**Тема № 6. Політичний медійний менеджмент.** **GR технології** . **Політична медійна компанія**.

**План**

1. Визначення та сутність політичного медійного менеджменту.
2. Політична кампанія.
3. Зв’язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту.
4. GR-зв’язки з Урядом.
5. Політичний лобізм.
6. Політична медійна кампанія: сутність, етапи проведення.
7. Методологія визначення комунікативних методів політичного PR.
8. Класифікація комунікаційних методів створення політичного іміджу в ЗМІ.

**Ключові слова:** *медійний менеджмент, політична компанія, GR-зв’язки, політичний лобізм, комунікаційні методи.*

***Методичні рекомендації:***

**Зверніть увагу,** що з часів Платона й Аристотеля дослідниками підкреслювалося значення політичної полеміки, свободи слова, публічної риторики для зміцнення і розвитку демократії. Розвиваючи це розуміння важливості комунікації в публічній сфері, **Дж. Роллз** на початку 60-х рр. ХХ ст. запропонував ***концепт демократії як комунікативної процедури, яка формує етичну основу для суспільної єдності.*** **Ю.Габермас** розвинув цей підхід, а також концепт соціальної дії **М.Вебера**, створивши теорію публічного простору і демократії як комунікативної дії в цьому. Запропонований Ю.Габермасом концепт політики як активної діяльності, що формує цей простір, і сформульовані ним правила її комунікування створюють основу для аналізу практик політичної комунікації з точки зору проблеми змісту і форми, які в його підході глибоко пов’язані. Але попри велике значення створеної Ю.Габермасом моделі демократичної політики і її комунікування, яку за її вплив на політичну філософію можна назвати класичною, у сучасних публікаціях усе частіше звучать критичні зауваження на її адресу. Ця критика, яка в серйозних дослідженнях жодним чином не є ні «викриттям», ні «деконструкцією», пов’язана з емпіричним досвідом кризового розвитку демократії у кінці ХХ ст. Власне, дослідниками критично оцінюються не самі дискурсивні правила знаходження рішення політичних проблем, розвинуті в теорії Ю.Габермаса. Сумнів викликає спроможність звести сучасну політику з її реаліями глибоких культурних і соціальних розшарувань у суспільствах до нормативної моделі комунікації та комунікативної дії.

**Зазначте**, що сучасні реалії політичної комунікації все далі віддаляються від теоретичної норми ідеального дискурсу, вільного від владного примусу і такого, який передбачає активне залучення громадян і формування більшістю прийнятної для меншості раціонально обґрунтованої позиції. Різні впливи владних еліт, поширення маніпулятивних форм представлення політики у сучасних медіа все частіше набувають рис управління волевиявленням виборців. Це викликає певну тривогу за майбутнє демократії. Як твердить **А.Бадью:** ***«На фоні сучасних засобів управління населенням Сталін – зі своїми нескінченними рукописними картотеками, масовими розстрілами, агентами зовнішнього стеження в натягнутих на вуха капелюхах, незчисленними таборами і звірячими тортурами – виглядає старосвітським дилетантом»*** [1, с. 35]. Висловлене відчуття проблемності сучасної демократії та потреби нової якості політики і її комунікації підтверджується рядом досліджень.

Зокрема, аналізу проблем демократії присвячені роботи Й.Шумпетера, Н.Луманна, Р.Даля, Р.Арона, Д.Сарторі, Н.Боббіо, Д.Дзоло, В.Іванова, Б.Капустіна. Значні проблеми у розвитку молодої української демократії розкривають дослідження Є.Головахи, І.Кураса, Ю.Левенця, Н.Паніної, М.Поповича. Ці автори говорять про проблемність і навіть кризу демократії як результат зниження громадянської активності й пропонують активний пошук шляхів її відновлення. При цьому вони відзначають важливу роль політичної комунікації в зміцненні сучасної демократії, пошуку нових шляхів її розвитку. Такий пошук має методологічно виходити з проблемності демократії не лише в Україні, а й у всьому світі, бачити демократію не як унормовану процедуру, і тим більше не «кінець історії», а як процес, повний протиріч, як історичний ланцюг взаємно переплетених подій.

Існує й інший ряд досліджень впливів політичної комунікації в рамках дії демократичних процедур та інституцій. Проте специфіка домінуючого інтересу, який полягає у бажанні політиків перемогти на виборах, визначила акценти цього напряму досліджень політичної комунікації. Вони присвячуються переважно методам мовленнєвого, символьного та в цілому інформаційного впливу на виборців, використанню інформаційних ресурсів і технологій для зміни пріоритетів суспільної думки, комунікативним стратегіям медіа, партій і окремих політиків, динаміці інформаційного середовища. Продуктивними для вивчення процесу сучасної політичної комунікації з точки зору електорального успіху є ***«парадигма задоволення» (Дж.Маклеод, Л.Бекер), «пізнавально-посередницька» модель (В.Евеланд), вивчення процесів медійного формування політичних пріоритетів (В.Блад, Х.Кеплінгер, Е.Роджерс), дослідження глобальних культурних перетворень (М.Кастеллс, Ф.Уебстер), різноманітні моделі впливу ЗМІ (К.Спаркс, Ф.Сиберт, Д.Блумлер, М.Гуревич, Б. Макнейр).***

Інший напрям досліджень, важливий для розуміння процесів розвит- ку самої сучасної демократії, пов’язаний із використанням понять комунікації, контексту ідискурсу для осмислення діалектики суб’єкта/об’єкта в полі комунікаційного впливу ***(Л.Вітгенштайн, М.Гайдеггер, Х.-Г.Гадамер),*** для аналізу структур знання і влади ***(А.Камю, М.Фуко, П.Бурдьє),*** для раціонального обґрунтування демократії ***(вже згадані Ю.Габермас, Д.Ролз, а також Р.Даль, К.-О.Апель).*** Аналізу різних аспектів політичної комунікації в контексті суспільно-політичних процесів, а також формуванню/модифікації під її впливом поглядів на владу, державу і державне управління в українському суспільстві приділили увагу вітчизняні науковці ***Г.Почепцов, Ф.Кирилюк, В.Кулик, М.Култаєва, О.Токовенко, В.Демченко, Ю.Сурмін, П.Гнатенко, В.Кривошеїн.***

**🗐Завдання й питання для самоконтролю:**

1. В чому полягає сутність політичних кампаній? Опишіть їх структуру.

2. В чому полягає сутність політичних медійних кампаній?

3. В чому полягає сутність лобізму?

4. Як виражається лобізм через медіа?

5. Опишіть класифікацію комунікаційних методів створення політичного іміджу в ЗМІ.

6. В чому полягають GR зв’язки з Урядом?

**🕮Рекомендована література:**

1. Бадью А. Обстоятельства, 4: Что именует имя Саркози? / Ален Бадью [cост., пер. с фр. и прим. С. Л. Фокина]. – Спб. : Акад. исследования культуры, 2008. – 192 с.
2. Мамардашвили М. К. Классический и неклассический идеалы рациональности / М. К. Мамардашвили. – М. : Изд-во «Лабиринт», 1994. – 240 с.
3. Реймонд Гойс. Неуют либерализма / Реймонд Гойс // Неприкосновенный запас. – 2010. – № 5 (73). – С. 24-39.
4. Європейський словник філософій. Лексикон неперекладностей. Т. 1. наук. кер. проекту: Барбара Кассен і Констянтин Сігов / пер. з фр. – К. : Дух і літера, 2009. – 576 с.
5. Витгенштейн Л. Философские исследования / Людвиг Витгенштейн ; пер. с нем. Л. Добровольского. – М. : АСТ: Астрель, 2011. – 374 с.
6. Хабермас Ю. Между натурализмом и религией. Философские статьи / Юрген Хабермас. – М. : Изд-во «Весь Мир», 2011. – 336 с.
7. Ніцше Ф. По той бік добра і зла. Генеалогія моралі / [пер. з нім. А. Онишко]. – Львів : Літопис, 2002. – 320 с.
8. Луман Н. Власть / Н. Луман. – M. : Праксис, 2001. – 227 с.
9. Бакуменко В. Д. Державне управління : курс лекцій / В. Д. Бакуменко, Д. І. Дзвінчук, О. С. Поважний. – Івано-Франківськ : Місто НВ, 2011. – 536 с.