

Лекція 1.

Тема 1. Політичні комунікації: природа, сутність, типологія, функції

План

- 1. Політична комунікація: сутність, типологія.**
- 2. Основні поняття політичної комунікативістики. Структура політичної комунікації.**
- 3. Сутність та значення комунікаційних процесів у політичній сфері.**
- 4. Рівні політичної комунікації.**
- 5. Функції політичної комунікації.**

Одним із найважливіших складників життя людини є комунікація. У широкому розумінні це поняття охоплює значно більше, ніж просто обмін інформацією між людьми. До неї належать канали засобів передачі та одержання інформації, де задіяні машини, прилади, штучний інтелект, комп'ютерні мережі і програми, культурні знаки, космічні реалії тощо.

Попри постійні зміни в суспільстві та природі, незмінною залишається сутність людського спілкування: це обмін думками, інформацією і досягненнями взаємного порозуміння, гармонії стосунків в усіх сферах і на всіх рівнях буття людини. Однак форми, засоби і методи людської комунікації постійно змінюються.

Зі зростанням глобалізаційних змін, поширенням міжнародних контактів, інтернаціоналізацією суспільства загалом змінився і характер спілкування. Налагодження ділових і дружніх контактів із представниками інших держав передбачає володіння іноземними мовами. Однак цього мало, оскільки серйозною перешкодою у спілкуванні з іноземцями є незнання їхніх етнічних і культурних особливостей.

Культурні моделі поведінки людині прищеплюють штучно, у процесі виховання в певному соціальному середовищі. Вона починає діяти, оцінювати дійсність хоч і по-своєму, але загалом у межах «записаної» у підсвідомості культурної програми, яка об'єднує спільноту. Комунікація є найважливішою частиною такої програми, яка настільки глибоко проникає у повсякденне життя, що людина не помічає, як сама дотримується «запрограмованих» норм і правил спілкування, поведінки. Однак їх порушення призводить до непорозуміння, подиву, культурного шоку.

Комунікація – явище універсальне, а її зміст та форми потрапляють у поле зору багатьох наук соціально-гуманітарного, природничо-наукового і науковотехнічного циклів. Вона є необхідною і всезагальною умовою життєдіяльності людини та однією з фундаментальних засад існування суспільства. Обмінюючись інформацією, партнери по спілкуванню комунікують один з одним, не тільки передаючи та приймаючи знання, думки, ідеї, почуття і настрої, але і впливаючи на поведінку один одного, здійснюючи взаємне маніпулювання. Комунікація – процес обміну смисловою інформацією між людьми (індивідами і групами) за допомогою знаків і символів, при якому інформація передається цілеспрямовано, приймається вибірково у відповідності з певними правилами, незалежно від того, цей процес призводить до порозуміння чи ні.

Особливо помітне зростання дослідницького інтересу до проблем комунікації та інформації став спостерігатися у другій половині ХХ ст. Викликаний він був у першу чергу бурхливим розвитком кібернетики і обчислювальної техніки, математичного аналізу і математичної теорії комунікації, а також сучасних електронних систем зв'язку. З появою робіт зарубіжних і вітчизняних вчених Н. Вінера, К. Шеннона, У. Р. Ешбі, А. В. Берга, А. Н. Колмогорова та інших термінів «комунікація», «інформація», «інформаційний обмін» отримали широке поширення в самих різних галузях науки і стали чи не найбільш багатозначними. До початку 6 1960-х рр. тільки у зарубіжній філософській, соціологічній

та іншої спеціальної наукової літератури налічувалося близько сотні визначень «комунікації».

Термін «комунікація» з'явився в науковій літературі на початку ХХ ст. і багатоаспектним, у ньому умовно можна виокремити такі значення:

- універсальне – спосіб і засоби зв'язку будь-яких об'єктів як матеріального так і духовного світу;
- технічне комунікація як шлях повідомлення, зв'язок між двома точками простору, засіб передачі інформації та інших матеріальних і ідеальних об'єктів з одного місця в інше;
- біологічне – широко використовується дослідниками при вивченні сигнальних засобів зв'язку у тварин, птахів, комах та інших живих організмів;
- соціальне – вживається для позначення і характеристики різноманітних зв'язків і відносин, що виникають у людському співтоваристві, форма взаємодії людей передачі інформації від одного до іншого, здійснюється за допомогою мови та інших знакових сигнальних систем.

Теорія комунікації органічним чином поєднує в собі результати досліджень цілого ряду наук – філософії, соціології, психології, політології, культурології, лінгвістики, економіки та інших дисциплін.

Сучасне наукове співтовариство, відповідаючи потребам і реаліям нашого часу, виступило з пропозицією виділити теорію комунікації з «прикордонного» стану в окрему науку під загальною назвою комунікологія.

В ігровій моделі комунікації, основними представниками якої можна назвати Е. Берна і І. Хейзингу, комунікація є гра. Персоналізм розглядає комунікацію як внутрішню метафізичну здатність особистості відкривати в собі відчуття «Іншого» (комунікативного відносини: Я – Інший). У розуміючій моделі комунікації, основними представниками якої є М Вебер, Р. Р. Гадамер, Р. Шпет, основним результатом комунікації є розуміння людиною іншої людини, так зване взаємне розуміння.

Фурурологічний підхід до комунікації найбільш яскраво представляє теорія інформаційного суспільства (Д. Белл, А. Тоффлер, Р. Маклюен). У цій теорії засоби комунікації розглядаються в якості єдиного стимулу та джерела соціального розвитку. І інформація виступає основою культури та всіх культурних цінностей.

Екзистенціальна модель розглядає комунікацію як «закинутість у світ». Таке розуміння комунікації пояснюється розвитком у ХХ ст. такої системи звичаїв, як індивідуалізм. Відносини, що складаються в умовах індивідуалізму, організують життя людини на засадах ізоляції і самоізоляції, що породжує таке явище культури, як некомунікабельність.

Таким чином, узагальнюючи різні теорії тлумачення систем взаємодії і спілкування різних представників соціуму, соціальна комунікація розуміється як рух знань, емоційних переживань, вольових впливів у соціальному часі і просторі. Прикладами такої комунікації можуть виступати дружня бесіда, ділове спілкування, телепередача, комп'ютерний пошук інформації і т. п.

Комунікативна діяльність у суспільстві здійснюється в трьох формах: 1) спілкування – діалог (або полілог, якщо мова йде про колективному спілкуванні) рівноправних партнерів; 2) управління – цілеспрямований вплив комунікатора на одержувача інформації; 3) наслідування – запозичення зразків поведінки, стилів спілкування, способу життя одних членів товариства іншими. Слід помітити, що саме завдяки наслідуванню з покоління в покоління передаються такі складові людської культури, як мова, звичаї, традиції, знання, вміння та професійні навички.

1. Походження дефініції «політична комунікація». Враховуючи світовий та вітчизняний досвід у галузі комунікативних досліджень, політична комунікація є однією зі складових комунікології, відносно молодій науки, що вивчає особливості обміну

інформацією, механізми взаємодії та методи моделювання комунікації у різних сферах життя.

Початок вивчення феномену політичної комунікації пов'язують з аналізом діяльності військово-пропагандистських служб провідних країн світу в період Першої світової війни. Фундаментальні праці почали поширюватися з середини 40-х років ХХ ст. Науковий дискурс щодо визначення поняття «політична комунікація» особливо актуалізувався наприкінці ХХ ст. і триває дотепер, саме ж поняття неодноразово видозмінювалося.

Для розкриття сутності політичної комунікації звернемо увагу на його родове поняття «комунікація».

Комунікація – це 1) процес перекодування вербальної у невербальну та невербальної у вербальну сфери (Г. Г. Поцепцов); 2) спілкування та передача інформації, засіб формування світогляду і громадської думки широких мас, пропаганда, реклама та агітація (В. М. Бебик); 3) опосередкований через ЗМІ специфічний обмін інформацією, процес передачі емоційного та інтелектуального змісту («Основы теории информации» (М., 2006)); 4) змістовний аспект соціальної взаємодії, акт або процес взаємодії між двома чи більше соціальними об'єктами шляхом безпосереднього спілкування й обміну інформацією з використанням відповідних заходів (О. А. Мельник).

Польський медіазнавець Т. Гобан-Клас у підручнику «Засоби масової комунікації і масова комунікація» (1978) наводить наступні визначення комунікації: 1) трансмісія, передача інформації, ідей, емоцій, умінь; 2) порозуміння; 3) вплив за допомогою знаків і символів на людей; об'єднання (творення спільноти) за допомогою мови чи знаків; 5) обмін завданнями між людьми, які мають спільне в сприйманні, прагненнях і позиціях; 6) взаємодія за допомогою символів; 7) складова суспільного процесу, що виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль тощо.

Про багатоаспектність явища комунікації свідчать спроби підрахувати кількість визначень цього поняття. Так, у 70-х роках минулого століття Ф. Денс зафіксував 95 дефініцій і згрупував їх у 15 категорій. Польська дослідниця Н. Валінська у 1975 році нарахувала понад 200 дефініцій в американській літературі, і виділила в них 18 семантичних (значеннєвих) категорій.

Наведемо декілька визначень поняття «політична комунікація».

Політична комунікація – це процес, методи та стан передачі й обміну інформацією між різними частинами політичної системи, політичними силами та структурами, взаємодія між ними, державою, соціумом (включаючи його різні соціальні групи) та індивідами (Д. В. Кіслов); процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, форму, громадську думку і політичну соціалізацію громадян («Політичний енциклопедичний словник» (К., 2004)); процес циркуляції політичної інформації, який структурує функціонування суб'єктів та об'єктів політичної системи та інститутів громадянського суспільства, формує політичну культуру та соціальні настрої громадян («Політична енциклопедія» (К., 2011)); це соціальна взаємодія через повідомлення, яка стосується управління і здійснення влади в суспільстві (К. Крос, Р. Гакет); це процес передачі політичної інформації, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною і суспільною системами, а також між соціальними групами та індивідами (В. М. Бебик); сукупність процесів інформаційного обміну, передачі політичної інформації, що структурують політичну діяльність та надають їй нового значення (М. С. Вершинін); це процес передачі політичної інформації, її переміщення як усередині політичної системи між її елементами і підсистемами, так і між політичною системою і суспільством (М. Грачов); мова політики (Л. П. Нагорна); певний вид взаємодії суб'єктів, в якій відбувається цілеспрямована передача повідомлення, що формується з політичних символів, притаманних певному середовищу та зворотна реакція, відповідно до якої може формуватися нове повідомлення, яке виникає з метою заволодіння, утримання владних повноважень як всередині політичної системи. Так і безпосередньо в суспільстві (Д. А. Товмаш).

Найбільш повне визначення політичної комунікації дав французький соціолог Р.-Ж. Шварценберг, відповідно до якого політична комунікація – це процес передачі політичної

інформації, в рамках якого відбувається циркуляція інформації між різними елементами політичної системи, а також між безпосередньо політичною та соціальною системами.

Цей же вчений виділив три основні способи (канали) політичної комунікації, що ґрунтуються на використанні різноманітних засобів: 1) комунікація через засоби масової інформації: друковані засоби (преса, книги, плакати), електронні (радіо, телебачення). Така комунікація реалізується через проведення прес-конференцій, брифінгів, розсилання прес-релізів, розміщення політичної реклами; 2) комунікація через організації, коли ланкою передачі слугують політичні партії, групи інтересів, суспільні організації і рухи; 3) комунікація через неформальні канали з використанням особистих зв'язків.

2. Основні поняття політичної комунікативістики. Структура політичної комунікації. Структура політичної комунікації включає наступні компоненти: відправник або комунікатор (особа чи група осіб, що ініціюють передачу інформації), повідомлення (сукупність вербальних і невербальних символів, що становлять інформацію), канал комунікації; отримувач або реципієнт (особа чи група осіб, для яких призначене інформаційне повідомлення). Відправник та отримувач є суб'єктами політичної комунікації.

Суб'єкти політичної комунікації:

- інституціональні (глава держави, парламент, уряд, політичні партії, органи місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні і міжнародні організації тощо);
- соціальні (індивіди та різні соціальні спільноти);
- функціональні (засоби масової інформації).

Отримала також поширення ускладнена структура політичної комунікації Дж. Томсона, котрий виділяє три рівні інформаційно-комунікативних процесів:

1) семантичний (використання знаково-мовних форм, за допомогою яких може відбутися чи не відбутися процес комунікації при взаємному обміні інформацією);

2) технічний (використання технічних засобів);

3) інфлуентальний (ступінь впливу інформації на свідомість людини).

На семантичному рівні враховується фактор сприйняття інформації реципієнтами. Щоб уникнути т. зв. комунікаційного вакууму у відносинах влади і населення, політичні тексти, промови та звернення повинні містити зрозумілі останньому мовні форми. Своєчасна передача інформації залежить від технічних складових. Тому завдання політичного суб'єкта полягає в пошуку ефективних інформаційних каналів і засобів зберігання та передавання політичної інформації. Технічний рівень також враховує засоби отримання інформації адресатами. Третій, інфлуентальний, рівень розкриває ступінь впливу інформації на людську свідомість. Важливими чинниками на цьому рівні є адресність передавання інформації (врахування особливостей аудиторії; орієнтація на панівні в суспільстві цінності традиції та звичаї; забезпечення єдності змістовного і часового параметрів інформаційного повідомлення).

3. Сутність та значення комунікаційних процесів у політичній сфері.

За умов глобалізації трансформаційні процеси отримують нову динаміку у зв'язку з модифікацією функцій держав, неможливістю контролювати культурно-інформаційні потоки в межах національних кордонів. «Коли простір місць, поступається своїми прерогативами простору потоків, відбувається істотне переосмислення суті всіх культурно-комунікаційних процесів, писав М.Кастельс, культурні коди формують простір прийняття управлінських рішень, влада зосереджується в мережах інформативного обміну й маніпуляції символами».

Суспільно-політичні комунікації одночасно виступають і чинником політичної трансформації, і тією галуззю, де дані процеси відбуваються найшвидше і охоплюють усі рівні функціонування. Масштабні зміни інституційної структури сучасних держав, які визначаються як інформаційне суспільство, пов'язані, передусім, зі змінами в

комунікативному просторі. Інституційні зрушення практично в усьому світі, які характеризуються сьогодні як інформаційне суспільство, у свої основі мають зміни саме в комунікативному просторі. Дійсно, «суспільство тільки здається статичною сумою соціальних інституцій: насправді воно день у день відроджується або творчо відтворюється за допомогою певних актів комунікативного характеру, що мають місце між його членами» [2, с. 106].

Щодо нашої країни, то разом з процесами глобальних зрушень вона зіткнулася з фактом багатовимірної трансформації, за якої паралельно відбувалися процеси демократизації та створення сучасної національної держави, формування єдиної політичної нації та державної ідентичності. До того ж, ще незавершений процес становлення національної державності ускладнюється та модифікується під впливом зовнішньої агресії та необхідності протистояння у інформаційній війні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виокремлення не вирішених раніше проблем. Теоретичні засади дослідження політичної комунікації містяться у дослідженнях Н. Вінера, К. Шеннона, У. Уівера, а також у соціально-філософських працях Д. Белла, Дж. Гелбрейта, Дж. Гербнера, Н. Лумана, А. Моля, Т. Парсонса, Д. Рисмена, А. Тоффлера, Ю. Хабермаса, Р. Якобсона. Спеціальним предметом дослідження політичної комунікації стали для Р. Бреддока, Г. Лассуелла, П. Лазарсфельда, М. Маклюена, Р. Парка. Суттєвим є внесок у становлення цього наукового напрямку вітчизняних вчених: О. Дубаса, О. Зернецької, Ю. Ганжурова, Г. Почепцова, В. Різуна, М. Сомова, Ю. Шайгородського та ін.

У контексті вивчення впливу системних рис комунікації на трансформацію українського суспільства на особливу увагу заслуговують розробки О. Білоруса, В. Гондюла, О. Гриценко, О. Зернецької, В. Іванова, О. Картунова, Є. Макаренко, А. Москаленка, М. Ожевана, Г. Почепцова, М. Розумного, Ю. Романенка, М. Рябчука, Є. Тихомирової, А. Чічановського, В. Шкляра та інших. Окремі аспекти розвитку політичних комунікацій у перехідних країнах розкривають монографічні праці В. Баркова, В. Бортнікова, О. Валевського, Г. Гука, Г. Зеленько, А. Карася, Б. Потятинника та інших. Разом з тим, залишається актуальною проблема дослідження сучасних функцій політичної комунікації, її взаємозв'язку з процесом трансформації суспільства. Важливим завданням сьогодні є розвиток конструктивних форм політичної комунікації, що формуються на базі консенсусної системи цінностей, сприяють консолідації суспільства та зміцненню національної державності.

Сучасний політичний процес може розглядатися як складна, багатоаспектна та різновекторна взаємодія суб'єктів усіх рівнів функціонування. Політична комунікація тут виступає як специфічний вид політичних відносин, за допомогою якого політичні сили намагаються регулювати виробництво і поширення суспільно-політичних ідей, моделювати за їх допомогою світогляд та поведінку широкого загалу громадян. Інформація тут виступає як сукупність знань, повідомлень про явища, факти і події політичної сфери. З її допомогою передається політичний досвід, координуються зусилля людей, відбувається їх політична соціалізація і адаптація, структурується політичне життя.

Визначна роль соціально-політичних комунікацій у суспільному житті стала предметом досліджень багатьох вчених, які намагалися сформулювати концептуальні засади вивчення цього складного феномену у контексті трансформаційних процесів. Так, К. Дойч формування ідеї національної єдності та розвитку державності пов'язував з створенням більш широких можливостей для комунікації під впливом урбанізації та індустріалізації суспільства. Натомість, дезінтеграція та руйнування держав, на думку вченого, викликаються поступовим послабленням внутрішньої комунікації між соціальними верствами і виключенням з неї пересічних громадян. Останні, втрачаючи можливості реалізувати свої інтереси і підвищити соціальний статус, перетворюються з часом на ту силу, що руйнує або дестабілізує існуючу систему, робить її слабкою перед зовнішніми та внутрішніми викликами. К. Дойч визначав політичну систему як мережу комунікацій та інформаційних потоків. На його думку, саме регулювання інформаційних потоків і комунікативних

взаємодій між системою і середовищем, а також окремими блоками всередині самої системи виступає інструментом владної мобілізації політичної системи. Основне завдання політичної системи – викликати у людей відповідну реакцію і готовність виконувати рішення влади.

Безпосередню увагу до процесів взаємодії влади та громадян виявляли представники концепцій політичної та масової комунікації. Виникнення таких концепцій пов'язано з прагненням обґрунтування певних аспектів функціонування соціально-політичних структур. Перш за все, тут необхідно відзначити дослідження дискурсів. У якості основного засобу комунікації тут розглядається мова, формується поняття мовної комунікації. Відомий представник цього напрямку Т. ван Дейк, звертаючись до вивчення дискурсів, визначив, що провідною метою дослідження соціальних наук є когнітивні процеси, які виступають певним змістом комунікативної взаємодії. За ван Дейком дискурс – «це комунікативна подія, що відбувається між тим, хто говорить, і тим, хто слухає або спостерігає в процесі комунікативної дії в визначеному часовому, просторовому та іншому контексті», інтеракція, яка характеризується «складною єдністю мовної форми, значення та дії» і «не обмежується рамками конкретного мовного висловлювання, тобто межами тексту чи самого діалогу».

Ю. Габермас, поглиблюючи розуміння взаємовпливу комунікативної теорії та соціальних практик, створив теорію «комунікативної дії», де привертав увагу до масової комунікації, засоби якої «створюють технічні посилювачі мовної комунікації», розширюючи та посилюючи її можливості та формуючи потужну комунікативну мережу. У той же час, на думку автора, сучасний розвиток таких комунікаційних мереж викликає у масовому суспільстві феномен одномірного мислення. Таке одномірне мислення сприяє створенню штучних, насправді не потрібних для суспільного розвитку цілей, завдань та потреб, які знаходяться в сфері політичних інтересів окремих, іноді навіть ворожих до суспільства суб'єктів. Виходячи з цього, актуалізується висновок Ю. Габермаса, що комунікація і дискурс, які народжуються у такому взаємозв'язку дій та розуміння, окреслюють простір свободи демократичного суспільства.

Комунікативну дію Ю. Габермас визначає саме як символічно опосередковану інтеракцію, яка ґрунтується на об'єктивно важливих нормах, що, у свою чергу, структурують поведінкові очікування учасників взаємодії. Вчений тлумачить сутність відкритої комунікації та її актуальність в межах сучасної теорії демократії. Головний висновок Ю. Габермаса полягає у переході сучасного світу від цілераціональної до комунікативної дії. Між цілераціональною і комунікативною дією є кардинальна відмінність. Суб'єкт, що цілераціонально діє, зорієнтований на досягнення успіху, намагаючись змінити ситуацію шляхом перетворення об'єктів впливу (предметів чи людей) на засоби, які підкоряють або якими маніпулюють в інтересах актора. На противагу цьому, комунікативна дія спрямовується на досягнення порозуміння між суб'єктами в ситуації їхньої взаємодії. Порозуміння стає невід'ємним атрибутом діяльності. Таким чином, під комунікативною взаємодією розуміються такі відносини суб'єктів, які упорядковуються відповідно до норм, що прийняли за основу всі сторони, та спрямовуються на взаєморозуміння діючих акторів, їх консенсус.

Як підкреслює А. Єрмоленко, основою комунікативної концепції Ю. Габермаса виступає «раціональне обґрунтування етичних норм на основі регулятивної ідеї необмеженої комунікативної спільноти, спрямоване на подолання цінностей «внутрішньої», партикулярної моральності, догматичних цінностей, що успадковуються завдяки механізму традиції, або ідеологічних цінностей, і є процесом виявлення, так би мовити, хибних смислів, що виникають у ході переключення панування комунікації». Підхід вченого ґрунтується на тому, що в просторі мовного спілкування не тільки здійснюється обмін повідомленнями, а й утворюються і змінюються орієнтовані на діяльність індивіда настанови. Отже, теорія Ю. Габермаса виступає базовою для розгляду проблем політичної комунікації. Дійсно, комунікація є одним з центральних процесів життєдіяльності суспільства, бо вона формується природою людини, її прагненням до спілкування, необхідністю обміну повідомленнями, інформацією між людьми.

Подальший розвиток концептуально-методологічних підходів дослідження комунікації у поєднанні з системним аналізом соціально-політичної сфери привели до створення нового напрямку вивчення комунікативно-владних процесів. Видатний представник цього напрямку Н.Луман відмічав важливість інформаційно-комунікативних процесів в управлінській сфері, зокрема, сфері реалізації влади. У постіндустріальному суспільстві ці процеси стають основною формою реалізації влади, яка «поширюється в міру збільшення свободи обох сторін», що забезпечується зростанням обсягів інформаційних потоків й подальшим збільшенням альтернативних моделей поведінки.

Сьогодні політичні комунікації практично визначають усі інші суспільно-політичні процеси, виступаючи джерелом інформації й інструментом політичної ідентифікації громадян. В інформаційному суспільстві політична комунікація як загальний феномен та ЗМІ зокрема перетворилися на могутній політичний інститут, без якого неможливо уявити функціонування публічної демократичної влади. Розвиток ЗМІ справляє вплив на методи політики, дедалі частіше ЗМІ починають нав'язувати політикам свої правила гри. Відомий німецький політолог Г. Оберройтер у 1989 р. вперше використав термін «медіатизація політики». Цим терміном визначається важливе явище сучасного життя: політика починає підкорюватися внутрішнім законам ЗМІ. Медіатизації політики притаманні такі риси.

1. Політика стає грою на публіку, діючи відповідно до вимог драматургії. Головні ролі тут виконують видовища, ритуали, персоніфіковані дії.

2. Зростання ролі популізму у політичній діяльності. Політики мають діяти швидко, не заглиблюючись у висловлення власної позиції з важливих питань. Головне – справити приємне враження на публіку. Відповідно, часто політики демонструють не те, що насправді важливо, а те, що подобається глядачам.

3. Між діяльністю політиків та їхніми виступами на телеекрані лежить прірва, яку команди політиків намагаються замаскувати. Частішають спроби підмінити реальну політику політичним видовищем..

Як наголошують у цьому контексті автори монографії «Трансформація політичних інститутів України: проблеми теорії і практики»: «В українських умовах, коли політичний клас є замкнутим і фактично незалежним від свого виборця, а комунікація між громадянами і політиками схильна до викривлення і є неефективною, медіакратія набуває загрозливих рис тотального панування ЗМІ, на противагу забезпеченню демократичних процедур».

Очевидно, що 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 і історичний досвід людей. В її основі домінуючим є комунікативний аспект, а інформаційно-змістовний елемент повинен виконувати лише допоміжну функцію. У здійсненні комунікації важливо знати не тільки про те, що використовується, а й про те, хто бере участь у взаємодії, як використовується інформація, кому адресується і куди спрямовані комунікативні зв'язки. Тому варто розглядати комунікацію як складний багаторівневий і багатоплановий процес встановлення контактів між суб'єктами, породжуваний потребами спільної діяльності, що включає в себе обмін інформацією, вироблення стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншого суб'єкта.

Отже, сучасна теорія політичної комунікації базується на розгляді масової комунікації як специфічного та соціально значущого інституту, що в інформаційну епоху починає відігравати особливе значення, адже виступає одним із засадничих чинників формування суспільної масової свідомості та громадської думки. У цілому можна виділити три підходи до трактування терміну «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 особливий онтологічний об'єкт. Її вивчення базується на методах герменевтичної інтерпретації смислів, критичної рефлексії, раціональної реконструкції; третій – постнеklasичний підхід – зводить природу соціального до суб'єктно-об'єктних

відносин, тобто до принципу інтерсуб'єктивності, і виключає об'єктивність. Суспільство розглядається як мережа комунікацій, а комунікації створюють можливість для самопису суспільства та його самовідтворення (Н. Луман). Комунікація розглядається як активне середовище, що самоорганізується.

Додатково слід відмітити напрямок теоретичних досліджень комунікацій, який виходить з того, що повідомлення, які виробляються та транслюються ЗМІ, виступають як акт застосування влади в сфері ідеологічних ідентифікацій. Наприклад, американський дослідник Р. Фаулер зазначає, що ЗМІ підтримують домінуючий культурний порядок навіть у тих ситуаціях, коли зовні йому протистоять. Вказаний дискурс щодо політичної комунікації розглядається в межах онтологічної теорії, об'єктом аналізу якої стають механізми конструювання так званих великих ідеологій, де політична комунікація загалом та ЗМІ зокрема розуміються не більше, ніж інструмент, за допомогою якого може вироблятися універсальна система цінностей існуючої політичної системи. Спираючись на зазначені висновки, дані дослідники політичних комунікацій зосереджуються на проведенні аналізу прикладів таких комунікацій, ігноруючи процес творення інформаційних повідомлень й образів. Отже, акцент робиться на тому, що ЗМІ абсолютно підконтрольні владним інституціям.

Загальний науковий дискурс щодо розгляду сутності й спрямування політичної комунікації, представлений у сучасних політологічних дослідженнях, можна охарактеризувати у трьох основних напрямках:

- дослідження функцій культурно-символічної репрезентації влади;
- аналіз функцій інтеграції та ідентифікації;
- розгляд функцій інформаційного та емоційно-чуттєвого впливу з метою формування

4. Рівні політичної комунікації. Розрізняють рівні політичної комунікації: горизонтальний та вертикальний.

Горизонтальна політична комунікація – взаємодія між приблизно рівними інституційними компонентами чи соціальними акторами (наприклад, між групами еліт).

Вертикальна політична комунікація передбачає відносини між різними ієрархічними рівнями макрополітичної структури (наприклад, між елітою та масами, між урядом, парламентом чи партіями, з одного боку, і пересічними громадянами, виборцями з іншого). При цьому зворотній зв'язок, який є необхідним при вертикальній комунікації – це форми голосування на виборах, референдумах; опитування громадської думки тощо.

5. Функції політичної комунікації. Залежно від соціально-політичних умов масові політичні комунікації можуть виконувати різні функції (класифікація Д. Макквейла):

- інформаційну (інформування про події та процеси в країні та світі, формування уявлень про політичне сьогоднішнє);
- кореляційну (пояснення та інтерпретація повідомлень, забезпечення підтримки владі та нормам, соціалізація, координація зусиль суб'єктів, фіксація соціальних статусів і пріоритетів);
- континуїтивну (трансляція домінуючої культури, підтримання спільності соціальних цінностей);
- розважальну (забезпечення засобів відпочинку, пом'якшення соціальної напруженості);
- мобілізаційну (проведення кампаній на підтримку тих чи інших дій у сфері політики, економіки, соціальної сфері, іноді – релігії).

До вказаного переліку варто також додати такі функції політичної комунікації як:

- соціалізаційна (відтворення норм і цінностей, прийнятих у даному суспільстві, формування важливих і необхідних норм політичної діяльності і політичної поведінки);
- прагматична (регламентування поведінки і діяльності учасників комунікації, координування їхніх спільних дій);

- легітимації (сприяння визнанню і зміцненню державної влади чи соціального інституту, статусу, повноважень, спираючись на прийняті в даному суспільстві цінності);
- пропаганди (вираження інтересів суб'єктів влади сприяє цілеспрямованому формуванню громадської думки з найбільш важливих політичних проблем);
- політичної освіти (розвиток адекватної орієнтації щодо політичної системи, а також відносно реальних політичних процесів);
- регулятивна (вироблення оптимального механізму взаємодії як між елементами політичної системи, так і між політичною системою і громадянським суспільством);
- маніпулятивна (формування суспільної думки з найбільш важливих політичних проблем);
- мотиваційна (за рахунок отримання реципієнтом інформація спонукає його до вчинення певних дій, наприклад виборча комунікація мотивує громадян до участі у виборах).

Таким чином, комунікація є не просто зв'язком чи каналом передавання інформації, вона виявляється тією ланкою, без якої неможливі ані перебіг, а ні розуміння будь-яких суспільно-політичних процесів. Політична комунікація є необхідною субстанцією, яка пов'язує різні частини суспільства і дозволяє їм функціонувати як єдине ціле. Як реальність вона постійно вдосконалюється, набувають нових ознак, рис і можливостей, виконує ряд функцій, тісно пов'язаних між собою.