

Сандул В.А.

Технології діяльності політичних акторів: комунікативний вимір

У статті досліджено технології діяльності політичних акторів в умовах становлення інформаційної епохи. Визначено сутність та складники комунікативного виміру процесу діяльності політичних акторів, в основі якого є політична комунікація. Особливу увагу приділено комунікативним технологіям політичної діяльності, зокрема політичній рекламі, пропаганді та зв'язкам із громадськістю. Із позицій політичної науки окреслено основні підходи до визначення сутності процесу діяльності політичних акторів, політичної комунікації, комунікативних технологій та ін.

Ключові слова: діяльність політичних акторів, технології політичної діяльності, комунікативні технології, політична комунікація, комунікативна взаємодія.

В статье исследованы технологии деятельности политических акторов в условиях становления информационной эпохи. Определены сущность и составляющие коммуникативного измерения процесса деятельности политических акторов, в основе которого находится политическая коммуникация. Особое внимание уделяется коммуникативным технологиям политической деятельности, в частно-

сти политической рекламе, пропаганде и связям с общественностью. С позиций политической науки обозначены основные подходы к определению сущности процесса деятельности политических акторов, политической коммуникации, коммуникативных технологий и др.

Ключевые слова: деятельность политических акторов, технологии политической деятельности, коммуникативные технологии, политическая коммуникация, коммуникативное взаимодействие.

In the article the technology of political actors in the context of the establishment of the information age. The essence and components of communicative dimension of the process of political actors, which is the basis of political communication. Special attention is paid to ICT political activity, including political advertising, promotion and public relations. From the standpoint of political science outlines the main approaches to defining the essence of the activity of political actors, political communication, communication technologies, etc.

Key words: activities of political actors, technology, politics, communication technology, political communication, communicative interaction.

УДК 321.02

Сандул В.А.,
аспірант кафедри соціальних теорій
Навчально-наукового інституту
інформаційних та соціальних технологій
Одеського національного університету
імені І.І. Мечникова

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Процес технологізації політичної діяльності, який розпочався в епоху модерну, поступово поширювався не лише на виборчі змагання (електоральні технології), а й охопив увесь політичний простір. У постіндустріальному суспільстві технологізація політичної діяльності детермінує відносини між суспільством та владою.

Демократизація взаємодії влади та громадян, розвиток політичного плюралізму та конкуренції, ухвалення рішень у публічному адмініструванні, ротація політичних еліт та лідерів – усе це неможливо уявити поза процесом «технологізації» діяльності політичних акторів. На етапі становлення інформаційного суспільства технології політичної діяльності зазнають суттєвих змін: індивідуальні та колективні політичні актори активно використовують комунікацію задля отримання й утримання влади, налагодження ефективної взаємодії із суспільством та іншими політичними інституціями.

Дослідження технологій діяльності політичних акторів у посткомуністичних країнах пов'язуються, передусім, із увагою до інституційного та конституційно-правового вимірів. Це зумовлено потребою (на певних етапах історичного розвитку) у технологічному супроводі впровадження демократичних інституцій влади та громадянського суспільства, формування відповідної правової бази, пошуку демократичних механізмів взаємодії інститутів публічного адміністрування задля ухвалення та

реалізації легітимних та ефективних політичних рішень.

Сучасний політичний процес характеризується зростанням впливу інформації та комунікації на політичних акторів, що визначає конфігурацію політичного простору, темп та напрями реформ, хід та результат політичної діяльності. Отже, на особливу увагу заслуговує комунікативний вимір технологій діяльності політичних акторів.

Процес політичної діяльності в умовах інформаційної епохи потребує встановлення та підтримки постійної взаємодії між інститутами публічної влади, політичними партіями, громадськими організаціями, об'єднаннями, лобістськими групами, мас-медіа, окремими громадянами. Комунікація дає змогу подолати такі негативні явища у пострадянській політичній взаємодії між владою та суспільством, як недовіра громадян до влади, відсутність консенсусу щодо напряму внутрішньої та зовнішньої політики, неузгодженість дій окремих гілок влади, нездатність створити ефективну парламентську коаліцію, недостатня координація між діями державної та місцевої влади тощо.

Також варто враховувати, що в умовах інформаційної епохи відбувається перевантаження інформацією як окремих акторів, так і політичних інституцій. Так званий «інформаційний шок» (тобто нездатність раціонально сприймати та вчасно обробляти інформацію, кількість якої постійно зростає) стає на заваді ефективній діяльності політичних акторів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття.

Проблема застосування комунікативних технологій у процесі діяльності політичних акторів пов'язується із широким колом питань, які стосуються усіх складових та структурних елементів політичного простору. Вона характеризується наявністю багатьох аспектів: від діяльності політичних інститутів до структурування поля політичної комунікації, від інституціоналізації громадянського суспільства до свободи слова у мас-медіа.

Діяльність політичних акторів безпосередньо пов'язана із відносинами влади, які в умовах інформаційного суспільства розуміються не лише як засіб підкорення та панування (як свого часу вважали Т. Гоббс, М. Вебер, К. Шмітт та ін.), а й як комунікативний процес узгодження групових інтересів (Г. Арендт, Ю. Габермас та ін.). Відповідно, зазнають змін і технології діяльності політичних акторів – від силових засобів та використання насильства задля здобуття влади до комунікативних технологій, спрямованих на переконання та пошук компромісів.

Проблематика визначення комунікативного виміру діяльності політичних акторів потребує звернення до маркетингового підходу, складниками якого виступають теорія обміну (Дж. Хоманс та ін.) й теорія раціонального вибору (Д. Блек, Дж. Бюкенен, К. Ероу, У. Нісканен, М. Олсон та ін.).

Дослідженню комунікативного аспекту політичної діяльності у своїх працях приділяли увагу такі зарубіжні автори, як П. Бурдьє, Ю. Габермас, Е. Гіденс, Дж. Лалл, Г. Ласуел, Н. Луман, М. Мак-Комбс, Дж. Пітерс, О. Тоффлер та ін.

У вітчизняній політичній науці дедалі більше уваги приділяється процесу політичної діяльності, зокрема, її комунікативному виміру. Ґрунтовний аналіз комунікативного виміру технологій політичної діяльності здійснено у працях таких вітчизняних дослідників, як Є. Бистрицький, В. Бортніков, В. Вовк, В. Горбатенко, О. Зернецька, Л. Климанська, Б. Потятиник, Г. Почепцов, М. Томенко, Ю. Шайгородський, Д. Яковлев та ін. Серед досліджень технологій діяльності політичних акторів варто відзначити роботи І. Кресіної, П. Кузьміна, М. Михальченка, С. Наумкіної, Р. Павленка, Ф. Рудича, Ю. Сурміна, В. Цвиха, Г. Щедрової та ін.

У процесі діяльності політичних акторів їх різні позиції у політичному просторі стають основою для комунікації. Варто погодитись із тим, що «основою для комунікацій у політичній реальності є відмінності у трактуванні «суспільного блага» і шляхів його досягнення. Внаслідок комунікативного протиставлення виникають конфлікти, єдиний політичний вихід із яких у сучасному світі лежить в галузі комунікації і реалізується (або не реалізується) у формі політичного діалогу» [6, с. 118].

Постановка завдання. Мета статті – дослідити комунікативний вимір технологій діяльності політичних акторів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У періоди суспільних змін та політичних трансформацій виникає необхідність підвищення ефективності технологій діяльності політичних акторів, забезпечення їх спрямованості на захист інтересів окремих індивідів та соціальних груп. Великий потенціал щодо вирішення цього важливого завдання мають політичні комунікації. Їх значення особливо рельєфно проглядається у виборчих кампаніях та у процесі публічного адміністрування.

Увага до комунікативного виміру діяльності політичних акторів передбачає відповідне розуміння політичної діяльності. Наголос робиться на комунікативному процесі взаємодії влади та громадян у процесі ухвалення політичних рішень, на необхідності горизонтальної та вертикальної комунікації, що передбачає відповідь суспільства на діяльність політичних акторів.

У процесі діяльності політичних акторів в умовах інформаційного суспільства значно зростає роль політичних комунікацій. Зокрема, у виборчих кампаніях переважно застосовуються комунікативні технології та стратегії формування іміджу. Щодо публічного адміністрування, то «закритість» владних інституцій і небажання чиновників прислуховуватися до думки громадськості в ухваленні політичних рішень так і залишились неподоланим спадком радянської системи.

О. Соловійов у статті «Політична комунікація: до проблеми теоретичної ідентифікації» говорить: «... тільки концепт політичної комунікації здатен “схопити” історичний сенс постіндустріальної епохи та допомогти в осмисленні переходу до нового типу організації влади та політичної спільноти» [4, с. 5].

Дійсно, технологічний розвиток дає нові можливості для удосконалення комунікативної складової частини політичної діяльності як динамічного, безперервного узгодження дій та рішень між владою та суспільством.

Мова йде не тільки про оцінювання діяльності політичних акторів із боку громадян (на референдумі або під час виборів), а й постійного впливу інституцій громадянського суспільства на процес політичної діяльності – від формулювання суспільної проблеми, що підлягає вирішенню, і визначення альтернатив для реалізації політичного рішення та модифікації політики відповідно до отриманих результатів.

Як зазначає Л.Д. Климанська, «технологія – поняття універсальне, існує в будь-якій сфері людської активності, зокрема, може існувати і в людських стосунках. А це означає, що можна говорити про існування комунікативних технологій» [1, с. 239].

Одним із основних складників діяльності політичних акторів виступає комунікація із грома-

дянами, соціальними групами та інституціями громадянського суспільства, яка виражається у застосуванні комунікативних технологій – реклами, пропаганди та зв'язків із громадськістю. Важливим фактором для демократичного політичного процесу виступає готовність громадян не лише отримувати інформацію щодо дій політичних акторів, а й їх бажання та здатність оцінювати дії політиків на основі наявної інформації. Останнє зумовлене важливістю громадського контролю за діяльністю політичних акторів з метою уникнення негативних соціальних наслідків недостатньо ефективного адміністрування. У процесі політичної комунікації вибудовується постійний зворотний зв'язок громадян із владою, що сприяє підзвітності влади та її легітимності.

Без активної позиції громадян неможливо забезпечити політичну комунікацію як двосторонній процес обміну інформацією у процесі політичної діяльності.

На думку Ф. Шаркова, існує три основні підходи до визначення поняття «комунікація»: «По-перше, під цим поняттям розуміють засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального та духовного світу, тобто певну структуру. По-друге, це спілкування, під час якого люди обмінюються інформацією. По-третє, під поняттям “комунікація” розуміють передачу і масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство і його складові компоненти» [5, с. 53].

У сучасних умовах політична діяльність починається із процесу інтерпретації інформації, а інформаційні повідомлення мас-медіа певним чином впливають на формування громадської думки, структуру та правила політичної гри. Комунікативний вимір діяльності політичних акторів полягає в узгодженні визначення сутності відносин між політичними акторами та суспільством (що можна інтерпретувати як «суспільну угоду»). Простір комунікативної взаємодії формується не лише під впливом діяльності політичних акторів, на нього активно впливають традиційні мас-медіа та соціальні мережі.

Варто погодитись із тим, що «результатом взаємного комунікативного обліку значення речей, подій, дій та інтеракцій, які політичні актори демонструють один одному, виступає загальне комунікативне визначення ситуації, політичного процесу, який виступає в якості безперервного процесу взаємного узгодження дій своїх членів. Значення політичного простору, за такої інтерпретації, закладене не у самому світі політичного, а в його визначеннях, які дійові особи постійно і взаємно демонструють один одному» [6, с. 19].

У сучасних умовах метою застосування технологій діяльності політичних акторів виступає налагодження постійно діючих зв'язків, комунікативних каналів між органами державної влади та інституціями громадянського суспільства з метою

підвищення ефективності адміністрування. Тобто розвинені політичні комунікації – це не лише вертикальні комунікації (наприклад, відносини між державою та суспільством), а й горизонтальні відносини – між різними владними органами та між суспільними групами.

К. Крос і Р. Гакет у роботі «Політичні комунікації та новітні засоби масової інформації у демократичних країнах: конкуруючі підходи» пропонують власне визначення політичної комунікації. Це «... процес соціальної взаємодії за допомогою повідомлень, який стосується державного управління і здійснення влади у суспільстві» [2, с. 5]. Політична комунікація формує порядок денний суспільства та влади, визначає «правила гри» і кордони діяльності політичних акторів, які мають здійснювати владу в інтересах всього суспільства. Завдяки політичній комунікації у процесі політичної діяльності акторів посилюються інтеграційні інтенції та водночас відбувається диференціація політичних позицій, розвиваються конфлікти та досягається консенсус, відбувається інформування громадян щодо мети та завдань політичного розвитку, кристалізуються політичні інтереси, трансформуються політичні цінності й норми.

Розглядаючи політичні комунікації в історичному контексті, О. Соловійов виділяє чотири ідеальні матриці, які передбачають різні механізми символізації у процесі діяльності політичних акторів. До них він відносить міф, релігію, ідеологію та зазначає, що на сучасному етапі серед технологій політичної діяльності домінує політична рекламістика [4].

На думку української дослідниці Н. Лютко, політична реклама в Україні характеризується певними особливостями, які впливають на весь процес діяльності політичних акторів. Мова йде про «...застосування реклами як основного інструмента маніпуляції – використання у виборчих кампаніях прийомів НЛП, еріксонівських методів, методу “навішування ярликів”, “ефекту ореола”, прихованої реклами, рейтингів, соціологічних досліджень тощо... незбіг декларованого в рекламі та реальної діяльності суб'єктів виборчих процесів; «непрозорість» фінансування виборчих кампаній... емоційність та персоналізованість української політичної реклами... “розмитість” ідеологічних спрямувань та ціннісних орієнтацій політичних партій в Україні» [3, с. 4].

В основі політичної рекламістики як комунікативної технології лежить формування довіри в процесі політичної діяльності акторів. Із цієї метою вона включає такі процедури: презентація суб'єкта перед аудиторією, статус та імідж, цілеспрямована робота з цільовою аудиторією. На окрему увагу заслуговує вибір каналів комунікації (телебачення, преса, радіо, мережа Інтернет, мобільний зв'язок та ін.), кожний із яких має власну специфіку та методи впливу на аудиторію.

Варто погодитись із О. Соловйовим у тому, що «...політична комунікація є окремим випадком успішної реалізації інформаційних обмінів, спроб комунікатора (наприклад, владних структур) вступити у контакт зі своїм контрагентом... у публічному просторі політика постає як перманентно змінна комутація акторів, яка має здатність перериватися і в основі якої лежать ціннісні розходження або відмінності статусів, позицій, інтересів... у політичній сфері використовуються переважно тексти, які є продуктом колективної творчості і спрямовані на забезпечення інформаційних контактів між політичними групами за строго фіксованою у кожний конкретний момент проблематикою [4, с. 8].

Тобто комунікативні технології, що використовуються у процесі політичної діяльності поєднують технології маніпуляції масовою свідомістю, політичні технології та прийоми, які застосовуються в комерційній рекламі.

Використання комунікативних технологій у процесі діяльності політичних акторів передбачає здійснення таких кроків: визначення мети діяльності (стратегічної та тактичної), конструювання системи критеріїв вибору серед наявних альтернатив щодо реалізації поставленої мети, вибір з-поміж них оптимального варіанта та його впровадження, оцінювання результатів (що фактично є петлею зворотного зв'язку в комунікації).

У цьому сенсі комунікативні технології можуть розглядатись як сучасний «посередник» між суспільством і діяльністю політичних акторів. На думку Л. Климаської, «комунікативні технології... стали індустріальними способами організації комунікативних процесів у суспільстві. Вони не терплять жодного дилетанства, мають розроблятися професіоналами і реалізуються на аудиторіях небачених розмірів. До таких технологій, які досягли свого розквіту якраз у ХХ столітті, можна віднести пропагандистську, рекламну, політичну, переговорну, перформансну, «паблік рилейшнз» тощо» [1, с. 242].

До основних ознак комунікативних технологій належать, передусім, раціональне управління наявними у політичних акторів комунікативними ресурсами, формулювання суспільно значущої мети у процесі комунікативної взаємодії між владою та суспільством, цілеспрямованість та когерентність політичної діяльності акторів, наявність зворотного зв'язку та ін.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Таким чином, у загальному вигляді дослідження комунікативного виміру технологій діяльності політичних акторів дає змогу побачити

основні закономірності політичного процесу: від формулювання мети політичної діяльності до певного, визначеного у процесі комунікативної взаємодії результату публічного адміністрування.

Комунікативні технології відкривають можливість урахування гуманістичної складової частини, «відповіді» соціальних груп на діяльність політичних акторів, а отже, наголос робиться на необхідності забезпечення політичної участі громадян.

У процесі використання комунікативних технологій варто обов'язково звертати увагу на такі фактори, як диверсифікація джерел інформування (поєднання текстових та аудіовізуальних повідомлень), наявність великої кількості конкуруючих політичних акторів та різноманітних соціальних груп, які мають часто протилежні інтереси.

У комунікативному вимірі технологія діяльності політичних акторів розуміється як активна творча взаємодія між політиком та соціальною групою (суспільством у цілому), що спрямована на досягнення раціональної мети публічного адміністрування. Поява комунікативних технологій політичної діяльності дає змогу посилити гуманітарну спрямованість політики, задовольняти не лише групові, але й індивідуальні потреби. В основі комунікативних технологій – не лише результативність та раціональність, а й рефлексивність та прагнення до діалогу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Климаська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні» : [монографія] / Л.Д. Климаська. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. – 332 с.
2. Крос К. Політичні комунікації та новинні масмедіа у демократичних країнах: конкуруючі підходи / К. Крос, Р.А. Гакет. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://soc-gw.univ.kiev.ua/DEM_EDU/LIBRARY.
3. Лютко Н. Політична реклама у виборчих технологіях: аксіологічно-нормативні виміри та принципи : автореф. дис. ... канд. політ. наук / Н. Лютко. – Львів, 2008. – 19 с.
4. Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А.И. Соловьев // Политические исследования. – 2002. – № 3. – С. 5–19.
5. Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследовательской социальной коммуникации / Ф.И. Шарков // Социологические исследования. – 2001. – № 8. – С. 52–61.
6. Яковлев Д.В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація / Д.В. Яковлев. – Одеса : Астропринт, 2009. – 288 с.