

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ УКРАЇНИ

MODERN TRENDS OF FORMATION OF COMMUNICATIVE PRACTICES OF UKRAINIAN POLITICAL PARTIES

Бокоч Ю.М.,

*аспірант кафедри міжнародної політики
Ужгородського національного університету*

Автор статті проаналізував основні напрями наукового визначення політичної комунікації, специфіку та функції комунікативних практик сучасних українських партій. Вивчено вплив реформи децентралізації влади на комунікативний потенціал первинних партійних осередків. Автор робить висновок, що політичними партіями створена широка мережа форм комунікації з соціальними групами, проблемою залишається ефективне та реальне використання під час ухвалення рішень на різних рівнях політичної діяльності та управління.

Ключові слова: політична комунікація, партійна комунікація, комунікативні практики, вибори.

Автор статті проаналізував основні напрями наукового визначення політичної комунікації, специфіку та функції комунікативних практик сучасних українських партій. Вивчено вплив реформи децентралізації влади на комунікативний потенціал первинних партійних організацій. Автор робить висновок, що політичними партіями створена широка мережа форм комунікації з соціальними групами, проблемою залишається ефективне та реальне використання во время прийняття рішень на різних рівнях політичної діяльності та управління.

Ключевые слова: политическая коммуникация, партийная коммуникация, коммуникативные практики, выборы.

The author of the article analyzes the main directions of the scientific definition of political communication, the specifics and functions of communicative practices of contemporary Ukrainian parties. The influence of the reform of decentralization of power on the communicative potential of the primary party cells was studied. The author concludes that political parties have created a wide network of forms of communication with social groups, the problem remains their effective and real use in decision making at different levels of political activity and management.

Key words: political communication, party communication, communicative practices, elections.

Постановка проблеми. У сучасному світі комунікація є однією з форм та вагомим складником політичної діяльності, стає невід'ємною частиною діалогу влади та суспільства. Усвідомлення проблематики політичної комунікації, її витоків і основних засад відбувається в різних напрямках політичної науки, починаючи від класичних праць до сучасних наукових доробок. Партії є одним із головних суб'єктів політичної комунікації, який особливо активізується під час виборчого процесу або реалізації інших механізмів формування влади. Зважаючи на це, напередодні президентських та парламентських виборів в Україні актуальним видається аналіз комунікативних практик політичних партій, проблем та тенденцій розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, проблеми комунікації привертають до себе увагу дослідників із різних гуманітарних напрямів (філософів, соціологів, політологів). Найвідоміші з них Д. Белл, П. Брегер, Н. Вінер, Ч. Кулі, Г. Лассуел, К. Леві-Строс, Т. Лукман, Дж. Г. Мід, Ю. Хабермас, Дж. Б. Уотсон та інші. Специфіку комунікації у сфері політики вивчали Д. Берло, Р. Катц, Ж.-М. Котре, Б. Кретон, П. Лазарфельд, В. Ліпман, Л. Пай, Л. Перлінг, К. Санне, Ж.-Р. Шварценберг та інші. Серед вітчизняних учених ця проблематика представлена в науковому

доробку С. Барматової, В. Бебика, Ю. Ганжурова, О. Гриценка, С. Денисюк, О. Дубаса, О. Картунова, С. Кашаццевої, В. Недбая, Г. Почепцова, В. Різуна, І. Слюсаренка, М. Соколова, Є. Тихомирової, О. Шахтемірової та інших.

Аналізу функцій та ролі політичних партій в українському суспільстві присвятили свою увагу українські вчені В. Базів, Л. Ганюкова, М. Обушний, В. Олійник, Ю. Остапець, М. Примуш, М. Томенко, Ю. Шайгородський, Ю. Шведа та багато інших дослідників. Комунікативна діяльність політичних партій стала предметом дослідження у працях В. Артемяка, К. Меркотана, М. Мораря, А. Романюка, О. Шиманової, В. Якушика та інших.

Зазначені вчені внесли вагомий доробок у теоретичне та практичне усвідомлення сутності та функцій політичної комунікації, але, зважаючи на складність та надзвичайний динамізм досліджуваного феномена, актуальним залишається його всебічне вивчення, особливо в умовах сучасних викликів та можливостей інформаційного постіндустріального суспільства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз актуальних аспектів розвитку політичної комунікації через комунікативні практики українських політичних партій.

Поняття політичної комунікації є надзвичайно широким, що відбивається у багатоманітності його визначень. Серед основних можна виділити такі:

– «процес передання політичної інформації, в межах якого відбувається циркуляція інформації між різними елементами політичної системи, а також між безпосередньо політичною та соціальною системами. Безперервно йде процес інформаційного обміну індивідів і груп на всіх рівнях» (Р.-Ж. Шварценберг) [1, с. 98];

– усі види неформальних, комунікаційних контактів у суспільстві, що здійснюють найрізноманітніші впливи на політику (Л. Пай) [2, с. 13];

– дискусії «щодо раціонального розподілу дефіцитних ресурсів, наділення когось легітимною владою, можливостей влади використовувати різні санкції» (Р. Дентон і Г. Вудворт) [3, с. 55];

– політичні комунікації як метод спілкування, що застосовує символічні та вербальні контакти, а також різні форми політичного протесту (Д. Грабер) [4, с. 129].

Очевидно, комунікація є однією з основних характеристик суспільства, тому природа будь-якого соціального утворення є комунікативною по суті. Інакше кажучи, зміст комунікації і її форми відображають суспільні відносини й історичний досвід людей. У ній головним є комунікативний аспект, а інформаційно-змістовний елемент має виконувати лише похідну функцію. У здійсненні комунікації важливо знати не тільки про те, яке повідомлення застосовується, а й про учасників взаємодії, як використовується інформація, кому адресується і на що спрямовується.

Тому варто розглядати комунікацію як складний багаторівневий і багатоплановий процес взаємодії між суб'єктами, який викликається необхідністю співпраці, уміщує обмін змістовними інформаційними повідомленнями, формулювання мети взаємодії, сприйняття і розуміння іншого суб'єкта.

Загалом, можна виділити три підходи до трактування терміна «комунікація»: перший базується на концепції структурного функціоналізму, застосуванні системного методу, концепції інформаційного суспільства (Д. Белл, К. Дойч, А. Тоффлер); другий – неklasичний методологічний підхід (Ю. Габермас) – базується на когнітивній моделі суб'єктно-об'єктних відносин, у яких сфера комунікації виокремлюється як особлива сфера пізнання; третій – постнеklasичний підхід – розглядає суспільство як мережу комунікацій, які створюють можливості для самоорганізації та самовідтворення людського життя (Н. Луман)[5].

На нашу думку, сфера політичних комунікацій створює власне середовище, з яким стикається людина, змінює її політичну культуру і свідомість, конститує та структурує її життя. Суспільство

сьогодні розвинулося до такого ступеня, коли інформаційний обмін між людьми стає інтенсивнішим із кожним днем, відбувається становлення інформаційного суспільства. Технологічний прогрес надає різні засоби для комунікацій. Але, як слушно наголошує Г. Почепцов, чим доступнішою є інформація, тим складніше її контролювати, а важелями управління суспільними процесами є контроль над інформаційними потоками. У сучасних демократичних суспільствах особливо значна роль належить публічним комунікаціям між владою і суспільством. [6].

Політична комунікація між владою та громадянським суспільством сьогодні має різні засоби реалізації. Вони належать до різних суспільних галузей та відрізняються напрямом та силою впливу на владне поле. Серед таких засобів провідними виступають:

- державно-політичні інститути (освітні заклади, державні інформаційні агенції, інформаційні та пр-відділи органів державної влади тощо);
- політичні партії, асоціації, рухи;
- інформаційні організації громадянського суспільства;
- засоби масової комунікації та інформації;
- мережеві засоби масових комунікацій [7].

Серед цих систем політичні партії, зважаючи на суспільну роль та функції, є активними політичними інститутами, які багато в чому визначають характер та якість політичних комунікацій у конкретному суспільстві. За визначенням О. Шиманової, «внутрішньопартійна комунікація – це різновид партійної комунікації, що передбачає рух інформації всередині політичної партії між елементами її організаційної структури [8, с. 180]. М. Обушний тлумачить партійну комунікацію дещо ширше, як «ідейно-корпоративну сукупність індивідуальних і групових внутрішньо- та міжпартійних комунікативних повідомлень прямого і зворотного зв'язку, спрямованих на виконання статутних та програмних цілей/завдань партії» [9, с. 82]. Узагальнене визначення партійної комунікації надає М. Морарь, пропонуючи визначати її як «комплексний спосіб передавання інформації, що стосується діяльності політичної партії, всередині партії та в суспільстві» [10, с. 38].

Найголовнішим напрямом зовнішньої комунікації політичної партії є відносини між партійною організацією та соціальними групами, інтереси яких вона представляє.

За результатами дослідження, проведеного Українським незалежним центром політичних досліджень у вересні 2013 року можна виділити такі риси, що характеризують комунікативні практики партій у спілкуванні з виборцями [11].

Указується на наявність односторонності комунікації, несформованість постійного діалогу, брак

довіри. Це пов'язано з недостатнім, а часто лише декларативним, характером урахування пропозицій та вимог громадян у процесі ухвалення рішень як депутатами від правлячих, так і від опозиційних партій. Превалюють форми комунікації депутатів із громадами у вигляді простого інформування про діяльність суб'єктів політики без залучення людей до створення та втілення в життя політики місцевого розвитку. Учасники опитування зауважили, що на практиці ще переважають односпрямовані форми комунікації через ЗМІ, місцеві радіо та телебачення. Водночас члени опозиційних партій, які не завжди мають достатньо недейдних ресурсів, отримують більш слабкі позиції щодо можливості висвітлити свою позицію, а поодинокі безсистемні виступи суттєво не впливають на якість комунікації. З іншого боку, представники політичних партій указували на пасивність та байдужість громадян, що зумовлено невірою у свої сили, кризою довіри та розчаруванням у здатності політиків вирішувати реальні проблеми громад.

Суттєвий вплив на комунікацію здійснює також надмірна персоніфікація українських політичних партій та усього політичного процесу. Це підтверджується тим, що виборці часто зі своїми вимогами апелюють до конкретної особистості, не завжди ототожнюючи її з конкретною партією або інститутом влади. На думку експертів, відновлення мажоритарного складника у Верховній Раді ще підсилює цю тенденцію, послабило партійну структурування та відповідальність за ухвалення рішень. Водночас дослідження не встановило безпосереднього впливу форми обрання до ВР на характер комунікації між депутатами та виборцями. Натомість було з'ясовано, що якість та активність комунікації залежить не стільки від виборчої системи, скільки від цінностей та інтересів кандидата у певному окрузі, його зацікавленості у проведенні системної роботи та спілкуванні з громадянами.

Серед найбільш поширених форм комунікації партій із громадянами науковці та експерти називають:

- громадські приймальні;
- громадські слухання;
- публічні виступи;
- поштова розсилка інформаційних матеріалів, листівок, вітань;
- інформування через ЗМІ;
- інформування та спілкування у соціальних мережах;
- розвиток співпраці з громадським експертним середовищем;
- культурно-мистецькі заходи;
- місцевий референдум.

Названі форми можуть бути достатньо ефективними у разі наявності високого рівня зацікавленості у комунікації, цілей її застосування та

відповідних ресурсів. Так, наприклад, експерти визначили посередній рівень ефективності депутатських приймальень, оскільки питання, з якими до них звертаються люди, часто мають суто соціально-економічний характер і знаходяться за межами компетенції депутатів ВР України.

До того ж спостерігається певна «сезонна» активність роботи громадських приймальень, які активно працюють у період підготовки до виборів, а в міжелекторальний час політичні партії суттєво знижують рівень роботи та якість консультацій. За даними учасників дослідження, опозиційні депутати в деяких регіонах відчують брак сприяння влади у процесі відкриття та організації роботи приймальень, певну закритість органів ухвалення рішень під час обговорення питань, із якими звертаються виборці. Такі проблеми стосуються й інших форм комунікації, які можуть використовуватися несистемно, піддаватися формалізації з боку влади для номінальної легітимації вже ухвалених рішень.

Окремо треба сказати про роль соціальних мереж як каналу комунікації партії та виборців, що дозволяє максимально розширити аудиторію обговорення та створити ефект прямого та двостороннього спілкування. Водночас максимальна ефективність соціальних медіа досягається у поєднанні з іншими формами комунікативного впливу, оскільки існують об'єктивні обмеження у користуванні цією формою старших людей та мешканців сільської місцевості.

Дослідження виявило також невисоку ефективність звітування депутатів у громадах за свою роботу. Найчастіше депутати вдаються до політико-рекламних заходів та простого інформування через ЗМІ. Відчувається суттєвий брак діалогу та обговорення проблем ефективності депутатської діяльності. Було запропоновано закріпити у законодавстві чіткі критерії звітування депутатів та політичних сил про свою діяльність [11].

Однією з головних умов ефективної комунікації партії та її соціальних груп є створення розгалуженої мережі дієвих місцевих осередків. Ця проблема є особливо важливою для України, оскільки всі сучасні парламентські партії, окрім «Батьківщини», виникли нещодавно, вони тільки з 2014–2015 рр. почали займатися створенням мережі первинних осередків. Так, Радикальна партія Олега Ляшка існувала з кінця 2011 року, але, окрім столичного та чернігівського регіонів, не мала осередків. Достатньо згадати, що на парламентських виборах у 2012 році вона здобула лише 1,08% голосів виборців [12].

Партія «Самопоміч» була офіційно створена наприкінці 2012 року, «президентська» партія також почала свою історію після Майдану, новими є «Народний фронт» та «Опозиційний блок». Тому більшість парламентських партій досі не мають

Результати основних політичних партій на місцевих виборах в Україні 29 жовтня 2017 року

№ п/п	Партії та блоки	Кількість обраних депутатів до місцевих рад
1.	Самовисуванці	1 225
2.	«Батьківщина»	911
3.	БПП – «Солідарність»	688
4.	Аграрна партія	391
5.	Партія УКРОП	277
6.	«Наш край»	162
7.	Радикальна партія О.Ляшка	154
8.	«Самопоміч»	125
9.	«Свобода»	99
10.	«Опозиційний блок»	83
11.	«Справедливість»	40
12.	«Народний фронт»	30

* Таблиця складена автором за даними сайту ЦВК [14].

широкої та міцної територіальної мережі, сильних та ефективних кадрів на місцях. Тому в списках усіх партій, які змагалися на виборах в об'єднані територіальні громади (далі – ОТГ) 29 жовтня 2017 року, 62% кандидатів були безпартійними [13]. Виходячи з цього, партії мають реальну мотивацію для створення та розвитку реальних місцевих осередків.

Об'єктивне підґрунтя для прискорення цього процесу створила реформа децентралізації влади в нашій країні, що підтверджується результатами виборів у ОТГ. Тут можна спостерігати те, що більшість обраних депутатів місцевих рад є первинним осередком певної політичної партії.

Загалом, у виборах 29 жовтня брала участь велика, особливо для місцевих виборів, кількість партій – 50. Активізація первинних осередків підтверджується також тим, що не тільки депутати, але й значна частина голів ОТГ, обраних 29 жовтня 2017 року, представляють певні політичні партії. Тут лідерами є БПП «Солідарність» (30) та ВО «Батьківщина» (13). Аграрну партію та «Наш край» представляють по п'ять голів ОТГ, троє – партію «За конкретні справи», один – УКРОП, один – Радикальну партію і один – «Сили людей» [13].

Дослідження показали, що особливо активно міжпартійна конкуренція виявилася під час виборів міських ОТГ (населення від 90 тисяч осіб). Справа у тому, що у цій категорії законодавством не дозволяється самовисування, єдиним суб'єктом виборів є лише місцеві організації політичних партій [15]. Таке положення Закону України «Про місцеві вибори» викликало негативну реакцію експертів та громадськості, тому що звужує можливості виборців та заперечує обрання головою міської ОТГ громадських активістів, викладачів вишів, керівників підприємств, волонтерів

та інших впливових у місті особистостей, які не належать до певної партії.

Загалом, результати виборів 29 жовтня засвідчили електоральне переважання двох партій – Блока Петра Порошенка та «Батьківщини», до того ж їх представники отримали перемогу майже рівномірно в усіх регіонах. Інші партії не продемонстрували рівномірного охоплення виборчої території, наприклад, Аграрна партія та Радикальна партія Ляшка фактично не отримали мандатів приблизно в третині областей, а «Самопоміч» – у більш ніж половині областей. Звичайно, електоральний успіх потужних у фінансовому, організаційному та кадровому відношенні партій є певним чином закономірним. Водночас вибори продемонстрували, що це правило діє неоднозначно. Так, наприклад, кандидати «Демальянсу» не перемогли у жодній ОТГ, а представники «Сили людей» чи Морської партії Ківалова досягли успіху лише в одній громаді, що свідчить про інституційну слабкість цих партій, не дивлячись на потужний економічний ресурс [13].

Отже, сучасна теорія політичної комунікації базується на розгляді її як провідного соціально-політичного інституту, значення якого суттєво підсилюється в інформаційну епоху, оскільки він виступає одним із засадничих чинників формування політичної свідомості та громадської думки. У сучасній Україні політичні комунікації здійснюють визначальний вплив практично на всі сфери суспільно-політичного життя, виступаючи як інформаційним джерелом, так і маркером політичної ідентифікації українців. Персоніфікація лідерства та ускладнення політичного поля актуалізують необхідність постійної ретрансляції політичних поглядів на широку аудиторію, що актуалізує та підсилює роль політичних партій як суб'єкта комунікації між

громадянами та владою. Незважаючи на важливість запровадження ефективної демократичної виборчої системи, форми обрання до ВР не спричиняють вирішального впливу на характер комунікації між депутатами та громадянами. Більш важливим у цьому контексті є політична культура, цінності та інтереси політика у певному окрузі, його розуміння необхідності здійснення постійного змістовного діалогу з виборцями. Політичними партіями створена широка мережа форм комунікації із соціальними групами, проблемою залишається ефективне та реальне

використання під час ухвалення рішень на різних рівнях політичної діяльності та управління. Вибори у ОТГ стали не тільки можливістю для територіальних громад обрати собі ефективних керівників, але й шансом для політичних партій підсилити свої місцеві організації та кадровий склад. Беззаперечно позитивною тенденцією, яку підсилила реформа децентралізації влади, є розвиток партійної структури первинного рівня в окремих територіальних одиницях, які перетворюються на впливових суб'єктів політичної комунікації між владою та громадянами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шварценберг Р.-Ж. Політична соціологія : у 3 ч. Ч. 1. Москва: РАУ, 1992. 247 с.
2. Pye L. Political Communication. The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. Oxford. NY, 1987. 210 p.
3. Крастынь С.Р. Онтологические основания коммуникации : дис. канд. философских наук: 09.00.01; С.-Петербург. гос. ун-т. Санкт-Петербург; 2009. 163 с.
4. Graber D.A. Mass Media and American Politics. Washington, D.C.: CQ Press, 2002. 441 p.
5. Бахов І.С. Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу культур. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. № 2. 2012. URL: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Vnadsps/2012_2/12bisgdk.pdf.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Москва: «Рефл-бук», Киев: «Ваклер», 2001. 656 с.
7. Трансформація політичних інститутів України: проблеми теорії і практики / Авт. колектив: М. І. Михальченко (керівник) та ін. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2016. 440 с.
8. Шиманова О.В. Виборчі списки як індикатор внутрішньопартійної комунікації (на прикладі виборчої кампанії 2006 року). Вісник Львівського національного університету ім. І.Франка. 2009. № 21. С. 180–181.
9. Обушний М.І. До питання сутності поняття «партійна комунікація» / Дні науки філософського факультету – 2010. Міжнародна наукова конференція (21–22 квітня 2010 року). Матеріали доповідей та виступів. Київ: ВПЦ «Київський університет». 2010. Ч. ІХ. С. 81–83.
10. Морарь М.В. Партійна комунікація як різновид політичної комунікації. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. 102/2011. С. 37–41.
11. Аналітичний звіт за результатами фокус-групового дослідження «Стан політичної комунікації в регіонах України», вересень 2013 року. УНЦПД. URL: [http://www.ucipr.org.ua/publicdocs/fg_report_communication_party2013\(1\).pdf](http://www.ucipr.org.ua/publicdocs/fg_report_communication_party2013(1).pdf).
12. Червоненко В. Шлях Ляшка: радикальна боротьба за виборців. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2014/09/140909_oleh_lyashko_big_profile_vc.
13. Зварич О. Партія веде? Як реформа децентралізації вплинула на партійне будівництво в регіонах? УНЦПД. Research Update № 21 (762), 2017. 15 грудня 2017 року. URL: http://www.ucipr.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=822:part-ya-vede-yak-reforma-decentral-zac-vplinu-na-part-yne-bud-vnictvo-v-reg-onah&catid=8&lang=ua&Itemid=201.
14. Сайт ЦВК України. Перші місцеві вибори 29.10.2017 р. URL: http://www.cvk.gov.ua/pls/vm2015/PVM002?PT001F01=376&pt00_t001f01=376.
15. Закон України про місцеві вибори. Відомості Верховної Ради (ВВР). 2015. № 37–38.