

УДК 329:316

ПАРТІЙНА КОМУНІКАЦІЯ: ДОСЛІДЖЕННЯ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ТА ЗАРУБІЖНІЙ НАУЦІ

Ольга Шиманова

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
філософський факультет, кафедра теорії та історії політичної науки,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000, Україна,
e-mail: olga_shimanova@mail.ru*

Проаналізовано базові підходи в дослідженнях політичної комунікації та основні напрями досліджень політичної комунікації за кордоном. Окреслено специфіку досліджень політичної комунікації в Україні. З'ясовано особливості досліджень партійної комунікації на сучасному етапі.

Ключові слова: політична комунікація, партійна комунікація, засоби масової інформації, політична партія.

Уперше термін «комунікація» був використаний на початку ХХ ст., а вже в 30–40-х рр. з'явилася міждисциплінарна наука про комунікацію, або ж комунікологія. У США проблемами комунікації займалися представники американського прагматизму (Дж. Дьюї, Ч. Кулі, Дж. Мід), Чикагської школи (Р. Парк, Е. Боргес), а також Н. Вінер. Натомість у Європі центрами досліджень комунікації стали Німеччина та Франція. Представники Франкфуртської школи – Т. Адорно, М. Горкгаймер, Г. Маркузе започаткували критичний підхід дослідження комунікації. Основою для французьких досліджень стали засоби масової інформації (ЗМІ), зокрема преса (Інститут науки про пресу, заснований Ф. Теру (з 1951 р. Французький інститут преси), громадська думка (Французький інститут громадської думки, створений Дж. Стоезелем), пропаганда.

Загалом дослідження комунікації має чотири основних підходи: політологічний (Г. Лассуелл), соціологічний (П. Лазарфельд), психологічний – малих груп (К. Левін) і психологічний – експериментальний К. Готланд.

На початковому етапі термін «політична комунікація» став заміною для пропаганди, оскільки вважався доцільнішим для означення демократії. На сьогодні політична комунікація досліджується з використанням п'яти підходів:

1. Біхевіорального (Ж. Міллер, Д. Берло, Г. Еулау, С. Ельдерсвельд, М. Яновіц) – дослідження впливу комунікації на зміну поведінки і установок отримувача.

2. Структурно-функціонального (К. Дойч, Г. Алмонд, Дж. Кулман, Д. Істон, Р. Фаген) – комунікація як процес взаємодії між елементами політичної системи та зовнішнього середовища.

3. Інтерпретаційного (Е. Гофман, М. Едельман, В. Лем'єкс, Е. Борман, П. Хол) – комунікація – це не лише форма, а й сукупність взаємодій між частинами суспільства.

4. Діалогового (Ю. Габермас) – комунікація – консенсус, досягнутий у процесі політичних дебатів і дискусій.

5. Ринкового (маркетингового) (М. Ціхош, М. Єзінські, М. Мазур, П. Павелчик, Р. Вішньовські). В основі цього підходу – положення про ключову роль у прийнятті рішень індивідуальних та колективних політичних акторів (президент, прем'єр-міністр, парламент, політичні партії, політики й кандидати на виборах), котрі для цього докладають максимум зусиль, використовуючи різноманітні форми, засоби, канали і стратегії комунікації.

На сучасному етапі значний внесок у дослідження політичної комунікації зробив німецький дослідник Ж.-Р. Шварценберг [9], який не лише дав визначення поняття «політична комунікація», а й вирізнив три основних її способи. Дві найпоширеніші моделі політичної комунікації запропонували Ж.-М. Коттре [10] та К. Сайнне [15].

Чимало наукових розвідок, присвячених проблемам політичної комунікації, здійснює аналіз через засоби масової інформації. Так, Д. МакКуіл у праці «Теорія масової комунікації» [13] досліджував вплив ЗМІ, що слугували джерелом інформаційних повідомлень політичного характеру, на громадську думку і позицію. Оскільки політична інформація та комунікація охоплюють масовокомунікаційну сферу, то тут засоби масової інформації відіграють ключову роль. Окрім того, Д. МакКуіл залежно від сторін комунікації, виокремив шість рівнів у вигляді піраміди, що від основи до вершини виглядала у такий спосіб:

Рівень 1. Інтерперсональна комунікація біологічного та психічного характеру; вона стосується реакції людини на нагальні потреби людського організму – голод, біль, безпека.

Рівень 2. Інтерперсональна комунікація між двома і більше людськими індивідами як результат виникнення мови дала змогу людству вийти на вищий рівень цивілізаційного та комунікаційного розвитку, оскільки перед цим люди спілкувалися за допомогою невербальних сигналів.

Рівень 3. Групова (внутрішньогрупова) комунікація виокремилась у зв'язку з життям індивіда в родині, племені й пов'язана з виокремленням форм і зразків людських інтеракцій, появою проблеми взаємозв'язків, контролю та ієрархії.

Обидва рівні – інтерперсональний і груповий пов'язані з безпосередніми контактами й взаємодіями учасників процесу комунікації.

Рівень 4. Міжгрупова комунікація. Підставами міжгрупової комунікації стало виникнення перших суспільних структур, більш або менш формалізованих. Причому комунікація не передбачає особистих і безпосередніх контактів між її учасниками. На цьому рівні з'являється проблема структури, контролю й ефективності передачі інформації.

Рівень 5. Організаційна (інституційна) комунікація – результат появи політичної влади та її формальних структур, а також перших економічних організацій з розподілом праці й обміном. Процес комунікації на цьому рівні формалізований, влада та контроль чітко визначені, ролі відправника й отримувача однозначно окреслені, на відміну від попередніх рівнів комунікації. В інституційно-організаційній комунікації на першому плані виходять проблеми інтеракції, кооперації, формування норм і стандартів.

Рівень 6. Найвищий рівень суспільної комунікації – масова. Це дуже широке поняття, що допускає участь у комунікації якнайбільшої кількості людей.

І хоча всі зазначені рівні можна виокремити і в політичній комунікації, але найчастіше використовують комунікації міжгрупового, організаційного та масового рівнів.

Б. МакНаір – автор книги «Вступ до політичного комунікування» – основну увагу звертає на роль ЗМІ в процесі політичної комунікації, не забуваючи і про різновиди політичної комунікації – партійну комунікацію, міжнародну політичну комунікацію, комунікацію, де суб'єктом є групи тиску. На думку Б. МакНаіра, саме в системі політичної комунікації формуються специфічні відносини між політичними акторами і мас-медіа, мас-медіа та громадянами, політичними акторами й громадянами [12].

Працю «Політичні комунікації та новинні ЗМІ у демократичних країнах: конкуруючі підходи» написали К. Крос та Р.А. Гакет [2]. У ній висвітлено особливості функціонування мас-медіа в розвинутих ліберально-демократичних суспільствах, зокрема, їхня політична ефективність, тобто вплив на політичне життя суспільства, протікання політичного процесу, на уподобання виборців і результати виборчого процесу.

За останні роки з'явилося чимало праць польських науковців, що стосуються і теоретико-методологічних засад, і прикладних досліджень політичної комунікації в Польщі. Цією проблематикою в країні займаються: Б. Добек-Островська, Т. Гобан-Клас, В. Ференц, Р. Мрувка, С. Вікос, Я. Вашкевіч, М. Філіп'як, М. Кольчинські та інші.

Зросла кількість досліджень політичної комунікації й у Росії. Одним із перших російських науковців, котрий зацікавився політичною комунікацією вже після розпаду СРСР, став Л. Посікера [8], тому часто в літературі можна ознайомитися з його визначенням політичної комунікації як постійного процесу передачі політичної інформації, що допомагає політичним текстам циркулювати між різними елементами політичної системи, а також між політичною та соціальною системами. Представники сучасної російської комунікології – М. Грачов, О. Малаканова, М. Вершинін, Н. Кудрявченко, А. Соловйов, Т. Науменко, А. Нос.

М. Грачов – автор праці «Політична комунікація: теоретичні концепції, моделі, вектори розвитку» [3], повністю присвяченої теоретико-методологічному аналізу політичної комунікації. У ній розглянуто суть політичної комунікації, її основні теорії та моделі, місце політичної комунікації в політичній системі суспільства, технології впливу і зворотного процесу цього явища.

Активно політичну комунікацію загалом та окремі її аспекти вивчають і в Україні. За часи незалежності здійснено чимало дисертаційних досліджень, котрі можна розподілити на декілька груп:

1. Теорія комунікації.
2. ЗМІ в політичній системі суспільства.
3. Засоби політичної комунікації.
4. Комунікативний аспект політичних технологій.

Однак, зазвичай, учені займаються вузькою проблематикою, пов'язаною з окремими аспектами політичної комунікації. Найбільше науковців зацікавлюють такі теми: ЗМІ як один із основних і найчастіше використовуваних каналів політичної

комунікації; методи дослідження політичної комунікації; типологія політичної комунікації; електронна демократія як форма політичної комунікації; аналіз дискурсів у політичній комунікації; політична комунікація та безпека держави, комунікативні технології.

Водночас серед українських дослідників політичної комунікації виокремимо В. Бебика, Ю. Ганжурова, О. Гриценко, Л. Климанську, Г. Почепцова, С. Тихомирову, О. Шахтемірову та ін. На жаль, можна констатувати, що сфера вивчення партійної комунікації, в тому числі в Україні, в теоретичному і практичному плані малорозроблена. Тому доцільно розглядати праці, пов'язані з цією проблематикою опосередковано.

За кордоном дослідження партійної комунікації обмежують політичною рекламою та політичними PR і у виборчий, і в міжвиборчий періоди.

Оскільки одним з аспектів партійної комунікації є політична партія, то неможливо залишити без уваги феномен партії, характерні ознаки та функції політичних партій, їхнє місце в політичній системі суспільства. Отже, поняття «політична партія» має давню історію і є достатньо дослідженим.

Насамперед згадаємо представників класичної та сучасної теорії політичних партій, котрі вивчали природу їхнього походження, характерні риси і функції в суспільстві. До представників класичної теорії політичних партій належать А. де Токвіль, Дж. Ст. Міль, Г. Еллінек, Г. Кельзен, Г. Трипель, Дж. Вудберн, А. Л. Лоуелл, Г. Дж. Форд, Дж. Берджес, Г. Кроулі, В. Вілсон, Ф. Гуднау, Л. Дюпре, М. Острогорський, П.-Ж. Шене, Г. Моска, В. Парето, Р. Міхельс, М. Вебер. Вагомий внесок у сучасну теорію політичних партій зробили М. Дюверже, Я. Бадж, Ж. Шарло, М. Лейвер, П. Меєр, Р. Кац, А. Панеб'янок, С. Роккан, Дж. Сарторі, К. Стром.

У своїй праці «Демократія та політичні партії» [5] М. Острогорський основну увагу приділив кокусу – первісній партійній ланці, що була посередником між центральним партійним керівництвом і масами. Тобто кокус – це своєрідний ретранслятор повідомлень. Початково основним завданням кокусу було забезпечення комунікації в напрямі «парламентська фракція – виборці». Проте згодом його функції значно розширились: забезпечення підтримки партії та її програми серед населення, поширення партійної ідеології, підбір кадрів для роботи в партійному апараті центрального і місцевого рівнів. Фактично він став центром прийняття партійних рішень. Сама ж партійна організація перетворюється на «партійну машину», що може підпорядкувати собі всю державу. Отже, на початковому етапі існування кокус лише передавав повідомлення центрального партійного керівництва, спрямовані на виборців, а згодом став самостійним і основним суб'єктом партійної комунікації.

Р. Міхельс – автор книги «До соціології партій у сучасній демократії» [14] акцентує на вивченні олігархізації масових партій нового типу. Масова партія для забезпечення «життєдіяльності» потребує організації, яка б стала центром прийняття партійних рішень, оскільки через велику кількість членів партії принцип представницької демократії не може бути реалізований на практиці. Тому рядові члени обирають делегатів, щоби реалізувати свої інтереси. Основна небезпека для партійної організації з'являється тоді, коли група делегатів обирає лідера, що підпорядкованого членам партії. Причому в партії панує принцип рівноправності: всі члени – учасники прийняття партійних рішень і можуть бути обраними до числа делегатів. Відповідно комунікація є висхідною: рядові члени передають делегатам

інформацію, на основі якої приймають відповідні рішення. Однак з часом вимоги до партійного керівництва зростають, партійні завдання ускладнюються, посилюється роль лідера в партії. У зв'язку з цим до партійних делегатів потрапляють лише люди, котрим притаманні певні особисті характеристики і здібності, що призводить до зникнення партійної демократії та підпорядкування рядових членів лідеру партії. Відбувається зміна формату комунікації: вона має низхідний характер, її ініціатором стає лідер, який приймає всі важливі партійні рішення, обов'язкові для виконання. Натомість рядові члени делегують свої повноваження платним функціонерам. У структурі партії відокремлюється бюрократія. Цей процес Р. Міхельс назвав «залізним законом олігархії».

На думку М. Вебера [1], партії початково орієнтовані на завоювання посад, а це зумовлює особливості їхньої організаційної структури. Для нього партія – підприємство, що працює заради здобуття владних посад. Воно складається з кандидата і його почту, і це забезпечує йому матеріальну й інтелектуальну підтримку. Згодом партія перетворюється на партійну машину на чолі з вождем, який безпосередньо впливає і на фракцію партії у парламенті, й на голову парламенту. В основу діяльності партії покладена плебісцитарна демократія, що допомагає вождю підпорядкувати маси, а депутатів від партії перетворює на його почет. Ця ж плебісцитарна демократія сприяє появі партійного боса, який не є публічною особою, але саме він фінансує виборчу кампанію вождя та партії, забезпечуючи щонайбільше голосів. Фактично вся партійна машина перебуває під його контролем, і саме він розподіляє посади після здобуття перемоги на виборах. Зауважимо: у такій партії існує дуже складна система комунікативних зв'язків. Фактично головним суб'єктом комунікації постає партійний бос, але через його непублічність основні інформаційні повідомлення до виборців доносить почет і партійний вождь. Комунікація є низхідною, інформація рухається в напрямку: партійний бос – вождь – почет – виборці.

Оскільки до чинників, котрі щонайбільше впливають на внутрішньопартійну комунікацію, належить організаційна структура партії, то ми, безперечно, звернули увагу на типологію, запропоновану М. Дюверже у праці «Політичні партії» [4], що стала практично класичною основою формування сучасної теорії політичних партій. Названа розвідка складається з двох книг: «Структура партій» і «Партійні системи». У першій автор розглядає організаційну структуру політичних партій, починаючи від базових елементів та членства і закінчуючи партійним керівництвом. Організаційна структура є основою поділу партій на кадрові й масові. У другій він описує основні типи партійних систем (однопартійну, двопартійну, багатопартійну), союзи партій, взаємозв'язок партій і політичних режимів. На сьогодні класифікацію М. Дюверже можна вважати дещо некоректною, оскільки кадрові та масові партії XIX – початку XX ст. змінили так звані виборчі й картельні партії.

Польський дослідник Р. Гербут у монографії «Теорія та практика функціонування політичних партій» систематизує й узагальнює головні підходи до політичних партій, аналізує процес їхньої інституціалізації, порівнює моделі політичних партій у країнах ЄС та Центрально-Східної Європи, ілюструючи викладені положення прикладами. Окрім того, автор побіжно згадує про важливість і необхідність налагодження комунікації і всередині партії, між її членами, і з

виборцями [11]. Теорію політичних партій у Польщі вивчають також М. Жмігородські, В. Сокул, Г. Павловські, Б. Гриляк.

В Україні дослідженнями політичних партій займаються Ю. Шведа, А. Романюк, А. Білоус, М. Примуш, М. Обушний, О. Голобуцький, Т. Криворучко, К. Кулик, В. Якушик, І. Поліщук, М. Недюха, О. Михайлич, Ю. Шайгородський, К. Меркотан, В. Базів, В. Танчер, О. Карась, О. Кучеренко, М. Томенко, Л. Скочилас, В. Олійник, В. Ковальчук, А. Колодій, О. Оксак, В. і В. Мейтуси, Ю. Остапеч, Л. Гонюкова, П. Ворона та ін.

На окрему увагу заслуговує праця «Побудова ефективної політичної партії» [7], видана Фондом «Європа XXI» у рамках проекту «Розбудова аналітичної спроможності політичних партій». Це – практичний посібник зі створення партій. У ньому не лише розглянуто тільки організаційну структуру, а й визначено функціональні обов'язки членів і лідерів політичних партій, внутрішньопартійні відносини та комунікативні зв'язки як усередині партії, так із громадськістю й іншими політичними силами, подано приклади діяльності політичних партій під час виборчих кампаній.

Щодо міжпартійної комунікації, то її виявами можна назвати коаліції, діяльність фракцій у парламенті й органах місцевого самоврядування. Відповідно не останню роль тут відіграють відносини, що склалися між політичними партіями в тій чи іншій системі, та неодмінно існуюча конкуренція.

Після впровадження в Україні пропорційної системи виборів, одним із наслідків якої є формування коаліційного уряду, в науковців-теоретиків та політологів-практиків значно зріс інтерес до цієї проблематики. Так, з'явилися публікації, що стосувалися порядку формування та діяльності фракцій у парламентах інших країн. Низка досліджень присвячена коаліційній політиці, теорії створення коаліцій, досвіду зарубіжних країн щодо згаданого питання і проблем, з котрими зіткнулися партії після виборів 2006 і 2007 рр. Зацікавила вчених також проблема законотворчої діяльності як комунікативного процесу і комунікативної взаємодії законодавчої та виконавчої гілок влади.

У період проведення виборчих кампаній кожна політична партія мобілізує всі наявні ресурси, особливо людські й матеріальні, для отримання щонайбільшої кількості голосів виборців і перемоги. Учасники виборчих перегонів пропонують свої шляхи та конкретні заходи, котрі стосуються змін, реформ і подальшого розвитку країни, відображені в їхніх передвиборчих програмах. Передвиборчу програму можна розглядати як фактор внутрішньопартійної, міжпартійної та електоральної комунікації, оскільки в ній містяться вагомі повідомлення і для виборців, і для членів партій-учасниць виборчих перегонів.

У 2006 р. передвиборчі програми партій і блоків проаналізували Міжнародний центр перспективних досліджень, Український незалежний центр політичних досліджень (УНЦПД), Українська Гельсінська спілка з прав людини, Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, Лабораторія законодавчих ініціатив. Спеціально до виборів 2006 р. Комітет виборців України підготував посібник «Особливості діяльності партійного осередку в умовах виборчої кампанії 2006 року», де подано законодавче регламентування діяльності партійного осередку під час виборчої кампанії, запропоновано шляхи його ефективної взаємодії з місцевими органами влади та самоврядування, визначено

основні методи діяльності у виборчий період. УНЦПД напередодні виборів 2007 р. опублікував серію бюлетенів «Твій вибір – 2007», в яких детально розглянуто позиції політичних сил щодо окремих проблемних питань і ключових проблем.

Під час виборчої кампанії партії не лише звертають особливу увагу на комунікацію, а й працюють над покращенням свого бренду та організацією ефективних піар-кампаній.

Цікавою є книга «Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями у контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку», де охарактеризовані комунікативні можливості українських політичних партій, закріплені в чинному українському законодавстві [6].

Отже, можна констатувати, що, незважаючи на великий інтерес дослідників до проблем політичної комунікації, окремі її аспекти, в тому числі внутрішньопартійна та міжпартійна комунікація, є малодослідженими. Проте на достатньо високому рівні вивченості перебувають питання, котрі стосуються проблем виборчих кампаній, організаційної будови партії, формування коаліцій.

Список використаної літератури

1. Вебер М. Политика как призвание и профессия / М. Вебер // Избранные произведения; пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – С. 644–706.
2. Гакет Р. А. Політичні комунікації та новинні ЗМІ у демократичних країнах: конкуруючі підходи / Роберт А. Гакет, Кетлін Крос // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.socd.univ.kiev.ua/PUBLICAT/SOC/POLCOM/content.htm>
3. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / Грачев М. Н. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
4. Дюверже М. Политические партии / Морис Дюверже; пер. с франц. Л. А. Зиминой. – М.: Академический Проект, 2000. – 538 с.
5. Острогорский М. Я. Демократия и политические партии / М. Я. Острогорский. – М.: РОССПЭН, 1997. – 640 с.
6. Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями в контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку / Юлія Тищенко, Ярослав Варивода, Світлана Конончук та ін. – К.: Укр. незалежний центр політичних досліджень, 2007. – 80 с.
7. Побудова ефективної політичної партії / упоряд. І. Підлуська, О. Грязнова, В. Замятін. – К.: Фонд «Європа ХХІ», 2003. – 288 с.
8. Посикера Л. Р. Политическая коммуникация в условиях избирательных кампаний: анализ концепций и технологий: автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. полит. наук: спец. 23.00.02 «Политические институты, этнополитическая конфликтология, национальные и политические процессы и технологии» / Л. Р. Посикера. – М.: [б.и.], 1994. – 27 с.
9. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: в 3 ч. / Ж.-Р. Шварценберг. – М.: Рос. академия управления, 1992. – Ч. 1. – 1992. – 180 с.
10. Cotteret J.-M. Gouvernants et gouvernes: La communication politique / J.-M. Cotteret. – Paris: Presses universitaires de France, 1973. – 178 p.

11. *Herbut R.* Teoria i praktyka funkcjonowania partii politycznych / Ryszard Herbut. – Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2002. – 224 s.
12. *McNair B.* Wprowadzenie do komunikowania politycznego / Brian McNair ; tłumaczenie Dorota Piontek. – Poznań : Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa, 1998. – 218 s.
13. *McQuil D.* Teoria komunikowania masowego / Denis McQuil. – Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 2008. – 575 s.
14. *Michels R.* Political parties. A sociological study of oligarchical tendencies of modern democracy / Robert Michels ; translated by Eden and Cedar Paul. – Kitchener : Batoche Books, 2001. – 266 p.
15. *Sinne K.* Communication : mass political behaviour / K. Sinne // Political communication : issues and strategies for research. –1975. – Vol. 4. – P. 32–47.

Стаття надійшла до редколегії 19.04.2013

Прийнята до друку 22.05.2013

PARTY COMMUNICATION: RESEARCH IN UKRAINIAN AND FOREIGN SCIENCE

Olga Shymanova

*Ivan Franko National University of Lviv,
Institute of philosophy, department of theory and history of political science,
Universytetska st., 1, 79000, Lviv, Ukraine,
e-mail: olga_shymanova@mail.ru*

There is analysed base approaches in political communication researches in article. Basic directions of political communication researches abroad are considered. The specific of political communication researches in Ukraine is outlined. The features of party communication researches are found out on the modern stage.

Key words: political communication, party communication, mass medias, political party.

ПАРТИЙНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ИССЛЕДОВАНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ НАУКЕ

Ольга Шиманова

*Львовский национальный университет им. Ивана Франко,
философский факультет, кафедра теории и истории политической науки,
ул. Университетская, 1, Львов, 79000, Украина,
e-mail: olga_shymanova@mail.ru*

Проанализировано базовые подходы в исследованиях политической коммуникации. Рассмотрены основные направления исследований политической коммуникации за рубежом. Очерчена специфика исследований политической коммуникации в Украине. Выявлены особенности исследований партийной коммуникации на современном этапе.

Ключевые слова: политическая коммуникация, партийная коммуникация, средства массовой информации, политическая партия.