

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ: поняття, сутність, функції



ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ – це процеси вироблення, передачі і обміну політичної інформації, яка структурує політичну діяльність і надає їй нового значення.

Французький соціолог політики Р. Ж. Шварценберг:
«Політична комунікація це-процес передачі політичної інформації, за допомогою якого інформація циркулює між різними елементами політичної системи.

Безперервний процес обміну інформацією може бути як між індивідами, так і між владою та підлеглими».

Функції політичної комунікації

- ❑ Функції первинні (формування політичної свідомості),
- ❑ Функції вторинні (відповідальність за поширення ідейно-політичних цінностей, знань, політичної інформації в суспільстві)
- ❑ Функції третього рівня (розвиток політичної культури суб'єктів політики, підготовка та сприяння громадськості до участі в політичній діяльності) з боку комуніканта (влади).

Ці функції нерівноцінні, а перебувають в ієрархічному та односторонньо залежному співвідношенні.

Функції політичної комунікації з боку ЗМІ.



Зокрема також варто виділити функції первинні, вторинні та функції третього рівня. У своїй праці Герд Штромайєр до первинних функцій мас-медіа відносить забезпечення відкритості.

На основі первинної функції формуються вторинні: інформація та контроль.

Мас-медіа виконують інформаційну функцію, діючи як платформа для поширення й отримання політичної інформації.

ЗМІ виконують також контрольну функцію, контролюючи та у разі потреби критикуючи дійових осіб у політиці.

Функції третього рівня об'єднують в собі функції політичної соціалізації та інтеграції, політичного навчання та виховання, формування громадської політичної думки і політичної волі, а також мобілізаційна та інноваційна функції. Усі функції третього рівня можна узагальнити та назвати одним словом – пропагандистські.

Релаксаційна функція

Окрім зазначених функцій додамо релаксаційну. Вона є перехідним етапом між вторинними функціями та функціями третього рівня.

Релаксаційна функція полягає у розважанні населення за допомогою інформації.

Основна мета – привернення уваги. Останнім часом все частіше серйозна політична інформація набуває певного розважального характеру.

- ❑ По-третє, виділимо функції політичної комунікації стосовно реципієнта – громадянського суспільства – третьої ланки політичної комунікації.
- ❑ Основною функцією отримувача є самовираз індивідів, їх самоорганізація та самостійна реалізація ними власних інтересів.
- ❑ До функцій третього рівня ми віднесемо функцію захисту інтересів певної групи в її протиборстві з іншими групами інтересів. Завдяки їм кожна група отримує шанс «бути почутою на горі» владної піраміди.



Політична комунікація має бути засобом координації суспільно-політичних інтересів на основі повного інформування, реалізації прав і свобод особистості, демократичної політичної культури та свободи мас-медіа від владних структур.

Реалізація політичної комунікації

- ❑ Найвища ланка, себто політики (джерело інформації, комуніканти), здійснюють свої функції у Верховній Раді, Парламенті, політичних партіях.
- ❑ Каналом інформації виступають усі ЗМІ (телебачення, радіо, преса, Інтернет).
- ❑ Третьою ланкою, яка сприймає інформацію (реципієнт, комунікат), є громадськість.

Схема здійснення підготовки та проведення випусків ток-шоу:

- а) обговорення поточних подій;
- б) спеціальні/тематичні випуски.

Ток-шоу проходить в прямому ефірі і передбачає такі категорії учасників:

- а) ведучий програми;
- б) 10 основних учасників програми (гості : члени уряду та парламенту, керівники різних відомств; відомі публічні особистості);
- в) спеціально запрошені гості (експерти у різних галузях);
- г) аудиторія (до 100 осіб). Також, при необхідності, участь в програмі беруть зарубіжні або вітчизняні гості, які перебувають в інших країнах світу чи регіонах України.

Отже, як ми бачимо, в проєкті беруть участь усі три ланки політичної комунікації: влада або комунікант, журналісти і саме ток-шоу (як канал) і глядацька аудиторія як сприймач.



Головна роль серед ланок політичної комунікації у проекті відводиться все-таки каналу, тобто ток-шоу.

Ми можемо наочно прослідкувати дотримання **первинної функції каналу – забезпечення відкритості**.

Це підтверджується кількома факторами:

- по-перше, в студію може прийти будь-який політик (тобто владна ланка чітко прослідковується);
- по-друге, в студію може прийти будь-яка людина (представник третьої ланки політичної комунікації);
- по-третє, проект може виходити у прямому ефірі (себто будь-яка людина має вільний доступ до інформації).



Цікавий той факт, що керівництво проекту націлене на зв'язок з аудиторією. Це полягає у тому, що на початку телепередачі ведучий ставить питання, на яке телеглядачі можуть відповісти за допомогою смс та короткої відповіді «так» чи «ні». Ще один приклад зв'язку проекту з реципієнтами є на офіційній веб-сторінці: це пропозиція поставити питання або написати новину, яка може стати приводом та темою для нової передачі.





Ток-шоу – це певна можливість для політиків сформулювати політичну свідомість реципієнтів відповідно до своїх поглядів, наводячи ті факти, які вигідні самим урядовцям. Звичайно, ведучий телепередачі ставить впливовим гостям провокаційні питання, але це їх можливість виправдатися. Тобто первинна функція комуніканта – формування політичної свідомості – у передачі дотримана.

Щодо третьої ланки політичної комунікації – громадянського суспільства – то його первинна функція, як було зазначено вище, полягає у **самовираженні індивідів**. Ця функція в аналізованому проекті теж задіяна: представники громадянського суспільства, які присутні в студії, можуть поставити питання безпосередньо там. Телеглядачі мають можливість голосувати за допомогою смс. Ще одна первинна функція громадського суспільства констатується в реалізації ним власних інтересів.



Політики, які запрошені в студію несуть повну відповідальність за поширення ідейно-політичних цінностей та знань. А це вже виконання вторинної функції владної ланки. Представники влади ґрунтовно готуються до ефіру, тому що їх контролюють не лише представники ЗМІ, але й громадськість. Отже, **вторинна функція ЗМІ – критика та контроль**. В цій передачі вона реалізована, мабуть, найбільше. В студії можуть бути присутні журналісти різних видань, іноземні журналісти тощо. Вони контролюють та, залежно від ситуації, критикують кожен вислів політика. Ведучий, який теж є представником ЗМІ, виконує функцію контролю як за політиком, так і за журналістами.



Вторинними функціями громадськості є **систематизація та регулювання політичної інформації**. Аналізуючи передачі, можна зробити висновок, що кожен глядач, себто реципієнт, окремо для себе систематизує отриманий матеріал та робить власні висновки.

Функції третього рівня збігаються у влади та ЗМІ – це **пропаганда**. Як представники влади, так і представники ЗМІ прагнуть зреалізувати функцію формування громадської думки та політичної волі. За допомогою аналізованого ток-шоу і політики, і журналісти можуть спрямувати реципієнта в потрібний або правильний (за їхніми поглядами) бік.

Функції третього рівня збігаються і для ланок громадськості та представників ЗМІ. Вони полягають у **захисті інтересів та зворотньому зв'язку**. Представники громадськості, як уже було зазначено раніше, підтримують зворотній зв'язок через смс-голосування, а також за допомогою коментування телепередачі через мережу Інтернет на офіційному веб-сайті. Зворотній зв'язок здійснюється безпосередньо через канал політичної комунікації (представників ЗМІ). Прикладом такої взаємодії можуть слугувати блоги на офіційному веб-сайті, дзвінки та листи до редакції телепроекту.

A blue header bar at the top of the slide, featuring a white wavy line that separates it from the main content area. Below the white line, there are several overlapping, semi-transparent light blue shapes that create a layered, wavy effect.

Дякую за увагу!