

© *Пальчинська М. В.*

13. Просветительское движение в Англии / под ред. Н.М. Мещеряковой. — М.: Изд-во МГУ, 1991. — 445 с.
14. Ям К. Е. Жан Мелье и французский атеизм XVIII в. / Кинельм Ефимович Ям. — М.: Мысль, 1979. — 135 с. — (Из истории свободомыслия и атеизма).

Пальчинська М. В. – кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії Одеського національного морського університету.

УДК: 321.02 + 316.3 + 1

PR-ТЕХНОЛОГІЇ У ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСАХ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У статті розглядаються особливості використання PR-технологій у політичній сфері сучасної української держави. Ці технології можуть функціонувати не тільки як засоби маніпулювання масовою свідомістю, але й як інструменти, завдяки яким реалізуються певні задачі у сфері політики та державного управління.

Ключові слова: політичні технології, політична влада, засоби масової інформації та комунікації, побудова іміджу, державне управління.

PR-TECHNOLOGIES IN POLITICAL PROCESSES IN MODERN UKRAINIAN SOCIETY

В статье рассматриваются особенности использования PR-технологий в политической сфере современного украинского государства. Эти технологии могут функционировать не только как средства манипулирования массовым сознанием, но и как инструменты, благодаря которым реализуются определенные задачи в сфере политики и государственного управления.

Ключевые слова: политические технологии, политическая власть, средства массовой информации и коммуникации, построение имиджа, государственное управление.

PR-TECHNOLOGIES IN POLITICAL PROCESSES IN MODERN UKRAINIAN SOCIETY

The article deals with features of PR-technologies in the political sphere of the modern Ukrainian state. These technologies can functionate not only as means of manipulating of the mass consciousness, but also as an instruments through which certain tasks are realized in the sphere of politics and public administration.

Keywords: political technology, political power, media and communications, image building, public administration.

Актуальність обраної теми обумовлено тим, що одним з основних механізмів функціонування політичного інституту є технології управління, які передбачають, окрім інших механізмів, застосування політичних технологій, зокрема технологій піару. Це потребує визначення адекватних методів їх використання задля створення оптимальної моделі політичного управління в умовах сучасного українського соціуму.

Мета даної статті – розкрити особливості функціонування PR-технологій в політичному житті сучасної української держави.

Дослідженню політичних технологій присвячено праці західних та вітчизняних науковців, у яких аналізуються базові принципи застосування політичних технологій, формування політичного іміджу тощо. Серед науковців, які займалися аналізом політичних технологій, слід зазначити Бурдьє П., Лебона Г., Гарда Г., Кара-Мурзи С., Почепцова Г., Цуладзе А., Подшивалкіну В., Наріжного Д., Петрова О., Полторака В. та ін. Специфіка політичної системи сучасної України, перш за все, її транзитивність, стимулює подальшу теоретичну розробку проблеми обраної проблеми.

Політична сфера відіграє важливу роль у життєдіяльності суспільства, оскільки в ній реалізуються відносини соціальних груп та індивідів щодо утримання і використання влади з метою забезпечення своїх суспільно значущих інтересів і потреб, а також вироблення обов'язкових

управлінських рішень. Оскільки в демократичному суспільстві джерелом влади є народ, а втілення певного політичного курсу залежить від його волевиявлення (наприклад, вибори, референдуми та ін.), важливо, щоб політичні концепції та програми були підтримані електоратом. Тому різноманітні форми застосування ПР-технологій в політичних процесах обумовлені «необхідністю взаємодії політичної організації (сукупності суб'єктів політики) з масами» [10].

Слід зазначити, що існує взаємозалежність між політичним режимом та комплексом політичних технологій, які детермінуються ним. Застосування політичних технологій обумовлено, в першу чергу, такими факторами, як специфіка менталітету, рівень правової свідомості громадян, їх активність у політичному житті та ін., тому тип політичних технологій, що використовуються, характеризує ступінь розвитку політичної системи суспільства: більш розвинутих (демократичних) типам політичної системи суспільства відповідають більш досконалі типи політичних технологій.

ПР-технології іманентні будь-якому типу політичної діяльності, вони «являють собою окрему частину соціальних технологій, яка використовується у сфері політичної інженерії» [10]. Найчастіше їх застосовують в реалізації державної політики, а саме у процесі державного управління, у боротьбі політичних партій під час виборчого процесу, у реформуванні політичних комунікацій тощо: «Політичні технології постіндустріального суспільства набули особистісної орієнтації, стали спрямовуватися не тільки на задоволення соціальних, але й індивідуальних потреб, їх суб'єкти почали спиратися не тільки на групові, а й на особистісні мотиви, і використовувати їх» [5, с. 8].

Більшість західних дослідників «схильні визначати мету політичних технологій піару у рамках «маркетингової» концепції, в межах якої виборці ототожнюються із споживачами, політик та його програма — із символічним товаром, який необхідно просувати на політичному ринку за допомогою ЗМІ, використовуючи сегментацію електорату, апелюючи до цільових груп» [9, с. 204] (наприклад, П. Бурдье, який розробив та впровадив концепцію «політичного ринку» або «політичного поля», на якому функціонують відповідні виробники та споживачі політичної продукції) [1]. Такий підхід передбачає необхідність присутності об'єкту піару в медіа-ефірі та вплив на масову аудиторію за допомогою ЗМІ з метою забезпечення його позитивного висвітлення: «суть політичного брендінгу полягає у формуванні політичної ідентичності в інтересах суб'єкта управління, а саме — внесення до масової свідомості символів, які впізнають, значень, образів, здатних об'єднати людей» [10].

Застосування ПР-технологій завжди сприймалося неоднозначно. Зазвичай вони асоціюються із інструментом маніпулювання масовою свідомістю. Апелюючи до Г. Почепцова, можна навести приклад такого прийому, як «заміна цілей», метою якого є відвернення громадян з реально існуючих проблем на абстрактні (наприклад, теми голодомору та підняття патріотизму української нації, які обговорювалися в ЗМІ у термін президентства Ющенко, повинні були зняти акценти з таких актуальних соціальних проблем, як дуже низький прожитковий рівень пересічного українського громадянина, політична криза, яка існувала через протистояння між президентом та урядом та ін.): «Кінцевим результатом є формування «помилкової свідомості», тобто певно соціально-психологічного стану, коли люди перестають розуміти, що складає їх справжні інтереси» [8, с. 499].

У цьому контексті слід підкреслити, що політика — «це вид соціальної діяльності, який спрямовано на завоювання, утримання та використання влади» (політологія, підручник), тому політичній сфері іманентно властиве приховане керування. До того ж, специфіка держави як центрального елемента політичної системи суспільства полягає у тому, що їй притаманне право на легітимне насильство, яке передбачає можливість ігнорування інтересів та потреб окремих соціальних верств. Колективний характер цілей, які реалізуються в політиці, передбачає обов'язкове їх усвідомлення усіма членами соціальної спільноти, якими є держава, нація, соціальна група, партія та ін. Це вимагає використання спеціальних засобів передачі інформації, які здатні забезпечити координацію їх діяльності та впливати на формування громадської думки: «Відношення політика із його оточенням обумовлені не лише психологічними характеристиками лідера, але й особливостями політичної системи, ступенем її прозорості, рівнем політичної культури та демократизації суспільства, та, нарешті, неписаними бюрократичними законами та правилами» [12, с. 5].

Навіть на прикладі досвіду країн з розвинутою демократичною системою можливо зробити висновок, що політичних технологій в процесі керування суспільством уникнути практично неможливо: «Сучасна держава має у своєму арсеналі настільки потужні і різноманітні форми технологій політичного управління, впливу і маніпулювання, що це загрожує самій основі демократії — громадянському суспільству» [5, с. 9].

На цей час одним з провідних інструментів політичного маніпулювання є засоби масової інформації та комунікації, «тому для сучасного політичного процесу характерним є посилення

боротьби політичних груп за максимальний контроль над ЗМІ» [8, с. 496].

Одним із наочних прикладів можливостей політичного впливу на світову спільноту за допомогою ЗМІ є представлення в мас-медіа теми «арабської весни», зокрема ситуації у Лівії. США звинувачували уряд Лівії у негуманній політиці щодо громадян, які були позбавлені права на вираження протесту проти уряду Муаммара Каддафі та вільної реалізації своїх політичних прав, які передбачені «Декларацією прав людини та громадянина». Вони апелювали до порушень демократичних засад суспільства, обмежень політичних прав і свобод. Переважна більшість західних ЗМІ формувала образ агресора з Муаммара Каддафі та, використовуючи привід щодо допомоги мирному населенню, США почали військові операції у країні. Якщо проаналізувати ситуацію в усіх країнах, яких торкнулася «арабська весна», також є факти щодо жертв серед громадян, які виступали проти діючих урядів, однак саме Лівія привернула прискіпливу увагу з боку США тому, що є одним з провідних експортерів нафти на світовому ринку. У данному випадку, за допомогою ЗМІ та політичних технологій, США намагалися легітимізувати загарбання лівійських нафтових родовищ. У данному випадку було застосовано дуже ефективний прийом – створення «образу ворога».

Якщо проаналізувати діяльність ЗМІ в Україні, слід виокремити наступні провідні тенденції: по-перше, з приходом до влади президента Януковича та початком роботи діючого уряду, висвітлення резонансних подій стосовно політичної сфери суспільства та недоліків у функціонуванні політичної еліти підлягає цензурі, що суперечить закладеним у Конституції України демократичним принципам; по-друге, посилюється тенденція до монополізації медіа-поля.

Одним із найбільш наочних прикладів, який це ілюструє, є перехід з 2015 року українських медіа на цифрове телебачення, яке значною мірою сприяє збільшенню кількості ефірних каналів, поліпшенню якості їх роботи, а також дозволяє звільнити додаткові частоти для інших видів зв'язку. Однак в Україні цей процес може стати вирішальним у монополізації медіа-простору, оскільки одночасно із цим функціонування ЗМІ у «нецифровому форматі буде припинено...» [4]. У більшості європейських країн перехід до цифрового телебачення жорстко регламентувався з боку держави та міжнародних організацій за допомогою спеціальних законів або доповнень до діючих законів щоб запобігти утворенню монополій та максимально сприяти свободі слова та доступу громадян до інформації. В Україні ця сфера не контролюється належним чином, що може призвести до того, що «деякі медіа групи мають усі шанси вже до наступних виборів стати абсолютними монополістами в українському медіапросторі, а деякі – повністю з нього зникнути» [4]. Таким чином, саме медіа-монополісти зможуть контролювати той обсяг інформації, у тому числі політичної, яку отримують українські громадяни.

Як інструмент політичного маніпулювання, ПР-технології знеособлювані та передбачають вплив на масову аудиторію. У цьому контексті воля політичної еліти або окремої особистості нав'язується більшості. Технології політичного маніпулювання базуються на наступних факторах:

- впровадження у масову свідомість під виглядом об'єктивної інформації фактів, які бажані для певних соціальних груп;
- вплив за допомогою чинників, які викликають суспільний резонанс;
- реалізація прихованих цілей, досягнення яких пов'язане із підтримкою позиції певного суб'єкту або політичної сили [12, с. 14].

Для політичних партій та суспільно-політичних об'єднань взаємодія з суспільством є не менш важливою, ніж для органів державної влади, тому більшість політичних партій мають ПР-служби, які намагаються оптимізувати їх діяльність. Загальні вектори діяльності ПР-технологій як в органах державної влади, так і в політичних інститутах, які функціонують в сучасному соціумі, можна охарактеризувати наступним чином:

- налагодження зв'язків із громадськістю та іншими суб'єктами політичної системи;
- інформування громадськості щодо позицій держави, політичної партії, суспільно-політичного об'єднання, пояснення мотивів щодо прийняття певних рішень або дій;
- здійснення моніторингу суспільної думки задля виявлення цільової аудиторії конкретної політичної сили або особи, електоральних переваг та ін.;
- прогнозування тенденцій у соціумі, що можуть призвести до соціальних конфліктів або дестабілізації;
- формування відповідного іміджу суб'єктів політики [3, с. 64].

За цих умов в Україні зростає роль політичної реклами та іміджмейкерства, які базуються не стільки на раціональних аргументах, політичних, економічних та суспільних програмах, скільки на емоційному сприянні електоратом окремого актора політики. Одним із провідних базисів

функціонування PR-технологій є те, що переважна електоральна більшість не має безпосереднього контакту з політичними суб'єктами «вона реагує на його образ, імідж, телевізійну картинку. Виборець скоріше реагує на певні ідеалізації... Він порівнює кандидата зі своїм ідеальним образом щодо того, яким повинен бути президент, депутат...» [10].

Згідно думки Г. Почепцова, операції щодо формування іміджу політика складаються з трьох наступних елементів:

- по-перше, це відбір тих характеристик, які аудиторія вважає найбільш важливими для кандидата на цей час;
- по-друге, впровадження цих характеристик в образ кандидата для подальшого асоціювання обраних рис саме з цим політичним суб'єктом;
- по-третє, «продаж» цього образу виборцю [10].

Цей механізм застосовується також при формуванні PR-кампанії будь-якого політичного суб'єкта.

Таким чином, застосування PR-технологій у політиці дозволяє формувати суспільну думку щодо окремої особистості політичного лідера, політичної сили або іміджу держави в цілому. Наприклад, такі суб'єкти політики, як політичні партії функціонують в умовах жорсткої конкуренції (мова йдеться про політичні системи, притаманні демократичному суспільству), тому вони повинні «бути динамічними та швидко реагувати на зміни у суспільстві задля утримання впливу на цільову аудиторію. Головна перевага політичних партій полягає у тому, що вони відмічають помилки у роботі державних інститутів та оперативно висувають нові методи удосконалення існуючої суспільної системи на політичний ринок» [10].

Однією з найбільш актуальних проблем політичного управління України є суперечності між необхідністю динамічного оновлення соціальних і політичних технологій, які б відповідали вимогам провідних європейських країн, та існуючими традиціями управління. Використання PR-технологій, акцій політичного маркетингу, політичної реклами і іміджмейкерської діяльності значною мірою оптимізують ефективність управління суспільством, особливо для сучасної української держави, у якій гостро стоїть питання щодо пошуку адекватних методів розв'язання соціально-політичних проблем.

Політичний піар є відносно новою сферою практичної і теоретичної діяльності в Україні, а її освоєння і широке розповсюдження корелює із інтенсифікацією конкурентної боротьби в умовах становлення демократичного суспільства. Вивчення PR-діяльності у виборчій сфері дозволяє виявити тенденції розвитку електоральної поведінки, механізми формування певних рис у політичних суб'єктів, на які налаштовані різні соціальні верстви, ступінь залежності окремих груп інтересів від нелегітимних PR-технологій. Це дає можливість визначити правові механізми, які могли б сприяти використанню у виборчій кампанії легітимних засобів конкурентної боротьби та розробити рекомендації для вдосконалення законодавчої бази виборчого процесу. Досвід українських виборів засвідчує необхідність законодавчої регламентації питань, що стосуються застосування PR-технологій, створення норм і правил виборчої боротьби, обмеження використання нелегітимних технологій піару, зокрема при формуванні іміджу політичного лідера.

Специфіка застосування технологій політичного піару в Україні полягає у тому, що вони орієнтуються переважно на так званий «чорний піар», найбільш поширеними прийомами якого є:

- непряма критика – до цільової аудиторії доносять факти, які викликають сумніви щодо конкурентів об'єкту піару, при цьому пряма критика відсутня;
- напад на найзначніші для цільової аудиторії риси конкурентів;
- негативна інформація стосовно діяльності конкурентів, або «креативний рефреймінг», сутність якого полягає у виборі такого ракурсу висвітлення фактів, коли вони викликають соціальний резонанс та потребують активних дій;
- розробка ланцюга послідовних подій, з яких буде складатися піар-кампанія (разові акції набагато менш ефективні, ніж комплексні);
- послідовний вплив відразу на декілька цільових аудиторій;
- використання адміністративного ресурсу (один з найбільш поширених методів, які застосовуються в Україні під час передвиборчих кампаній) та ін. [8, с. 496-497].

Проблема відповідності політичних технологій «правовим та моральним принципам залишається актуальною для будь-якого суспільства, однак для України вона набуває особливої гостроти і актуальності, тому що її вирішення є критерієм виміру тієї дистанції, яку суспільство долає на шляху від тоталітаризму до демократії, критерієм виміру суттєвого реформування суспільства» [5,

с. 11]. В сучасній Україні під час практичного використання політичних технологій, розроблених в умовах демократичного режиму. На жаль, такі атрибути демократії, як конституція, система поділу влади, проголошення свободи слова, друку, зборів, наявність вільної виборчої системи, проведення виборів і референдумів тощо, залишаються певною формальністю.

Проблема оптимального використання ПР-технологій у політичних процесах, які відбуваються у сучасній Україні, потребує ретельних досліджень. Україні необхідно адаптувати досвід інших країн, де процеси розробки та впровадження ПР-технологій мають вже напрацьовані методики. При аналізі аналогічних процесів в Україні потрібно враховувати специфіку української багатопартійності, рівень політичної культури громадян та політичної свідомості, стан розвитку громадянського суспільства, особливості формування політичного лідерства тощо.

Сучасний політичний ПР являє собою багатовекторне явище у політичній сфері, пов'язане із зростанням правової свідомості та культури громадян, що спонукає, у свою чергу, до зростання необхідності вивчення громадської думки, модернізації сфери зв'язків із громадськістю, ефективних методів піару, каналів комунікації, орієнтованих на адресні соціальні групи, а також політичного менеджменту. З'ясування базових принципів функціонування ПР-технологій в політичній системі дає можливість встановити співвідношення політичної ідеології, політичних реалій і особливостей національного розвитку та ідентифікувати ПР-технології як взаємодію чинника культурно-політичної життєдіяльності сучасного українського суспільства.

ПР-технології відповідають за актуалізацію певних політичних орієнтирів за допомогою інформаційного впливу, який цілеспрямовано використовується політичними акторами. У цій взаємодії суб'єкти політики пропонують суспільству певні ідеї, намагаючись їх визнання, а окремі елементи політичної системи суспільства впливають на формування і коригування цих ідей. У цьому ракурсі систему політичного піару можна представити за допомогою таких базових складових, як політичний менеджмент та політичний маркетинг.

Розгляд обраної проблеми дозволяє зробити наступні **висновки**.

Політичні технології відіграють важливу роль у системі управління суспільством. Кожному типу суспільства притаманний певний комплекс політичних технологій, які підпорядковуються видозмінам разом із суспільством та політичним режимом. Технології, які використовуються в практиці політичного управління в Україні, більшою мірою відповідають природі авторитарного режиму, що свідчить про відсутність в Україні низки демократичних принципів, відображених у Конституції.

Оптимізація політичних технологій, які функціонують у сучасному українському суспільстві, здатна позитивно вплинути на якість, ефективність і результативність державного управління і, таким чином, сприяти подальшій демократизації суспільства.

Характер відносин між такими елементами політичної системи, як держава та суспільство, вимагає не механічного запозичення технологій соціального і політичного управління, розроблених у сучасному демократичному соціумі, або їх адаптації до національних, культурно-історичних особливостей нашого суспільства, а вироблення специфічної, багато в чому унікальної, системи політичних і соціальних технологій.

Ефективний політичний менеджмент у сучасному суспільстві неможливий без використання ПР-технологій. Особливого значення він набуває в умовах активного залучення ЗМІ до процесів подальшого становлення громадянського суспільства в Україні. Тому обмеження діяльності ЗМІ або свідоме викривлення інформації у медіа-просторі суттєво впливають на ефективність діяльності політичної системи.

Використання ПР-технологій як важливої складової виборчого процесу в Україні набуває дедалі більшого значення, оскільки ПР-діяльність при створенні іміджу політичних суб'єктів спрямовується, у першу чергу, на переконання електорату в тому, що саме ця людина здатна зробити те, що самі громадяни безпосередньо зробити неспроможні. В українському суспільстві ефективне функціонування ПР-технологій у державному управлінні може бути забезпечено лише за умов підвищення рівня політичної свідомості та правової культури громадян, подоланню апатії щодо політичного життя країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурдье П. Соціологія політики/ П. Бурдье; [Пер. с фр.]Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко./ — М.: Socio-Logos, 1993. — 336 с.
2. Вуйма А. Про чорний ПР [Електронний ресурс] / А. Вуйма. — Режим доступу:

- http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/vuima/index.php.
3. Ковлер А. Избирательная кампания: организация и методы работы / А. Ковлер. — М., 1995.
 4. Крайняк Ю. Цифровые разводы / Ю. Крайняк. //ЗН.Украина. — №31. — 02.09.2011.
 5. Наріжний Д. Аналіз політичних технологій та особливостей їх застосування в транзитивному суспільстві: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата політ. наук: спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Д. Наріжний. — Дніпропетровськ, 2004. — 20 с.
 6. Наріжний Д. Технології управління в політиці: теоретичні аспекти // Актуальні проблеми державного управління. — 2002. — №3(9). — С. 123—135.
 7. Петров О.В. Социологические пиар-технологии в политике / О. В. Петров — К., 2007. — 288 с.
 8. Политология: учебник / [ред. В.А. Ачкасов, В.А. Гуроров]. — М.: Высшее образование, 2009. — 692 с.
 9. Полторац В., Петров О. Социологический механизм референдума: проблемы реализации // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2006. - №4. — С. 203-211.
 10. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://lib.socio.msu.ru/PR> для профессионалов. Почепцов Г.Г.
 11. Психология толп. — М.: Институт психологии РАН, 1999. — 416 с.
 12. Цуладзе А. Политические манипуляции, или покорение толпы / А. Цуладзе. — М.: Книжный дом "Университет", 1999. — 144 с.

Попов Є. О. – аспірант кафедри політичних наук Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського.

УДК: 060 +320 +303.375+301

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ НЕУРЯДОВИХ ІНСТИТУТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЛІТИКИ

У статті розглядаються теоретико-методологічні засади аналізу неурядових інститутів інтелектуального забезпечення політики. Визначено основні підходи до аналізу неурядових аналітичних центрів, відображенні їх переваги, обмеження та недоліки.

Ключові слова: політична аналітика, політичний консалтинг, політична експертиза, аналітичні центри, інтелектуальне забезпечення політики.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ ИНСТИТУТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПОЛИТИКИ

В статье рассматриваются теоретико-методологические основы анализа неправительственных институтов интеллектуального обеспечения политики. Определены основные подходы к анализу неправительственных аналитических центров, отражены их преимущества, ограничения и недостатки.

Ключевые слова: политическая аналитика, политический консалтинг, политическая экспертиза, аналитические центры, интеллектуальное обеспечение политики.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FRAMEWORK FOR THE ANALYSIS OF NON-GOVERNMENTAL INSTITUTIONS PROVIDING INTELLECTUAL POLICY

The article discusses theoretical and methodological framework for the analysis of non-governmental institutions providing the intellectual policy. The main approaches to the analysis of non-governmental think tanks, reflected their advantages, limitations and drawbacks.

Key words: political analyst, political consulting, political expertise, analytical centers, intelligent software policies.