

УДК 323

Received 21 September 2017

Received in revised form 25 October 2017

Accepted 30 November 2017

Боярська О.А.

Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

ПОЛІТИКО-КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ: НАПРЯМКИ МОДЕРНІЗАЦІЇ

У статті розглядаються особливості формування політико- комунікаційної стратегії сучасної України. Особлива увага приділена аспектами реалізації інформаційної війни. Встановлена специфіка децентралізованої системи реагування на політико-комунікаційні виклики. Надано увагу принципам співпраці та діалогу в рамках вироблення стратегії. Відзначена значна роль та місце політико-комунікаційної стратегії в рамках політичних трансформацій сучасної України.

Ключові слова: політична комунікація, стратегія, інформаційне поле, інформаційний менеджмент, політико-комунікаційний процес, національні інтереси.

Боярская Е.А., Политико-коммуникационная стратегия современной Украины: направления модернизации

В статье рассматриваются особенности формирования политико коммуникационной стратегии современной Украины. Особое внимание уделено аспектам реализации информационной войны. Установлена специфика децентрализованной системы реагирования на политико-коммуникационные вызовы. Уделено внимание принципам сотрудничества и диалога в рамках выработки стратегии. Отмечена значительная роль и место политико-коммуникационной стратегии в рамках политических трансформаций современной Украины.

Ключевые слова: политическая коммуникация, стратегия, информационное поле, информационный менеджмент, политико-коммуникационный процесс, национальные интересы.

Boyarska O.A., Contemporary Ukraine`s political and communication strategy: modernization directions

The article deals with the peculiarities of the formation of the political and communication strategy of modern Ukraine. Particular attention is paid to aspects of the implementation of information warfare. The specificity of a decentralized system for responding to political and communication challenges has been established. The principles of cooperation and dialogue within the framework of strategy development are given attention. Significant role and place of political-communication strategy within the framework of political transformations of modern Ukraine is noted.

Keywords: political communication, strategy, information field, information management, political and communication process, national interests.

Постановка проблеми

Політичні перетворення в Україні, які тривають з 2014 року, спричинили зростання активності громадян в інформаційному полі. Конфліктність політико-комунікаційних процесів в Україні загострюється через інформаційну війну, яка є прямим наслідком розгортання конфлікту на Сході країни. У цих умовах потребує розгляду політико-комунікаційна стратегія держави як активного учасника інформаційних обмінів в політиці. У даному контексті слід також брати до уваги втрату ефективності окремими моделями інформаційної політики в українських умовах. Вони вже були апробовані й довели свою неспроможність через надмірну ідеологізацію, бюрократизацію, ієрархічний принцип поширення інформації. У сучасних реаліях політико-комунікаційна система потребує оновлення на основі застосування нових принципів та підходів, які будуть відповідати вітчизняним реаліям та світовим тенденціям.

Аналіз публікацій. Проблему політичних комунікацій вивчала низка вітчизняних науковців. Зокрема, А. Галушак надає увагу політичній комунікації як чиннику формування та сприйняття політичної реальності [1], Т. Гранчак досліджує інформаційно-аналітичну структури у системі політичної комунікації [2], П. Жадько розкриває процеси становлення української політичної еліти у контексті політичної комунікації [3], О. Карчевська, Г. Агафонова встановили особливості теоретико-методологічного аналізу політичної комунікації в електоральному процесі [5], М. Рижков, А. Носенко проаналізували специфіку політичної комунікації в міжнародних відносинах [8], Ю. Якнюнас вивчає політичну комунікацію як чинник масової комунікації [10]. Однак, існує потреба розгляду політичної комунікації на рівні стратегічної політики держави з аналізом її елементів та вимірів застосування.

Метою статті є визначення напрямків модернізації комунікаційної стратегії сучасної України. Завданням статті є виокремлення елементів оновлення національної інформаційної політики.

Основний зміст

Політико-комунікаційна стратегія є сукупністю дій, спрямованих на забезпечення передавання цілеспрямованих політичних повідомлень на довготривалу перспективу. Вона відображає прагнення політичних суб'єктів досягти певної політичної мети у обмежений період часу. У стратегії втілюється ресурсна забезпеченість політичного суб'єкта та його можливості як комунікатора. Ефективність політико-комунікаційних стратегій вимірюється політичним домінуванням владної команди та ефективністю функціонування держави. Як слушно зауважує український дослідник В. Степанов, «державна є центром тяжіння і перетину різних політичних комунікацій. При цьому інформаційні трансформації політичного простору змінили і значну кількість сутнісних ознак самої держави, її засоби й методи організації політичної влади, управління й контролю. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває роль державної інформаційної політики як ключового способу керівництва й управління соціально-політичним простором»[9].

У постмодерну добу питання спрямування найбільших зусиль у межах стратегії політико-комунікаційних обмінів вирішується на основі монологічної або полілогічної практики структурування інформаційного фону. В індустріальних державах ХХ століття така практика детермінованості монологічними ідеологічними настановами управління поведінкою мас була досить характерною. Однак і тепер, на початку ХХІ століття, є науковці, які стверджують, що стуністю нової політико-комунікаційної стратегії є ідеологічний проект. Зокрема, В. Степанов вважає, що «ідеологічні проекти – головні інформаційно-комунікаційні одиниці, що наповнюють сенсом інформаційний політичний простір держави» [9].

Оскільки Україна перебуває у фазі розбудови державності, політико-комунікаційна стратегія держави має бути чіткою та однозначною. Політико-комунікаційна система має транслювати цінності, які відповідають інтересам розбудови політичної нації, модернізації політичної системи, інтересам укріплення

демократичних практик, посилення процесів європейської інтеграції. Це вимагає цілеспрямованих дій, дає змогу зайняти певну нішу у свідомості громадян. На думку В. Степанова, «в Україні утворився інформаційно-комунікаційний вакуум, який необхідно заповнити політико-ідеологічними проектами. Головним каталізатором цього процесу може стати інформаційна сфера, а головним інструментом – державна інформаційна політика» [9].

Разом з тим, ідеологічні засади політико-комунікаційної стратегії на сучасному етапі мають враховувати вимоги політичного плюралізму, різноманіття політичних пропозицій та інтересів, структуру потреб соціальних груп тощо. Тому політико-комунікаційна стратегія має затверджуватися на колегіальних основах та на основі консенсусу. Як стверджує український вчений, «існує небезпека, що ідеологія, проголошена сучасною елітою, стане причиною для знищення опозиційних і альтернативних ідеологічних проектів. Тому необхідне створення політичного механізму, що запобігає будь-яким крайностям у розвитку суспільства» [9].

Можливість реального запровадження елементів політико-комунікаційної стратегії передбачає апробацію цих компонентів в окремих секторах суспільного життя в умовах гібридної війни в Україні. Таким сектором може стати оборонний, в якому існує потреба консолідації та формування єдиної точки зору на політичні події, що відбуваються. Конкретні технології політичної комунікації мають виходити з підходів гнучкості та реалізації м'якого впливу. На думку У. Ільницької, «проблема налагодження ефективної взаємодії з громадськістю, створення позитивного іміджу армії, формування довіри до структури є надзвичайно актуальною проблемою для українських Збройних Сил, яка вимагає розв'язання на державному рівні. Крім того, результативність значною мірою залежить від професіоналізму в застосуванні сучасних PR-технологій, зокрема у використанні «перформансної комунікації» – надзвичайно дієвої PR-технології у процесі формування позитивного іміджу» [4].

Апробація елементів політико-комунікаційної стратегії держави у конкретному секторі має передбачати пілотний етап, визначення завдань та проміжних результатів. Отримана інформація має поширюватися на інші сектори державного будівництва: державне управління, економічний розвиток, культурну політику тощо. Зміст повідомлень має відображати передусім іміджеві завдання інформаційної політики. Як показав приклад українського сектору оборони. Згідно з У. Ільницькою, «імідж української армії можна трактувати як об'єктивний фактор, емоційно забарвлений символічний образ, узагальнене стереотипне уявлення, стихійно або цілеспрямовано сформовані у масовій свідомості, які у концентрованій формі передають сутність цієї структури та несуть певне інформаційне навантаження» [4].

Нестандартні підходи до стратегій політичної комунікації свідчать не лише про креативність, але й про принципові особливості такої стратегії. Стандартна політична реклама з технологічної точки зору передбачає організаційні дії у певному апробованому напрямку (стандартні засоби вуличної та медійної реклами тощо). Це позначається на способах витрати ресурсів та застосовуваних інструментів. Технології ж нестандартного типу передбачають креативний децентралізований менеджмент комунікаційними процесами. У цьому контексті перформансні технології в оборонному секторі, як один з різновидів державної політичної реклами та комунікації, передбачають креативний підхід у спілкуванні. Дослідниця У. Ільницька зазначає, що «презентаційні події (перформанси) – це заходи, спрямовані на загальне ознайомлення із Збройними Силами України, головна мета яких – показати громадськості місце структури у політичній системі суспільства, стратегічну мету, специфіку діяльності, особливості функціонування армії, основні напрямки роботи військового керівництва, успіхи та досягнення, а також ознайомити із принципами та засадами військової політики держави» [4].

Важливим чинником вироблення ефективної стратегії політичної комунікації на рівні держави є врахування середовища, у якому реалізується інформаційні та політико-комунікаційні процеси. Політика реформ та демократизації передбачає наявність адекватних дій у плані роз'яснення цілей і завдань та процесів, які об'єднувалися в державі та суспільстві. В умовах політичних трансформацій одним з основних викликів є активна позиція держави та її присутність у політико-комунікаційному просторі. М. Олійник вважає, що «слід враховувати специфічні умови перехідного періоду в Україні. Вони обумовлені не лише транзитом від індустріального до постіндустріального (інформаційного) суспільства, а і від посткомунізму до консолідованої демократії» [7].

Демократичні перетворення у суспільстві передбачають підвищення ініціативності громадян в усіх сферах діяльності суспільства. Стратегія політичної комунікації має бути спрямована на усунення перешкод проходження інформації, надання необхідних акцентів у суспільно важливих питаннях. Важливою вимогою є також сприяння відкритості влади у суспільстві, що передбачає створення простору діалогового спілкування у рамках стратегії політичної комунікації. М. Олійник вказує, що «у сучасній політичній ситуації мова йде про необхідність підвищення ефективності процесу взаємодії влади та суспільства, що передбачає як покращення якості управлінських послуг, які надаються владою, так і відповідність політичного рішення нагальним потребам суспільства. Це створить сприятливі умови для забезпечення підтримки впровадження політичного рішення з боку громадян, легітимізує його в очах громадськості» [7].

Забезпечення ефективності стратегії політичної комунікації передбачає реорганізацію структури розробки та поширення політичної інформації. Важливою умовою цього процесу є розбудова інституційної спроможності діагностики громадянського середовища та підвищення рівня інтерсуб'єктивності у політико-комунікаційних

процесах. Також необхідним є залучення якомога більш широких верств громадськості. У цьому контексті актуальним є посилення організації у процесах передавання політичних повідомлень. «В умовах розвитку інформаційної сфери суспільства та комунікативних мереж процес прийняття та реалізації політичного рішення відбувається через організаційні кордони різних громадських, державних та політичних інституцій, він включає структури інтерпретації акторами актуальних проблем суспільного розвитку», вказує М. Олійник [7].

Як вважає вітчизняний аналітик В. Кедик, технології, до яких звикло українське суспільство, відіграють важливе значення для комунікації всередині політичного поля – як локального, національного, так і світового масштабу [6].

Український експерт слушно зауважує, що навіть в авторитарних режимах люди мають доступ до мережі. Правда, рівень доступу в таких державах тяжіє до контролю мережевої свободи з боку влади, і корелюється залежно від рівня грамотності та купівельної спроможності населення [6].

Згідно з класичними уявленнями, уперше вирішальну роль інформації у функціонуванні політичної системи виділив німецький політолог Карл Дойч ще в 70-80 роках минулого століття. Його модель побудована на потоках інформації всередині політичної системи та комунікаціях – формальних і неформальних – між політичними суб'єктами всіх рівнів, та між ними й громадськістю. Фактично, політичне життя зводиться до сукупності комунікативних механізмів [6].

Для перспектив формування адекватної політико-комунікаційної стратегії слід враховувати, що інформація та комунікація є не просто важливішими складовими політичної системи. Вони виступають, як стверджує В. Кедик, кровоносною системою сучасної держави. З удосконаленням інформаційних технологій, політична система отримала можливість функціонувати набагато оперативніше, що дуже корисно для різноманітних державних служб [6].

Слід враховувати, що окремі громадяни, за висновком експертів, здобувають важелі впливу на можновладців, починаючи від звернень до органів влади, і аж до голосування за допомогою Інтернету, що здобуває дедалі більшу популярність в англо-саксонському світі [6].

Віртуальна площина політико-комунікаційної стратегії держави має брати до уваги, що останнім часом посилюється політична боротьба на просторах мережі. Інтернет-технології широко використовуються в політичному, а особливо виборчому процесі [6].

Політична комунікація має стати не лише чинником передавання повідомлень, але й чинником реалізації безпосередніх завдань публічного врядування. Зокрема, це стосується демонстрації ефективності політичних рішень, що включає забезпечення перетворення громадської думки у контексті планованих змін. Стратегія політичної комунікації в сучасний період має враховувати й природу комунікативних процесів. До них належать інтерактивність, індивідуалізація сприйняття інформації, суміжність аудиторій, багатоканальність повідомлень.

Політична комунікація на стратегічному рівні передбачає як аналіз завдань, так і визначення цілей, які випереджають кон'юнктурні міркування, вимоги та виклики поточної ситуації. Стратегічний рівень планування передбачає визначення змісту повідомлень на значну часову перспективу. В умовах сучасної України змістом повідомлень з боку державної влади, звернених до суспільства має бути трансляція демократичних цінностей, інституалізація базових комунікаційних потреб громадян, відновлення тенденції розвитку країни в цілому.

Одним з важливих стратегічних компонентів політичної комунікації має стати формування зовнішньополітичного іміджу держави на основі внутрішніх досягнень. Тому до стратегічних політико-комунікаційних планів мають бути включені мобілізаційні технології, спрямовані на підвищення ключових по-

казників соціально-економічного, культурного та гуманітарного вимірів. Визначення мети стратегічної програми політичної комунікації передбачає широке колегіальне обговорення, врахування особливостей національної ідеї, потенціалу та інституційної спроможності держави.

Висновки

Таким чином, напрямками модернізації політико-комунікаційної стратегії Української держави у мінливих умовах соціально-економічної нестабільності та гібридної війни актуальним стає використання нетрадиційних підходів, які мають високий ступень креативності технологічності, малу ресурсну місткість, динамізм та широке охоплення аудиторії. Згідно з сучасними уявленнями політико-комунікаційна стратегія – це своєрідний план дій, спрямований на виконання цілей та реалізації завдань політичного суб'єкта в інформаційній сфері. Українська держава у цьому контексті має забезпечити передавання такої кількості повідомлень і в таких аудиторіях, які відповідають національним інтересам та сприяють реалізації стратегічних завдань держави. Політико-комунікаційна стратегія включає розробку плану дій, присутність держави у тих політичних подіях, які є ключовими для розуміння напрямку розгортання політичного процесу. На відміну від пропагандистських рецептів передавання інформації з боку уповноважених суб'єктів влади, ця стратегія сприяє легітимності їх становище та зв'язку з основними групами у суспільстві. Сучасні політико-комунікаційні технології вимагають гнучкого та адаптивного реагування на комунікаційні загрози боку недружніх країн й деструктивних сил всередині країни. У зв'язку з цим необхідним є залучення громадських мереж до поширення важливої політичної інформації. Перспективами подальшого вивчення проблеми, порушеної у даній статті є розкриття значення національних політико-комунікаційних стратегій у глобальному вимірі.

Бібліографічні посилання

1. Галушчак А. В. Політична комунікація як чинник формування та сприйняття політичної реальності. *Управління розвитком*. 2013. № 14. С. 143–144.
2. Гранчак Т. Місце і роль інформаційно-аналітичних структур у системі політичної комунікації. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2010. Вип. 26. С. 29–44.
3. Жадько П. Політична комунікація в процесах становлення української політичної еліти. *Українознавчий альманах*. 2013. Вип. 14. С. 225–228.
4. Ільницька У. В. Перформансна комунікація як політична технологія та складова іміджевої PR-стратегії збройних сил. *Військово-науковий вісник*. 2009. Вип. 12. С. 189–200.
5. Карчевська О. В., Агафонова Г. С. Роль політичної комунікації в електоральному процесі: теоретико-методологічний аналіз. *Політологічні записки*. 2012. № 6. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2012_6_19.
6. Кедик В. Інтернет як інструмент політичної комунікації в Україні. Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2011/02/12/5901058>
7. Олійник М. О. Політичне рішення як складова взаємодії влади та суспільства: комунікативний аспект. *Політологічні записки*. 2013. № 7. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2013_7_31.
8. Рижков М. М., Носенко А. С. Політична комунікація та її специфіка в міжнародних відносинах. *Проблеми міжнародних відносин*. 2014. Вип. 8. С. 302–313.
9. Степанов В. Ю. Держава як основний суб'єкт системи масових політичних комунікацій. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2011. Вип. 32. С. 94–101.
10. Якнюнас Ю. Політична комунікація як чинник масової комунікації. *Діалог*. 2013. Вип. 16. С. 317–325.

References

1. Halushchak A. V. Politychna komunikatsiia yak chynnyk formuvannia ta spryiniattia politychnoi realnosti [Communication as a Factor for Formation and Perception of Political Reality] [Elektronnyi resurs]. *Upravlinnia rozvytkom*. 2013. № 14. S.143–144.
2. Hranchak T. Mistse i rol informatsiino-analitychnykh struktur u systemi politychnoi komunikatsii [The Place and the Role of Information-Analytical Structures in the System of Political Communication]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho*. 2010. Vyp. 26. S. 29–44.
3. Zhadko P. Politychna komunikatsiia v protsesakh stanovlennia ukrainskoi politychnoi elity [Political Communication in the Processes of the Formation of the Ukrainian Political Elite] [Elektronnyi resurs]. *Ukrainoznavchyyi almanakh*. 2013. Vyp. 14. S. 225–228.
4. Ilynytska U. V. Performansna komunikatsiia yak politychna tekhnolohiia ta skladova imidzhevoi PR-stratehii zbroinykh syl [Effective communication as a political technology and component of the image PR-strategy of the armed forces] *Viiskovo-naukovyi visnyk*. 2009. Vyp. 12. S. 189–200.
5. Karchevska O. V. Rol politychnoi komunikatsii v elektoralnomu protsesi: teoretyko-metodolohichniy analiz [The role of political communication in the electoral process: theoretical and methodological analysis]. *Politolohichni zapysky*. 2012. № 6. Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2012_6_19.
6. Kedyk V. *Internet yak instrument politychnoi komunikatsii v Ukraini [Internet as an Instrument of Political Communication in Ukraine]*. Rezhym dostupu: <https://www.pravda.com.ua/columns/2011/02/12/5901058>
7. Oliinyk M. O. Politychne rishennia yak skladova vzaiemodii vlady ta suspilstva: komunikatyvnyi aspekt [Political decision as an element of the interaction of power and society: the communicative aspect]. *Politolohichni zapysky*. 2013. № 7. Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2013_7_31.
8. Ryzhkov M. M. Politychna komunikatsiia ta yii spetsyfika v mizhnarodnykh vidnosynakh [Political Communication and its Specificity in International Relations] [Elektronnyi resurs]. *Problemy mizhnarodnykh vidnosyn*. 2014. Vyp. 8. S. 302–313.
9. Stepanov V. Yu. Derzhava yak osnovnyi subiekt systemy masovykh politychnykh komunikatsii [State as the main subject of the system of mass political communications]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*. 2011. Vyp. 32. S. 94–101.
10. Iakniunas Yu. Politychna komunikatsiia yak chynnyk masovoi komunikatsii [Political Communication as a Factor in Mass Communication] [Elektronnyi resurs]. *Dialoh*. 2013. Vyp. 16. S. 317–325.