Маккомбс і Д. Робертса «Телебачення і людська поведінка», як процес соціалізації впливу комунікаційними каналами [187].

Звертаючись до комунікаційного каналу індивід сприймає або ігнорує запропоновані повідомлення в залежності від ступеня їх безпосередньої

актуальності, практичної значущості, а також емоційної привабливості. Якщо повідомлення, що привернуло його увагу, демонструє будь-яку дію, то ймовірність засвоєння зображуваних форм поведінки героїв оповідання, замітки, статті, телепрограми, віртуального сюжету залежить, з одного боку, від позитивної оцінки даної дії, з іншого – від ступеня реалістичності представленого в повідомленні подієвого ряду. Однак для того, щоб дана дія була все-таки засвоєна, необхідно, щоб вона була безпосередньо пов'язана з реальним життям; в іншому випадку у індивіда не буде підстав намагатися пристосувати його на практиці.

Модель також передбачає, що одні й ті ж дії, представлені у формі напружених, хвилюючих сюжетів, будуть засвоюватися і надалі відтворюватися членами аудиторії з більшим ступенем імовірності, ніж якби вони були показані в рамках відносно спокійних, емоційно ненасичених подієвих рядів. Крім того, індивіди повинні мати у своєму розпорядженні деякі реальні або потенційні можливості для здійснення подібних дій, наприклад, опиняючись в аналогічних або в чомусь схожих з зображуваними ситуаціях. Якщо таких можливостей немає, процес соціалізації переривається, і члени аудиторії повертаються до вихідної точки наведеного циклу без будь-яких змін в установках, що стосуються своєї подальшої поведінки.

При встановленні та виділенні акторів, які продукують комунікативні процеси в кінцевому рахунку аналізу системи публічного управління, потрібно дати оцінку характеру зворотного зв'язку в ЗМК на дії соціально-політичних сил. Як справедливо зазначає А. Соловйов: «В цьому сенсі правомірно говорити про наступних агентів інформаційного поля політики:

- інформаційні структури держави (відділи і служби зв'язків з громадськістю різних відомств, прес-секретаріати);
- різноманітні корпоративні структури (інформаційні відділи партій, суспільно-політичних рухів, оформлених груп інтересів);
- спеціалізовані інформаційні структури (консалтингові та рекламні агентства);

- ЗМІ в їх політичному призначенні (незалежно від того, чи є вони самостійними учасниками ринку інформації або ж виражають інтереси інших акторів);
- терористичні та інші організації, що займають в інформаційному просторі не визнані легально позиції;
- спонсори, медіамагнати і рекламодавці, які мають специфічні установки і відповідні виходи на інформаційний ринок;
- різні (з точки зору участі в політичному дискурсі) сегменти соціуму: “публіка”, або корпус політично активних громадян, які постійно перебувають в інформаційному контакті з владою; “Громадськість”, що вступає в контакти з останньою лише в періоди гострого розвитку політичного процесу, і “суспільство”, тобто сукупність громадян, практично не вступають в політичні контакти з владою» [147].

Звичайно, часом буває досить важко судити, де проходить грань між частковою співпрацею і «повною асиміляцією» двох комунікаторів як агентів інформаційного поля політики. В деяких обставинах органи влади займають дуже сильні позиції в плані управління доступом до інформації, що володіє високою подієвою цінністю, і ЗМК або за потребою, або за власним вибором приймають точку зору офіційних кіл. Саме так виглядали справи в ході війни США в Перській затоці на початку 90-х рр., військових дій НАТО в Югославії в 1999 р і американської інтервенції в Іраку в 2003 році або політико-економічної ситуації в Україні, починаючи з 2014-го року.

З точки зору Й. Галтунга і М. Руге, процес цілеспрямованого відбору новин виглядає дещо інакше. Розроблена ними модель перетворення реальних подій в «медіа-образ», який розповсюджується ЗМІ на широку аудиторію, спирається на відносно просту версію: остаточний відбір відомостей являє собою результат їх послідовної фільтрації в залежності від цінності вхідних повідомлень або на підставі критеріїв, що визначають сприйняття новин [182].

На рис. 2.4 представлено характер можливого впливу акторів різного ґатунку на діяльність органів влади, законотворчих інституцій та на громадсько-політичні організації через структури ЗМІ.



Рис. 2.4. Актори політико-комунікаційних складових в політичному дискурсі

*Джерело – схема, запропонована Д. Маккуейлом [195]

Найбільш цікавим для нас є та обставина, що модель Галтунга – Руге деталізує один з аспектів, що залишався в попередніх концепціях без належної уваги, а саме – критерії, якими керуються ЗМІ в процесі відбору відомостей. Якщо ці критерії повністю суб'єктивні і у кожного «гейткіпера» свої, то передбачити кінцевий результат відбору повідомлень неможливо. Однак є всі підстави вважати, що даний процес носить систематичний характер і в значній мірі передбачуваний. На думку авторів моделі, цю проблему можливо вирішити, якщо взяти до уваги ключові фактори, що впливають на початковий відбір повідомлень і їх подальше проходження через послідовність

інформаційних «фільтрів». Чим менше сумнівів викликає подія, тим більша ймовірність його відбору.

Звичайно, напрошується висновок, який, на жаль, не так й далекий від нинішніх реалій, що ЗМК насправді не стільки реалізують свободу слова, скільки виступають в якості одного з інструментів управління суспільством в інтересах найбільш могутніх в економічному, а отже, і в політичному відношенні соціальних верств і груп.

Проте, існує точка зору, що в міру подальшого розгортання інформаційних технологій вдасться реалізувати «електронну» модель демократії, коли кожен отримає можливість безпосередньої участі у виробленні і прийнятті політичних рішень сидячи в затишному кріслі за домашнім комп'ютером, підключеним до Інтернету. Наскільки і в якій мірі таке припущення може бути здійснено і його валідність – покажуть наступні дослідження і майбутній час.

2.3 Механізми інформації та засоби масової комунікації у демократизації відносин діяльності інституційних суб'єктів політики та публічного управління

Думки науковців в цілому щодо оцінок державного регулювання діяльності ЗМК в країнах ЄС суттєво різняться, оскільки, як зазначає М. Леонард, ЄС за своєю структурою зараз все більше наближений до "VISA", оскільки являє собою децентралізовану мережу, яка належить державам – членам ЄС [97]. Водночас з огляду на аналіз співпраці європейських та національних органів у законодавстві та формулюванні програм Ф. Шарпфом було введено поняття «багаторівневе управління» та «правління у багаторівневій системі». Цими поняттями охоплюються переплетені структури ЄС, до яких належать комплексні та регіональні рівні, під якими розуміються «стабільні та динамічні мережі зв'язків між європейськими,

національними та субнаціональними урядами, владами та іншими політичними акторами» [52, с. 208].

Виходячи з цього, в науковій думці є пропозиції класифікувати механізми державного регулювання ЗМК, які діють в ЄС, за трьома рівнями:

- наднаціональний рівень – включає механізми, які були розроблені інституціями ЄС та мають обов’язковий або рекомендаційний характер для країн-членів;
- національний рівень – охоплює механізми, впроваджені органами державної влади країн-членів ЄС;
- регіональний рівень – механізми, спрямовані на поширення інформаційно-комунікаційної політики ЄС на сусідні регіони.

В цей самий час Д. Кіслов зазначає, що професійна діяльність комунікатора в системі державних маркетингових комунікацій вимагає не тільки загальних якостей фахівця як звичайного державного службовця з відповідним рівнем підготовки, кваліфікації, культурних і моральних якостей, а й орієнтації в системі інформаційного істеблішменту країни у контексті її національної безпеки. З соціально-психологічної точки зору всі види маркетингових комунікацій – це механізм управління процесами формування широких мас громадян-споживачів, які емоційно налаштовані на отримання чогось, що виступає продуктом маркетингу, наприклад, державної реклами.

Інформаційне ж законодавство України, як і будь-яке інше станом на цей час, потребує свого вдосконалення й доповнення, але є достатньо розвинутим, щоб на його основі розбудовувати нормативно-правову конструкцію, у тому числі, комунікативної маркетингової діяльності. У розбудові такого правового кодексу доцільно враховувати такі напрями правового регулювання, які вже мають достатній рівень документального забезпечення (Закони України, Укази Президента, Постанови Уряду, Накази служб тощо) або такі, що потребують ще значних та постійних законотворчих зусиль, розробок і впроваджень.

Зведення даного механізму лише до визначення поняття «журналістика» дещо звужує у вітчизняних учених наукові пошуки, але слід навести наступні визначення:

– це соціальний інститут, призначенням якого є пошук, вироблення та оброблення інформації, що віддзеркалює певні актуальні явища, факти, процеси соціального світу для її подальшого тиражування через спеціалізовані комунікаційні засоби (пресу, радіо, телебачення, Інтернет тощо) з метою інформування, соціальної адаптації, формування громадської думки масової аудиторії [5, с. 46–47];

– це сукупність масово-інформаційних продуктів, створених суб'єктами суспільного життя, а також форма громадської та літературної діяльності зі збирання, обробки і поширення інформації через канали масової інформації, під якими розуміються, передусім, преса, радіомовлення, телебачення, інформаційні агентства, кіно, фото [109, с. 24–25; 110, с. 28].

І. Артамонова наразі спостерігає в українському журналістикознавстві та блогінгу інтенсивний процес засвоєння сучасних наукових і філософських підходів до вивчення таких явищ, як масова комунікація, журналістика, а також становлення нової термінології і уточнення базових, відомих, але неоднозначних понять: «журналістика», «інформація», «комунікація», «журналістський текст», «дискурс» тощо. Водночас для цього спершу необхідно виконати достатньо складну роботу щодо звільнення від ускладнення проблеми розвитку теорії українського журналістикознавства у зв'язку з функціонуванням Інтернету як нового засобу масової інформації; звільнення від плутанини понять, яка ускладнює їх кожне по-своєму [5, с. 69].

Вона переконана, що єдиний інформаційний простір – це будь-яке суспільство, члени якого поєднані соціальними зв'язками і відносинами. Ці зв'язки можуть бути вертикальними (коли суб'єкти займають різні позиції стосовно один одного та володіють різними обсягами інформації) і горизонтальними (коли суб'єкти спілкуються між собою. У такому випадку єдиний інформаційний простір не стратифікується і залишається відносно

однорідним). Тому в єдиному інформаційному просторі існує база знань, яка постійно розширюється, складається з інформаційних систем, виробників інформації та її споживачів, пов'язаних між собою загальною метою й ознаками (здатність зберігати, переробляти, поширювати інформацію і бути її носієм). З огляду на вказане, важливою складовою системно сформованого єдиного інформаційного простору є Інтернет [5, с. 30].

І. Артамонова вважає, що сучасна соціально-комунікаційна ситуація характеризується такими знаменними тенденціями:

- розвиваються новітні комунікаційні технології, що впливають на природу, обсяг і зміст інформації;
- зростає розуміння державами, соціальними групами та індивідами важливості циркуляції інформації, а також існуючих диспропорцій у міжнародних потоках інформації;
- зростає число учасників процесу циркуляції інформації у світі, а відтак – і політичне, соціальне, економічне розмаїття цього феномену, особливо у сфері культури й освіти.

З огляду на вказане, базовими ознаками інформації єдиного інформаційного простору доцільно вважати функцію інтеграції, а також можливості для управління й використання її для вирішення широкого кола проблем [5, с. 29–30].

Звісно у процесі формування та розвитку системи державних комунікацій, а також у впровадженні певних її складових та їхніх функцій безпосередню і важливу роль виконують політичний, правовий, соціальний та організаційний механізм державного управління. Державне управління, як й публічне є однією з форм соціального управління, тому механізм соціального управління має провідне значення в перспективі розвитку соціальних форм як державного маркетингу так і ЗМК [76].

Однією з головних ознак сучасних інформаційно-комунікаційних трансформацій та демократизації суспільного, у т.ч. політичного життя, є динамічне поширення мережі Інтернет та діджитал-ЗМІ.

Говорячи про взаємопов'язаність Інтернету та демократизації суспільства в Україні, варто зазначити наступне. Перетворення Інтернету зі спеціалізованого засобу комунікації між військовими, а згодом науковцями та комп'ютерними фахівцями на Всесвітню мережу здійснилося упродовж 1990-х років, тобто уже в наш час. Як в усьому світі, так і в Україні, велику популярність поступово отримували новинні сайти, які були пов'язані з існуючими друкованими ЗМІ. Згодом мало місце виникнення окремих незалежних електронних засобів масової інформації. Як відзначає американський науковець Р. Крейг, для вже існуючих ЗМІ та інформаційних агентств створення власних сайтів також стало одним з найважливіших пріоритетів [89, с. 20].

Із кінця 1990-х років соціальні комунікації в Україні активно трансформуються і переносяться із традиційних засобів масової комунікації (друкованих, радіо, телебачення) до мережі Інтернет. Станом на середину 2015 р. року це стало загальною тенденцією, на сьогодні – новою реальністю із поглинанням інфопростору новими цифровими каналами такими, як Телеграм-канал, Тік Ток та іншими. На найбільш популярних із цих веб-ресурсів щоденне число відвідувачів обчислюється у кілька сотень тисяч, а у період якихось бурхливих подій в суспільстві може збільшитися у рази. В такий спосіб Facebook та Instagram є найбільш активним інструментом механізму інформації та засобів масової комунікації в системі соціального управління, регуляторної функції суспільних відносин; розповсюджувачем культурних або псевдокультурних цінностей. Такий інструмент також має значний вплив на зміст і форму політичної та іншої пропаганди; на рівень освіти, на просвіту різних верств населення; на зміст і форму медійної реклами та розваг [173, с. 154].

Політика через політичні комунікації може значно змінювати медійні трансформації, їхні так звані, правила гри. Це відбувається тому, що, наприклад, через владну політику або політику власників, замовників та інших гравців інформаційного простору (в сучасному розумінні) можуть здійснюватися різні

заходи, в тому числі підсилення приниження чи блокування будь-яких фактів, подій, новин чи позицій політичних акторів (державних діячів, експертів, лідерів політичних сил тощо).

Політика може використовувати історію, соціальну та ментальну пам'ять через медійні трансформації таким чином, що безпосередньо самі ЗМІ виступають лише і тільки засобом їх оновлення, доповнення, деформації або інших аналогічних змін. Наприклад, інквізиція перетворювала контроль над ментальністю в контроль над фізичним простором, а тоталітарні режими, насамперед, знищували елементи національної, соціальної, політичної пам'яті через репресії представників інших політичних сил, своєї «старої гвардії», релігійних діячів, вихідців із «ворожих» класів тощо.

В сучасних інформаційних війнах політичного спрямування використовується увесь відомий арсенал вищезгаданого та нового типу впливу, а також інструментарій психологічної і психотропної дій новітніх розробок.

Інформаційно-комунікаційна революція XX ст. збагатила арсенал мас-медіа новими засобами комунікацій, значно поширила та якісно змінила масові аудиторії. Даний процес, у свою чергу, вплинув на характер, методи та впливовість політичних комунікацій.

Найпотужнішим явищем сьогодення в цьому відношенні став Інтернет. Останнім часом аналізу тенденцій розвитку Інтернету присвячено достатня кількість наукових праць. Серед них роботи Е. Багірова, Д. Кісова, О. Коломійця, Г. Вайнштейна, Д. Дубова, К. Мея, М. Сидорова, Д. Табакова та багатьох інших авторів. Наприклад, Д. Кісов виокремлює десять основних тенденцій у розвитку і трансформації Інтернету станом на перше десятиріччя XX ст. [80; 82].

В досить короткий інтервал, на початку другого десятиріччя XXI сторіччя значного впливу на політичну поведінку мас почали відігравати соціальні мережі, наприклад, у подіях «арабської весни» 2011–2012 рр., протестних акцій в Росії грудень 2011 р. – травень 2012 р. тощо. На думку Х. Клінтон, мережеві технології є важелем до модернізації суспільства. Політик

посилається на дослідження Світового банку, за яким збільшення на десять відсотків використання мобільних телефонів у країні, що розвивається, призводить до зростання на один відсоток ВВП на одну людину.

Зрозуміло, що це може бути лише опосередкований вплив. Сьогодні створене суспільство, в якому немає довіри всіх і до всього. Тож Інтернет допомагає у віртуалізації гармонічного суспільного середовища.

В цьому контексті цікава теорія соціального капіталу Р. Патнема котрий виділив суспільство з високим і низьким рівнями довіри. В одному зі своїх останніх досліджень учений підкреслив зростаючу етнічну та соціальну гетерогенність сучасних розвинених країн. У результаті з'ясувалося, що чим більша гетерогенність, тим менша солідарність. Приміром, імміграційні процеси посилюють соціальну ізоляцію.

Серед цілої низки наслідків розмаїття причин відношення до рівня довіри Р. Патнем виділив:

- меншу довіру до місцевих урядів, політиків і місцевих медіа;
- меншу політичну ефективність – довіру до їх впливу;
- зростання протестних акцій за соціальні реформи;
- меншу довіру до ефективного розв'язання місцевих проблем;
- меншу вірогідність співпраці у проектах громади;
- меншу вірогідність участі у благодійних акціях;
- менше близьких друзів;
- менше щастя і низький рівень життя;
- більше часу на телебачення, яке розглядають як найважливішу форму розваг.

Закономірно, що в суспільствах із низьким рівнем довіри корупція і хабарі є нормою функціонування. Дуже часто до управління залучають своїх, навіть родичів (бо іншим не довіряють).

Не менш показовим є функціонування політико-комунікаційної складової механізму системи державного управління, зокрема дієвість і цілеспрямованість інформаційних засобів виборчої кампанії.

Відомо, що вибори перебувають у сфері дії м'якої сили. Ніхто нас не примушує силою голосувати за того чи іншого кандидата. Як зазначає Дж. Най, якщо жорстка сила примушує, то м'яка – приваблює.

В Україні виборча кампанія – це, передусім, інтенсивна комунікація. Навіть розповсюджені випадки роздавання продуктових наборів на виборах все одно є комунікацією, в рамках якої роль повідомлень виконували матеріальні предмети, що ставали символом піклування про виборця.

За американським підходом до процесів комунікації застосовується схема з таким набором компонентів, які Г. Лассвелл оформив у вигляді п'яти елементів-запитань: хто сказав, що, кому, за допомогою якого каналу, з яким ефектом [191].

Щоправда варто до визначень цих елементів-запитань ученого додати кодування і декодування, оскільки одне й те ж повідомлення ми можемо передати дещо по-різному для різного типу аудиторій. При цьому треба визначити роль та значення інформації, провести її аудит та відокремити просте інформування. Знати свою аудиторію; знати, що їй можна, а що не треба їй розповідати – основний закон виборчої кампанії. Це сповна стосується і кожного сегмента аудиторії.

2.4 Тенденції та трансформації політичної комунікації в умовах трансформацій суспільства

Трансформаційні зміни у сфері політичних комунікацій слід розглядати через концепції трансформацій, що передбачають залежність політичних і суспільних збурень від дії влади, як керуючої системи, так і різних соціальних угруповань як об'єктів, якими керують. В умовах недостатньо сформованих або недостатньо дієвих і професійних інституціональних структур влади діяльність представників керованих систем стає більш активною і агресивною [76, с. 67; 77].

Трактуванням та аналізом категорії трансформації займались учені та практичні фахівці декількох наукових дисциплін, зокрема політики, економіки, соціології тощо. Серед них: Л. Бальцерович, Т. Заславська, І. Жилиєв, Г. Івлева, М. Михальченко та інші. Науковий дискурс та трактування категорії «трансформація» за аналізами І. Жилиєва та Д. Кісова представлено в таблиці 2.1 [61].

Таблиця 2.1*

**Сучасний науковий дискурс щодо трактування поняття «трансформація»
в різних виданнях**

№ з/п	Визначення	Автор, джерело
1	Трансформація системи – це прогресуюче перетворення її структури, причиною якого є зміни її структурних елементів, які виходять за межі можливостей самоорганізації системи на попередньому рівні (за С. Васіним)	Жилиєв І.Б. Кризові явища в трансформаційних соціально-економічних системах. Київ: Парламентське вид-во, 2007. С. 16
2	Трансформація – це процес перетворення однієї системи на іншу, що супроводжується відмиранням одних елементів, рис, властивостей і появою інших. Передбачає послаблення одних типів і форм власності і посилення інших, змін...структур, а також послаблення дії одних... законів і посилення інших. Система... категорії... набуває якісно нового змісту. В різних країнах здійснюється неоднаковими темпами, потребує неоднакового часу, зумовлена низкою загальних і специфічних причин (за С. Мочерним)	
3	Поняття трансформація відображає такі важливі якості процесу, як спрямованість на зміну соціетальної якості суспільства, відносно мирний еволюційний характер, фундаментальну залежність від поведінки, установок та інтересів не тільки елітних, а й масових суспільних груп, значний рівень стихійності, обмежену керованість і слабку передбачуваність результатів	Заславская Т.И. Социетальная транс-формация российского общества: Деятель-ностно-структурная концепция. Москва: Дело, 2002. С. 176
4	Трансформація... систем це перехід від одного типу організації... життя суспільства до іншого, зміна (заміна) форм... системи у відповідності до модернізації радикальних перетворень елементів, які її складають (за В. Бодровим)	Жилиєв І.Б. Кризові явища в трансформаційних соціально-економічних системах. Київ: Парламентське вид-во, 2007. С. 16, 17
5	Три складових категорії трансформацій: – перетворення, рух який описується якісною та кількісною зміною параметрів; – форми руху... систем; – реформи, що стосуються існуючої форми суспільного устрою (за В. Масковцевим)	

6	Розглядається класифікація соціально-економічних та економічних трансформацій як процесів «переходу 4-х типів»: – класичний перехід; – неокласичний перехід; – азійський посткомуністичний перехід; – ринково-орієнтовані реформи (за Л. Бальцеровичем)	
7	Трансформація – це перехід від одного стану... системи до якісно іншого. Предметом транзитологічних змін є проблеми трансформації систем, а об'єктом – політика, економіка тощо країн, що перебувають у процесі переходу від одного стану до якісно іншого (за Є. Гайдаром)].	
8	На основі проведеного аналізу транзитологічних теорій вказано на такі фактори та ознаки: – не існує єдиної точки зору щодо природи трансформацій, причин їх виникнення, умов їх вирішення і сам термін використовується для характеристики різних станів від простої зміни до процесу запланованого реформування; – різні теорії спеціалізуються на певних видах трансформацій: міжсистемних та революційних; внутрішньо системних та еволюційних; спланованих та рефлексивних; таких, що повторюються, та якісно визначених (теорія циклів); адаптивних та катастрофічних; – трансформація розглядається як обмежено - тривалий період, який має специфічні особливості (невизначеність, альтернативність, реактивність, деструктивність, креативність); – вихід системи на новий шлях стійкого (сталого) розвитку, тобто передумови успішної трансформації та її закономірності залежать від вихідного стану системи, історії та логіки життя (за Г. Івлевою)	Жиляєв І.Б. Кризові явища в трансформаційних соціально-економічних системах. Київ: Парламентське вид-во, 2007. С. 18
9	Трансформація (від. лат. transformatio) це – зміна перетворення виду, форми, істотних властивостей чого-небудь; – перенесення інформації (від одного об'єкта до іншого); – сценічний прийом, який полягає у зміні актором своєї зовнішності	Словник іншомовних слів / за ред. О.С. Мельничука. Київ.: Гол. ред. УРЕ, 1974. С. 676
10	Трансформація політична історичний процес змін, що настає як єдність декількох складових: – трансформації політичної системи суспільства; – трансформації «політичної людини» (особи, еліти, організації, колективу тощо); – трансформації політичної культури суспільства і особи (ідеї, норми тощо) (за М. Михальченка)	Політологічний енциклопедичний словник / упоряд. В.П. Горбатенко; за ред. Ю.С. Шемшученка та ін. 2 вид. Київ: Генеза, 2004. С 667
11	Трансформація – зміна, перебудова структур, форм, засобів, способів; заміна напрямів, цілей діяльності (за А. Борисова)	Большой энциклопедический словарь. Москва: Книжный мир, 1999. С. 767

12	Трансформація – це – перетворення виду, форм; – поступова заміна властивостей; – перетворення інформації (спадкової у біології); – сценічний прийом перевтілення	Великий тлумачний словник української мови / уклад. І головн. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь: ВТФ Перун, 2002. С. 1263
----	--	--

*Джерело – розроблено Д. Кісловим [82].

Концепція трансформації передбачає залежність політичних і суспільних зрушень від дій не тільки влади як системи, що управляє, а й від дії різних соціальних угруповань як систем, якими управляють. Представники керованих систем можуть виходити із власних інтересів і діяти в умовах недостатньо сформованих та толерантних інституціональних структур [46; 143; 188]. Головними рушійними силами трансформаційних процесів тоді виступають об'єднання правлячої еліти з бюрократією, а також з політично, соціально та економічно активними представниками масових соціальних верств населення, в першу чергу, середнього класу [146; 150].

Порівняльний аналіз визначення категорії «трансформація», який представлено у таблиці 2.1 свідчить про розмаїття підходів та методів до використання цього поняття, тому числі в якості терміна, що іноді веде до змішування ознак різнопланових понять, які підміняють одне значення іншим.

Розгляд політичної комунікації та її значення у процесі функціонування політики, на наш погляд, також є необхідним для дослідження функцій власне політичної комунікації, які символізують базові вектори її впливу на політичне життя. Політичні комунікації через засоби масової інформації та інші державні, громадські, партійні, приватні структури й інституції одночасно включені в різні системи соціальних відносин, хоча й виконують свої специфічні та особливі завдання. Через здійснення таких політичних завдань і виконання специфічних політичних функцій в реальних соціальних спільнотах національного, міжнародного і глобального виміру та значення простежуються основні тенденції та напрями розвитку безпосередньо політичних комунікацій, які під впливом загально-світових, суспільних науково-технічних й інформаційно-комунікаційних технологічних змін теж трансформуються та набувають нових рис, ознак, методів тощо.

Розглянемо деякі принципові тенденції розвитку політичних комунікацій сучасності.

Першою тенденцією виступає вбудованість у ринкову систему світу, тобто наявність тенденцій змін у відповідності до внутрішніх коливань ринкової парадигми розвитку цивілізації.

У коло найважливіших пріоритетів політичних комунікацій, особливо політичних комунікантів, органічно входять або присутні комерційні інтереси. Це, насамперед, стосується відповідних органів преси партійно-політичних структур, а також у повній мірі ЗМІ, що висвітлюють політичні відносини, політичну боротьбу, політичні ідеології тощо. В наш час для ЗМІ це становить головний фактор їх діяльності тому, що саме він формує всі їх інтереси та професійні зусилля [124].

Практично це втілюється через вплив бізнес-орієнтацій на політичні комунікації: у використанні методів, так званої, бульварної преси; шоу-технологій з візуально шокowymi прийомами; у використанні нецензурних, брудних матеріалів, чорного піару, пліток разом із новинами тощо. Особливо помітно це в намаганнях будь-де та у будь-що вбудувати рекламу просування спеціальних маркетингових прийомів у будь-яких політичних виданнях, телепрограмах тощо.

Проблеми впливу ринкових відносин на діяльність ЗМІ, на політичні комунікації висвітлювали такі автори, як: А. Моско, Р. Мертон, М. Сміт, Д. Ундервуд, які відмічали, що таке засилля бізнес-інтересів веде до зневаження, применшення та деградації високих прогресивних традицій.

Другим фактором у тенденціях розвитку політичних комунікацій виступає те, що вони є елементом структури управління суспільством. Тоді відповідні політичні комунікації в більшій мірі залежать від влади, ніж від суспільства. Через такі засоби комунікації держава та інші провладні політичні суб'єкти можуть тільки інформувати громадськість щодо політичних новин, подій, знакових явищ та цінностей своїх політичних інтересів тощо, але не в змозі моделювати ставлення аудиторії до формування представницьких органів;

складу видатних еліт; оцінки та іміджу лідерів; підтримки авторитету ідей, що висуває уряд, інші інститути влади (законодавчої, виконавчої та судової гілок). Особливо послідовно цю тенденцію підтримують деякі соціологи США та Росії, наприклад, М. Ріхард, М. Херман, Г. Шиллер та інші фахівці.

Вони розглядають політичні комунікації як потужний інструмент цілеспрямованого конструювання політичних порядків; як основний засіб розбудови того, що необхідно владі, її зв'язкам та відносинам із громадськістю [204, с. 8].

Третя тенденція є традиційною. Це фактори здійснення функцій просвіти суспільства, поширення культурних орієнтирів, стандартів суспільства. Але поряд із традиційною тенденцією існує і протилежна – руйнація ментальних та сталих уподобань спільнот, націй, народів, груп населення тощо.

Таку тенденцію поряд зі вказаною вище другою тенденцією вважав за головні ще Г. Лассвелл у 1944 р. Він писав, що подібна діяльність повинна бути спрямована на посилення політичного просвітництва мас, та на те, щоб населення усвідомлювало свої інтереси та вводило їх у відповідні сфери влади. Пізніше ця думка простежується у послідовників його теорії [103].

Активність політичних комунікацій на цьому напрямі повинна бути націлена на формування політичної компетентності суспільства, що, у свою чергу, може приводити до збалансованості відносин держави і громадянського суспільства, влади і населення. Ця тенденція була прерогативою якісної журналістики, але в наш час може вирішуватись і методами інших форм мас-медіа, у тому числі й передачею новин. Наприклад, постійні нагадування про діяльність антикорупційних державних і громадських структур щодо викривання корупційних схем колишніх та діючих чиновників України. В ЗМІ постійно вказується на всезростаючу кількість виявлених фінансових зловживань, на поширення кола встановлених корупціонерів.

Четвертою тенденцією розвитку політичних комунікацій є технологічна мобільність і гнучкість. Це означає можливість діяти як у періодичному так і у аперіодичному синхронному та діахронному режимах, що означає отримання

аудиторіями інформації негайно або з дозованою затримкою, а також орієнтацією або на активний, або на пасивний характер сприйняття тієї чи іншої політичної інформації. Ця тенденція має суперечливий характер, свої позитиви й негативи, тому потребує окремого детального дослідження, аналізу та й обговорення на науковому і практично-журналістському рівнях.

П'ятою тенденцією виступає нез'ясованість ступеня відповідальності елементів політичних комунікацій у правовому, моральному, корпоративному та інших відношеннях перед суспільством. Приватний власник засобів політичної комунікації може вирішувати такі проблеми одноосібно: звільняти керівників, менеджерів та журналістів-комунікаторів або продавати свої телеканали, органи преси тощо.

Суперечливість діяльності політично спрямованих ЗМІ, особливо тих, що ведуть політичні розслідування, виникає тому, що комунікатор повинен думати не тільки про сенсації та конкурентоспроможність свого видання (телеканалу тощо), але і про наслідки свого впливу на суспільні, моральні, ментальні та інші основи існування нації. Суперечливість такої діяльності також і у впливі на стабільність політичного, суспільно-економічного порядку в конкретній країні.

Наступною, шостою тенденцією є зростання багатоцільових відносин до поширення політичної інформації засобами політичної комунікації. Ця тенденція, як і попередня п'ята теж дуже суперечлива тому, що може призвести або до позитивного налагодження функцій такого засобу, або до руйнування саме таких комунікацій відносно як до суспільства, так і до держави. Повністю нейтралізувати або використовувати такі конфлікти в принципі неможливо. Їх можливо вирішити за досвідом США в межах великих корпорацій, які здатні більш-менш поступово переходити від вирішення одних завдань і методів їх утілення до інших без шкоди для корпорацій політичних комунікацій у цілому.

Сьомою тенденцією у сфері політичних комунікацій є вплив гострої політичної боротьби еліт із суспільством за максимально можливий контроль над ними. Ця боротьба відображається на фоні як зовнішніх, так і внутрішніх протистоянь і захоплень (перекупівлі тощо) найважливіших і найпливовіших

органів преси, електронних ЗМІ, телеканалів тощо. Характерними в цьому відношенні є продаж – купівля найпотужніших теле- і радіоканалів олігархами в Україні, наприклад, перепродаж телеканалу «Інтер» В. Хорошковського Д. Фірташу; продаж своїх медіаактивів один одному багатьма аналогічними власниками ЗМІ, які мають впливові політичні програми.

Для аналізу концепту «влада медіа» ми спираємося на таке розуміння соціальної влади, яка сумарно може бути визначена, за Т. Дейком, як «соціальні відносини між групами та інститутами, включаючи контроль (більш) могутньої групи або інституту (та їхніх членів) над діями та розумом (членів) менш могутньої групи». У такому дискурсно орієнтованому визначенні спеціальний акцент робиться на можливостях влади переконувати. Це необхідно для розуміння того, що влада медіа, яку ми розуміємо як частку соціальної влади, – загалом символічна і має здатність переконувати в тому сенсі, що вона до деякої міри може впливати на розум читача і глядача, але прямо не контролює їхні дії. Цією владою передбачається контроль намірів, планів, знань, поглядів та думки, тобто ментальних репрезентацій, які контролюють активну діяльність. Здавалося б, символічна влада медіа слабка, але соціологічні й психологічні дослідження свідчать, що, незважаючи на її символічність, тільки деяка частина слухацької і глядацької аудиторії зберігає мінімум автономії та незалежності у користуванні інформацією, яку вона одержує через ЗМК.

Восьма тенденція стосується проблеми навмисного зміщення акцентів або розмивання кордонів між різноцільовими та різноплановими функціональними програмами мас-медіа. В останні десять – п'ятнадцять років дедалі помітнішими стають спроби розмивання кордонів між інформативною та розважальною функціями сучасних ЗМК як елемента інформаційної політики. Такий політичний маркетинг зумовлює потяг до розважальності, яка захоплює царину інформаційного телемовлення, раніше чітко відокремлену від сфери розваг, більш того – уособлювала її антипод. Своєрідним гібридом двох провідних функцій ЗМК стала низка програм, яка отримала дефініцію «інфотейнмент» (від англ. «infotainment» – новоутворення від двох слів

information та entertainment, в якому поєднуються інформація і розваги). Американські вчені, автори серйозних праць у галузі медіа, американістики, бізнесу й економіки С. Дуглас і Т. Дерем створили сатиричний глосарій основних термінів для розуміння такого складного процесу, як злиття медіа – «злиття, слово за словом». У ньому знайшлося місце й такому важливому концепту цього процесу як інфотейнмент. Інфотейнмент – 1) телевізійний жанр, на який несправедливо зводять наклепи, який складається з принадних моделей на тренажерах-велосипедах, які читають останні новинні заголовки в той час, коли продають засоби для догляду за волоссям; 2) стиль телевізійних новин, що зараз превалює у Сполучених Штатах і гарантує продовження великого продажу пілососів та забезпечує ситуацію, коли більшість американців краще знає імена телевізійних персонажів, ніж своїх представників у Конгресі або сенаторів. Фінський учений К. Норденстренг, розмірковуючи над парадоксами сучасної західної журналістики, зазначає, що традиційний концепт журналістики – серйозність розмивається в новому медійному середовищі і абсорбується розвагами. Одним із нових жанрових утворень політичного телемовлення є «докудрама» – документальна драма, побудована за принципами інфотейнменту. В докудрамі актори розігрують реальні події за всіма правилами драматичного жанру, з його умовностями і театральними ефектами. Це, наприклад, драматична реконструкція політичних подій: Фолклендського (Мальвінського) конфлікту, суецької кризи тощо. В цих програмах виникають і стають у протиріччя між собою складні й уразливі питання правди і вигадки. Аудиторія подекуди ототожнює побачене на екрані з реальною дійсністю, некритично сприймаючи версію докудрами як істину, втрачаючи здатність розрізняти дійсність та штучно змодельовані ситуації. Докудраму потрібно відрізняти від іншого новинного жанру – «псевдоподії». Прискорене освоєння новітніх інформаційних технологій відбувається і в практиці політичних відомств, а не тільки в риториці політичного дискурсу. Вони широко впроваджуються в такі традиційно закриті ареали державних інститутів, як, скажімо, Державний департамент США. Це є свідченням того,

що поряд із гаслами політичного дискурсу, насиченого новими поняттями, інкорпорованими з дискурсу нових інформаційних технологій, політичні лідери освоюють останні як практичний канал міжнародної дипломатичної комунікації.

Можна зробити висновок, що дискурс нових інформаційних технологій відкриває ширші горизонти для політичного дискурсу, актуалізуючи його, роблячи співзвучним з ерою інформації. Цим дискурс нових інформаційних технологій закладає міцні підвалини для політичної платформи тих, хто при владі, – державних лідерів, котрі, трансформуючи його, використовують у передвиборній боротьбі і для підтримки статус-кво. Консенсус забезпечується широкою ідеологічною насиченістю нових смислів, що їх вкладають політики в поняття, запозичені з дискурсу нових інформаційних технологій.

Тенденцією розвитку політичного дискурсу є привнесення в нього сцієнтистських поглядів, що відображає пізнавальну роль науки та просвітницьку роль політики. Державні діячі використовують цю тенденцію для маркування особистої наукової компетентності, що допомагає їм підтримувати свій позитивний політичний імідж.

Актуальним є також використання нових дискусійних елементів інформаційних технологій саме у політичному дискурсі як метафор, що камуфлюють істинні смисли процесів, які відбуваються у дійсності (зокрема – процесів концентрації та конгломерації індустрії масової комунікації, створення мультимедіа-транснаціональних корпорацій), а також як відозв, що мобілізують населення.

Таким чином, лексикон дискурсу нових інформаційних технологій, що є технологічною базою засобів функціонування інформації в мас-медіа, найактивнішим чином перетікає в політичний дискурс, який за своїм суспільним статусом домінує в системі дискурсивної комунікації. Великий внесок у його виникнення і подальший розвиток внесли не стільки представники мас-медіа, скільки спеціалісти з політичного маркетингу, яким потрібна постійна реклама в ЗМК тих лідерів, яких їх вони «розкручують», бо

така реклама сприяє поліпшенню іміджу останніх, а отже – і кращому «продажу» вміло «упакованих» політиків, впливу на формування позитивної громадської думки [59].

Варто зазначити, що в останні роки у політичній науці поряд з терміном «політична комунікація» все частіше використовується поняття «інформаційний політичний простір», базовими складовими якого є такі елементи: інформаційна сталість політичної системи, інформаційно-комунікаційна система, стала сукупність комунікаційних ролей і потоків, інформаційно-комунікативні констеляції. У контексті концепції інформаційного політичного простору інформація розглядається як така сама невід’ємна властивість буття, подібна до речовини та енергії за своїм значенням. Інформаційний політичний простір, що функціонує у сфері публічної влади та царині прийняття політико-державних рішень, характеризується цілеспрямованістю комунікації, впорядкованістю інформаційних потоків, які виходять від чітко визначених комунікаторів та реципієнтів, котрі використовують характерні для них канали зв’язку та мають змістовні відмінності.

Зasadничою ознакою інформаційного політичного простору є сталість, яка визначається за критерієм змістовної насиченості й інтенсивності процесів у каналах комунікації. З одного боку, сталість є похідною від специфіки функціонування політичного життя в цілому та окремих його складових. З іншого боку, сталість інформаційного політичного простору сама породжує якісно нові зв’язки і відносини у царині політики. «У цьому аспекті категорія інформаційної сталості являє безперечний інтерес як структуроутворюючий феномен. Інформаційна сталість є атрибутивно-функціональною властивістю політичної системи», – пише про це А. Шевченко [175, с. 70].

На зламі XIX ст. і XX ст. до рубежу XX ст. і XXI ст. еволюція поглядів і скриптів політичної культури та природи комунікації пройшли через декілька етапів і змін парадигми. Сама історія досліджень впливу систем масових

комунікацій сучасності на людину, ефективність та значення такого впливу на загальний розвиток людства почалася з 90-х років XX ст.

Тож й ми приймаючи та узагальнюючи XX ст. та існуючі дослідження визначимо такі етапи, які можна поєднати у першу стадію досліджень мас-медіа, що практично охоплюють це сторіччя й спроможні нам прояснити алгоритм змін пріоритетів політичної культури.

Перший етап першої стадії досліджень масової комунікації охоплює період від зародження цього феномену на початку XX ст. і до початку II-ої світової війни тобто: перше десятиріччя XX ст. – кінець 30-рр. XX ст. Характерною рисою першого етапу є активізація громадськості та політиків, які зрозуміли, що в цілому мас-медіа можуть суттєво впливати на масові аудиторії, на суспільну думку, на політичні орієнтири держави тощо. Такі погляди висловили на основі емпіричних спостережень у 30 рр. XX ст. Г. Бламер, Г. Гаудет, Г. Герзота, Г. Кентріл.

Другий етап досліджень масових комунікацій більшість фахівців окреслює в межах початку 40-х – початку 60-х років XX ст. Цей етап можливо охарактеризувати як фундаментальний в становленні та розвитку масових комунікацій тому, що саме в цей період частина дослідників безпосередньо зайнялася створенням «теорії масових комунікацій». Детальне дослідження всіх ідей, теоретичних розробок та творчих доробок цього етапу – це теми окремих досліджень.

Третій етап у розвитку теорії масових комунікацій більшість дослідників визначає у межах середини 60-х – кінця 70-х рр. XX ст. Це період активного розвитку телебачення і тому в центрі уваги дослідників були засоби, методи та психологія впливу телебачення на масові аудиторії, його роль у визначенні соціальної реальності та формуванні соціальних норм [117, с. 31].

Таким чином, можна відзначити, що перші три етапи, при відмінності наукових досягнень на кожному з них, можуть бути об'єднані і класифіковані як I-а стадія досліджень медіасередовища (мас-медіа) та ЗМК.

Друга стадія пов'язана з ходом та результатами інформаційно-технологічної революції – з одного боку, продовжувались, зберігались та поширювались теоретичні розробки минулих етапів розвитку масових комунікацій, з іншого боку, виникала практична і теоретична необхідність осмислення новітніх досягнень техніки і технологій, тому і на другій стадії слід зберегти послідовність розгляду, що попередньо встановлена в періодизації інших дослідників.

Так четвертий етап розвитку теорії масових комунікацій прийнято розглядати з 80-х рр. XX ст. Цей етап позначений зростанням кількості робіт, присвячених вивченню аудиторій ЗМІ та ЗМК, соціальним особливостям складу та структурі цих аудиторій тощо [117, с. 33].

Тобто поряд з державними структурами, що замовляли, фінансували та організовували наукові дослідження в сфері масових комунікацій, з'явилося безліч нових гравців в інформаційному просторі країн та в світовому інформаційному просторі в цілому. Цю особливість відмічають автори, особливо ті, що опікуються проблемами безпеки національного інформаційного простору. Тому пропонується, зокрема Кісловим Д. В., встановити ще два етапи розвитку досліджень масових комунікацій [83].

П'ятий етап – з початку 90-х рр. до 2001 р. і шостий етап – з 2001 р. (або з початку XXI ст. до теперішнього часу). При цьому п'ятий етап зв'язується з початком досліджень кіберпростору, розвитком Інтернету, мережевими війнами тощо, а шостий етап пов'язаний з розгортанням медіа-терористичних атак (події вересня 2001 р. в США та інші подібні атаки; операція «Норд-Ост» в Москві, Беслан в Росії тощо), у тому числі медіа – що ми можемо спостерігати у активній фазі від 2013 р. з подіями навколо Сирії («Білі шоломи»), Джуліана Ассанжа, Криму, Донбасу, Гонконгу; чи найсвіжіші вибори США; Карабах або протести в Білорусі та кейс Навального, врешті-решт COVID-2019.

Глобальні кризові явища та трансформації сучасних мас-медіа вже в світлі нових соціальних викликів, задач та загроз характеризують початок нового ще не визначеного етапу їх розвитку [36; 37].

Тому пропонується така періодизація досліджень масових комунікацій, що наведена в табл.2.2.

*Таблиця 2.2**

№ з/п	Стадії	Етапи
1	I стадія (1900 р. – початок 80-х рр. XX ст.)	I етап: перше десятиріччя – кінець 30-х рр. XX ст. II етап: 40-і рр. – середина 60-х рр. XX ст. III етап: 60-і рр. – середина 70-х рр. XX ст.
2	II стадія (80-і рр. XX ст. – XXI ст. наш час)	IV етап: початок 80-х – початок 90-х рр. XX ст. V етап: середина 90-х рр. XX ст. – початок XXI ст. VI етап: 2001 р. – XXI ст. наш час

*Джерело – розроблено автором [43]

Отже, теоретичні дослідження масових комунікацій у своєму розвитку з 1900 р. по 2020 р. включно пройшли шість етапів впродовж двох стадій трансформацій. Першу стадію розвитку досліджень мас-медіа можна визначити як класичну, на якій саме і виникла теорія масових комунікацій. Другу стадію слід визначити як сучасну, на якій масові комунікації трансформуються у соціальні комунікації під впливом соціально-економічних та глобалізаційних змін сучасності.

Висновки до Розділу 2

У сукупності результати проведеного у цьому розділі дослідження дозволили вирішити наукові завдання щодо обґрунтування нових підходів до оцінки інструментарію та тенденцій розвитку політичних комунікацій сучасності. На їх підставі можемо зробити такі висновки.

Практика формування інформаційного суспільства як елемент глобалізації свідчить, що у подальшому цей процес можливий за умови становлення загального всесвітнього (глобального) інформаційного суспільства. Це у свою чергу веде до виникнення нових викликів і загроз для збереження національних культурних традицій, у тому числі тих, що взаємозв'язані з національними політичними комунікаціями.

У політологічну проблематику розвитку глобалізації необхідно вводити напрям політичної глобальної комунікації, що повинен охоплювати питання особливості цивілізаційно-регіональної, національної (етнічної) і локальної суспільної свідомості.

Як свідчить аналіз наукових джерел, існують значні суперечності щодо рівня доцільності державного втручання у сферу засобів масової комунікації. На основі цього питання має місце і постійно підтримується дискурс, в якому, з одного боку, підкреслюється необхідність впливу держави у зв'язку з тенденціями до комерціалізації інформаційної продукції та різним рівнем доступу окремих верств населення до інформаційних джерел. З іншого боку, наголошується на різних самостійних ролях ЗМІ у глобалізованому суспільстві, наприклад, як соціального інституту, спеціальної технології, бізнес-структури тощо. Отже, проблема державного регулювання ЗМІ, які функціонують у системі політичної комунікації, потребує нових значних глибоких аналітичних та інших досліджень для з'ясування важелів збалансованості ролі та значення рівня державного регулювання в цій сфері.

Забезпеченість населення як споживачів інформації (політичної, соціальної тощо) потребує впливу суспільства щодо якості та об'єктивності суспільно значущої, достовірної інформаційно-комунікаційної продукції. Це

вимагає продовження та завершення процесу реформування ЗМІ України у нормативно-правовому та організаційно-когнітивному напрямках.

Виявлено та представлено на основі теорії трансформації вісім основних тенденцій розвитку політичних комунікацій під впливом Інтернету та інших новітніх мас-медіа в світовому та національному рівнях.

Розкрита роль прискорення засвоєння новітніх форм інформаційних технологій у конкретній практиці політичних комунікацій, у тому числі в діяльності політичних лідерів; політичних сил, партій; політичних відомств. У цьому сенсі зроблено висновок, що дискурс навколо новітніх інформаційних технологій відкриває широкі можливості для політичного дискурсу, який в національному вимірі був би співзвучним та відповідним актуальним світовим тенденціям розвитку людства.

Існує необхідність цілеспрямованого підтримування тенденцій розвитку політичного дискурсу як невід'ємного елемента політичних комунікацій сучасності та підвищення ролі науки та просвітництва в межах підтримки цієї тенденції.

Трансформаційні зміни у сфері політичних комунікацій доцільно розглядати через аналіз концепцій транзитології, що передбачає залежність політичних і суспільних зрушень від дій влади, різних активних соціальних угруповань, що виступають об'єктами управління як держави, так і інших суб'єктів політики.

Розглянута роль різних політичних гравців та акторів політичної арени, що впливають на свідомість і поведінку населення з метою зміни заради своїх інтересів основних цінностей суспільства.

Матеріали цього розділу висвітлено в публікаціях:

Дабіжа В. В. Ризикоеміка комунікативних систем публічного управління. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2019. № 3 (5). С. 52–57.

Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційні ризики в комунікаційних системах публічного управління. *Державно-управлінські студії*. 2019. № 12.

URL: <http://studio.ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/Kyslov-Dabyzha-DUS-12.pdf>.

Dabigha W. Political communication in the context transitive changes. Social and Human Sciences. *Polish-Ukrainian scientific journal*. 2015. № 3 (7). P. 122–132.

Дабіжа В. В. Періодизація розвитку досліджень, феномену масових комунікацій. *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2010. № 4. С. 202–207.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ДЕМОКРАТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ

3.1 Політичні комунікації як чинник розвитку демократії

Різноманітний зміст політичних комунікацій відображає не тільки сутнісні, а й інші, більш окремішні характеристики контактів комунікаторів і реципієнтів. Наприклад, спілкування останніх формується під впливом різних їх залежностей від зовнішнього середовища; безпосередніх умов життя; функцій, інтересів, позицій, загалом найважливіших чинників підтримання їх зв'язків. Іншими словами, параметри комунікації визначаються різними рівнями їхньої залежності від зовнішніх і внутрішніх факторів.

Перший рівень розкриває політичні комунікації як різновид контактних зв'язків, загальних для всього всесвіту. Таким чином, політичні комунікації неминуче включають у себе певні універсальні параметри обігу інформації та взаємодії джерела і одержувача повідомлень. Ці параметри політичної комунікації відображають саме здатність джерела та одержувача інформації вступати у взаємодію, реагувати на послання один одного, так чи інакше відповідати на інформаційні повідомлення і переробляти їх зміст.

Другий рівень властивостей політичних комунікацій задається суспільством або власне соціальними закономірностями інформаційних обмінів. З одного боку, ці загальносоціальні характеристики інформаційних обмінів запроваджують особливі комунікаційні одиниці спілкування, тексти, які символізують усвідомлені форми сприйняття інформації. З іншого боку, тексти обертаються між трьома акторами: комунікатором, комунікантом і реципієнтом. Кожен із них має свої позиції в інформаційному просторі та функції з переробки текстів. Так, комунікатор кодує повідомлення, комунікант трансформує його, надаючи належного вигляду (наприклад, журналіст або

редактор програми новин розставляє певні смислові акценти для кращого засвоєння інформації читаючою публікою), реципієнт декодує інформацію з точки зору своїх інтересів або ж внутрішнього стану, створюючи певний відгук, який частково може дійти до комунікатора і встановити з ним зворотний зв'язок.

Третій рівень залежностей і відповідних параметрів політичних комунікацій зумовлено особливостями сфери, де здійснюються ці контакти. Інакше кажучи, ці властивості задані відмітними рисами політичної сфери суспільного життя, що формує особливе, лише їй властиве соціальне середовище, в якому і здійснюються комунікації. Ці, так звані, галузеві параметри комунікації, що відповідають призначенням даної галузі суспільного життя, формуються під впливом специфічних інститутів, структур, міцпросторових і низки інших факторів.

Передусім, тут складається та виявляється символічна природа політичних текстів, що являють собою послання, уособлюють і узагальнюють владнозначущі вагомні смисли політичних явищ. Саме за рахунок цього символічного навантаження текстів людина здатна ідентифікувати себе як політичного актора, освоїти певні функції у політичному просторі. У свою чергу, ці символічні уявлення формуються у людей чотирма основними способами (які, власне, і задають особливі параметри текстів): шляхом використання міфологічних образів; опорою на релігійні фрейми; за рахунок ідеологічного сприйняття світу політики, а також вироблені за допомогою рекламних технологій.

Наприклад, міф припускає нераціональне, багато в чому визначене інтуїтивними структурами свідомості сприйняття політики, яке моделює у людини власну реальність, що протистоїть буденності. Світ політики в міфологічній оболонці стає умовним буттям, наповненим архетипними образами і моделями дії навіть не людей, а героїв і лиходіїв. Міф узагальнено реконструює всі зовнішні та внутрішні зв'язки людини на основі якоїсь наперед заданої карти світу. А ось, наприклад, ідеологія в основу всіх символічних

образів політики закладає раціонально сприйманий колективний інтерес, мету певної спільності, в результаті чого погляди людини значною мірою втрачають і розповідність, і індивідуальність відображення, знаходячи пристрасно-груповий та необ'єктивний характер.

Так чи інакше символічні уявлення дають людині можливість сприймати, оцінювати і обговорювати соціальні проблеми як політичні, мислити в політичних категоріях, відрізняти союзника від супротивника.

Водночас власне політичний зміст комунікацій формується й іншими чинниками, до яких можна віднести інтереси великих соціальних аудиторій, інститути публічної і тіньової (напівтіньової) влади, систему представництва інтересів громадян, норми взаємодії та стандарти політичної культури, а також ряд інших. Саме ці параметри політики в залежності від історичних форм свого розвитку або ж способів організації влади (демократії, тоталітаризму, авторитаризму) визначають способи доставки, переробки, розподілу, засвоєння інформації і надають політичним комунікаціям низку відповідних рис і властивостей.

Четвертий рівень залежностей політичних комунікацій виражає їх обумовленість характером побудови політичних відносин і, передусім, тих зв'язків, які складаються на міжнародному (міждержавному) рівні. В даному випадку властивості політичних комунікацій визначаються дією міжнародних інститутів і організацій, залежать від поєднання різноманітних етичних, правових, силових та інших норм регулювання міжнародних політичних відносин, наявності різноманітних центрів влади і впливу в цій галузі політики.

На п'ятому континентально-регіональному рівні властивості політичних комунікацій обумовлені дією специфічних, характерних для даного політичного простору інститутів (наприклад, для Європи – Євросоюзом, Європарламентом, для країн Латинської Америки – іншими об'єднаннями), традицій, норм співпраці, носіїв інформації. На даному рівні як ніде простежується вплив цивілізаційних факторів, пов'язаних з особливостями культурних регіонів Заходу, Сходу, Півночі, Півдня, Євразії та інших, що

впливають на стандарти кодування, передачі і сприйняття владнозначущої для людей інформації.

Шостий рівень – це рівень раціональних політичних систем, для яких притаманні ті чи інші особливості організації влади в окремо взятій країні. Так, в одній країні політичні комунікації можуть будуватися в умовах, коли знання й інформація доступні і безкоштовні для населення; влада контролюється за допомогою дискусій; інформація розподіляється рівномірно, а громадська думка існує в середовищі з ясними політичними альтернативами. При інших режимах для політичних комунікацій характерна менша відкритість політичного класу або ж інший тип впливу громадської думки на прийняття рішень. Саме для цього рівня політичних комунікацій розроблені політичні моделі, які можуть як сприяти взаємодії між громадянами та інститутами влади, так і перешкоджати їй, як інтегрувати суспільство, так і посилювати фактори дезінтеграції режиму.

Наприклад, М. Грачов виділяє кілька комунікаційних моделей, які хоча і не вичерпують усього багатства можливих варіантів, але тим не менше дають уявлення про найбільш стійкі і поширені способи встановлення контактів. Це «модель мовлення», яка передбачає доставку інформації з центру на периферію багатьом абонентам; «діалогова модель», що забезпечує безпосереднє спілкування індивідів, однаковою мірою ігноруючи як «центр», так і «посередників» для налагодження взаємних контактів. А в рамках «консультаційної моделі» індивід самостійно входить у контакт з центром задля пошуку інформації, яка його цікавить. І насамкінець «реєстраційна модель» демонструє, що центр запитує інформацію від периферійного джерела [33, с. 126].

Сьомий рівень – це рівень локальних політичних контактів. На даному рівні діяльність місцевих урядів або дія традицій може створювати зовсім особливе середовище формування комунікацій, що суперечить принципам і умовам політичного спілкування людей. Тому в одній державі можуть існувати різні форми політичного спілкування. Більше того, локальні залежності здатні

взагалі перетинати державні кордони, зберігаючи орієнтацію на норми та принципи сприйняття інформації, характерні, наприклад, для одного етносу, що живе на суміжних територіях, але в різних державах.

Наприклад, за даними російських учених, наприкінці 90-х років минулого століття на території колишнього СРСР склалося понад 15 різних типів політичних режимів: від демократичних до «виборних деспотій» в окремих національних республіках. Зрозуміло, що принципи і форми політичних комунікацій, які домінують або просто здатні до виживання в тих чи інших місцевих умовах, налагоджують і підтримують політичні контакти також дуже по-різному.

Нарешті, восьмий рівень характеризує залежність політичних комунікацій від стандартів міжособистісних стосунків. Звичайно, інколи дуже складно виділити вплив міжперсональних зв'язків на формат політичних комунікацій. Тим не менше, такий вплив, безумовно, присутній і особливо значимий для налагодження контактів у середовищі правлячого класу, між політичними лідерами, лідерами громадської думки тощо.

Вивчення політичної комунікації в Україні в умовах розвитку демократії та процесу динамізації реформ акцентує увагу на взаємовідносинах всіх елементів політичного процесу. Важливою частиною цього процесу є встановлення основних категорій політичної комунікації.

Першою категорією політичної комунікації в нашій країні є політичні діячі – це ті особи, котрі прагнуть за допомогою організаційних та інституційних засобів впливати на процес прийняття політичних рішень. Політичні партії – це друга категорія, що включає групи однодумців, які створили ідеологічно погоджену організаційну структуру, направлену на реалізацію спільних цілей. Вони в подальшому будуть відображати реальну цінність партії, системи чи ідеології. Вірність спільним з виборцями інтересам політичні партії випробовують на періодичних виборах [72].

Третьою комерційно впливовою категорією є такий специфічний вид активності, як зв'язки з громадськістю. Розрізняють такі техніки політичної

активності як проактивна, до якої належать конференції, брифінги, передвиборчі кампанії, та реактивна, коли політики лобіюють свої інтереси за допомогою журналістів, спотворюючи факти у вигідну для себе сторону. Також існують такі об'єднання, які не мають спільної ідеології, але особи в них поєднані певними ситуаціями, в яких вони опинилися. Йдеться про громадські організації, що становлять четверту категорію, яка включає торгові союзи, групи споживачів, професійні асоціації та союзи. У таких організаціях люди збираються заради вирішення спільних проблем шляхом тиску на політичну еліту.

Групи тиску відрізняються від інших політичних категорій тим, що вони діють більш рішуче у вирішенні своїх цілей, їхній політичний мотив більш відкритий для громадськості. Аудиторія – це п'ята категорія, основна мета якої слідкувати за виконанням обіцянок, що дані політичними організаціями, а при невиконанні вживати відповідних заходів. Медіа – це та ланка, яка з'єднує категорію аудиторії з політичними організаціями. У це поняття входять такі елементи, як інформаційні портали, канали новин, соціальні мережі.

Наочна схема взаємозв'язку і впливу трьох основних елементів політичної комунікації: політичних організацій, медіа та громадян в залежності від складових категорій цих елементів наведена у додатку Б.

Протягом останніх десятиліть політична арена в Україні стала більш інтегрованою у світовий простір. Засоби масової інформації розширили свої горизонти впливу. Зараз, у ХХІ ст. аудиторія відстежує події не тільки через свої внутрішні ЗМІ, але також через закордонні медіа. Уряд, бізнес-організації та інші категорії політичних діячів використовують інформаційну систему для просування власних інтересів.

Дослідник філософії та політології Д. Товмаш також говорить про складність і комплексність терміна політичної комунікації. Він зазначає, що «політична комунікація має в собі універсальні (притаманні живій і неживій природі), загальносоціальні (притаманні соціальній комунікації) і саме

політичні (притаманні світу політичному, а отже, специфічно-галузеві) риси» [155, с. 98].

Можна акцентувати увагу на визначальних характеристиках демократичного режиму в Україні: конституційність, участь у демократичному процесі та раціональний вибір.

Конституційність. По-перше, повинен бути узгоджений набір процедур і правил, що регулюють проведення виборів, а також легітимізація тих, хто переміг у виборах. Такі правила формулюються в статтях конституції.

Участь. По-друге, ті, хто бере участь у демократичному процесі, повинні враховувати пропорції кількості людей.

Раціональний вибір. Третя умова демократії, як уже зазначалося, є наявність вибору, в той час як четверта умова – це спроможність громадян здійснювати свідомий вибір і діяти раціонально.

Для України актуальною є необхідність наявності поінформованого ерудованого електорату, що зумовлює потребу в провадженні демократичної політики в суспільному житті публічно (на відміну від засекречених способів управління при авторитарному режимі). Знання та інформація, на підставі яких громадяни зроблять свій політичний вибір, повинні вільно циркулювати і бути доступними для всіх. Але демократична форма правління є публічною ще й в іншому сенсі. Демократична теорія підкреслює, що індивіди приймають рішення в політичному процесі колективно незалежно від того, хто буде ними керувати. Приватні політичні погляди людини стають відображенням громадської думки народу в цілому, що і простежується в моделі голосування і дає можливість існувати й успішно функціонувати політичним лідерам. Під публічною сферою слід розуміти, насамперед, сферу суспільного життя, в якій формується громадська думка. Громадяни поведуться як державний орган, щоб оприлюднити свою думку, яка забезпечується гарантією свободи зборів, асоціацій і свободою вираження поглядів.

Публічна сфера по суті є комунікативною конституцією суспільства, за допомогою якої факти і думки циркулюють у соціумі; і за допомогою якої

створюється загальний запас знань як основа для колективної політичної дії. Іншими словами, це діючі ЗМІ, які перетворилися на основне джерело інформації і фокусуються на розповсюдженні знань про досвід суспільства. Сучасна концепція «новини» розроблена саме як засіб інформування громадян про найбільш важливі явища і події в політичному житті, як спосіб раціоналізації та керівництва громадською думкою.

В Україні, як у демократичному суспільстві, має існувати п'ять функцій засобів масової комунікації:

1. По-перше, це – інформування громадян про те, що відбувається навколо них (можемо назвати це функцією «нагляду» або «моніторингу»).

2. По-друге, ЗМК повинні виховувати населення на основі фактів. Важливість цієї функції полягає в тому, що журналісти повинні відповідально підходити до створення власних матеріалів, бути професійно відстороненими від питань, що аналізуються.

3. По-третє, журналісти повинні забезпечити платформу для громадського політичного дискурсу, що сприятиме формуванню громадської думки. Це повинно включати забезпечення простору в ЗМК для вираження незгоди, адже інакше поняття демократичного консенсусу не матиме сенсу.

4. Четверта функція полягає в тому, щоб оприлюднювати політичну й урядову інформацію і бути на сторожі громадських інтересів суспільства.

5. Нарешті, засоби масової комунікації в демократичному суспільстві служать каналом для пропаганди політичних поглядів. ЗМК допомагають громадянам розібратися в політичних стратегіях і програмах. Крім того, деякі засоби масової інформації активно підтримують ті чи інші політичні ідеї та переконання під час виборів.

У цьому останньому сенсі, пропагандистська функція ЗМІ може також розглядатися як один із способів переконання громадськості. Проблемою класифікації функцій засобів масової комунікації займалось чимало вітчизняних та іноземних науковців, теоретиків і практиків журналістики, та не всі з них акцентували увагу на пропагандистській ролі медіа в царині

лобіювання певних політичних поглядів окремих політичних діячів, партій, блоків.

Перераховані вище функції повинні реалізовуватися в Україні належним чином для забезпечення існування публічної сфери і, як її наслідок – реальної демократії. Політичні ідеї, які поширюються через засоби масової інформації, повинні бути зрозумілі громадянам. Інформація, що розповсюджується, також повинна бути правдивою, оскільки вона є відображенням справжніх намірів політичних промовців. Публічна сфера має бути доступна для всіх громадян, а також у вільному користуванні повинні бути специфічні засоби для передачі інформації для тих, хто може бути під її впливом.

Традиційно функції засобів масової інформації набули основоположного значення для існування і зміцнення демократії. Загальне виборче право в більшості розвинених країн протягом ХХ ст. супроводжувалось технологічною революцією в засобах масової комунікації, наприклад, друковані видання, фільми, радіо і телебачення стали доступними масовій аудиторії.

З розповсюдженням телебачення і, тим більше, мережі Інтернет, міжособистісна політична комунікація була зведена на узбіччя демократичного процесу. Дослідження показують, що для переважної більшості людей засоби масової інформації, в тому числі Інтернет, значення і важливість якого зростає з кожним роком, являють собою основне джерело інформації про політичний світ. Проте ця теза не стосується країн, що розвиваються і не мають технічної можливості доступу до мережі. В. Бебик зауважує, що «Інтернет не тільки стає технологічною основою нового інформаційного суспільства, а й перетворюється на певний бар'єр, створює перепони до вступу до нього країн, що розвиваються» [10, с. 152]. Хоча значення всесвітньої мережі складно переоцінити, адже це – найоперативніший і, мабуть, найкомфортніший спосіб, за допомогою якого медіа доносять свої повідомлення до цільової аудиторії, у тому числі, – про суб'єкти та об'єкти політичної діяльності.

Досліджуючи чинники, які впливають на політичну комунікацію в демократичному суспільстві України, доцільно проаналізувати поняття

«капіталізм» і «влада». Критики ліберальної демократії стверджують, що реальна влада капіталістичних суспільств представлена в офісах великого бізнесу; у сфері вищих досягнень цивільної оборони та служби безпеки; в цілому ряді секретних державних установ. На основі цього можна говорити про фундаментальну слабкість демократичної теорії і про роль засобів масової інформації в суспільстві. Згідно з демократичною теорією громадянин, який вбирає наявну інформацію, повинен робити правильний вибір.

Однак в дійсності те, що громадянин сприймає як політичну інформацію, є продуктом діяльності спеціальних організацій зі сфери зв'язків з громадськістю, про діяльність яких він не здогадується. Фахівці в царині паблік рілейшнз формують уявлення про політичного лідера чи політичну силу, використовуючи різні засоби, зокрема спічрайтинг, фандрейзинг, івент маркетинг, маніпулювання масовою свідомістю через відбір конкретної інформації тощо.

Питання ефективності політичної комунікації має широке розмаїття підходів, які в кінці кінців приводять до запитання «як це працює?». Для ясності можна розглянути три широкі перспективи: яким чином цілеспрямована комунікативна поведінка політичних діячів, така як конференції; політичні реклами; виступи, може впливати на відносини і поведінку цільової аудиторії.

Нинішня концепція політичного спілкування суттєво змінилася. Сьогодні, у зв'язку із здобутками в науці та впровадженнями її досягнень, появою нових каналів інформації, дедалі складніше стає організовувати ефективну політичну комунікацію. Тому така сфера діяльності як паблік рілейшнз знаходиться у постійному розвитку, що зумовлює появу нових соціально-комунікаційних технологій.

Наразі політичне спілкування відбувається за допомогою використання ток-шоу, конференцій, інтерв'ю, дебатів та живих дискусій, де політики, а також їхні цілі, можуть піддаватися жорсткій критиці. Як правило, наслідки політичних комунікацій у будь-якій формі визначаються не змістом

повідомлення поодиноці, але історичним контекстом, сукупністю всіх тез, які були використані в політичній кампанії.

Ще одна проблема дослідження політичної комунікації – це якість даних, що використовуються для дослідження ефектів. Можна наголосити на трьох основних методах вимірювання якості дій політичних діячів:

- проведенні опитувань;
- відстеженні настроїв при проведенні політичних кампаній;
- ізоляції впливів окремих елементів процесу політичної комунікації та їх досліджень.

При цьому доцільно вказати на такі мікроефекти, які впливають на політичну комунікацію в Україні:

- імідж політики партії або організації;
- лідерські якості партії, здатність до головування;
- корпоративний імідж партії.

Іміджеві ефекти маніпулювання політичною поведінкою мають закритий характер і не обговорюються. Водночас можна навести приклад експерименту, коли групі людей роздавали картки з фотографіями і стислою інформацією про умовних кандидатів на вибори, серед яких були як справжні політики так і підставні. У результаті експерименту люди вибирали того, кого вважали більш успішним, звертаючи увагу в основному на зовнішній вигляд, посмішку, позу, осанку. Науковці також відзначають, що кількість людей, які змінюють своє ставлення до кандидатів, невелика, а рекламна кампанія лише зміцнює існуюче політичне ставлення та поведінкові шаблони [155, с. 97]. Політична реклама найчастіше використовується окремими індивідами або політичними організаціями в період проведення передвиборчої агітації. В неї вкладаються величезні фінансові та креативні ресурси, хоча не завжди їх використання є виправданим.

За українських умов простіше створити новий імідж, ніж відновити запламований старий. Дослідник теорії комунікації, іміджелогії та комунікаційних технологій Г. Почепцов зазначає: «...деталі політичних

повідомлень через деякий час забуваються, але впродовж довгого часу зберігається загальне враження від повідомлення» [127, с. 125].

Одним із важливих чинників здійснення політичної комунікації в нашій країні слід вважати комерціалізацію політики. На комерціалізацію політики значно вплинула нинішня соціальна система у світі – капіталізм. Розвинувся споживчий аспект політичної комунікації, коли політик безпосередньо впливає на погляд виборця через ЗМІ, нав'язує свої інтереси соціальних потреб через соціальні і політичні організації. Комерціалізація політики призводить до деградації політичного діалогу.

Отже, можна зробити висновок, що без налагодженого двостороннього зв'язку між суб'єктами політичної системи, політична комунікація в Україні за умов інтенсифікації стратегічних реформ не може бути ефективно реалізована.

3.2 Тенденції розвитку політичної комунікації в інформаційному суспільстві

Тенденції розвитку політичної комунікації механізмів державного управління в процесі становлення інформаційного суспільства в країнах, що трансформуються, залежать від наявності та проявів різного роду факторів, насамперед, типу влади і відповідності її діяльності положенням діючої Конституції.

Наявність тісного зв'язку між конституційними варіаціями типів виконавчої влади і демократичним або авторитарним режимами не є очевидною. Як підкреслює Х. Лінц, парламентське правління (особливо в тих випадках, коли жодна із декількох партій не має чітко вираженої більшості) надає окремим виборчим округам більший доступ до процесу прийняття рішень, ніж вони мали би при президентському правлінні, і начебто допомагає прив'язати ці округи до держави. При президентському правлінні групи, що виступають проти президентської партії, можуть вважати себе маргіналізованими і спробувати підірвати легітимність президентської влади.

Оскільки президентське правління передбачає передачу владних повноважень і остаточної відповідальності одній особі, деякі науковці вважають цю систему правління внутрішньо нестабільною; її невдачі можуть призвести до відторгнення символу влади. Влада більш різноманітна при парламентських режимах [154].

Однак насправді все набагато складніше. З огляду на поділ влади між президентом і законодавчими зборами, прем'єр-міністри та їхні кабінети більш сильні і можуть приділяти менше уваги запитам особливих груп населення. Прем'єр-міністр та більшість у парламенті мають набагато більшу владу, ніж президент. Такі парламенти в основному голосують на підтримку бюджетів, законопроектів і політичних рішень, пропонованих урядом. Члени правлячої партії повинні діяти саме таким чином, інакше кабінет піде у відставку та будуть призначені нові вибори. А от парламентарії від опозиції, незважаючи на свободу дискутувати, критикувати чи голосувати проти політики виконавчої влади, рідко можуть на неї вплинути.

При президентському правлінні ситуація зовсім інша. Терміни повноважень президента і кабінету міністрів не залежать від голосування в законодавчих органах. У наслідок цього партійна дисципліна, скажімо, в американському конгресі набагато слабша, ніж у британському парламенті. У США й інших президентських системах наявність різних інтересів і груп усередині партій призводить до створення міжпартійних альянсів із певних питань. Місцеві інтереси краще представлені в конгресі, оскільки члену палати представників для свого переобрання необхідна підтримка свого виборчого округу, тож той може голосувати проти свого президента чи партії. Водночас британський парламентарій зобов'язаний підтримувати свого прем'єр-міністра і партію, навіть якщо цими діями він позбавить себе підтримки свого виборчого округу.

Те, що президентське правління зумовлює слабкість партій і виконавчої влади, на відміну від парламентського правління, зрозуміло, впливає на

природу та можливості здійснення демократії. Однак, у більшості досліджень помилково висловлюється протилежне судження.

Щодо дій кабінету міністрів при поразці в ході парламентського голосування там, де парламент продовжує функціонувати, а новий кабінет міністрів формується з коаліції партій, кожна з яких немає більшості, уряди ймовірно слабкі, як це було у Веймарській республіці; Третій і Четвертій французьких республіках, сучасному Ізраїлі та Індії.

На сучасному етапі розвитку нашого суспільства часто вживають термін «правова держава». При цьому одні автори виходять з бажання підкреслити, що, проголосивши себе суверенною і незалежною, Україна стала і правовою державою, а інші – з прагнення довести, що побудова такої держави є справою більш віддаленої перспективи. Згідно зі ст. 1 Конституції нашої держави, Україна є суверенна і незалежна, демократична, соціальна, правова держава. Проте реалії сьогодення яскраво свідчать про наявність проблем. Україна стане дійсно правовою державою, але їй необхідно подолати цілий ряд проблем, які заважають їй бути такою.

Принцип верховенства права визначає умови життєдіяльності усього соціального організму, тобто створення і функціонування державних органів та громадських організацій, ставлення до них, а також стосунки між окремими громадянами. У нашій державі наукове осмислення і аналіз цього принципу розпочалися лише після його закріплення у ст. 8 Конституції України. З урахуванням цього Верховна Рада України повинна приймати закони, що мають відповідати принципам справедливості, гуманізму; забезпечувати права, свободу і законні інтереси громадян; відображати суспільні відносини, які склалися у нашій країні. При цьому основною умовою відповідності цим принципам повинна бути рівноправність держави та інших суб'єктів права. Це означає, що всі закони, які прийняті державою, повинні в першу чергу розповсюджуватися і на неї.

Основою створення і функціонування правової держави, а також її політичних комунікацій є громадянське суспільство, тобто об'єднання вільних

і рівноправних людей, кожному з яких держава забезпечує юридичні можливості бути власником та брати активну участь у політичному житті. Між державою і суспільством має бути певна дистанція, яка і забезпечує демократію, відповідний рівень свободи суб'єктів громадянського суспільства. Якщо держава повністю узурпує суспільство, вона знищує людину як вільну особистість. Не держава визначає громадянське суспільство, а останнє створює і контролює державу. Саме у такий спосіб забезпечується відносно самостійне існування демократичного громадянського суспільства і правової держави [96, с. 44].

Отже, громадянське суспільство – це суспільство демократії, яке надає кожній людині можливість жити на гідному рівні; суспільство, де відсутнє відчуження людини від засобів виробництва і знарядь праці, насамперед – від приватної власності. Дане суспільство має пріоритет щодо держави, яка становить його складову частину.

Громадянське суспільство є проміжною сутністю, яка розташована між приватною сферою та державою. Воно не включає в себе особисте і родинне життя, групи із суто внутрішньою діяльністю (відпочинок, розваги, духовне життя), підприємницьку діяльність та політичну боротьбу за владу. Учасники громадянського суспільства потребують усталеного законного порядку, який захищав би їхні автономію і свободу дій.

В даний час Україна продовжує перебувати в економічній та політичній кризах, які пов'язані, в тому числі, з низьким рівнем правосвідомості через деякі невизначеності політичних комунікацій. Водночас, побудова правової держави передбачає, навпаки, наявність високого рівня правосвідомості населення. Тому основною передумовою для належної реалізації є саме високий рівень правосвідомості і громадян, і представників державної влади.

Таким чином, у незалежній Україні у загальних рисах створені політико-комунікаційні засади функціонування громадянського суспільства, які діють через основні механізми державного управління та спираються на вже існуючі надбання, серед них варто зазначити такі:

- закладені основи парламентаризму, реалізовано принцип поділу влади, тим самим сформовані основні структурні елементи правової держави, що створило умови для цивілізованого функціонування влади, для відмови від силового вирішення спорів між окремими гілками влади. Розпочалася реформа судової влади з тим, щоб досягти незалежності суду, перетворити його на ефективний засіб вирішення спорів;
- відбулись зрушення в оцінці прав і свобод людини, в їх конституційно-правовому регулюванні, визначені шляхи їх реалізації та створені відповідні правові механізми. Україна визнала юрисдикцію європейських інститутів захисту прав і свобод людини;
- піддана глибокій трансформації національна система законодавства. Оновлена значна кількість правових інститутів, які забезпечують реалізацію прав і свобод громадян. Відбувся перегляд галузей законодавства на проголошених Конституцією України засадах;
- створена основа для плідного функціонування так званого третього сектора, тобто громадських організацій, як одного з найважливіших елементів громадянського суспільства. Забезпечена ідеологічна і політична свобода, вільна діяльність політичних партій.

Становлення інформаційного суспільства відбувається комплексно. З одного боку – це розвиток комунікаційних мереж і систем, зокрема нових технологій передачі обробки і зберігання інформації, створення засобів мультимедійного зв'язку, а з іншого – це політичне значення глобальної комунікації, соціальні й культурні наслідки інформаційних технологій. Важливими факторами є вирішальна роль і політична воля держав, інтелектуальний потенціал народів світу, діяльність транснаціональних корпорацій, глобальність інфобізнесу, співробітництво політичних та економічних еліт [118].

На наших очах (та з участю багатьох людей) формується нова субкультура користувачів мережі Інтернет та інших інформаційно-комунікаційних технологій. Її називають «комп'ютерно-інформаційною

культурою». Вона включає соціальну реальність, що конструюється так званим кіберпростором, тобто повсякденними комунікаціями в Інтернеті та інтеракціями в комп'ютерних іграх. Середовищем і носієм таких комунікацій є мережеве співтовариство – співтовариство людей, котрі спілкуються через Інтернет і занурені у віртуальний простір комп'ютерних ігор.

Як зазначає В. Терін, стрімке зростання децентралізованої мережі Інтернету почалося в 1994 році [153]. За даними, які наводить М. Вершинін, до 2001 року чисельність користувачів Всесвітньої Мережі складала понад 400 млн. чоловік, а сама Мережа, що складалася в серпні 1981 року з 213 серверів і декількох тисяч користувачів, виросла до 2000 року більше ніж на 80 млн. серверів. При цьому в 2003 році населення «планети Інтернет» мало становити, згідно з наявними оцінками, приблизно 1 млрд. чоловік [20].

Дослідження про загальну кількість інформаційних запитів Інтернет-аудиторії за 2019 рік зазначають, що новини політики й онлайн-преса (мережеві ЗМІ) займають відповідно нижчі показники, поступаючись розвагам, шоу-бізнесу; новинам економіки; відомостям про виробників товарів, послуг і технічної інформації, але при цьому випереджаючи, правда зовсім не набагато, еротику і спорт. Детально з ними можна познайомитися в Додатку Г.

Однак навряд чи ця обставина може служити підставою для висновку про аполітичність користувачів Мережі. Ближче до істини буде судження про те, що в рамках Інтернет-співтовариства на зламі ХХ ст. і ХХІ ст. переважає та особлива формула політичної культури, яку Г. Алмонд і С. Верба свого часу охарактеризували як «громадянську культуру». Їй властивий консенсус з приводу легітимності політичних інститутів; напряду і змісту громадської політики; терпимості до плюралізму інтересів; компетентності і взаємної довіри громадян. В рамках громадянської культури окремі індивіди можуть бути досить активними в політиці, однак при цьому значна частина інших грає пасивну роль.

Варто погодитися, що все ж є позитивна тенденція, яка пов'язана з використанням Інтернету в політичній сфері. Вона відноситься до

впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій в процеси взаємовідносин держави та громадян і сприяє підвищенню ефективності їх взаємодії і виконанню основної функції органів державної влади та місцевого самоврядування – служити людям, які їх обирають.

Проте, в політологічному контексті поняття «електронна демократія» може бути наповнене більш конкретним змістом. У найбільш узагальненому плані слід, на наш погляд, розуміти заснований на застосуванні мережових комп'ютерних технологій механізм забезпечення політичної комунікації, що сприяє реалізації принципів народовладдя і дозволяє привести політичний устрій у відповідність з реальними потребами інформаційного суспільства. Концепція електронної демократії співвідносна з демократією, що розуміється як в широкому, так і у вузькому сенсах. Нагадаємо, що в першому випадку мова йде про форму влаштування і функціонування будь-якої організації, заснованої на принципах рівноправності осіб, які до неї входять шляхом прийняття рішень більшістю голосів, періодичною виборністю та підзвітністю органів управління і які обрані загальними зборами, конференціями, з'їздами цих організацій. В цьому сенсі йдеться, наприклад, про демократію внутрішньопартійної або профспілкової структур. У більш вузькому значенні в сучасній політичній науці під демократією розуміється форма політичної самоорганізації суспільства, що не тільки заснована на визнанні народного суверенітету, або волі більшості народу в якості джерела державної влади, а й забезпечує відповідність державного управління таким загальновизнаним критеріям, як підзвітність (accountability), відкритість (openness), адекватна реакція на зміни зовнішнього середовища або сигнали зворотного зв'язку, тобто сприйнятливість (responsiveness). Очевидно, що і в першому, і в другому випадку перенесення політичними акторами частини своєї комунікаційної діяльності в Інтернет-простір сприятиме формуванню принципово нового типу інтерактивної політичної комунікації. Стосовно до демократії, що розуміється в широкому сенсі, мова може йти, наприклад, про використання Інтернет-комунікації в діяльності політичних партій.

Механізм можливого використання Інтернет-комунікації має один очевидний недолік тому, що він не забезпечує дотримання принципу таємного голосування і фактично перетворює голосування делегатів «віртуального з'їзду» в поіменне, оскільки наявність індивідуального коду-пароля дозволяє досить легко ідентифікувати особистість конкретного делегата, який проголосував у той чи інший спосіб по будь-якому з винесених на обговорення питань. Будучи прийнятним у внутріпартійному житті та в окремих ситуаціях, в діяльності парламентів і представницьких органів місцевого самоврядування, поіменне голосування, звичайно ж, абсолютно неприпустимо в якості елемента основоположних демократичних процедур державно політичної організації суспільства – виборів органів влади і референдумів.

Однак, не слід вважати, що забезпечення таємного голосування пов'язане з якимись особливими технічними труднощами. Як вирішення проблеми можна запропонувати, наприклад, використання індивідуальних електронних карток для голосування, які попередньо або безпосередньо в день виборів видаються на виборчій ділянці кожному офіційно зареєстрованому виборцю.

Вперше експеримент по голосуванню через Інтернет було проведено в 2000 р. в США, в штаті Орегон. Інший, не менш цікавий варіант застосування інформаційних технологій полягає у використанні, так званих «електронних урн», які можуть працювати без підключення до енергомережі і комунікаційної інфраструктури, що особливо актуально сьогодні для цілого ряду інших держав, де виборчі ділянки часом розташовані в малонаселеній місцевості або на територіях з обмеженим доступом до телефонних ліній і відсутністю оптоволоконного з'єднання з Інтернетом або наявністю червоних «ковідних» зон.

Прихильники впровадження систем «електронного голосування» небезпідставно стверджують, що використання новітніх технологій сприяє підвищенню електоральної активності, викликаючи у виборців, перш за все у молоді, додатковий інтерес. У той же час, слушною є думка критиків подібних проєктів, адже існуючі системи Інтернет-голосування вельми далекі від

досконалості, занадто вразливі з точки зору потенційних комп'ютерних збоїв і атак хакерів, а використання електронних урн аж ніяк не виключає можливості різного роду маніпуляцій і перекручувань результатів голосування внаслідок втручання зацікавлених осіб в процес розробки як самого обладнання, так і його програмного забезпечення, які підпадають в цілому ряді держав під дію законів про захист інтелектуальної власності. Це означає, що далі при наявності безлічі претензій до роботи системи Інтернет-голосування або електронної урни державні контролюючі органи можуть вивчити її внутрішній устрій або піддати аналізу програмне забезпечення, що є власністю фірм-розробників, тільки при наявності відповідного судового рішення, домогтися якого, як показує принаймні практика США, виявляється далеко не так просто.

Ще одна перспектива політико-комунікаційної складової, яка пов'язана з використанням Інтернету та інших новітніх комунікаційних технологій в політичній сфері, відноситься до переміщення інформаційної взаємодії органів влади та суспільства в електронне мережеве середовище, що робить владу більш мобільною і доступною для населення, а у самих громадян з'являються нові можливості конвенційної участі в державному управлінні та місцевому самоврядуванні. При цьому слід мати на увазі, що в демократичних державах, як підкреслюють політологи, для взаємодії влади і суспільства, крім основного електорального механізму, влада широко використовує механізми зв'язку з громадськістю та надання інформаційних послуг населенню, а суспільство – механізми законодавчо регламентованого лобіювання та публічного вираження громадської думки (публічної політики).

Інтернет-технології, що забезпечують інформаційну взаємодію органів влади з населенням та інститутами громадянського суспільства, отримали в сучасній літературі стійке найменування «електронного уряду» (e-Government).

Розвиток електронної інфраструктури державного і муніципального управління передбачає значно більше, ніж створення системи сайтів органів влади та інших установ. З точки зору політичної теорії, мова повинна йти про

серйозної трансформації самих принципів взаємодії влади і громадянського суспільства, коли громадянин з об'єкта владно-управлінського впливу перетворюється в компетентного споживача послуг, що надаються корпусом державних і муніципальних службовців, і одночасно стає повноправним учасником процесу прийняття політичних рішень як на місцевому, регіональному, так і на загальнонаціональному рівні [39].

На думку Виконавчого директора неурядової організації «Центр демократії та технологій» (COT) Дж. Демпсі, процес становлення системи електронного уряду можна умовно розділити на три стадії: «публічність» «участь» і «онлайн-транзакції».

Стадія «публічності» передбачає використання новітніх комунікаційних технологій для розширення доступу громадян та інститутів громадянського суспільства до того, що цікавить їх в органах державної влади та місцевого самоврядування. Послідовний розвиток електронної інфраструктури державного і муніципального управління в рамках цієї стадії буде, на наш погляд, сприяти поступовому витісненню з політичної практики лобізму в його традиційному розумінні – як висококваліфікованої діяльності.

Інформаційна відкритість системи органів державного і муніципального управління передбачає поступове витіснення інституту лобізму таким ефективним інструментом впливу суспільства на владу, як механізм публічного висловлення громадської думки, нерідко званий в сучасній літературі також і механізмом публічної політики. В даному відношенні слід погодитися з практиками ІТ-ринку в тому, що саме свобода публічного вираження і ступінь впливу на владу громадської думки є загальновизнаними критеріями оцінки рівня демократичності політичної системи будь-якої держави. Оскільки інформаційні контакти, які передбачають доведення до органів влади певних відомостей щодо ставлення тієї чи іншої соціальної спільноти до якогось конкретного законопроекту або до підготовки рішення з цього приводу, так чи інакше зачіпає їх безпосередні інтереси, і інформаційний пресинг, під яким розуміється ініціювання безпосереднього звернення громадських організацій,

груп громадян, фізичних осіб до органів влади з висуненням вимог про необхідність прийняття або скасування певних рішень, все більше будуть зміщуватися зі сфери лобістської діяльності в сферу публічної політики. Вважаємо за доцільне говорити не тільки і не стільки про лобіювання за допомогою комп'ютерних мереж, а скоріше – про роль мережевих механізмів публічного адміністрування як про новий інструмент політичного впливу.

Стадія «онлайн-транзакцій» передбачає надання послуг державних і муніципальних установ через Інтернет – оплату комунальних платежів, заповнення податкових декларацій та збір податків, реєстрацію громадських об'єднань, а в перспективі також і підприємців без утворення юридичної особи, підприємств малого бізнесу тощо. Серед можливих переваг від таких нововведень варто назвати спрощення бюрократичних процедур і значне скорочення термінів при оформленні необхідних документів; забезпечення більш суворой податкової підзвітності юридичних і фізичних осіб за допомогою введення уніфікованої системи електронного обліку; підвищення рівня бюджетних надходжень, скорочення масштабів корупції і, відповідно, зростання довіри громадян до інститутів влади.

Як тільки Інтернет почне надавати послуги, які зацікавлять більшість населення, його аудиторія різко зросте. Один із прикладів прямої залежності числа користувачів від кількості і якості послуг – досвід «Готово», де після впровадження автоматизованої системи комунальних платежів різко збільшилася частка підключених до Інтернету комп'ютерів.

Розглядаючи стадії формування мережевих механізмів взаємовідносин органів влади з громадянами (G2C) та інститутами громадянського суспільства (G2B), не слід забувати про те, що не менше серйозною є й проблема вдосконалення електронних каналів взаємодії між різними державними і муніципальними установами (G2G).

До теперішнього часу у Всесвітній Мережі на серверах навчальних закладів, дослідницьких центрів, громадських об'єднань, інших організацій, а також на сайтах індивідуальних Інтернет-проектів у відкритому доступі є

чимало матеріалів, які могли б бути корисними як для освітнього, так і наукового співтовариства. Однак, за справедливим зауваженням Дж. Демпсі, поки що лише деякі з дослідників, викладачів, аспірантів і студентів здатні впевнено орієнтуватися в інформаційному континуумі Всесвітньої павутини, долаючи іманентні властивості її природи та інформаційний хаос. Для забезпечення ефективного доступу до необхідних Інтернет-ресурсів, підвищення ступеня релевантності їх пошуку, а також для надання послуг, пов'язаних з розміщенням інформації і взаємодією користувачів у мережевому середовищі, створюються спеціалізовані портали, які орієнтуються на інформаційні запити та потреби конкретної аудиторії.

Важливим наслідком поширення інформаційно-комунікаційних технологій на всі сфери взаємодії органів влади з громадянами та інститутами громадянського суспільства має стати створення правових, організаційних і технологічних умов для розвитку «електронної демократії» за рахунок реального забезпечення прав громадян не тільки на вільний пошук, отримання, передачу, виробництво і поширення інформації, але і на публічне вираження громадської думки з питань стратегічної та поточної політики на всіх її рівнях – федеральному, регіональному і місцевому.

3.3 Перспективи та особливості політичної комунікації механізмів державного управління в Україні

Проблема ефективного та продуктивного розвитку політичної комунікації механізмів державного управління є вельми актуальною тому, що від цього залежить стабільний і демократичний розвиток усіх сфер життя в Україні. За сучасних умов активної демократизації країни та розвитку політико-комунікаційного простору в Україні політична комунікація відбувається на двох рівнях: макро- та мікрорівні. Водночас наразі вже починають виділяти і

третій рівень – мезорівень, який має тимчасову функцію та певні цілі у своїй політичній комунікації. Розглянемо рівні політичної комунікації в Україні:

1. Мікрорівень: соціальний рівень дії індивідуумів та соціальних груп, які не мають власного статусу політичних акторів. Одиницями аналізу виступають політичні погляди, цінності, комунікаційні та виборчі позиції. Доступ до цього рівня найчастіше забезпечують емпіричні опитування.

2. Мезорівень: соціальний рівень дії організацій та інституцій. На цьому рівні йдеться про дії деяких організацій як колективних або корпоративних акторів. Ці колективи як правило обмежені якимось терміном існування та створюють свої специфічні правила або навіть порядок.

3. Макрорівень: також загальносуспільний рівень дії. Він покликаний концептуально відображати зміст та тенденції розвитку процесів інформаційного впливу і взаємодії суб'єктів політики на рівні політичної системи і суспільства в цілому.

Сьогодні домінує парадигма взаємозалежності та симбіозу, яка спирається на погляд у науці, що між медіа-системою та політичною системою існує комплексна взаємодія з різносторонніми залежностями та процесами пристосування. Основною моделлю відносин між політичною системою та системою ЗМІ виступає взаємозалежність обміну інформації в обмін на гласність і навпаки. Політична система залежить від розповсюдження інформації зі сфери політичної системи, а ЗМІ в свою чергу залежать від політичної системи, яка їм і надає цю інформацію. Таким чином утворюється дієва система, що встановлюється політичними акторами та процесом інтеракції, а стабілізується завдяки прийнятим ролям та правилам [206, с. 115].

Зміна комунікативних і соціальних процесів громадянськості, вплив Інтернет-технологій стимулює трансформаційний перебіг політичної поведінки, участі та діяльності самого політика як актора певного соціально-політичного театру.

З точки зору соціуму, політична комунікація пов'язана з тими рішеннями влади, які виконують певні соціальні запити населення і, головне, пов'язані із

покращенням добробуту. На нашу думку, ефективність політичної комунікації в розумінні громадян більше стосується утилітарних побажань, у той же час, як розуміння ефективності політичної комунікації з боку влади пов'язане із застосуванням психологічних ресурсів через такі інструменти, як «обіцянку», «політичну відповідальність» тощо. Тому важливим є визначення складових і критеріїв цієї ефективності та пошук відповідних методів дослідження, враховуючи особливості політичної комунікації між владною елітою і населенням.

При цьому загалом відмічається, що попри значний масив напрацювань із зазначеної теми, недостатньо досліджені складові, критерії і виміри ефективності політичної комунікації між політиками та громадянами з точки зору їхніх духовних настанов, оскільки спостерігаються розкол, неповага і непорозуміння у таких взаєминах.

Це відбувається тому, що не всі особливості та тенденції розвитку політичних комунікацій у достатній мірі осмислюються та враховуються в названих аналітичних розробках. Відмічають таку особливість політичної комунікації як таку, що характеризується високим ступенем раціональності, тобто політичні актори прораховують кожний свій крок, заяву, зустріч тощо. Цьому процесу сприяють, зокрема, ускладнення суспільно-політичного життя; способів організації політичного спілкування; поступове зростання рівня політичної культури і свідомості громадян; технологізація всіх сфер життя (поява нових технічних засобів, які дозволяють ефективно розповсюджувати інформацію). Такий раціоналізм політичної комунікації може покращити взаємини, оптимізувати обмін інформацією, забезпечити відповідальність політиків перед населенням тощо.

На жаль, у розвитку політико-комунікативних процесів Україна помітно відстає від передових країн світу. Свідчення тому – незадовільні результати такої взаємодії (кризові явища у вітчизняній економіці, політиці, недоліки у запровадженні реформ, які не підтримуються населенням). Тож виникає необхідність у вдосконаленні політичної комунікації, передусім, по вертикалі:

між владною елітою і населенням. Особливо гострою є проблема демократизації політичної комунікації, оскільки часто-густо політична еліта приймає рішення кулуарно, ніскільки не реагуючи на громадську думку стосовно різних суспільно-політичних проблем.

Для вивчення соціально-політичних настроїв громадян проводять відповідні соціологічні дослідження, що особливо популярні під час виборчих кампаній. Однак як самі опитування, так і відповідні оцінки їх результатів мають значні хиби.

Щодо соціологічних досліджень то доцільно зауважити про таке. По-перше, їх проведення і результати часто не відображають реальний стан громадської думки (враховують результати реципієнтів, котрі погодились відповісти, а є значна кількість людей, котрі відмовились це зробити з різних причин). По-друге, отримані дані нерідко використовують неадекватно. Мається на увазі, що сьогодні в українському політикумі відсутня система високопрофесійної допомоги політикам, і тому практично немає належного опрацювання даних соціологічних досліджень для подальшої побудови ефективної політичної комунікації.

У всесвітній практиці вже існує велика кількість напрацювань щодо нових методів, засобів, моделей, прийомів ефективного використання політичних комунікацій з метою підвищення їх сприйняття всіма прошарками населення, соціумом у цілому. Так, за допомогою мікротаргетингу будується політична комунікація з конкретною людиною за її особистими інтересами. На виборців збирається окреме досье, потім виготовляються кластери із восьми пунктів, що фіксувалися для кожної людини. Один із кластерів, наприклад, підказував, що для певного виборця важливим параметром є освіта. І тоді до нього приходив учитель сусідньої школи і хвалив, приміром, чудову освітню програму республіканців.

Приклад моделі використання політиками перед виборами емпіричного методу у форматі ділової комунікативної взаємодії з виборцями наведено у додатку В.

Цікавим методом формування політико-комунікаційного простору і зв'язків є математичне моделювання в рамках теорії ігор, яке об'єктивно надає варіанти побудови стратегій і вигоди в кожній окремо взятій ситуації. Для сучасної політичної комунікації характерні раціоналізм та технологізм.

Прикро, але, по-перше, в українському політикумі бракує політтехнологів, політологів, іміджмейкерів, котрі здатні використовувати методологічні прийоми, розроблені провідними фахівцями розвинутих країн світу для оптимізації взаємодії у політичному просторі, відмічає С. Денисюк [44, с. 301].

По-друге, сучасна технологічна основа для демократизації політичної комунікації цілком достатня (населення має доступ до телебачення, радіозв'язку, Інтернету тощо). У сучасних українських політиків, як правило, слабка стратегія діяльності, і ставка в комунікації робиться саме на політичні технології, за допомогою яких намагаються практично переграти свого опонента, маніпулювати виборцями тощо.

Сучасні принципи інформаційного та громадянського суспільства здатні подолати існуючі в Україні суперечності та негаразди, які поки що притаманні політичним комунікаціям у нашій країні. Тільки ефективне функціонування обов'язкового, контрольованого з боку громадянського суспільства зворотного зв'язку та заснованого на його даних і їх аналізі постійного політичного діалогу на всіх рівнях взаємодії здатне позитивно врегулювати систему політичних комунікацій.

Індикатори, що відображають якість державного управління політичними комунікаціями, розробляють багато міжнародних урядових і неурядових організацій. У низці країн уряди проводять національні оцінки, які використовуються в практиці державного управління. Однією з найбільш відомих методик подібного виду є оцінка якості державного управління ООН, яка оцінює його за вісьмома критеріями:

- участь (participation) громадян у процесі ухвалення державних рішень (як безпосередня, так і через організації громадянського суспільства);

- верховенство права (rule of law) – наявність справедливих законів та дієвий захист прав людини, неупереджене застосування закону до громадян;
- прозорість (transparency) – доступність інформації про діяльність держави для всіх зацікавлених громадян;
- сприятливість (responsiveness) – адміністративні процеси дозволяють усім зацікавленим особам у розумний час взяти участь у державній діяльності;
- орієнтація на консенсус (consensus oriented) – використання механізмів посередництва та інших способів досягнення суспільної згоди при ухваленні рішень на користь усіх членів суспільств;
- рівність і відсутність дискримінації (equity and inclusiveness), яка забезпечує рівний підхід до всіх громадян;
- результативність і ефективність (effectiveness and efficiency) – результати діяльності органів влади відповідають суспільним очікуванням, а також найкраще використовують і відтворюють ресурси;
- підзвітність (accountability) – відповідальність державних службовців та органів влади перед вищими посадовцями й організаціями, а також перед джерелом державної влади – народом [74].

Таким чином, вимальовуються такі основні напрями подальшого розвитку політичних комунікацій:

- удосконалення та поширення електронних політичних комунікацій (е-політкомунікацій) у цілому з усіх їх видів і типів;
- зростання взаємодії е-політкомунікацій з електронним управлінням органів державної влади (е-урядуванням);
- удосконалення та покращення якості політичної реклами, впорядкування та знаходження її чіткого місця в системах політичної комунікації;
- структуризація політичних функцій засобів масової інформації та посилення на них тиску громадської думки;

- поширення в системах політичних комунікацій маркетингових способів організацій політичного дискурсу, політичного піару тощо;
- зростання політичної ролі Інтернет-технологій;
- з'ясування та правове встановлення правил гри в політичній сфері між державною та іншими акторами медіаринку й політичного ринку;
- посилення конкурентної боротьби на теренах політичного ринку і впливу цього явища на кількість і якість політичних комунікацій;
- більш структуроване та глибоке поєднання в політичних комунікаціях власне політичних характеристик і ознак як із унікальними, так і з основними загальними й універсальними параметрами інформаційно-комунікаційних технологій;
- розроблення більш універсальних моделей політичних комунікацій у дослідженнях і методологічних працях фахівців;
- інституціональне позиціонування агітаційно-пропагандистських державних політичних структур на новій джерельно-технологічній основі;
- знаходження нових організаційно-комунікаційних засобів і технологій піару в політичній сфері діяльності;
- спрямування політичних піар-комунікацій на формування системного інформаційного трафіка, який включав би внутрішньо організаційні й стратегічні довготривалі зв'язки;
- встановлення та підтримка сталих і довготривалих зв'язків між партнерами й контрагентами політичних процесів і сприяння їх активності в атмосфері доброзичливості та толерантності;
- забезпечення ефективності взаємного інформаційного партнерства політичних акторів;
- забезпечення умов конструктивної критики та самокритики у політичних відносинах;
- забезпечення можливостей постійного корегування політичних позицій, адаптивності, маневрованості поведінки акторів;

- підтримування відкритості та прозорості інформаційних відносин у політичній сфері;
- вдосконалення соціально-психологічних та організаційних складових політичних комунікацій, насамперед: політичної реклами, піару та немаркетингових форм впливу на свідомість і поведінку населення;
- підвищення відповідності політичних комунікацій соціально-політичному середовищу та інтересам різних прошарків населення;
- використання більш складних аналітичних засобів і прийомів у системі політичної комунікації, які б спрямовувались на раціоналізацію становлень громадян до політичних подій;
- упровадження нових, більш надійних й ефективних методів захисту політичної інформації та безпеки політичних комунікацій;
- удосконалення антитерористичної та антизлочинної інформаційної діяльності;
- поширення та вдосконалення синтетичних способів організацій політичних комунікацій, насамперед таких, як гумористичних, сміхових, іронічних, кризово-критичних, інтелектуальних тощо;
- вдосконалення взаємовідносин та встановлення нових механізмів регулювання між державною владою та ЗМІ, у тому числі, в правовому та організаційному вимірах.

Одним із найважливіших особливостей розвитку політико-комунікативного простору в Україні є хід передвиборчих кампаній в останнє десятиріччя. Вивчення впливу ЗМІ на хід виборчих кампаній та на результати виборів, у т.ч. в Україні, помітно активізувалося на початку ХХ ст. У ряді робіт відзначається, що це сталося завдяки публічним виступам діючих політиків. Теоретичні розвідки цього періоду були орієнтовані на виявлення умов, необхідних для досягнення того або іншого політичного результату. В цей час виникають припущення про те, що зацікавлені виборці, а також політичні експерти найбільш сприятливі до дії поширюваних повідомлень ЗМІ, чим пасивні громадяни і політики-початківці. Більшість учених такі зміни пов'язують з тим, що партійний вплив

(монопартійність) на вибір кандидата помітно зменшився, і це дозволило телебаченню перетворитися на могутню силу.

Результати досліджень сформували вагомі аргументи на користь того, що ЗМІ і передусім телебачення здатні впливати на хід і результати виборчих кампаній, маючи в арсеналі різні способи та інструменти. Основна увага в цих дослідженнях приділялася аналізу комунікативних стратегій, що використовувалися при проведенні виборчих кампаній на різних рівнях. Основним завданням процесу комунікації ставало конструювання друкарської та електронної «медіа-реальності», з якою безпосередньо має справу індивід. Під впливом ЗМІ у свідомості індивідів виникає спрощене, спотворене і стереотипізоване уявлення про зовнішній світ, яке стає чинником мотивації їхньої поведінки у повсякденному житті [98, с. 91].

Ще одним з провідних теоретичних підходів до вивчення дії ЗМІ на політичну поведінку в сучасній Україні є концепція «встановлення порядку денного». З точки зору цієї концепції, дія ЗМІ на аудиторію має свого роду конструюючий характер: коли преса, радіо або телебачення починають приділяти пильнішу увагу висвітленню певних подій та проблем, а потім саме вони починають сприйматися аудиторією в якості найбільш важливих, значущих у порівнянні з іншими. У світовій науці формування концепції встановлення порядку денного зазвичай пов'язується з прізвищами Д. Шоу і М. Маккомбса.

Прихильники концепції встановлення порядку денного стверджують, що під впливом повідомлень, поширюваних каналами масової комунікації, з більшою вірогідністю змінюватиметься не стільки електоральна поведінка та ставлення виборців до тих або інших фактів, скільки база знань аудиторії, на основі яких приймаються рішення. Коли ЗМІ зосереджують увагу на окремих проблемах і подіях, виконуючи одну з ключових своїх функцій, вони тим самим зачіпають пріоритети інтересів аудиторії.

Автори цієї концепції роблять акцент не стільки на впливі ЗМІ на електорат у періоди виборчих кампаній, скільки ставлять проблему значно

ширше – в плані вивчення більш загальних соціально-політичних ефектів, що породжуються масовою комунікацією. Так Г. Лассвелл звертав увагу на те, що масові комунікації виконують три найважливіші соціальні функції: по-перше, вони знайомлять аудиторію з поточними подіями, впливаючи на «встановлення порядку денного»; по-друге, вони інтерпретують значення повідомлень, формуючи перспективи, з точки зору яких розглядатимуться події; і, по-третє, вони також відіграють важливу роль у соціалізації індивідів формуючі певні установки та вірування [191].

Сьогодні Україна постійно готується до чергових місцевих виборів. Саме в умовах підготовки до виборів одним із головних завдань політичних сил стає створення або відновлення довіри до себе, до своїх політичних програм розвитку суспільства. Цьому може допомогти широке використання Інтернет-простору, соціальних мереж, блогів та чат-ботів. Інша річ, що ні влада, ні опозиція не готові до такого діалогу, українські політики вкрай неохоче використовують цю можливість через звичку впливати лише в односторонньому порядку. Більшість цеховиків технологій реклами та пропаганди у політиці зорієнтовані саме на односторонню трансляцію інформаційного контенту та зловживання мережою блогів і чат-ботів, необхідних для впливу на суспільну думку і не припускають можливості повноцінної двосторонньої комунікації. В наш час відбувається явне ігнорування того, що суспільство змінюється, а медіа відходить у минуле із ярликом «сліпа довіра» до ЗМІ. Тому не випадково, що в сучасних умовах фахівці відмічають істотне падіння ефективності традиційних технологій агітаційного впливу на суспільну думку, яке вимірюється такими емпіричними показниками, як низький рівень участі у виборах, зростання чисельності груп протестного електорату і самоорганізації людей за допомогою Інтернет-ресурсу, що додатково підсилюється умовами COVID-моделі комунікації.

Розвиток каналів ЗМК розширює свій інформаційний діапазон, оскільки новий медіа-ресурс Інтернет дає відчуття ілюзії, що включає не менш заангажовану інформацію порівняно з іншими каналами (преса, радіо,

телебачення). При цьому немає такого візуалізованого тиску з боку політичних діячів, тому інформація, що надходить в Інтернет є не завжди відшліфованою і підконтрольною. Новий канал-ресурс належить до сучасних новацій, оскільки забезпечує швидке отримання інформації (повідомлення) з різних куточків світу і в будь-який час. Нині політична комунікація набуває властивості не тільки як основа нового інформаційного середовища, а й як віртуального поля та міфологізації, що спонукає постання нового типу взаємодії політикуму і громадянина – інтроформаційного.

У періоди трансформаційних процесів у політиці, державі та суспільстві в цілому змінюється політична ідеологія і комунікація, що реально впливає на поведінку і свідомість громадян. З розвитком демократії політик вимушений постійно підтримувати комунікаційну взаємодію між владою і соціумом, щоб закарбуватись у пам'яті виборців. В різні історичні періоди українська еліта завжди цінувалась своїм духом і була певним еталоном освіченості, терпимості і стійкості, національної самосвідомості і патріотизму, діяльної і вчинкової причетності до долі українства. Тільки люди такої категорії здатні подбати про державу, зробити багато корисного та справедливого для сталого розвитку країни і добробуту народу. На жаль, у наш час політичні діяння та комунікація мають вигляд не стільки інформаційний і виховний, скільки переважно розважальний. Скажімо, у критичні та кризові періоди у Верховній Раді часто відбуваються бійки і сварки між депутатами, що негативно впливає загалом на громадянську свідомість населення [36].

Звісно, що інформаційна політика у публічному управлінні також не може бути беземоційною й абсолютно прагматичною. Проте вона не має бути комедійною сценою, адже її головне завдання – плекати до елітності, аристократичності, порядності [37].

Натомість сьогодні ми бачимо популізацію в політико-комунікаційній індустрії такої технології, як «політична гра». Це така подача повідомлення, що захоплює увагу виборця завдяки його логічній та емоційній переконаності. Громадська думка настільки мінлива і нестабільна, що її справді треба

підштовхнути до певних дій та акцій, до стимулювання розвитку національної самосвідомості і самоповаги. Крім того, ефективними методами політичного впливу є символи (національний одяг, герб, прапор, емблеми, корпоративна символіка тощо). Символ є ідейною або ідейно-образною структурою, що засадниче містить предметність і зміст як неподільні частини одного цілого. Нарешті їх сукупність формує свідомість громадянина як певний ідейний образ горизонтів українотворення.

Впливова діяльність політика в аспекті відкритої комунікації охоплює, як відомо, такі складові: психолінгвістику, комунікативність, повідомлення, канали; комунікаторів та їх реакцію; спостереження, анонімне опитування; анімацію; аналіз, стратегічне прогнозування; зворотний зв'язок. Ось чому мас-медіа, подаючи політичну інформацію для споживачів, якраз використовує ці складові у різних жанрових контекстах, насамперед інформаційному, розважальному і трансформаційному, а також інтроформаційному.

Звісно перед виборами політики, щоб увійти в чинний політикум, вдаються до емпіричного (дослідницького) методу, який застосовувався ще за часів Стародавньої Греції такими її видатними філософами, як Сократ, Платон, Аристотель. Це метод вибіркового, психологічно прихованого спостереження, що формовиявляється як експеримент; рольова гра; прогноз стану, ситуації чи її рефлексивна оцінка. Під час виборів здебільшого політики чи кандидати в депутати використовують емпіричний спосіб та комунікаційні засоби вивчення громадської думки, що дає змогу з різною мірою продуктивності впливати на свідомість та поведінку виборців у режимі реального соціального часу. Перед виборами політик аналізує змістовлення громадської думки, соціальні потреби населення, настрої представників титульної нації та етнічних менших, і тільки після цього опрацьовує свою програму, її мету і завдання, вдається до впливових діянь за схемою: настановлення – інформування – переконання – спонукання до дії.

Отож комунікативно-емпіричний метод дозволяє політичному діячу розробити стратегію певних програмних дій, вималювати ставлення

сьогоденної людини до держави. Він також уможлиблює маніпулювання громадською думкою в бажаному напрямку, адже пересічна особа не завжди здатна мислити індивідуально та самостійно, а частіше діє колективно, або за зовнішніми порадами. Фактично багато мрій, сподівань і планів людей сьогодення саме через віртуальний простір здійснюються у форматі державотворення. Мрії через ідею вкорінюються у свідомість громадян і згодом настає їх уреальнення в низці подій чи речей.

Для споживача інформація здебільше залишається загадкою і певним кросвордом, що становлять справжню сутність виголошеного тексту. Саме це нині спостерігається у програмах політиків – переважання інтерпретованої інформації (повідомлення), що має приховане смислове наповнення із певним підтекстом.

Отже, у сучасній Україні найбільший ефект стосовно політичного маніпулювання українськими громадянами відбувається через апеляції до духовності, емоцій та почуттів, а також шляхом використання методів і засобів несилової інформаційної взаємодії.

Висновки до Розділу 3

Підводячи підсумки можна зазначити, що політична комунікація – це комплекс комунікативних практик всіх видів політичних організацій, навіть тих, в яких не передбачено політичного підґрунтя. Політична комунікація – це дуже складний процес передачі інформації політичною системою до соціальної системи, на яку впливають процеси глобалізації та трансформації у світі, а також у медіа-просторі, який є невід’ємною частиною політичної комунікації.

В сучасних умовах процесу затвердження нових принципів організації політико-інформаційного простору, що включають: плюралізм, відсутність ідеологічних заборон, зростання кількості політичних суб’єктів, які викликають інтереси різних груп суспільства, посилили необхідність узгодження політичних позицій, привели до різкого розширення і підвищення інтенсивності політичної комунікації. Сьогодні політична комунікація є одним з головних компонентів ведення політичної боротьби, основним механізмом розвитку сучасного політичного процесу, провідним інструментом легітимації влади та її рішень. Фахівці відмічають, що в умовах бурхливого розвитку інформаційної сфери влада, її політичні структури й інститути суттєво змінюють способи використання нових комунікаційних технологій. Державні структури дедалі ширше використовують технології PR-комунікацій, засоби політичної реклами, інші методи комунікативного впливу для спілкування з суспільством, налагодження і підтримки контактів з політичними партнерами і опонентами.

Сутнісно комунікація має значення системи, яка охоплює створення, передавання й отримання інформації (повідомлення). Вона може мати як вербальний, так і невербальний вигляд. Перша (вербальна) комунікація, як правило, розуміється як словесність і знаковість, для неї властиві візуально-зоровий та розмовно-звуковий методи. Друга (невербальна – комунікація без слів) втілюється в мову тіла, у жести, міжособистісний простір (допустима дистанція), часові властивості. Для неї притаманні жестикульований, візуально-зоровий (контакт очей), поведінковий та віртуально-психологічний методи

спілкування. Глобалізація і кібернетизація суспільства призвели до інтенсивного розвитку системи комунікацій, в основу якої закладені технології анімації та мультимедійності, що здатні ефективно маніпулювати свідомістю і думками громадян. Сучасні політичні комунікації механізмів державного управління здатні відтворювати психологічний характер особи чи групи, її певні емоції, ідеї, думки тощо.

Розглянувши основні підходи до визначення сутності політичної комунікації, можна зробити висновок про те, що політична комунікативістика, як і будь-яка сфера міждисциплінарних досліджень, використовує широку систему концепцій і понять, переважно запозичених з інших дисциплін – психології, соціології комунікації. Цілий ряд теоретичних конструктів політичної комунікативістики пов'язаний з поясненням явищ на мікрорівні, тобто на рівні окремих індивідів, особливо якщо йдеться про ефекти переконання.

Ймовірними перспективами політичної комунікації за умов воєнно-кризового стану в Україні є активне висвітлення шляхом можливостей політичної комунікації діяльності політиків та Президента через усі канали засобів масової комунікації України. Тому спостережно-прогнозованим та стратегічним завданням для політологів є створення такої «маски» чи «обкладинки», яка б якомога ефективніше впливала на свідомість пересічного громадянина, тобто так заповонила його розум і почуття, щоб він повністю був підвладний тим чи іншим політичним інтересам. Метод маски як приховування або замовчування окремої інформації у політиці діє сьогодні постійно.

Принципове значення в контексті перспектив розвитку електронної демократії має аксіологічний, ціннісний вимір політичної комунікації, її основних потоків, цілей і спрямованості розповсюджуваних повідомлень. Культурна політика в області політичної комунікації має ґрунтуватися на таких принципах, як пріоритетність якостей і цінностей даної культури (ієрархія); рівні права і широкі можливості для залучення до інформації внаслідок утвердження справедливості, демократії і широких прав громадян (рівність);

близькість до культури нації, етнічної спільності або релігійної більшості (ідентичність); облік моральних норм і вимог (смак і мораль).

Отже, політичні впливи і ефекти надто важливі, щоб їх ігнорувати, особливо у процесі становлення демократичного суспільства у нашій країні. Вони потребують постійного вивчення і аналізу задля ефективного зв'язку громадськості з політичними діячами. Політична система суспільства у своєму функціонуванні постійно залежить від інформації, яка циркулює в соціумі. Політична комунікація з'єднує між собою всіх суб'єктів політичної сфери системи та уможливорює ефективну політичну діяльність.

Політичні комунікації механізмів державного управління у кризові періоди різного походження та під час політичних змін в Україні можуть бути ефективним засобом подолання негараздів і невтішних перехідних явищ. Оскільки з кожним роком у людей ставлення до політики змінюється, трансформується рівень довіри, збільшується пасивність (неучасть все більшої кількості громадян у виборах) тощо, то зусилля дослідників повинні бути спрямовані на пошук нових дієвих форм позитивної політичної комунікації. Використання в політичній сфері Інтернету в поєднанні з іншими новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями, безсумнівно, може сприяти подальшому розширенню можливостей конвенційної політичної участі і становленню різних форм електронної демократії – складової комп'ютеропосередкованої політичної комунікації механізмів публічного адміністрування, що відповідають реальним потребам інформаційного суспільства. Позитивне рішення даної проблеми полягає у відмові від проголошення самоцінності техніко-технологічної складової і в опорі на гуманістичні традиції, на культуру.

Матеріали цього розділу висвітлено в публікаціях:

Дабіжа В. В. Ризикоекономіка комунікативних систем публічного управління. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2019. № 3 (5). С. 52–57.

Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційні ризики в комунікаційних системах публічного управління. *Державно-управлінські студії*. 2019. № 12. URL: <http://studio.ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/Kyslov-Dabyzha-DUS-12.pdf>.

Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційно-комунікаційна складова процесу прийняття політичних рішень. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2014. Серія 22. Вип. 15. С. 27–34.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення науково-теоретичного завдання, що полягає в обґрунтуванні теоретичних засад і аналізі концепцій та моделей політичної комунікації як необхідного компонента взаємодії для системи механізмів публічного управління та обґрунтування впливу на процес демократизації суспільства в контексті його розвитку, змін і трансформацій політичної культури, що дало змогу дійти наступних висновків:

1. Проаналізовані теоретико-методологічні засади дослідження політичної комунікації за умов системної демократизації суспільства. Виявлено, що дослідження поняття «політична комунікація» є сьогодні вельми популярним, але одночасно дуже складним та багатограним, оскільки велика кількість суміжних дисциплін займається вивченням політичної комунікації. Дослідження політичної комунікації можна назвати своєрідною традицією, яка бере початок ще з Давньої Греції та втілена у працях Платона й Аристотеля.

З появою електронних медіа у першій половині минулого століття політична комунікація набула зовсім іншого характеру. Радіо і телебачення передають інформацію на великі аудиторії та створюють публічність неймовірних масштабів. Телебачення починає пропонувати своїм глядачам візуальні образи з усього світу та у форматі «наживо».

Водночас до сих пір наука не дала точного визначення поняттю політичної комунікації. Причиною цього можуть бути складові елементи цього поняття, тобто – політика і комунікація, що вже є самодостатніми поняттями, та не потребують розширення або звуження свого сенсу. Узагальнивши наявні визначення, можна запропонувати наступне: політична комунікація – це комунікація, що висловлюється політичними акторами, яка одночасно спрямована на них і містить у собі їх стиль, знання, мотиви, цінності та орієнтири.

Політична комунікативістика в її теоретичному аспекті повинна виступати не як якась еклектична галузь чи додаток до окремо взятих категорій і понять сучасної філософії щодо аналізу інформаційно-комунікативних процесів у сфері політики та державного управління, а як методологічно цілісна конструкція та як дієвий механізм чи складова механізмів публічного адміністрування, що дозволить розглядати генезис, закономірності та тенденції розвитку феноменів політичної комунікації системно, у їх взаємозв'язку. Таким чином, політична комунікація виступає як атрибут системи управління і як елемент політичної культури, оскільки стає необхідною, суттєвою, невід'ємною властивістю політичної діяльності в будь-якому її прояві.

2. Розгляд агітаційно-пропагандистської та рекламної діяльності в політичній сфері, громадських зв'язків (паблік рілейшнз) та політичного маркетингу в різноманітних формах стратегічних політико-комунікаційних кампаній, що має як загальне значення, так і конкретні риси, дозволяє зробити висновок щодо існування стійких тенденцій минулих років. В останні десятиліття сформувалися чотири взаємозалежні комунікаційні стратегії, залучені для досягнення конкретних політичних результатів. Це стратегії: рекламно-пропагандистська, загальнодержавного інформування, двосторонньої асиметричної та двосторонньої симетричної стратегічних дій.

В умовах становлення інформаційного суспільства особливий інтерес викликає аналіз чотирьох моделей стратегічних політико-комунікаційних кампаній, найважливішим компонентом яких виступає масова комунікація через агітаційно-пропагандистську діяльність з використанням ЗМК, політичної реклами, поширення громадських зв'язків та політичного державного маркетингу.

При цьому політичний маркетинг незалежної стратегії як комплексна «зонтична» технологія інкорпорується в якості складових елементів моніторингу, іміджмейкерства та рекламно-комунікаційної діяльності. Якщо ефективний зворотний зв'язок між політичними структурами, що діють в рамках приватних схем та громадськості відсутній, то значна частина громадян

або буде виявляти виражену політичну апатію, показуючи відчуження до участі у виборах, референдумах тощо, або буде проявляти демонстрацію високої плинності у своїх політичних перевагах, одночасно нагромаджуючи розчарування.

3. Політична комунікація представляє собою приватну форму соціальної комунікації як специфічний прояв взаємодії індивідуальних та спільних акторів, призначеної до передачі інформації за допомогою використання мови та інших маркерних форм. Доцільно мати на увазі зауваження А. Соловйова, що «концепція “політичної комунікації” описує не універсальний, а унікальний тип комунікативного процесу, якому притаманні власні джерела інформаційних контактів, особистий тип організації соціальних взаємовідносин, специфічні функціональні навантаження суспільства, характерна морфологія, опосередкований стиль громадської макросоціальної групи і ряд інших якостей». У гуманітарному контексті комунікація – це закономірність та тенденція розвитку, а також засіб та механізм інформаційного впливу й взаємодії громадськості. Таким чином, соціальна комунікація виступає метатеорією до політичної комунікативістики, де комунікаційні аспекти діяльності політичних акторів за допомогою проблем влади інтерпретуються з точки зору зв'язків та відношень між процесами та явищами у сферу політики. Тому встановлені нові підходи до значення політичної комунікації як компонента механізмів державного управління та як таких, що забезпечують гомеостатичну стійкість політичної системи, покращують та динамізують політичну кон'юнктуру.

4. Початком вивчення політичної комунікації вважають дослідження пропаганди у період Першої світової війни, а її комплексні дослідження розпочалися у 30-х – 40-х роках ХХ ст. Фундаментальні роботи у цій сфері, як і сам термін «політична комунікація», з'явилися наприкінці 40-х років – на початку 50-х років. Виокремлення дослідження політичної комунікації у самостійний напрям на межі соціологічних та політичних наук було викликано демократизацією політичних режимів у другій половині ХХ ст., а також

розвитком кібернетичної теорії, виникненням і збільшенням ролі нових комунікаційних систем та технологій. В основному це пов'язано з використанням формалізованих методів системного аналізу, яке відбулося у 1950-ті – 1960-ті роки, коли завершалось становлення загальної теорії систем як міждисциплінарної логіко-методологічної концепції складно-сконструйованих об'єктів різної природи, а також через стрімкий розвиток кібернетики.

Представлено періодизацію розвитку політичної культури і політико-комунікаційних технологій в логічному та методологічному вимірах та впливі на розвиток соціуму, що передбачає дві стадії: I стадія (1900 р. – початок 80-х рр. XX ст.) та II стадія (80-і рр. XX ст. – XXI ст. наш час) та шість етапів. Відстежено наративи політичної культури у політико-комунікаційній складовій в системі публічного управління.

5. Розглянуто політичну комунікацію як засіб демократизації сучасних суспільних змін. Встановлено, що розвиток політичних комунікацій зумовлений ускладненнями способів організації політичного спілкування. Здатність учасників політичного дискурсу щодо налагоджування відносин безпосередньо пов'язана з наявністю у них ефективних каналів комунікації, вмінь і навичок ефективно застосовувати прийоми спілкування і, що не менш важливо – необхідних для цього ресурсів.

Політична комунікація є найважливішим чинником демократизації владних відносин, оскільки останні базуються передусім на засадах публічної політики, забезпечують постійний взаємозв'язок між політичними суб'єктами на всіх рівнях. Завдяки механізму державних політичних комунікацій можливе подолання протиріч, які ускладнюють демократизацію суспільства (бюрократизм влади, маніпулювання громадською думкою, недовіра органів влади до громадських організацій, низький професійний рівень чиновників тощо). Інформація відіграє суттєву роль у політичному процесі як фактор порозуміння, зближення, консолідації суб'єктів політики, узгодження інтересів різних суспільних груп всередині кожної конкретної країни і суверенних держав на міжнародній арені. Це зумовлено тими об'єктивними властивостями,

які їй притаманні: по-перше, оперативністю; по-друге, здатністю охоплювати своїм впливом велику кількість споживачів; по-третє, доступністю отримання та психологічними властивостями, а саме – можливостями за допомогою сучасних технологій відбиватися на громадській думці, настроях тощо.

6. Виявлено проблеми та шляхи оптимізації політичної комунікації як механізму державного управління в процесі демократичних перетворень постмайданної України. З'ясовано, що сьогодні політикум через комунікативний процес впливає на свідомість громадян за допомогою емпіричних методів, супроводжуючи при цьому процес змін політичного життя держави і суспільства в цілому. В такий спосіб динаміка трансформації публічної комунікації вагомо впливає на політичну систему.

В умовах формування інформаційного простору постійно зростає роль комунікативної взаємодії суб'єктів і об'єктів державної політики. Особливо це актуально для соціальної політики, оскільки вона зачіпає інтереси населення усієї країни. У цілому ряді випадків політико-комунікативні процеси підпадають під визначення стратегічних кампаній, коли вони свідомо використовуються комунікаторами для досягнення конкретних політичних результатів. Політична комунікація подібного виду може реалізовуватися на різних рівнях і варіювати від цілеспрямованої інформаційної дії на одного або декількох індивідів до великомасштабної кампанії, що включає значну кількість каналів, якими поширюється безліч повідомлень на багатомільйонну аудиторію.

Ціннісні якості політичної комунікації сьогодні ранжуються та політично переосмислюються як і раніше у власних інтересах бюрократією та владною елітою. Однак вони чимало залежать від специфіки суспільної та політичної культури кожного конкретного громадського та суспільного середовища. Політична комунікація у цьому випадку виступає засобом існування та передачі політичної культури, у свою чергу сама, будучи елементом впливу системи управління і одночасно будучи керованою культурними нормами та цінностями, що діють у даному соціумі.

7. Аналіз генезису та подальшої еволюції теоретичних моделей політичної комунікації як когнітивних конструкцій, здатних розкрити та осмислити казуальні зв'язки між процесами та повідомленнями інформаційного впливу та їх взаємодією у сфері політики та публічного адміністрування призводить до висновку щодо обов'язковості наявності зворотного зв'язку між учасниками політико-комунікативних процесів. В умовах становлення інформаційного суспільства політична комунікація здійснюється не лише за вертикаллю – між «управляючими» та «керованими». А і горизонтально – сучасним рівнем технологічної оснащеності соціальної сфери, одним із представників якої виступає стрімке поширення Інтернету. Це дає можливість практично будь-кому індивідуально створювати та розповсюджувати власні інформаційні продукти, диверсифікувати комунікаторів та візуалювати інтенсивність горизонтальних комунікаційних потоків, тим самим розвиваючи мережеві інтерактивні структури, охоплюючи, в тому числі, усі сфери політичної діяльності.

Очевидно діджиталізовані політичні комунікації повинні бути контрольовані і в разі необхідності мати управлінські механізми виправлення власних комунікативних дій за допомогою зворотних зв'язків. Якщо ефективний зворотний зв'язок між політичними структурами, діючими в рамках приватних схем та суспільством, буде сприяти ефективним комунікаціям у публічному управлінні, то значна частина громадян буде визнавати переваги політичної системи відносно політичної апатії індивідів у процесі інформаційної взаємодії між комунікаторами та адресатами.

8. Використання в політичній сфері Інтернету в поєднанні з іншими новими інформаційно-комунікаційними технологіями, безперечно, може сприяти подальшому розширенню можливостей конвенціональної політичної участі та формуванню різних форм «електронної демократії» – механізмів комп'ютерно-опосередкованої політичної комунікації, що відповідають реальним потребам державного спілкування. Принципове значення в контексті перспективного розвитку «електронної демократії» має аксіологічну, ціннісну

оцінку політичної комунікації, її основних потоків, цілей та напрямів поширення повідомлень.

9. Сучасні дослідження в сфері політичної комунікації відрізняються використанням різноманітної методології. Структурно-функціональний підхід дозволяє розглядати цей феномен як деяку цілісність, систему, що має складну структуру, кожен елемент якої має певне значення і виконує специфічні функції, спрямовані на задоволення відповідних потреб системи та її очікувань. Соціокультурний підхід дозволяє розкрити сутність цього феномена у системі: «політика – комунікація – соціум – культура» і втілити ідею соціокультурної детермінації політики в цілому. Інституціональна парадигма дозволяє розглянути політичну комунікацію як стійку сукупність комунікаційних ролей і функцій державних інститутів, політичних партій, громадських організацій, що обслуговують взаємодію елітарних та інших шарів суспільства, з метою реалізації ними своїх інтересів, здійснення державної і громадської влади.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акимов Д. Политический, государственный территориальный и социальный маркетинг: проблемы становления и развития. *Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология: международный научно-практический журнал*. 2008. № 9. С. 7–14.
2. Апель К.-О. Трансформация философии / пер. с нем. Москва : Логос, 1991. 399 с.
3. Арендт Х. *Vita activa*, или О деятельной жизни / пер. с нем. и англ.; под ред. Д. М. Носова. СПб. : Алетейя, 2000. 437 с.
4. Аристотель. Собрание сочинений: в 4 т. Москва : Наука, 1984. Т. 1. 830 с.
5. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія. Донецьк : Лебідь, 2009. 416 с.
6. Багиров Э. Г. Основы телевизионной журналистики. Москва : Изд-во МГУ, 1987. 238 с.
7. Балабанова Л. В., Крутушкіна О. В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. 179 с.
8. Барабатова С. Місце и роль політичної комунікації у трансформації українського суспільства. *Соціологія : теорія, методи, маркетинг*. 2004. № 2. С. 107–119.
9. Бебик В., Бортніков В., Дегтерьова Л., Кудряченко А. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі : навч.-метод. посіб. / за заг. ред. В. Бебика. Київ, 2006. 248 с.
10. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : монографія. Київ : МАУП, 2005. 440 с.
11. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва : ООО «Изд-во АСТ», 2000. 788 с.
12. Белл Д. Социальные рамки информационного общества. Москва : Экономика, 2004. 308 с.

13. Белорус О. Г. Глобальное конкурентное пространство. Киев : КНЭУ, 2008. 720 с.
14. Бобко В. В. Закономірності розвитку інформаційного ринку в сучасних умовах : автореф. дис. ... канд. економ. наук : 08.00.01. Київ, 2007. 20 с.
15. Бронківська С. А. Теоретико-методологічні засади соціокомунікативного механізму державного управління : автореф. дис. ... д-ра держ. упр. : 25.00.02. Київ, 2011. 36 с.
16. Бурдьё Пьер О телевидении и журналистике / пер. с фр. Москва : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 160 с.
17. Ващенко К. О. Основні форми і принципи дослідження політичного аналізу й прогнозу. *Політичний менеджмент*. 2007. № 1. С. 165–172.
18. Вебер М. Избранные произведения. Москва : Прогресс, 1998. 640 с.
19. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
20. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. 253 с.
21. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине / пер. с англ. Москва : Наука, 1983. 344 с.
22. Воробйова Г. Ю. Феномен організації влади в США у концепціях Г. Лассуела та Ч. Мерріама *Дні науки філософського факультету* : матеріали міжнар. наук. конф. (м. Київ, 21-22 квіт. 2010 р.). Ч. IX. Київ, 2010. С.15–16.
23. Всемирная энциклопедия: Философия XX век / главн. науч. ред. и состав. А. А. Грицанов. Москва : АСТ, Минск : Харвест, Современный литератор, 2002. 976 с.
24. Гавра Д. П., Шишкин Д. П. Современные теории и стратегии в сфере PR : учебное пособие. СПб. : НОУ «Невский институт языка и культуры», 2006. 83 с.
25. Гадсшер Г.-Г. Істина і метод: основи філософської герменевтики. Т. 1. Київ : «Юніверс», 2000. 464 с.

26. Ганжуров Ю. Політична комунікація: проблеми структуризації. *Політичний менеджмент*. 2004. № 2. С. 121–129.
27. Гев'юк А. М. Громадянське суспільство : навч.-метод. комплекс. Чернівці : Рута, 2012. 44 с.
28. Гнатенко П. Гражданское общество в контексте изменений, происходящих в Украине. *Грані*. 2013. № 8. С. 96–99.
29. Головатий М. Політичний менеджмент : навч. посіб. Київ : МАУП, 2010. 296 с.
30. Гранчак Т. Інформаційно-аналітичні структури у системі політичної комунікації. Україна: події, факти, коментарі. *Інформаційно-аналітичний журнал*. 2010. № 11. С. 55–67.
31. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: понятие, сущность. *Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика* / под ред. Л. Н. Тимофеевой. Москва : Рос. ассоц. полит. науки (РАПН); Рос. полит. энцикл. (РОССПЭН), 2012. С. 77–90.
32. Грачев М. Н. Политическая коммуникация. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 1999. № 1. С. 24–39. URL: http://grachev62.narod.ru/Grachev/vestnik_1999.html
33. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Москва : Прометей, 2004. 328 с.
34. Грубич В. Онтологічний аспект політичної комунікації: час і простір. *Всеукраїнська експертна мережа*. – URL: http://www.experts.in.ua/ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=27476.
35. Гьосле В. Практична філософія в сучасному світі / пер. з нім. Київ : Лібра, 2003. 248 с.
36. Дабіжа В. В. Ризикономіка комунікативних систем публічного управління. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2019. № 3 (5). С. 52–57.

37. Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційні ризики в комунікаційних системах публічного управління. *Державно-управлінські студії*. 2019. № 12. URL: <http://studio.ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/Kyslov-Dabyzha-DUS-12.pdf>.
38. Дабіжа В. В. Масова комунікація як система соціальної взаємодії. *Актуальні проблеми державного управління : зб. наук пр. Одес. регіон. ін-ту держ. упр.* Одеса. 2014. №2 (58). С.29–32.
39. Дабіжа В. В., Кіслов Д. В. Інформаційно-комунікаційна складова процесу прийняття політичних рішень. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2014. Серія 22. Вип. 15. С. 27–34.
40. Дабіжа В.В., Кіслов Д.В. Государственные и политические коммуникации: понятийный аспект в свете теории ноосферы. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2014. № 2 (40). Ч. 1. С. 53–56.
41. Дабіжа В. В. Сучасний науковий дискурс щодо визначення поняття «політичні комунікації». *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2012. № 3. С. 146–154.
42. Дабіжа В. В. Інструментарії мас-медіа як засіб політичної комунікації в умовах глобалізації. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2012. Серія 22. Вип. 8. С. 67–72.
43. Дабіжа В. В. Періодизація розвитку досліджень, феномену масових комунікацій. *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2010. №. 4. С. 202–207.
44. Денисюк С. Г. Культурологічні виміри політичної комунікації : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2012. 391 с.
45. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2010. 276 с.
46. Дмитренко М. А. Суспільні трансформації та політичні аспекти загроз національній безпеці України : монографія. Київ : Знання України, 2006. 348 с.
47. Дойч К. Народи, нація та комунікація. *Націоналізм. Антологія*. 2-ге вид. / упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. Київ : Смолоскип, 2006. С. 317–332.

48. Дойч К. Народи, нації та комунікація. *Націоналізм: антологія*. Київ : Смолоскип, 2000. С. 546–566.
49. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Москва : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. 344 с.
50. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: культурно-політичні детермінанти : монографія. Київ: Генеза, 2011. 256 с.
51. Дуцик Д. Політична журналістика. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. 138 с.
52. Європейська інтеграція / уклад. : М. Яхтенфукс, Б. Колер-Кох; пер. з нім. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 394 с.
53. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підручник. Київ : Лібра, 1999. 488 с.
54. Згуровский М. З., Панкратова Н. Д. Системный анализ: проблемы, методология приложения. – Киев : Наукова думка. 2005. 742.
55. Зернецька О. Глобальна медіакультура як дзеркало розвитку людства. *Зовнішні справи*. 2019. № 4-5. С. 48–53.
56. Зернецкая О. В. Проблемы конкурентного развития системы глобальной коммуникации. *Глобальное конкурентное пространство*. Киев : КНЕУ, 2008. Разд. XIII. С. 630–666.
57. Зернецька О. В. Зернецький П. В. PR-маніпуляційний вплив: Комунікативна теорія і практика. *Політичний менеджмент*. 2003. № 3. С. 101–113.
58. Зернецька О. В. Трансформація типів нових передач в політичній комунікації. *Нова політика*. 2000. № 1. С. 194–198.
59. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини : монографія. Київ : Освіта, 1999. 352 с.
60. Зорькин В. Д. Об угрозах конституционному строю в XXI веке и необходимости проведения правовой реформы в России. *Журнал российского права*. 2004. № 6. С. 8–9.

61. Жилияєв І. Б., Кіслов В. В., Кіслов Д. В. Особливості інформаційних відносин в інформаційному суспільстві. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*. Київ, 2013. Вип. 4. – С. 109–117.
62. Журавський В. С. Родіонов М. К., Жилияєв І. Б. Україна на шляху до інформаційного суспільства / за ред. М. З. Згуровського. Київ : ІВЦ Вид-во «Політехніка», 2004. 484 с.
63. Іванов В. Ф. Масова комунікація. Київ : Віпол, 1998. 334 с.
64. Іванов В. Ф. Поняття «інформація» у різних науках. *Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка*. Київ, 2000. Т. 1. С. 71–75.
65. Іванов В. Ф. Інформаційна безпека України: аспект діяльності ЗМК. *Актуальні питання масових комунікацій*. Київ, 2000. Вип. 1. С. 34–41.
66. Імхоф К. Інформаційне суспільство і демократизація. *Сучасне та майбутнє журналістики в плюралістичному суспільстві* : матеріали наук. українсько-швейцарського семінару / за ред. А. Москаленка. Київ, 1999. С. 25–29.
67. Історичний розвиток цивілізацій в контексті глобалізації: ціннісний вимір : монографія / за ред. О. В. Зернецької. Київ : ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України», 2019. 317 с.
68. Кадлубович Т. Політичний лідер як суб'єкт політичної комунікації. *Нова парадигма*. 2011. № 99. С. 156–166.
69. Кандагура К. С. Механізми впровадження комунікативних проектів у побудові взаємовідносин влади з громадськістю : автореф. дис. ... канд. держ. упр. : 25.00.02. Київ, 2011. 20 с.
70. Кант І. Трактати и письма. Москва : Наука, 1980. 710 с.
71. Капустин Б. Критика политической философии. Избранные эссе. Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2010. 230 с.
72. Карчевська О. В., Агафонова Г. С. Роль політичної комунікації в електоральному процесі: теоретико-методологічний аналіз. *Політологічні записки*. 2012. № 6. – URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Polzap_2012_6_19.pdf.
73. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / пер. з англ. Київ : Ваклер, 2007. 304 с.

74. Кіслов В. В., Жияєв І. Б. Основи електронного урядування в Україні : курс лекцій. Київ : Київський міжнародний університет, 2010. 108 с.
75. Кіслов Д. В., Романенко Є. О., Чаплай І. В. Маркетинговые коммуникации в публичном администрировании : монографія. LAP Lambert Academic Publishing, 2018. 419 с.
76. Кіслов Д. В. Система державних маркетингових комунікацій: теорія і практика. Київ : «МП Леся», 2015. 408 с.
77. Кіслов Д. В. Роль ЗМІ у формуванні політичного дискурсу як засіб державного маркетингу. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2015. № 1. С. 133–137.
78. Кіслов Д. В. Психологічні особливості входження людини в інформаційне суспільство. *Педагогічна теорія і практика*. Київ, 2014. Вип. 5. С. 218–230.
79. Кіслов Д. В. Інформаційні війни : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 300 с.
80. Кіслов Д. В. Сучасні медіа та інформаційні війни : монографія. 2-ге вид. Київ : «МП Леся», 2013. 240 с.
81. Кіслов Д. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання. *Електронний журнал Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2013. № 3. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=551>
82. Кіслов Д. В. Політична безпека масових комунікацій : монографія. Київ : «М.П. Леся», 2010. 208 с.
83. Кіслов Д. В. Трансформація політичної безпеки масових комунікацій в умовах посилення боротьби з тероризмом громадськістю : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 21.01.01. Київ, 2010. 20 с.
84. Коновець О.Ф. Масова комунікація: теорії моделі технології : навч. посібник. Київ : ЛГУ, 2009. 266 с.
85. Коновець О.Ф. Теорія масових комунікацій. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2008. 258 с.

86. Копылова, Р.Д. Контакт: Заметки о феномене телевизионности. Москва : Искусство, 1974. 135 с.
87. Корнієнко В. О. Моделювання процесів в політико-комунікативному просторі : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2010. 260 с.
88. Кочубей Л. Особливості сучасних інформаційно-комунікативних технологій в Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. Київ, 2017. № 3. С. 44–70.
89. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
90. Кресіна І. Держава і громадянське суспільство: проблеми взаємодії. Держава і право. *Юридичні і політичні науки*. 2013. Вип. 62. С. 378–383.
91. Кривошеїн В. Ризики впровадження е-голосування в Україні в контексті постпандемічної трансформації демократії. *Epistemological studies in Philosophy, Social and Political Sciences*. 2020. № 3. С. 131–138.
92. Кривошеїн В. Політична ментальність сучасного українського суспільства: загальне та особливе. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2018. Т. 10. № 1-2 (22). С. 25–37.
93. Крижанская Ю. С., Третьяков В. П. Грамматика общения. Москва : Смысл. Академический проект, 1999. 279 с.
94. Кудрявченко Н. А. Политическая коммуникация и власть. *Актуальные проблемы политологии* / отв. ред. В. Д. Зотов. Москва, 2001. С. 65–68.
95. Куценко С. П., Лазарєва С. Ф., Жаворонкова Г. В. Основні положення концепції та напрями інформатизації суспільства. *Міжвідомчий науковий збірник «Машинна обробка інформації»*. Київ, 1994. Вип. 56. С. 5–20.
96. Лациба М. В., Вінніков О. Ю., Сідельнік Л. Л., Український Д. Я. Пріоритети розвитку громадянського суспільства України. Київ : УНЦПД, 2012. 188 с.

97. Леонард М. ХХІ век – век Европы / пер. с англ. Москва : АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. 250 с.
98. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / пер. с англ. Харьков : «Гуманитарный центр», 2010. 300 с.
99. Ломоносов М. В. Полное собрание сочинений. В 11 т. Т. 7. Труды по филологии, 1739–1758 гг. / гл. ред. С. И. Вавилов и др.; ред. В. В. Виноградов и др. Москва; Ленинград : Изд-во Акад. наук СССР, 1952. 993 с.
100. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / пер. с англ. Харьков : «Гуманитарный центр», 2010. 300 с.
101. Луман Н. Власть. Москва : Праксис, 2001. 227 с.
102. Макиавелли Никколо. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. О военном искусстве. Минск : «Попурри», 2009. 672 с.
103. Макнейр Б. Власть, выгода, коррупция и лож. *Pro et contra*. 2000. Вип. 5. № 4. С. 156–158.
104. Маслоу А. Г. Мотивация и личность / пер. с англ. СПб. : Евразия, 1999. 479 с.
105. Матвеева Л. В., Аникеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. Москва : РИП-холдинг. 2004. 316 с.
106. Мартиненко В. Процес реформування державного управління: цілі, предмет та способи організації. *Актуальні проблеми державного управління*. Харків, 2001. № 3. С. 37–43.
107. Мелешенко О. К. Журналістичкознавчі уявлення про світовий і національний інформаційний простір, його безпеку. Київ : ПВП «Задруга», 2006. 64 с.
108. Миклашук, І. М. Політичне маніпулювання як чинник української політики. *Сучасна українська політика: політики і політологи про неї*. Київ, 2008. Спецвипуск: Політичні технології. С. 69–78.
109. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2000. 278 с.

110. Михайлин І. Л. Українська журналістика: обсяг поняття. *Українське журналістичознавство*. Київ, 2005. Вип. 6. С.27–32.
111. Муфф Ш. Демократія в многополярному світі. *Прогнозис*. 2009. № 2. С. 59–71.
112. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире. Москва : Мысль, 2002. – 239 с.
113. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. СПб. : Питер, 2005. 288 с.
114. Науменко Т. В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ. Москва : Наука, 2003. 490 с.
115. Ненов І. Г. Засоби масової інформації України в умовах політичного інформування суспільства: автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Одеса, 1997. 25 с.
116. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект: монографія. Одеса : Фенікс, 2009. 328 с.
117. Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб. : Питер, 2002. 368 с.
118. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія. Київ : Академвидав, 2003. 448 с.
119. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. Москва: АСТ, 2003. 512 с.
120. Підлущька І. Політична комунікація: український досвід. *Media-навігатор*. 2001. № 2. С. 7–13.
121. Платон. Собрание сочинений в 4 т. Т. 4. Москва : Мысль, 1994. 830 с.
122. Політологічний енциклопедичний словник / упоряд. В. П. Горбатенко ; за ред. Ю. С. Шемчушенка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. 2-е вид., доп. і перероб. Київ : Генеза, 2004. 736 с.
123. Политическая коммуникация. Электронный ресурс *Мир словарей*. URL: http://mirslovari.com/content_pol/politicheskaja-kommunikacija-8.html.
124. Политические коммуникации : учебное пособие / под ред. А. И. Соловьева. Москва : Аспект Пресс, 2004. 332 с.

125. Почепцов Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харьков : Фоліо, 2019. 320 с.
126. Почепцов Г. Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіа комунікації Київ : Спадщина, 2012. 464 с.
127. Почепцов Г. Г. Контроль над розумом. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 350 с.
128. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук; Киев : Ваклер, 2001. 656 с.
129. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій : навчальний посібник. Київ : Атіка, Ельга-Н, 2009. 328 с.
130. Пролеєв С. В. Метафізика влади. Київ : Наук. думка, 2005. 324 с.
131. Проскурин С. А. Геополитическое измерение глобального информационного пространства. *Геополитика* / под общ. ред. В. А. Михайлова. Москва, 2007. С. 59–71.
132. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Москва : Наука, 1995. 345 с.
133. Радченко О. В. Особливості інформаційно-комунікативної взаємодії держави та суспільства в сучасних моделях демократії. *Публичное управление: теория и практика*. 2011. № 2. С. 66–74.
134. Радченко О.В. Філософія партнерського діалогу влади з народом як механізм імплементації демократичної політичної культури. Електронний ресурс *Державне управління: теорія та практика*. 2009. Вип. 1. URL: http://academy.gov.ua/ej/ej9/doc_pdf/Radchenko_OV.pdf
135. Радченко О. Інтернет-комунікації у сучасній політичній взаємодії: особливості розвитку. *Політологічні записки*. 2011. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2011_4_39
136. Різун В. В. Маси : тексти лекцій. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. 118 с.

137. Рикер П. Конфликт интерпретаций: очерки о герменевтике / пер. с фр., вступ. ст. И. С. Вдовиной. Москва : Канон-Пресс-Ц : Кучково поле, 1995. 624 с.
138. Рикёр П. Конфликт интерпретаций: Очерки о герменевтике. Москва : КАНОН-пресс-Ц, 2002. 624 с.
139. Рудакевич О. Національна політична культура: теорія, методологія, український досвід : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2010. 451 с.
140. Рудакевич О. Публічна політика в контексті українських реалій. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. Київ, 2016. Вип. 3-4. С. 255–266.
141. Сіленко А.О., Волянський В.В. Медіаполітика: сутність поняття. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 50. С. 156–164.
142. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії: навч. посіб. Київ : Либідь, 1996. 176 с.
143. Сиренко В. Ф. Интересы и власть. Киев: Оріяни, 2006. 535 с.
144. Словник іншомовних слів / уклад. С. М. Морозов, Л. М. Шкарапути. Київ : Наукова думка, 2000. 680 с.
145. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учебное пособие. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. 461 с.
146. Соколов В. Н., Ханеев С. Е. Власть. Политика. Массы. Одесса : Маяк, 2002. 204 с.
147. Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии. Москва : Аспект Пресс, 2004. 559 с.
148. Сомов М. В. Политические коммуникации: вопросы теории. *Ученые записки Таврического университета им. В. И. Вернадского*. 2003. Т. 16 (55). № 1. С. 146–157.
149. Суліма Є. М. Глобальний соціальний порядок постіндустріалізму: монографія. 2-ге вид., допов. Київ : Генеза, 2004. 334 с.
150. Сурмин Ю. П., Туленков Н. В. Теория социальных технологий : учебное пособие. Киев : МАУП, 2004. 607 с.

151. Телешун С. О., Ситник С. В., Рейтерович І. В. та ін. Публічна політика : навч. посіб. / за заг. ред. С. О. Телешуна. Київ : НАДУ, 2016. 340 с.
152. Телешун С. О., Рейтерович І. В. Моніторинг джерел інформації в системі державного управління. Київ : НАДУ. 2009. 36 с.
153. Терин В. П. Теория массовой коммуникации. Москва, 2000. 24 с.
154. Тихонов А. Н., Цветков В. Я. Методы и системы поддержки принятия решений. Москва: МаксПресс, 2001. 312 с.
155. Товмаш Д. А. Політична комунікація: сутність та специфіка. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія*. Київ, 2006. Вип. 76-79. С. 95–98.
156. Токвиль А. Демократия в Америке / пер. с франц.; предисл. Г. Ласки. Москва : Прогресс, 1992. 554 с.
157. Тоффлер Э. Метаморфозы власти / пер. с англ. Москва: ООО «Изд-во АСТ», 2003. 669 с.
158. Уэбстер Фрэнк. Теории информационного общества. Москва : Аспект-Пресс, 2004. 400 с.
159. Федорів Т. В. Теоретичні та методологічні засади управління репутацією органів державної влади : монографія. Київ : Альтерпрес, 2013. 467 с.
160. Федорів Т. В. Проблеми комунікації виконавчої влади із суспільством. *Державне управління: теорія та практика*. 2014. № 1. С. 164–172.
161. Філатов Б. Політико-комунікаційні та політико-технологічні чинники інституалізації патріотизму під час переходу до демократії. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Sv. 5. Vyd. 2. С. 156–162.
162. Філософський енциклопедичний словник / голова редколегії В. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. 744 с.
163. Філософський словник / за ред. М. М. Розенталя, П. Ф. Юдіна. Київ : Політична література України. 1964. 498 с.
164. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. Москва : АСТ – УЛТД, 1998. 687 с.

165. Фуко Мишель. Интеллектуалы и власть. Москва : Праксис, 2006. Ч. 3. 320 с.
166. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб. : Алетейя, 2000. 379 с.
167. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 213 с.
168. Цыганов Виктор. Медиа-терроризм: терроризм и средства массовой информации. Киев : Ника-Центр, 2004. 122 с.
169. Чічановський А. Шкляр В., Стариш О. Функціонування ЗМК як політичний процес. *Публіцистика і політика* / за заг. ред. А. А. Чічановського. Київ, 2007. Вип. 1 (4). С. 7–29.
170. Шайгородський Ю. Ж. Політичне мислення як чинник регулювання політичного життя. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Київ, 2017. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. Вип. 22. С. 3–15.
171. Шарков Ф. И. Основы социального государства : учебник для бакалавров. Москва : Дашков и К, 2019. 304 с.
172. Шарков, Ф. И., Бузин В. Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. Москва : Дашков и К, 2018. 486 с.
173. Шарков Ф. В. Коммуникология : основы теории коммуникации : учебник. 3-е изд. Москва : ИТК «Дашков и К», 2012. 592 с.
174. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: в 3 ч. Москва : Рос. акад. управления, 1992. Ч. 1. 180 с.
175. Шевченко А. В. Устойчивость политической системы: «человек коммуникативный» против «человека политического» *Полис*. 2009. № 5. С. 68–83.

176. Шеннон К. Э. Предсказание и энтропия печатного английского текста *Работы по теории информации и кибернетике*. / пер. с англ.; под ред. Р. Л. Добрушина и О. Б. Лупанова. Москва, 1963. С. 669–686.
177. Шемчушенка Ю. С., Бабкіна В. Д., Горбатенка В. П. Політологічний енциклопедичний словник. 2-е вид., доп. і перероб. Київ : Генеза, 2004. 736 с.
178. Шкляр В. І. Мас-медіа і виклики нового століття. Київ : Центр вільної преси, 2003. 72 с.
179. Шульц В. Л., Гайда В. А., Вершинин С. А. Коммуникация и экспансия : Методологические основы V социальной концепции Ю. Хабермаса. Свердловск : Изд-во Уральского ун-та, 1986. 312 с.
180. Adorno T.W. The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture. London; New York, 2001. 224 p.
181. Blumler J. G. and Gurevich M. The Crisis of Public Communications. London : Routledge, 1995. 416 p.
182. Galtung J., Ruge M. H. The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 1965. Vol. 2. P. 64–90.
183. Fiala P. Modelovani a analyza system. Praha : «PP», 2007. 380 p.
184. Fiala P. Modely produkcnich systemi. Praha : «PP», 2004. 230 p.
185. Jouvenel B. The Pure Theory of Politics. Indianapolis : Liberty Fund, 2000. 348 p.
186. Horkheimer M., Adorno T. W. Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments. Stanford, Calif., 2002. 282 p.
187. Comstock G., Chaffee S., Katzman N., McCombs M., Roberts D. Television and Human Behavior. New York : Columbia University Press, 1978. 581 p.
188. Dabigha W. Political communication in the context transitive changes. *Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal*. 2015. № 3 (7). P. 122–132.

189. Katz R. L. The information society: An international perspective. New York : Praeger, 1988. 168 p.
190. Koster F. Globalization, Social Structure, and the Willingness to help: a Multilevel Analysis Across 26 Countries *European Sociological Review*, 2007. Vol. 23. No. 4. P. 537–551.
191. Lasswell H. D. Psychopathology and politics / introd. by F. Greenstein. Chicago ; London : The University of Chicago press, 1977. 339 p.
192. Mann M. The Sources of Social Power. Vol. 1: A History of Power from the Beginning to AD 1760. Cambridge, 1986. 578 p.
193. Mattelart A. The Information Society: An Introduction. London; Thousand Oaks, Calif., 2003. 182 p.
194. McNair B. An Introduction to Political Communication. London : Routledge. 2007. 367 p.
195. McQuail D. Mass Communication Theory. London; Thousand Oaks, 1994. 212 p.
196. Plano J. C., Riggs R. E. and Robin H. S. The dictionary of political analysis. 2-nd ed. Santa Barbara, Calif. : ABC-Clio, 1982. 197 p.
197. Pye L. Political Communication. The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. – Oxford – New York, 1987. 442 p.
198. Sanders K. Communicating Politics in the Twenty-First Century. London : Palgrave Macmillan, 2009. 269 p.
199. Selected Economic Writings of Abba P. Lerner / Ed. by David C. Colander. New York : New York University Press, 1983. 714 p.
200. Sinne K. Communication: Mass Political Behavior. Political Communication Issues and Strategies for Research. Vol. 4 / Ed. S. H. Chaffee. Beverly Hills, Calif. : Sage Publications, 1975. 319 p.
201. Shklar J. Putting Cruelty First. *Daedalus*, 1982. Vol. 111. No 3. Summer. P. 17-28.
202. Toffler Alvin. The Third Wave. New York : Bantam Books, 1981. 537 p.

203. Thompson J. B. Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Cambridge, 1990. 372 p.
204. Richard M. P. Political Communication; Polics. Press and Public in America. N. Jerscy, London, LEA, 1998. 370 p.
205. Rosengren K. E. Uses and gratifications: a paradigm outlined *The Uses of Mass Communications* / Eds: J.G. Blumler, E. Katz. Beverly Hills, CA, 1974. P. 269–281.
206. Röttger Ulrike. PR-Beratung in der Politik : Rollen und Interaktionsstrukturen aus Sicht von Beratern und Klienten. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011. 200 s.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Праці у профільних наукових виданнях:

1. Дабіжа В.В., Кіслов Д.В. Комунікативні засади взаємодії механізмів профспілкового контролю із засобами публічного адміністрування. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2020. Т. 31 (70). № 5. С. 29–37. (Особистий внесок автора полягає у систематизації комунікативних засад адміністрування державного управління 0,28 д.а.).
2. Дабіжа В.В. Ризикономіка комунікативних систем публічного управління. *Публічне адміністрування та національна безпека*. 2019. № 3 (5). С. 52–57.
3. Дабіжа В.В., Кіслов Д.В. Інформаційні ризики в комунікаційних системах публічного управління. *Державно-управлінські студії*. 2019. № 12. URL: <http://studio.ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/Kyslov-Dabyzha-DUS-12.pdf>. (Особистий внесок автора полягає у визначенні комунікаційних систем у сфері публічного управління 0,3 д.а.).
4. Dabigha Wira. Political communication in the context transitive changes. *Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal*. 2015. № 3 (7). P. 122–132.
5. Дабіжа В.В. Масова комунікація як система соціальної взаємодії. *Актуальні проблеми державного управління : зб. наук пр. Одес. регіон. ін-ту держ. упр.* Одеса. 2014. №2 (58). С.29–32.
6. Дабіжа В.В., Кіслов Д.В. Государственные и политические коммуникации: понятийный аспект в свете теории ноосферы. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2014. № 2 (40). Ч. 1. С. 53–56. (Особистий внесок автора полягає у визначенні змісту понять «комунікації» та «політичні комунікації» в контексті порівняльних ознак основних ключових визначень 0,2 д.а.).

Праці у наукових виданнях які додатково відображають наукові результати:

7. Дабіжа В.В., Кіслов Д.В. Інформаційно-комунікаційна складова процесу прийняття політичних рішень. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2014. Серія 22. Вип. 15. С. 27–34. (Особистий внесок автора полягає у визначенні поняття «політичні рішення» 0,27 д.а.)

8. Дабіжа В.В. Сучасний науковий дискурс щодо визначення поняття «політичні комунікації». *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2012. № 3. С. 146–154.

9. Дабіжа В.В. Інструментарії мас-медіа як засіб політичної комунікації в умовах глобалізації. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*. 2012. Серія 22. Вип.8. С. 67–72.

10. Дабіжа В.В. Роль мас-медіа в розвитку інформаційного суспільства в умовах глобалізації. *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2012. № 1. С. 193–197.

11. Дабіжа В.В. Періодизація розвитку досліджень, феномену масових комунікацій. *Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації*. 2010. № 4 С. 202–207.

Праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

12. Дабіжа В.В. Світ після коронавірусу та глобальна криза. *Актуальні питання духовного, правового, політико-демократичного та економічного розвитку держави, суспільства та людини в сучасних міжнародних відносинах: виклики, пріоритети та прогнози: тези доп. е-конференції* (м. Київ, 21 лют. 2021 р.). Київ, 2021. С. 43–46.

13. Дабіжа В.В. Соціальні мережі як інструмент комунікаційно-інформаційної діяльності. *Молодь: освіта, наука, духовність: тези доп. XVII всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених* (м. Київ, 27–28 тр. 2020 р.), Ч. 2. Київ, 2020. С. 28–29.

14. Дабіжа В.В. Передумови правового регулювання інформаційного лобізму. *Актуальні питання суспільних наук: наукові дискусії: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Київ, 16–17 серп. 2019 р.). Київ, 2019. С. 88–91.

15. Дабіжа В.В. Комунікаційна складова становлення громадянського суспільства в умовах модернізації сучасної України. *Політика і духовність в умовах глобальних викликів: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Київ, 2 квіт. 2015 р.). Київ, 2015. С. 111–113.

16. Дабіжа В.В. Кризи політичних комунікацій. *Молодь, освіта, наука, духовність: матеріали X всеукр. наук. конф.* (м. Київ, 16-17 квіт. 2013 р.). Київ, 2013. С. 76–78.

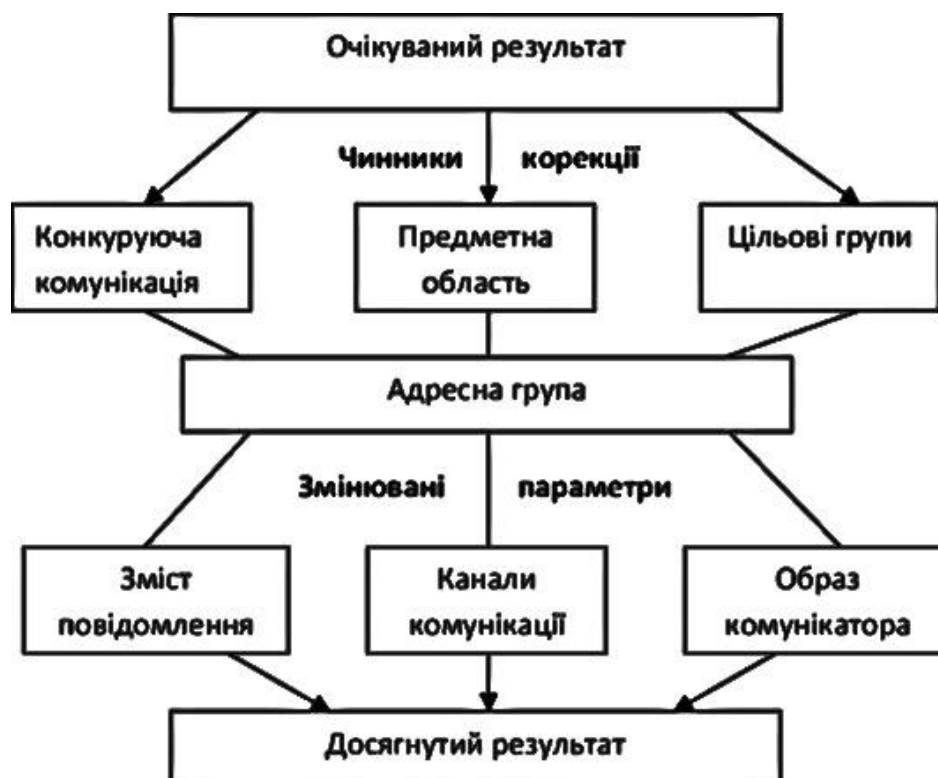
17. Дабіжа В.В. Проблеми реалізації демократії в сучасному суспільстві. *Дні науки філософського факультету КНУ ім. Т. Шевченка: матеріали міжнар. наук. конф.* (м. Київ, 16-17 квіт. 2013 р.). Київ, 2013. С. 123–124.

18. Дабіжа В.В. Трансформація принципів взаємодії держави та засобів масової комунікації. *Держава і глобальні соціальні зміни: історія, теорія, ідеологія* матеріали міжнар. наук.-практ. конф. з соціології (м. Київ, 28-29 жовт. 2010 р.). Київ, 2010. С. 56–58.

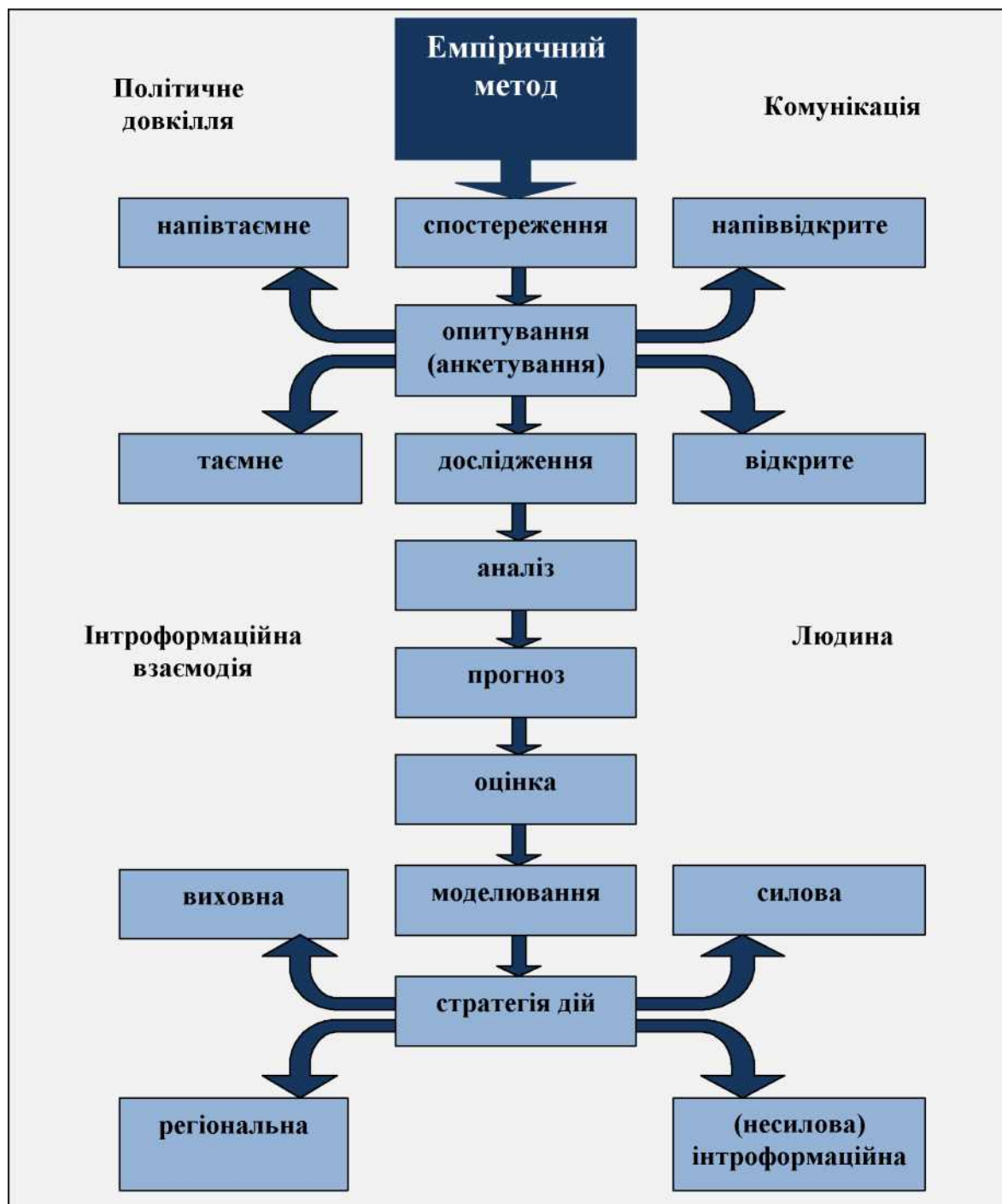
Елементи політичної комунікації

Елементи політичної комунікації	Складові категорії елементів політичної комунікації	Прикладні важелі впливу
Політичні організації	Політичні партії Публічні організації Групи тиску Уряд	Звернення, програми, реклама, зв'язки з громадськістю
Медіа		Репортажі, редакційні та аналітичні статті
Громадяни		Опитування, листи, блоги, громадянська журналістика

Одна з моделей політичної комунікації



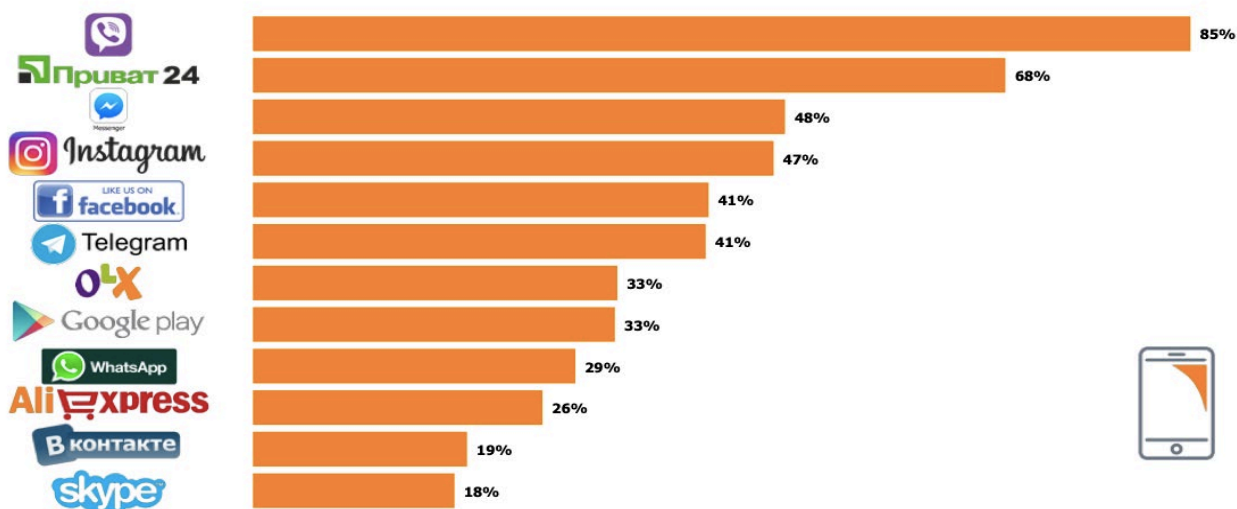
**Модель використання політиками перед виборами емпіричного методу
у форматі ділової комунікативної взаємодії з виборцями**



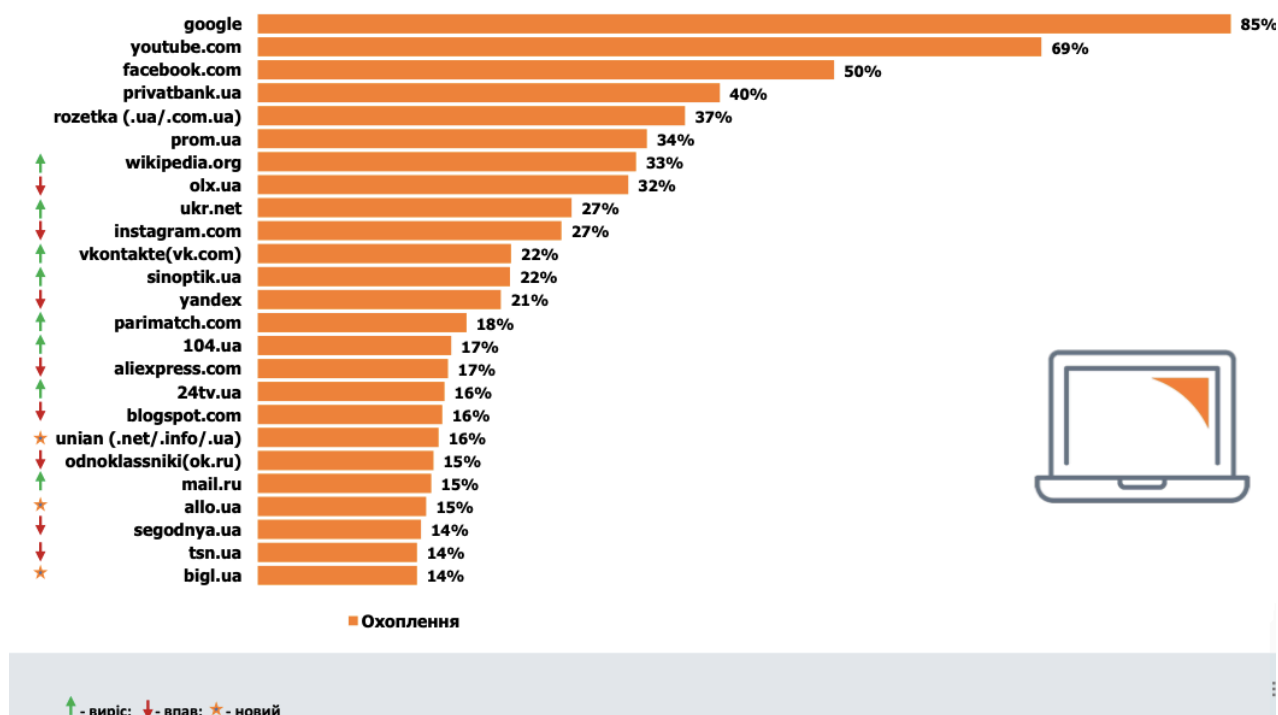
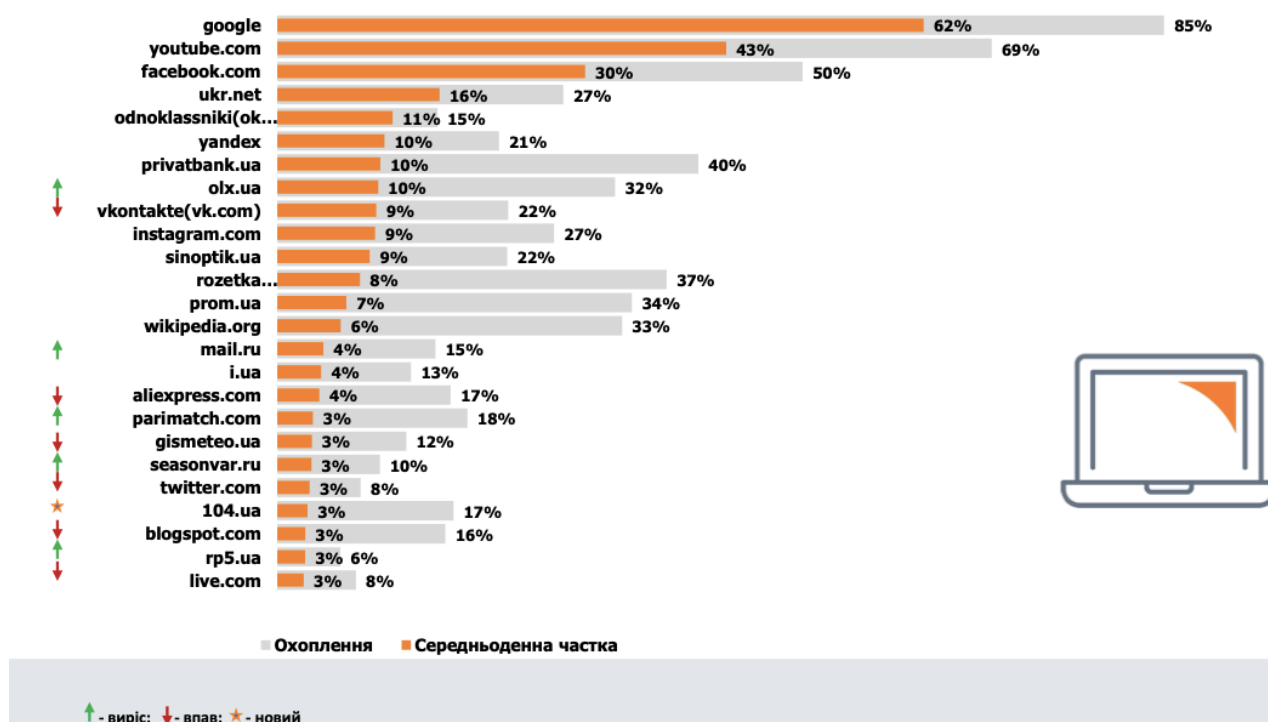
Інтернет: основні показники



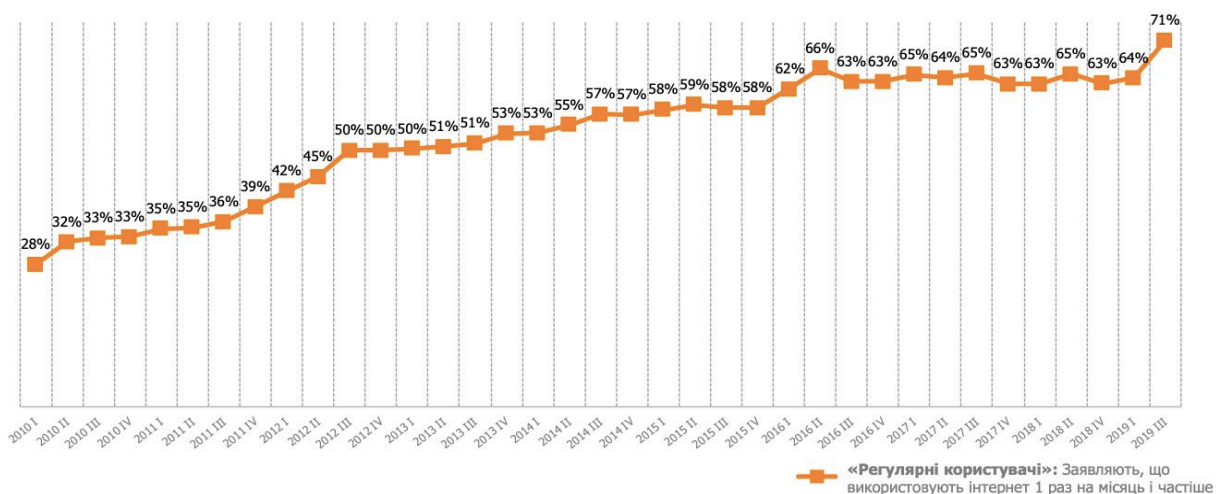
Типи доступу «регулярних» інтернет-користувачів



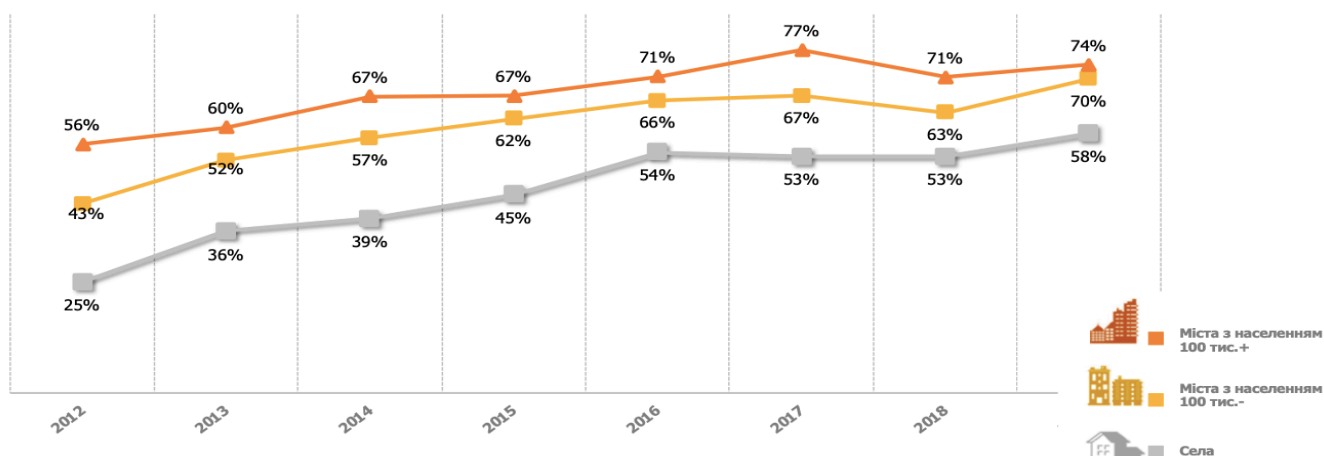
ДОДАТОК Г (2)



Динаміка проникнення Інтернету: щоквартальний замір



Динаміка проникнення Інтернету у розрізі типів населених пунктів: щорічний замір



Динаміка проникнення Інтернету: щорічний замір



**АПАРАТ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ**

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5

№ 04-29/13-47"17" лютого 2021 р.**ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ**

про використання результатів дисертаційного дослідження
Дабіжи Віри Василівни

Положення та результати дисертаційного дослідження Дабіжи Віри Василівни на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління за темою «Політико-комунікаційна складова політичної культури демократичного суспільства в системі публічного управління» використані у поточній діяльності секретаріату Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова у якості методологічних рекомендацій до проектів законодавчих актів щодо діяльності ЗМІ про забезпечення безперешкодної діяльності засобів масової інформації та питань доступу до публічної інформації, а саме: «Проект Закону про медіа» (реєстр. № 2693-д від 02.07.2020) та «Проект Закону про медіа в Україні» (реєстр. № 2693-2 від 29.05.2020), а також Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про доступ до публічної інформації» щодо надання відповідей на запити (реєстр. № 3660 від 15.06.2020). Окремі питання яких відображені у II розділі дисертаційного дослідження «Механізми державного управління та інструментарії та тенденції політичних комунікацій сучасності демократичного суспільства».

Керівник секретаріату Комітету
Верховної Ради України
з питань свободи слова

Микола Козлов

Відкритий
міжнародний УНІВЕРСИТЕТ
розвитку людини
"УКРАЇНА"



Open
International UNIVERSITY
of Human Development
"UKRAINE"

Україна, 03115, м. Київ, вул. Львівська, 23, тел. 044-409-27-69, 067-406-53-92, 067-328-28-22
e-mail: office@uu.edu.ua <http://uu.edu.ua>

№ 20/25-3503/2020 р.

На 30 грудня

ДОВІДКА

Видана Дабіжі Вірі Василівні, доценту кафедри теорії права та міжнародних і політичних відносин, про те, що результати її дисертаційного дослідження на тему «ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ДЕМОКРАТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ УКРАЇНИ» були використані для написання лекцій з дисциплін «Міжнародна інформація», «Теорія прийняття рішень», «Теорія та практика масової комунікації» «Інформаційне суспільство»

Особистий внесок Дабіжі Вірі Василівні:

- тема «Механізми інформації та засоби масової комунікації у демократизації відносин діяльності та інституційних суб'єктів політики та публічного управління», використовується у процесі підготовки фахівців освітнього ступеня «магістр» за напрямом підготовки «291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» під час викладання дисципліни «Теорія прийняття рішень».
- тема «Тенденції та трансформації політичної комунікації в умовах трансформацій суспільства», використовується у процесі підготовки фахівців освітнього ступеня «магістр» за напрямом підготовки «291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» під час викладання дисципліни «Міжнародна інформація».
- тема «Політичні комунікації як чинник розвитку демократії», використовується у процесі підготовки фахівців освітнього ступеня «магістр» за напрямом підготовки «291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» під час викладання дисципліни «Теорія та практика масової комунікації».
- тема «Тенденції розвитку політичної комунікації в інформаційному суспільстві», використовується у процесі підготовки фахівців освітнього ступеня «магістр» за напрямом підготовки «291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» під час викладання дисципліни «Інформаційне суспільство».

Також чиною довідкою підтверджуємо, про те, що Дабіжа Віра Василівна дійсно брала участь у виконанні науково-дослідних робіт тем Інституту права та суспільних відносин Університету Україна «Адміністративно-правове регулювання суспільних відносин» (№ ДР 0107Y008696) «Правовий механізм забезпечення прав, свобод та законних інтересів осіб з особливими потребами» (№ ДР 0112U001488). Внесок автора полягає в пропозиціях щодо виховання людей в інтегрованому освітньому середовищі у світлі реалізації конвенції про права осіб з інвалідністю із урахування впливу політичної культури суспільства на політико-інформаційну складову, а також щодо адміністративно-правової складової регулювання демократичного суспільства в системі державного управління.

Довідка видана до подання до спеціалізованої вченої ради вченої ради К 26.142.06 Міжрегіональній Академії управління персоналом.

Директор Інституту права
та суспільних відносин



А.Д. ТЕРЕЩЕНКО

ДОДАТОК Є



**ВСЕУКРАЇНСЬКА
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
ЕЛІТА ДЕРЖАВИ**

<http://ed-ua.org> ed.ua.office@gmail.com
067-912-90-17 067-996-81-07

№ 879 від 23.12.2020 р.

АКТ ВПРОВАДЖЕННЯ
матеріалів дисертаційного дослідження
ДАБІЖИ ВІРИ ВАСИЛЬОВНИ
аспірантки

Межрегіональної академії управління персоналом (МАУП)

Всеукраїнська громадська організація «ЕЛІТА ДЕРЖАВИ» (далі – ВГО) підтверджує, що результати дисертаційного дослідження Дабіжи В.В. «Політико-комунікаційна складова політичної культури демократичного суспільства в системі публічного управління», зокрема комунікативна складова сучасного інформаційного суспільства та залежність її від транзитології політичної культури суспільства, а також форми і методи політико-комунікаційної складової функціонування цільових комунікацій у системах державного управління, були використані при проведенні низки круглих столів та експертних нарад за участю ВГО, а також практично застосовано сучасні механізми з виявлення інформаційних криз в управлінні та взаємодії членів ВГО з представниками громадянського суспільства в громадських радах при центральних органах виконавчої влади.

Президент ВГО
«ЕЛІТА ДЕРЖАВИ»
к.н.держ.упр.



Ольга ПІДДУБЧАК

ДОДАТОК Ж



LLC CRC IB

crac.ib@gmail.com +380973545443

від 23.01.2019р.

ДОВІДКА

про використання результатів дисертаційного дослідження
Дабіжи Віри Василівни за темою «Політико-комунікаційна складова
політичної культури демократичного суспільства в системі публічного
управління»

Положення та результати дисертаційного дослідження Дабіжи Віри Василівни були використані при підготовці матеріалів та рекомендацій аналітичних звітів з питання «Стан та перспективи забезпечення розвитку інформаційної та науково-технічної сфери держави», та «Інституційні основи формування системного лідерства на методологічних засадах синергетичної парадигми ХХІ століття». Зокрема, у питаннях щодо нових підходів до системи державних маркетингових комунікацій та діджитал інструментах як невід'ємного механізму державного управління інформаційною діяльністю.

А також при підготовці дайджест-аналітичних записок щодо представлення оцінки методів і засобів політичних комунікацій в Україні за умов соціально-економічних невизначеностей, кризових та інших негативних явищ 2014/2018 років.

Директор



Сімакова
Катерина Вадимівна