

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА**

ДЕНИСЮК Світлана Георгіївна

УДК 323.2:17.022

**ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ: ЦІННІСНІ ОСНОВИ
ТА МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

23.00.03 – політична культура та ідеологія

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора політичних наук

Київ – 2013

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі політичних наук Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України.

Науковий консультант – доктор політичних наук, професор
Корнієнко Валерій Олександрович,
Вінницький національний технічний
університет,
завідувач кафедри суспільно-політичних наук.

Офіційні опоненти: доктор політичних наук, доцент
Андрущенко Тетяна Вікторівна,
Інститут вищої освіти НАПН України,
старший науковий співробітник відділу
соціальних проблем вищої освіти
та виховання студентської молоді;

доктор політичних наук, старший
науковий співробітник
Розумний Максим Миколайович,
Національний інститут стратегічних досліджень,
завідувач відділу політичних стратегій;

доктор політичних наук, доцент
Шайгородський Юрій Жанович,
Інститут політичних і етнонаціональних
досліджень імені І. Ф. Кураса НАН України,
головний науковий співробітник відділу теорії
та історії політичної науки.

Захист відбудеться 22 лютого 2013 року о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.12 у Національному педагогічному університеті імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розіслано 22 січня 2013 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

М. А. Остапенко

Підписано до друку 19.01.2013 р. Формат 60x90 1/16
Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 1,9
Наклад 100 прим. Зам. № 2012-206

Віддруковано в комп'ютерному інформаційно-видавничому центрі
Вінницького національного технічного університету
21021, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 95
ВНТУ, ГНК, к. 114, тел.. : (0432) 59-81-59.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
Серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що за останні десятиліття відбулась справжня комунікаційна революція, яка в поєднанні з демократизацією українського суспільства створила новий політико-комунікативний простір із новими нормами, зв'язками та особливими проявами. Сьогодні політико-комунікативна сфера набула нових форм взаємодії влади і громадянського суспільства, яка дедалі більше корегується соціокультурними чинниками й технологічною складовою.

Потреба ретельного вивчення нових аспектів політичної комунікації актуалізується у зв'язку з поширенням гласності, прозорості, публічності, розвитком політичної культури громадян та зміною ролі таких інститутів як держава, політичні партії, громадські організації. Необхідність узгодження політичних позицій між суб'єктами політичної комунікації вимагають нових форм політичної взаємодії, які сприятимуть покращенню партнерського діалогу, й одночасно підвищенню статусу політичної комунікації в розвитку українського суспільства.

Вплив на політичну свідомість громадян нових політичних технологій по-новому ставить питання ефективності комунікативних процесів (особливо виборчих, прийнятті політично важливих рішень), що визначається установками, цінностями громадян, які не є стійкими і стабільними, а тому потенційно здатні трансформуватися. Розвиток інформаційних технологій змушує й політичну владу функціонувати за новими законами. В сучасному суспільстві вона спирається на мас-медіа, які подекуди роблять із політики театралізоване видовище, що заважає розвитку демократичної політичної культури суспільства. Отже, з огляду на це, тема дисертаційного дослідження має як науково-теоретичну, так і політико-практичну актуальність.

Осмислення проблематики політичної комунікації, її витоків і основних засад відбувається в різних галузях суспільствознавства, починаючи від класичних праць до сучасних наукових доробок. Для дисертаційної роботи ключове значення мають концепції, в яких визначається місце інформаційних процесів у розвитку комунікації (Г. Алмонд, Х. Арендт, Н. Вінер, К. Дойч, Д. Істон, Ж.-М. Коттре, Дж. Корнер, Дж. Коулман, Ч. Кулі, П. Лазарсфельд, Г. Лассуелл, М. Маклюен, Д. Мід, Л. Пай, Т. Парсонс, М. Фуко, Ю. Хабермас, П. Шаран, Р.-Ж. Шварценберг та інші), аналізуються принципи структуризації політичної комунікації (М. Анохін, І. Балинський, М. Бахтін, В. Бебик, Н. Богомолова, Ю. Буданцев, О. Дубас, В. Конецька, О. Малаканова, Г. Почепцов, А. Соловйов, В. Смолякова, В. Терін та ін.), моделюються комунікативні процеси (М. Бахтін, М. Бубер, М. Вебер, М. Грачов, А. Галкін, Ж.-М. Коттре, А. Лосєв, Ю. Лотман, К. Сайнне та ін.).

Важливими для розуміння теоретико-методологічних засад дослідження є концепції політичної культури, політичних цінностей, а також праці, присвячені осмисленню впливу комунікативних процесів на розвиток політичних систем (В. Андрущенко, Т. Андрущенко, О. Бабкіна, М. Вершинін,

В. Горбатенко, О. Зернецька, Ю. Нісневич, А. Сіленко, С. Телешун, А. Чугунов та ін.), впливу сучасних ЗМІ на свідомість громадян (П. Абрамсон, Є. Вартанова, Т. Гітлін, Д. Грабер, Е. Денніс, І. Засурський, Я. Засурський, Г. Мельник, Дж. Олдрич, Б. Пінклтон, В. Пугачов, Л. Роузелл, Дж. Тедеско, Т. Хлівнюк, Ч. Файерстоун, І. Шовкун та ін.).

Вагомими для визначення стратегії дослідження стали праці з питань особливостей сприйняття громадянами політично важливої інформації, ціннісно-культурних засад політичного вибору (В. Бех, І. Бідзюра, І. Варзар, К. Ващенко, Ю. Ганжуров, М. Головатий, В. Горбатенко, М. Дмитренко, Г. Зеленько, А. Єрмоленко, О. Кабачная, Т. Кадлубович, О. Картунов, А. Клячин, В. Корнієнко, Л. Кочубей, І. Кресіна, В. Кривошеїн, В. Малімон, О. Маруховський, В. Недбай, М. Остапенко, О. Новакова, М. Потураєв, Г. Почепцов, М. Розумний, О. Рудакевич, Л. Ситніченко, Ю. Шайгородський, М. Шульга та ін.).

Отже, накопичено достатній матеріал стосовно окремих аспектів політичної комунікації, проте цілісної концепції, яка б охопила політико-культурні основи і механізми реалізації сучасної політичної комунікації, немає. Існує потреба у визначенні сутності цього феномену, в аналізі культурних імперативів політичної комунікації та її символічних основ, відповідному моделюванні політико-комунікативних процесів тощо.

З розвитком суспільства, насамперед, в духовному плані, все більше виокремлюється універсальна форма політичної комунікації, яка в собі містить не лише елементи вербального і невербального спілкування, на основі яких відбувається взаєморозуміння між учасниками, але й такі форми, які базуються на політико-психологічних феноменах (політичних цінностях, політичному ідеалі, мотивах, уподобаннях тощо). Відповідно, потребують вивчення політико-психологічні феномени, зокрема, політичні цінності, що впливають на особливості політичної комунікації. Саме це й зумовило вибір теми та логіку дисертаційного дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема і зміст дисертаційного дослідження є складовою частиною комплексної науково-дослідної теми «Проблеми політичної модернізації і трансформації: світовий досвід і українські реалії» кафедри політичних наук Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, яка входить до наукового напрямку «Дослідження проблем гуманітарних наук», затвердженого Вченою радою НПУ імені М. П. Драгоманова (протокол № 4 від 24 грудня 2008 р.). Тема дисертації затверджена Вченою радою Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова (протокол № 5 від 24 грудня 2009 р.).

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційної роботи є комплексний політологічний аналіз ціннісних основ політичної комунікації, виокремлення концептуальних теоретико-методологічних засад їх вивчення і критеріїв визначення їх ефективності в процесі практичної реалізації у політико-комунікативному просторі сучасного суспільства.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **задач**:

- 1) розкрити сутність політичної комунікації в сучасному політологічному дискурсі;
- 2) проаналізувати концепції політичної комунікації в контексті світоглядно-культурних трансформацій та обґрунтувати вибір методологічного інструментарію дослідження;
- 3) визначити актуальні політичні цінності в сучасній політичній комунікації, комунікативну цінність політичної ідеології, роль і значення толерантності, компромісу та консенсусу як культурних імперативів сучасної політичної комунікації;
- 4) охарактеризувати символізацію в політико-комунікативному просторі, зокрема, розкрити значення іміджу і бренду як її чинників;
- 5) висвітлити особливості стереотипів і установок в контексті політичної комунікації та визначити місце міфотворчості в сучасному політико-комунікативному процесі;
- 6) з'ясувати роль ментальних основ, політичного ідеалу в процесі політичної комунікації;
- 7) обґрунтувати місце таких соціетальних феноменів, як довіра та страх в системі політико-комунікативної взаємодії;
- 8) проаналізувати особливості формування політичної культури та свідомості в контексті сучасних політико-комунікативних процесів;
- 9) дослідити механізми реалізації політичної комунікації в умовах сучасного розвитку українського суспільства;
- 10) виявити мотиваційно-ціннісні критерії та основні ознаки ефективності політичної комунікації.

Об'єктом дослідження є політична комунікація як політико-культурний феномен.

Предметом дослідження є ціннісні основи та механізми реалізації політичної комунікації в умовах сучасного суспільного розвитку.

Методологічною основою дослідження феномену політичної комунікації є поєднання наукових принципів, методів і методологічних підходів щодо осмислення її ціннісних основ та механізмів реалізації в умовах сучасного суспільного розвитку. Важливою умовою обраної дослідницької стратегії стало дотримання принципів об'єктивності, науковості, діалектики, всебічності, плюралізму, соціального детермінізму, послідовності, конкретності, системності, цілісності, історизму, комплексності тощо.

Багатовимірність досліджуваного феномену зумовлює міждисциплінарний характер дослідження, яке базується на різних загальнофілософських, загальнонаукових та спеціальних політологічних підходах і методах. Авторська методологія дослідження ґрунтується на сукупності підходів і методів, які взаємодіють, взаємодоповнюються та визначають один одного, що дозволило забезпечити обґрунтованість і достовірність наукових результатів.

Зокрема, дослідження політичної комунікації полягає в творчому поєднанні теоретичних засад політичної психології, філософії, культурології,

теорії ігор, що дало можливість врахувати особливості політичної комунікації в просторі суспільно-політичної свідомості та культури; зосередити увагу на соціетальних підходах у дослідженні політичної комунікації; поєднати системний, процесуальний, синергетичний і комунікативний підходи, що дозволило уявити політико-комунікативний процес як динамічну психолого-технологічну систему.

Використання діалектичного методу дало можливість уявити предмет дослідження в усіх його соціальних, культурних і технологічних зв'язках а також причинно-наслідковій зумовленості. За допомогою загальнологічних методів наукового пошуку — аналізу, синтезу, абстрагування, узагальнення, індукції, дедукції, моделювання — були визначені спільні риси окремих концептуальних моделей політичної комунікації та основні механізми практичної реалізації комунікації на рівні свідомості її учасників.

Застосування історичного методу допомогло проаналізувати генезу концепцій комунікації у поєднанні з критичним логічним аналізом.

Біхевіористський метод забезпечив можливість розглянути поведінку суб'єктів політичної комунікації, зокрема, проаналізувати показники й чинники електоральної поведінки індивідів і груп, феномен політичного відчуження, абсентеїзму тощо. Творче поєднання системної, структурно-функціональної та синергетичної методології дозволило уявити політичну комунікацію як цілісну динамічну систему, проаналізувати її структуру та функції.

Аксіологічний метод дозволив розкрити цінності та ідеали суспільства, які покладено в основу сучасної політичної комунікації.

У дослідженні політичної комунікації застосовано метод моделювання в рамках теорії ігор, який дозволив проаналізувати стратегії учасників взаємодії і виявити їх найоптимальніші варіанти, а також підібрати ефективні політичні технології для впливу на суспільну свідомість громадян.

У дисертаційному дослідженні використано інформаціологічний підхід, суть якого полягає у визначенні закономірностей розвитку наукового пізнання, що зумовлено необхідністю більш глибокого та точного відображення інформаційних зв'язків і відносин складних систем, що розвиваються й самоорганізуються, насамперед, соціальних систем.

В обґрунтуванні авторської концепції використано соціетальний підхід, який орієнтує на осмислення політичної комунікації як системно-цілісного феномену, що базується й визначається соціетально-екзистенціальним капіталом (архетипами, менталітетом, міфами, політичними цінностями, ідеалами, стереотипами, довірою/недовірою, страхами тощо). Використання політико-культурного підходу та інформаційно-семіотичної теорії комунікації дало інструментарій для виявлення особливих кодів, символів (образів, політичних іміджів, репутацій) і знаків, які впливають на свідомість громадян, на прийняття ними політично важливих рішень.

Поєднання можливостей порівняльного аналізу, комунікативно-дискурсивного підходу з низкою методів емпіричних досліджень стало основою для пояснень відносин різних рівнів і висновків щодо значної технологізації

сучасної політичної комунікації. Використано нормативно-правову базу (Конституція України, Закон про вибори народних депутатів України, Єдиний реєстр громадських формувань); дані соціологічних досліджень (Інституту соціології НАН України, Центру Разумкова, Комітету «Рівність можливостей», Асоціації «Спільний простір», Фонду «Демократичні ініціативи», Центру «Соціс», групи «Рейтинг» та ін.); електоральна статистика.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в здійсненні комплексного аналізу політичної комунікації.

У дисертації розроблено концепцію політичної комунікації, що спирається на класичні теорії комунікації, сутність якої розкривається в процесі сучасного політологічного дискурсу й практичної реалізації в умовах ціннісно-культурних трансформацій суспільства, визначенні основних політологічних характеристик її складових, серед яких головними є символізм, невербальність, театралізація політики, технологізація мислення, ірраціоналізація свідомості та багато інших, що визначають ефективність сучасної політичної комунікації.

У процесі розробки та апробації даної концепції було сформульовано й окремі положення, які містять наукову новизну та у вигляді тез висуваються на захист:

уперше:

— у вітчизняній науці на основі аналізу поглядів світових і вітчизняних науковців та суспільно-політичної практики визначено політико-культурні детермінанти та ціннісні основи політичної комунікації в умовах сучасного суспільного розвитку, що дало можливість виявити форми і методи механізму політичної взаємодії, які застосовуються з метою оптимізації передачі та засвоєння політично важливої інформації, впливу на громадську думку тощо;

— з'ясовано, що двостороння політична комунікація між владою та громадянами відбувається за наявності спільних ціннісних основ (політичних ідеалів, довіри, ідеології), які актуалізуються через застосування сучасних політичних технологій; домінантною ціннісною основою виступає довіра громадян до інститутів влади, яка сформована на когнітивному, емоційному та діяльнісному рівнях. Це дало можливість сформулювати дефініцію цього поняття: політична комунікація — це спосіб передачі інформації, яка, впливаючи на прийняття політично важливих рішень, визначає політичні відносини в суспільстві, формує громадську думку, відображаючи стан політичної культури та свідомості через її сприйняття;

— впроваджено в науковий політологічний дискурс поняття «культурні імперативи політичної комунікації» і «соціетально-екзистенціальний капітал політичної комунікації», «ефективність політичної комунікації». Культурні імперативи є моральною основою, на якій базується політична комунікація, враховуючи потреби та інтереси громадян, ментальність; визначають ієрархію політичних цінностей певного суспільства; культивують демократичні цінності; орієнтують політичних суб'єктів на утвердження в політиці етичних засад, зокрема, толерантності, умінню піти на компроміс та досягти консенсусу.

З'ясовано, що соціетально-екзистенціальний капітал політичної комунікації — це певне надбання соціальної групи у вигляді як раціональних (аналіз результатів діяльності політичних суб'єктів), так й ірраціональних (емоцій, почуттів, страхів, міфів) елементів, що визначають комунікативні стратегії та поєднують практичну корисність з утвердженням найвагоміших цінностей як універсальних благ. До його структури входять політичний, економічний, соціальний, людський, культурний, символічний, комунікативний на інші форми капіталу.

Визначено, що ефективність політичної комунікації — це співвідношення між кількісними (витраченими ресурсами на впровадження політичних технологій та ін.) та якісними характеристиками взаємодії (зміна поведінки суб'єктів політики), які відображають ступінь досягнення мети в комунікативному процесі. Сформульовано також критерії ефективності політичної комунікації (демократизація суспільних відносин, поширення гласності, прозорості та публічності, поширення реальної участі і впливу громадян на політичні процеси, внаслідок чого владою приймаються суспільно-значущі рішення, зменшення кількості протестних форм політичної участі громадян тощо);

— побудовано модель ефективної комунікації в системі «влада–громадяни», яка містить такі взаємопов'язані елементи: мета взаємодії — оптимальні політичні технології — символізація політико-комунікативного простору — раціоналізація двосторонніх взаємин — підвищення рівня культури та свідомості (певне подолання екзистенціальних домінант, зокрема, страхів і комплексів) як громадян, так і політичної еліти;

— обґрунтовано доцільність використання методу моделювання в рамках теорії ігор в політико-комунікативному просторі для прогнозування стратегій і раціональної поведінки суб'єктів політичної комунікації, що дає можливість: а) підібрати адекватні політичні технології для впливу на суспільну свідомість громадян; б) отримати об'єктивні результати стосовно користі (переваг) від участі в певних політико-комунікативних процесах; в) оцінити ефективність комунікативних дій суб'єктів політики.

Поглиблено:

— визначення типів політичної комунікації як відображення світоглядних установок людей, кожна з яких (міфологічна, релігійна, філософська) визначає вибір фахівцями відповідних технологій та формування певних ідентифікацій;

— розуміння актуальних політичних цінностей, які визначають сучасну політичну комунікацію (політична безпека, політична злагода, демократія, політична стабільність, законність, громадянське суспільство, самоврядування, політична відповідальність, компроміс, плюралізм тощо); уточнено характеристику основних цінностей в контексті прийняття політично важливих рішень громадянами. Визначено, що український громадянин обирає певну політичну силу, послуговуючись як ідеальними уявленнями, так і прагматичними міркуваннями, що є одним із чинників ефективності маніпулятивних технологій;

— положення, що політична комунікація сьогодні опосередкована символами, кодами, знаками (мовою, жестами, зображеннями), які в політичній практиці подані в образах, іміджах, брендах і репутаціях політичних суб'єктів;

— поняття інтегрованих політичних комунікацій як комплексного використання всіх її каналів і єдиного стратегічного дизайну, що забезпечує комунікацію через імідж, бренд, допомагаючи діалогу ідентичностей — іміджу політика (бренду політичної партії) і громадянина через логотипи, емблеми, кольори, графічні форми, музичні фрази, картинки.

Набули подальшого розвитку:

— уявлення про роль стереотипів і певних установок громадян в політико-комунікативному просторі; аналіз стереотипів різних суспільств, виходячи з їхніх традицій, історичного розвитку, менталітету, рівня політичної культури і свідомості тощо. Стереотипи та установки розглядаються як позитивні (адаптація, ідентифікація), так і негативні (спрощення уявлень про політичні взаємини) чинники політико-комунікативних процесів;

— розуміння політичної ідеології як потужного інструменту ідентифікації громадян, що сприяє/перешкоджає політичній комунікації на її горизонтальному та вертикальному рівнях, й одночасно виступає ціннісною основою як для об'єднання суспільства, так і для розв'язання та підживлення конфліктів між різними соціальними групами;

— положення про роль ментальності як чинника політичної комунікації, визначення найсуттєвіших її рис, які в поєднанні з такими негативними характеристиками, як маргінальність, двоїсті компоненти національного менталітету відіграють стабілізуючу роль в сфері політичної комунікації;

— систематизація уявлень про «політичну технологію» як мистецтво, що має певний набір стратегічних принципів, прийомів, технік, пов'язаних із впливом на політичну свідомість і поведінку людей з метою здобуття, використання чи утримання політичної влади; про основні класифікації політичних технологій, що відображають їх різноманіття, та вагому психологічну компоненту; аналіз архетипів, що виступають основою для побудови ефективних політичних технологій.

Практичне значення одержаних результатів визначається їх актуальністю, науковою новизною і висновками. Цінність положень дисертації полягає в тому, що вони є певним внеском у загальнотеоретичне дослідження проблематики, пов'язаної з розвитком політичної комунікації як політико-культурного та психологічного феномену. Наукові положення й висновки роботи можуть сприяти з'ясуванню місця, нової ролі та механізмів реалізації політичної комунікації як між управлінською елітою та громадянами, так і між суб'єктами політики.

Результати дослідження використовуються в процесі викладання курсів «Комунікологія» і «Трансфер технологій» для аспірантів Вінницького національного технічного університету. Матеріали дисертації можуть бути використані при розробленні курсів для студентів, магістрів з політології, політичної психології, політичної філософії, політичної соціології, політичного

менеджменту, політичного маркетингу, теорії ігор, а також застосовані в практичній діяльності політичними партіями та громадськими організаціями.

Особистий внесок здобувача в працях із теми дослідження, опублікованих у співавторстві — одній монографії, чотирьох статтях у фахових виданнях з політичних наук, розділах навчальних посібників і двох тезах конференцій, полягає у вивченні ролі різних видів моделювання в рамках теорії ігор для аналізу політико-комунікативних процесів, репутації політичного актора як складової політичної комунікації, особливостей застосування комп'ютерних технологій у сфері прогнозування політичних відносин. Загальний обсяг публікацій здобувача, написаних у співавторстві, становить 5,9 авт. арк. (загальний обсяг видань, опублікованих у співавторстві — 13,3 авт. арк.).

Апробація результатів дисертації. Основні положення й висновки дисертаційного дослідження доповідались та обговорювались на засіданнях кафедри політичних наук Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, кафедри суспільно-політичних наук Вінницького національного технічного університету. Окремі положення роботи висвітлювались у виступах на: ІХ Міжнародній науково-практичній конференції «Гуманізм та освіта» (м. Вінниця, 2008 р.), V Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив» (м. Київ, 2008 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Місце і роль України в глобалізованому світі: економічні, політичні, культурні аспекти» (м. Вінниця, 2009 р.), X Міжнародній науково-практичній конференції «Гуманізм та освіта» (м. Вінниця, 2010 р.), Науково-практичній конференції «Студент–дослідник–фахівець» (м. Київ, 2010), VII Всеукраїнській з міжнародною участю науково-практичній конференції «Сучасна освіта і наука в Україні: наукові здобутки, стан і перспективи» (м. Дніпропетровськ, 2011 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Студент–дослідник–фахівець» (м. Київ, 2011 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми розвитку соціально-економічних систем в контексті глобалізаційних викликів» (м. Хмельницький, 2011 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Ціннісний вимір політичної діяльності: політична трансформація сучасного українського суспільства» (м. Херсон, 2011 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури» (м. Львів, 2011), Восьмій міжнародній науково-практичній конференції «Соціум. Наука. Культура» (м. Київ, 2012 р.), Всеукраїнській науково-теоретичній конференції «Політична наука в епоху суспільних перетворень: потенціал і його реалізація» (м. Харків, 2012 р.), III Всеукраїнській науково-практичній конференції: «Ціннісний вимір політичної діяльності: проблема політичного вибору в сучасному українському суспільстві» (м. Херсон, 2012 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Студент–дослідник–фахівець» (м. Київ, 2012 р.), Третіх Слобожанських політологічних читаннях «20 років пострадянських трансформацій» (м. Харків,

2012 р.), Дев'ятій міжнародній науково-практичній конференції «Сучасний соціокультурний простір 2012» (м. Київ, 2012 р.).

Публікації. Основні положення дисертації відображено в 51 праці, серед яких 3 монографії (2 з яких одноосібні), 27 статей (4 у співавторстві) у фахових виданнях з політичних наук, 2 статті в інших наукових виданнях, 2 розділи у навчальних посібниках з грифом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, 17 тез міжнародних та всеукраїнських наукових конференцій.

За своєю **структурою** дисертація складається з переліку умовних позначень, вступу, п'яти розділів, сімнадцяти підрозділів, висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел. Обсяг основного змісту дисертації — 361 сторінка. Список використаних джерел містить 711 найменувань і займає 72 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність дисертаційної роботи, окреслено стан наукової розробленості проблеми, сформульовано мету й завдання, визначено об'єкт і предмет дослідження, його методологічні засади, наукову новизну, висвітлено теоретичне та практичне значення отриманих результатів, особистий внесок здобувача, надано відомості про апробацію результатів роботи, публікації, структуру та обсяг дисертації.

У першому розділі — **«Концептуальні та теоретико-методологічні засади аналізу політичної комунікації»** — досліджено еволюцію поглядів мислителів щодо природи політичної комунікації як результату суспільного розвитку, щодо специфіки та ефективних способів функціонування комунікативних зв'язків; обґрунтовано своєрідний методологічний підхід до дослідження політичної комунікації в просторі політичної культури й проаналізовано її складові та функції.

У *підрозділі 1.1* — *«Визначення сутності політичної комунікації в сучасному політологічному дискурсі»* — систематизовано сучасні уявлення про політичну комунікацію, які концептуалізують її горизонтальний і вертикальний виміри, аналізують одно- і двоспрямованість інформаційно-комунікативних потоків. Політична комунікація розглядається як атрибут політичної діяльності.

Науковці найчастіше розглядали політичну комунікацію через триєдиний підхід — процес передачі, обробки та обміну політичною інформацією (К. Дойч порівнював комунікацію із «нервовою системою державного управління», Ж.-М. Коттре із кровообігом тощо). Г. Лассуелл описав процес комунікації за допомогою умовного ланцюга: хто передає, кому передає, що передає, за яким каналом, з яким результатом. Політичну комунікацію розглядають як різнорівневий інформаційний обмін (за змістом, складністю, суб'єктами): обслуговування органів влади і керівництва (обіг службової інформації); утворення інформаційного середовища діяльності політичних партій, суспільних рухів (циркулюють програми, статuti); звернення безпосередньо до масової свідомості та вплив на політичну поведінку.

Відповідно, інформаційний вплив може бути конструктивний /деструктивний, інформувальний/маніпулювальний, безпосередній/опосередкований тощо. Акцентовано увагу на суттєвому підвищенню впливу на масову свідомість сучасних електронних ЗМІ (телебачення, Інтернет). Показано, що політична комунікація поєднує різні частини політичної системи, суспільства, впливаючи на них і сприяючи функціонуванню як єдиного цілого. Політичні повідомлення, циркулюючи в суспільстві, надають інформацію, породжують уявлення, викликають почуття, емоції, які визначають сутнісний бік політики.

У підрозділі 1.2 — «Концептуальні підходи до розуміння політичної комунікації в контексті світоглядно-культурних трансформацій» — характеризуються світоглядні установки громадян, що визначають особливості політичної комунікації на різних етапах історичного розвитку. Аналізуються основні концепції комунікації, починаючи з Античності (Платон, Аристотель), Середньовіччя (Августин Блаженний, Хома Аквінський), Відродження (Н. Макіавеллі), Нового часу (Ш. Л. Монтеск'є, Дж. Локк) і закінчуючи сучасними теоріями комунікацій вітчизняних і зарубіжних науковців.

У розвитку теорій політичної комунікації виокремлено три етапи: довоєнні теорії (дослідження масово-комунікативних процесів — У. Ліппман, Г. Лассуелл, П. Лазарсфельд та ін.); 2) повоєнні — партійної підтримки та переконання (П. Лазарсфельд, Б. Берльсон, Х. Годе); 3) сучасні теорії інформаційного впливу, інформаційного ресурсу та технологій, стратегії ЗМІ та партій (дослідження Ш. Айенгара, Д. Батлера, Д. Кіндера та ін.). Використано фундаментальну працю з теорії систем Л. фон Берталанфі, кібернетичне вчення Н. Вінера, дослідження інформаційно-комунікативних складових політичних систем К. Дойча, Д. Істона, Г. Алмонда та ін.

Здійснено критичний аналіз ранніх уявлень, відомих під назвами: «теорії чарівної кулі» та «теорії підшкірної голки», що виходили з припущення про практично необмежені можливості інформаційно-пропагандистського впливу на масову аудиторію. На противагу ним в «теоріях мінімальних ефектів» стверджується, що вплив через ЗМІ в період виборчих кампаній за своєю ефективністю поступається (через слабкість дії безособових повідомлень) іншим чинникам, що зумовлюють особливості електоральної поведінки.

Згідно з «теорією корисності та задоволення потреб» (Е. Кац) індивіди ігнорують повідомлення, що не відповідають їх інтересам або подані в непривабливій формі. В концепції «встановлення порядку денного» (Б. Коен, Н. Лонг, М. Мак Комбс, Д. Шоу) вплив ЗМІ на аудиторію має «формувальний» характер. Систематизовано основні критичні концепції політичної комунікації, в яких аналізується, як правило, вплив засобів комунікації на поведінку громадян: інструменталізм; структурний детермінізм; ідеологічна концепція; концепція гегемонії тощо.

Проаналізовано такі концепції комунікації, як семіотичні (Т. Ньюком, Р. Якобсон, А. Кібрік, Ю. Лотман, Ч. Пірс, Р. Барт та ін.), в яких вивчаються ролі мови, знаків у процесі взаємодії між її учасниками; психотерапевтичні

(К. Г. Юнг, Ж. Лакан) — досліджуються вплив підсвідомості, технологій НЛП на взаємини; ігрові (Й. Гейзінга та ін.) — аналізуються специфічні способи оптимізації політичної комунікації (теоретико-ігрове моделювання); антропологічні (К. Леві-Стросс) — вивчаються міфи як різновиди мови та ін.

Гене́за концепцій політичної комунікації свідчить про еволюцію поглядів вчених від спрощених уявлень про механістично-інформаційні впливи до ціннісно-орієнтованих, які визнають домінуючим моральний аспект взаємин. На розвиток основних концептуальних підходів вплинули зміни в світогляді, політичній культурі, ціннісних основах суспільства, суспільно-політичних відносинах, значні досягнення в галузі інформаційних технологій тощо.

У підрозділі 1.3 — «*Методологічний інструментарій дослідження політичної комунікації*» — висвітлюються особливості методологічного підходу, які полягають у застосуванні підходів і методів, що взаємодіють, взаємодоповнюються і визначають один одного, що дозволило забезпечити обґрунтованість і достовірність наукових результатів. Використовуються діалектичний, історичний, біхевіористський, системний, структурно-функціональний, аксіологічний, синергетичний та інші методи.

Метод моделювання в рамках теорії ігор (Д. Асемоглу, Е. Довнс, Т. Персон, Г. Табеліні, Д. Робінсон, Г. Хотелінг, А. Шиян та ін.) дає можливість дослідити ефективність політичної комунікації, зокрема, сформулювати стратегії поведінки учасників взаємодії, виявити найоптимальніші з них, знайти варіанти узгодження інтересів між раціональними політичними суб'єктами, підібрати адекватні політичні технології тощо.

Застосовано метод тріадної кореляції цінностей та орієнтацій (І. Варзар), соціетальний (П. Сорокін, О. Ахієзер і М. Лапін), комунікативно-дискурсивний, соціально-інформаціологічний (О. Картунов) та інші підходи. Політична комунікація уявляється як складноорганізована, динамічна система з обміну інформацією, що формує громадську думку і політичну соціалізацію громадян.

Систематизація різних підходів дала можливість виокремити в структурі політичної комунікації такі компоненти: інформаційний, матеріальний, людський, символічний тощо, які доцільно доповнити психологічними феноменами (емоції, стереотипи, страхи), політичною поведінкою та діяльністю (відображають ефективність політичної комунікації) і політичними технологіями.

Відповідно, формами політичної комунікації є: раціональна і спонтанна; формальна і неформальна; горизонтальна і вертикальна; безпосередня, опосередкована і квазівзаємодія; комунікація в ході виборів, референдумів, демонстрацій тощо. Основні функції: поширення ідейно-політичних цінностей, знань, ідеалів, створення і розповсюдження політичної інформації; формування політичної свідомості громадян; поширення норм політичної культури, розвиток політичної культури суб'єктів політики; актуалізація певних психологічних феноменів (менталітету, установок, страхів тощо) для налагодження взаєморозуміння в політичній взаємодії; формування громадської думки; ініціювання політичних змін шляхом постановки важливих

проблем перед владою й громадськістю; обслуговування ЗМК партій, громадських рухів, соціальних груп; інтеграція та регулювання політичних відносин; підготовка громадськості до участі в політичній діяльності.

У другому розділі — «**Політико-культурні чинники політичної комунікації**» — розглянуто норми і цінності, які визначають відносини між учасниками політичної комунікації, обґрунтовано роль політичної ідеології, толерантності, компромісу та консенсусу в процесі прийняття рішень учасниками взаємодії.

У підрозділі 2.1 — «*Актуальні політичні цінності в сучасній політичній комунікації*» — проаналізовано сутність, види і роль в суспільстві політичних цінностей, під якими розуміють орієнтири і регулятиви політичної свідомості, політичних відносин і політичних практик. Акцентовано увагу на тому, що вони мають подвійний буттєвісний фундамент: з одного боку, політичні цінності виробляються в історичному досвіді людей, а з іншого – втілюються й мають прояв як у позасуб'єктно існуючих станах політичної реальності (політичні явища, структури, процеси), так в суб'єктних її формах (політичні орієнтації, ідентифікації, практики).

Політичні цінності, які є матеріальними і духовними, визнаними і прихованими, цільовими і нормативними, цінностями-цілями та цінностями-засобами, домінувальними і розвивальними тощо, визначають особливості політичної комунікації між учасниками взаємодії і використовуються політиками під час виборчих кампаній (на їх основі розробляються політичні технології) для отримання голосів виборців.

Визначено, що в сучасному українському суспільстві актуальними політичними цінностями є: політична безпека, політична злагода, демократія, політична стабільність, законність, громадянське суспільство, самоврядування, політична відповідальність, компроміс, плюралізм, створення правової держави, підвищення добробуту, потреба в захисті з боку держави тощо.

Акцентовано увагу на тому, що сучасне українське суспільство є ціннісно розколотим: паралельно існують різні культури, системи оцінок, норм, що виявляється в дестабілізації суспільства, виникненні конфліктів та напруженості, що, в свою чергу, позначається на сприйнятті інформації та на електоральних перевагах. Зазначено, що цінності залежать від менталітету, особливостей суспільно-політичної і економічної ситуацій в країні, стану політичної свідомості громадян, процесів глобалізації. Завдяки засобам масової комунікації, розвитку інформаційних технологій відбувається взаємне проникнення цінностей різних культур, трансформація ціннісних орієнтацій, політичних ідеалів, що впливає на політико-комунікативні процеси.

У підрозділі 2.2 — «*Комунікативна цінність політичної ідеології*» — висвітлено роль політичної ідеології у налагодженні взаємодії, розглянуто ідеологію як потребу людей в об'єднанні навколо певних інтересів і цінностей. Проаналізовано різні дефініції сутності політичної ідеології (Д. де Трасі, В. Андрущенко, І. Миклащук, В. Лага, Ю. Павленко, Є. Риженко, Ю. Шайгородський та ін.) та її основні види.

Розглянуто ідеологію як простір для знаходження спільної мови між правлячою елітою і громадянами, що сприяє прийняттю політично важливих рішень, обміну інформацією за допомогою різних засобів. Обґрунтовано, що ефективність ідеології, як політико-комунікативної технології, виявляється в разі стрункості її ментальної моделі, в якій всі частини взаємопов'язані одна з одною, узгоджуються і обґрунтовується одна одною; є основою своєрідної ідентифікації громадян за політичними уподобаннями і поглядами.

Спрощено алгоритм запровадження політичної ідеології виглядає так: 1) демонстрація людині, позбавленої ідеології, порожнечі, безглуздя, безперспективності та непривабливості життя; 2) наведення прикладу того, як людина може змінити своє життя та діяльність, наочна багатократна демонстрація сили ідеології, що викликає емоційну реакцію; 3) вибір окремих тверджень ідеології та всестороннє обґрунтування їх із застосуванням «на практиці»; 4) роз'яснення загальної структури ідеології, демонстрація взаємозв'язку її частин та потужності, яка пояснює складні ситуації та привносить визначеність у технологію дій в ситуаціях, що містять, на перший погляд, невирішені проблеми; 5) наведення безлічі прикладів утвердження певної ідеології, що змінила життя людей; 6) постановка масштабних завдань перед тими, хто прийняв ідеологію, та постійний моніторинг і трансляція на все суспільство отриманих результатів; 7) виховання у прихильників ідеології «відчуття ліктя», проведення чіткої межі «ми–вони», прояв дружньої участі всередині співтовариства; 8) створення системи освіти і виховання, що транслює ідеологію в маси з молодого віку.

Політико-комунікативна ідентифікація відбувається завдяки тому, що громадяни, в цілому, поділяють ту чи іншу політичну ідеологію, а, отже, апріорі виступають прихильниками певної політичної партії. Завдяки цьому та чи інша партія виступає своєрідним символом, знаком або образом в політичній комунікації. Отже, політична ідеологія є життєздатною настільки, наскільки вона пов'язана з духовними потребами людей, лише тоді вона може мати високий політико-комунікативний потенціал.

У підрозділі 2.3 — «Толерантність, компроміс та консенсус як культурні імперативи політичної комунікації» — проаналізовано основні концепції толерантності, компромісу та консенсусу (Т. Андрущенко, Л. Бобовнікова, Р. Валітова, Ю. Іщенко, І. Ключник, Н. Круглова, В. Лекторський, М. Мchedлов, М. Магометова, О. Малінова, О. Монастирська, Є. Соловйов, Ю. Тищенко, М. Розумний, Л. Романенко, К. Фопель, В. Ханстантинов, М. Хом'яков, О. Шестопап та ін.), чинники їх розвитку. Визначено, що толерантність в політико-комунікативному просторі — це єдність мети в процесі взаємодії політичних суб'єктів без єдності переконань. Однак принцип толерантності в політичній комунікації відіграє неоднозначну роль — має приховану можливість допущення релятивізму в теорії та волюнтаризму на практиці.

Розглянуто вплив змін історичних, політичних умов на політичну свідомість громадян, характер і зміст політичної комунікації, та, відповідно, формування певного типу толерантності. Виходячи з особливостей змісту і

проявів толерантності, побудовано моделі толерантності в політико-комунікативних процесах: 1) толерантність як байдужість, коли на фоні суспільних проблем різноманітність поглядів і діяльності має другорядне значення; 2) толерантність як неможливість взаєморозуміння — це повага до іншого, якого не можна зрозуміти і з яким не можна взаємодіяти; 3) толерантність як поблажливе ставлення до слабкості інших, що поєднується з певним презирством і надією на те, що колись власні аргументи стануть авторитетними для всіх, парадигмою для опонентів; 4) толерантність як розширення власного досвіду і критична політична комунікація, виступає в якості поваги до чужої позиції, в результаті взаємної критики і боротьби кожний політичний суб'єкт отримує певний позитивний досвід.

Доведено, що специфічним технологічним засобом зняття соціально-політичних суперечностей, механізмом досягнення політичної рівноваги є політичний компроміс, який гармонізує стратегією поведінки суб'єктів політики в ситуації протиборства, узгоджує поточні інтереси й передбачає вироблення взаємовигідного рішення, істотними ознаками якого є згода, націленість на отримання взаємовигідного результату на основі взаємних поступок.

Одночасно консенсус, компроміс і толерантність є невербальними формами політичної комунікації, що дають можливість суб'єктам політики в процесі комунікації легітимно формувати суспільну думку стосовно розв'язання суспільно значущих проблем.

У третьому розділі — «Символізація в політико-комунікативному просторі» — проаналізовано чинники символізації політичної комунікації, роль стереотипів, установок та міфів у формуванні взаємодії між учасниками політичної комунікації.

У підрозділі 3.1 — «Символізм як специфічна ознака політичної комунікації» — проаналізовано основні підходи до природи і місця символу в політико-комунікативному просторі (А. Шюц, У. Джеймс, Е. Кассіерер, Дж. Мід, Г. Келлі, П. Бергер та Т. Лукман, М. Мамардашвілі, А. П'ятигорський, В. Бурлачук, Ю. Лотман та ін.). Акцентовано, що символи містять певний політичний зміст, виступають знаком, що виконує функцію посередника між особистістю та владою, є зразком важливих політичних ідеалів, засобом їхньої пропаганди й утвердження.

Виокремлено такі елементи політичної символіки, як: мовний; національно-державний (державні символи, грошові знаки; знаки розрізнення); образотворчо-мистецька політична символіка: політична емблематика; політичні ритуали; політичні символи зовнішнього вигляду, місця та часу дії; неполітичні символи, що набувають політичного змісту; люди як політичні символи. Перераховані комунікативні символи мають певну ієрархію та логіку, що здатна відносити ідею, дію до системи політико-культурних цінностей в контексті політичної комунікації в умовах певної політичної культури. Використання політичних символів розраховане на їх емоційне сприйняття, на пробудження почуття лояльності індивіда до влади. Символ спрощує

інтелектуальні операції з політичними поняттями, але водночас відкриває простір для різноманітних спекуляцій на них в сфері політичної комунікації.

Акцентовано увагу на функції ідеологічного контролю, що її виконує символічна мова комунікації у тоталітарному суспільстві, вкорінюючи ідеологічні значення в усі види суспільно-політичної життєдіяльності. Особливо високий ступінь символізму комунікації помітний у виборчому процесі, коли створюються основні політичні позиціонування (розмежування на: «своє» і «вороже», Вони і Ми тощо).

У підрозділі 3.2 — *«Імідж і бренд як чинники політичної взаємодії»* — визначено роль іміджу, бренду як посередників між політиками і громадянами, особливо під час виборчих кампаній. Сформульовано основні комунікативні функції політичного іміджу: екзистенціональна (уявлення про суб'єкта політики в свідомості інших людей); соціокультурна (ідентифікації з певними категоріями поля іміджів); об'єктивування внутрішніх характеристик носія іміджу (фізичних і психічних); атитюдна (формує установку); відносно-детермінувальна.

Визначено структуру (когнітивний, афектний і поведінковий компоненти), чинники формування і види політичного іміджу та бренду, з'ясовано їх штучну, технологічну природу. Імідж задає орієнтири для доопрацювання особою тих рис, які вона бажає «дописати» певному суб'єкту політики відповідно до емоційної пам'яті та досвіду.

Політична комунікація між політиком і громадянином за допомогою іміджу спрощено може бути зведена до таких основних цілей: 1) позиціонування, 2) піднесення свого іміджу, 3) зниження іміджу конкурентів, 4) відсторонення від конкурентів, 5) контр-реклама. Зазначені цілі реалізуються через певні комунікативні технології, які є дієвими у разі врахування культурно-історичних умов розвитку суспільства.

Акцентовано увагу на ментальній природі бренду, іміджу, їх психологічній основі, а також «віртуальному» характері. Успішність імідж-комунікації, бренд-комунікації та їх впливовість залежать від таких складових: структури або архітектури політичного бренду, суті політичного іміджу, сенсів, які привносяться в політичний імідж як комунікаторами, так і аудиторією тощо. Оскільки взаємодія в політиці є переважно опосередкованою, то саме імідж, бренд визначають успіх виборчої кампанії.

У підрозділі 3.3 — *«Стереотип і установка в контексті політичної комунікації»* — досліджуються роль установки та стереотипу у формуванні політико-комунікативних зв'язків. Визначено, що стереотип формується під впливом несвідомої колективної обробки інформації, індивідуально-соціокультурного середовища, при цілеспрямованому ідеологічному впливі за допомогою засобів комунікації. Базуючись на праці Д. Теджфел, відзначено низку особливостей стереотипу в просторі політичної комунікації: 1) люди легко проявляють готовність давати великим соціальним групам упереджені оцінки; 2) характеристики стереотипу стабільні протягом тривалого часу; 3) стереотипи трансформуються під впливом соціальних, політичних змін, але

цей процес відбувається повільно; 4) стереотип стає виразнішим, коли виникає боротьба між певними групами; 5) стереотипи встановлюються в дитинстві та використовуються задовго до виникнення раціональних уявлень про ті групи, до яких вони належать.

Доведено, що стереотип є простою формою політичної комунікації, результатом взаємного тяжіння і культурної напруги, що одночасно характеризує ступінь політичної соціалізації громадян. Сила стереотипів полягає в автоматизації мислення (А. Тертичний), допомозі без ускладнень давати оцінку тим явищам, яких стосуються стереотипні думки. На прикладі українського суспільства показано, що побудові демократичної політичної комунікації заважають, зокрема, комплекс меншовартості, певна відстороненість від активних дій, маніхейство, що підживлює такі стереотипи, як «краще не втручатись», «моя хата скраю», «мовчання — золото» тощо.

Виокремлюються ефективні прийоми впливу на свідомість людей, що допомагають формуванню стереотипів в процесі політичної комунікації: використання збігу інтересів, зовнішня схожість події з навіюванням, прив'язка нових стереотипів до старих; прийом підміни стереотипів; зсув фокусу уваги; випинання відчуттів окремих груп, стимулювання зіткнень. Можна уявити зміст політичної комунікації як потік ідеологічних фікцій, направлених на створення мінливих уявлень про політичну реальність.

У підрозділі 3.4 — «Міфотворчість в сучасному політико-комунікативному процесі» — висвітлено особливості міфологічної свідомості в сучасному світі, міф як соціокультурний феномен, стан свідомості, що часто є основою в пізнанні і сприйнятті політико-комунікативних процесів (М. Еліаде, Ю. Шайгородський та ін.). Як форма світосприйняття, міф у політичній комунікації стає інструментом організації колективних дій. Проаналізовано, що в сприйнятті міфу превалює чинник віри, а його закріплення відбувається завдяки демонстрації реальних прикладів.

Визначено, що міфологічне мислення іманентно природі сучасної аудіовізуальної комунікації, а синтетичний характер знаковості телевізійного, комп'ютерного тексту веде до синкретичності сприйняття його аудиторією. Сьогодні нові мас-медійні практики розвивають різні форми архаїчної свідомості. Сучасний міф інкорпорований у символічні коди політичної комунікації, а інститути влади використовують його для організації комунікації з індивідами/соціальними групами. Доведено, що міф може виступати як рушійною силою політичних процесів (Г. Лебон: «великі події народилися з ірраціонального»), так і постачати суспільству міфологічну модель світу, обираючи пріоритетами інформаційної політики культуру чуттєвого сприйняття для маніпуляцій свідомістю громадян.

Систематизовано риси міфологічної політичної комунікації: 1) політичний міф є вторинною семіотичною системою, спрямованою на легітимізацію/делегітимізацію політичної ідеології, в рамках якої виявляє себе його зміст; 2) політичний міф є одним із чинників, що конституують

символічне середовище політичної комунікації; водночас його дія актуалізується у кризові, перехідні етапи суспільно-політичного розвитку.

Проаналізовано загальну основу виникнення міфу та утопії — зображення неіснуючого, трансцендентного соціально-політичного порядку (вони оперують алегоричними, символічними категоріями). Показано, що міфологізація політичної комунікації базується на певних архетипах, вона є носієм загальнозначимих форм індивідуального психічного життя, які артикулюються в інтерсуб'єктивному полі. Формою вираження архетипу є символ – конкретний образ, що являється у сновидінні чи первісному міфі (К.-Г. Юнг стверджував, що архетипів існує стільки, скільки життєвих ситуацій). Водночас, чим більше символ відповідає суті архетипу, тим сильнішу емоційну реакцію він викликає у індивіда в процесі політичної комунікації.

Визначено, що за своєю суттю міфологічна політична комунікація є ірраціональним процесом (з боку реципієнта). Однак для його поширення використовуються всі раціональні засоби і технології. Міфологічна політична комунікація відіграла в історії подвійну роль: вона була рушієм свободи людини та народів, джерелом віри та надії для послідовників певних міфів, а міфологічні засади буття стали безпосередньою основою тоталітарних режимів. Виходячи з завдань політичної комунікації, міфи як її складові поділяються на технологічні та природні, стійкість яких залежить від вкорінення у менталітет суспільства.

У четвертому розділі — «Соціетально-екзистенціальний капітал політичної комунікації» — досліджуються соціетально-екзистенціальні складові комунікації як основа прийняття суспільно значущих рішень, вибору громадян та формування певних технологій у сфері політичних відносин.

У підрозділі 4.1 — «Ментальні основи політичної комунікації» — проаналізовано ментальність як складову соціетально-екзистенційного капіталу; виокремлено екзистенціальні (ірраціональні) складові: емоції, почуття і соціетальний капітал з такими засобами, як ідеологія, політичні цінності, ідеали, стереотипи мислення і поведінки, політичні міфи і символи, традиційні політичні інститути, ідентичність, що впливають на діяльність/бездіяльність людини в політико-комунікативному просторі.

Визначено, що мірилом ефективності політичної комунікації є людина із своєрідним менталітетом, набором цінностей та ідеалів, страхами і переживаннями, довірою/недовірою до політиків. Розглянуто ментальність, її архетипи, які є базовим рівнем у формуванні взаємодії і містить емоційні (емотивні), когнітивні (вербальні) та поведінкові (конативні) характеристики соціуму (В. Антонович, Ф. Вовк, М. Грушевський, О. Кульчицький, І. Кресіна, С. Кримський, М. Михальченко, В. Стрілецький, Д. Чижевський та ін.).

Сформульовано визначення менталітету як комплексу всіх елементів душі народу, психічної подібності людей, що породжує об'єктивний «автоматизм» інтелектуального і духовного життя, що позначається на політичній комунікації, зокрема, на сприйнятті інформації. Тому врахування

менталітету, архетипів і темпоритму суспільства при побудові політико-комунікативних технологій дає змогу політику справити бажаний вплив на електорат.

Проаналізовано роль найсуттєвіших рис української ментальності: кордоцентризм, чуттєвість, антеїзм, інтуїтивне сприйняття сутності складних суспільно-політичних явищ, мрійливість, індивідуалізм, волелюбність, які у поєднанні з маргінальністю (двоїсті компоненти національного менталітету, обумовлені всесвітньо-історичною місією українського етносу як Матері-Берегині європейської цивілізації), обережністю, безвідповідальністю, патерналізмом, інертністю (сформувались за радянські часи) гальмують процес розвитку демократичної політичної комунікації.

Зазначено, що в різних регіонах України менталітет має свої особливості, що й визначатиме використання відповідних політичних технологій. Зокрема, потрібно враховувати архетипи народу з метою формування образів героїв, антигероїв, референтних осіб. Отже, ментальність українців містить риси як західних, так й східних суспільств, має регіональну специфіку, повільно змінюється під впливом суспільно-політичної ситуації, інформатизації суспільства, глобалізації.

У підрозділі 4.2 — «Політичний ідеал як чинник політичної комунікації» — здійснюється аналіз політичного ідеалу як найвищої цінності та мети будь-якої політичної комунікації і зазначається, що соціальні/політичні цінності є системоутворювальними чинниками конструювання ідеалу в свідомості індивіда. Розкривається зв'язок між політичною культурою, ідеалом і політичною комунікацією (В. Бебик, В. Корнієнко та ін.). Ідеали, як породження життєдіяльності конкретного суспільства, містять у собі основні її ознаки в знятому вигляді, вони можуть задавати лише загальну спрямованість політичної комунікації, але не конкретні її параметри.

Обґрунтовується, що в основі ідеальної демократичної моделі політичної комунікації лежить діалог між владною елітою і громадянами, що припускає рівноправний обмін точними, повними, завершеними і такими, що перевіряються, відомостями про політичні явища і процеси, які будуються на основних цивілізаційно-культурних цінностях певного суспільства, фундаментальних правах і свободах особи. Цінності постійно оновлюються, що створює нові умови для формування політичної комунікації.

У підрозділі 4.3 — «Феномен довіри в системі політико-комунікативної взаємодії» — простежується роль феномену довіри, що визначає участь громадян в політичних взаєминах. Проаналізовані основні підходи до дослідження сутності довіри (Б. Барбер, Н. Луман, С. Ліпсет, У. Шнейдер, Б. Міцтел, П. Штомпка, І. Мартинюк, Н. Паніна, А. Ручка, В. Сукачов та ін.) та її класифікації. Акцентовано увагу на нинішній кризі довіри українських громадян до влади і визначено такі фактори цього явища (на основі результатів соціологічних досліджень): некомпетентність правлячої еліти; нечесність, безвідповідальність політиків; завищені очікування громадян тощо.

Соціетально-екзистенціальний капітал визначає ефективність політичної комунікації у разі появи у громадян довіри до певних суб'єктів політики. Довіра є результатом спільних зусиль більшості членів суспільства, що виявляється на таких рівнях: когнітивному, емоційному та діяльнісному. На прикладі аналізу українського суспільства доведено, що частіше вона виникає на емоційному рівні, що суперечить раціональній природі політичної комунікації. Оскільки остання є раціональною, то й довіра повинна базуватись на результатах діяльності політиків, аналізі їх стратегій тощо. В сучасному українському політико-комунікативному просторі спостерігається зростання недовіри до діючих політиків, що загрожує поглибленням кризи в усіх сферах життя.

У підрозділі 4.4 — «*Страх як специфічна форма корекції процесу політичної комунікації*» — з'ясовується місце таких психологічних станів, як страх і тривога, їх прояв і вплив на комунікацію в просторі політики. Вони проявляються на всіх рівнях політичної комунікації: політична еліта, прагнучи завоювати довіру електорату заради отримання влади, знаходиться в стані напруги і тривоги; політичні діячі, захищаючи інтереси великого капіталу, здійснюючи певні непопулярні кроки, відчують страх через можливе непорозуміння і непідтримку з боку громадян; громадяни в нестабільних суспільно-політичних умовах, підвищеній інформатизації суспільства почуваються тривожно.

На основі аналізу наукової літератури (П. Анохін, Дж. Боулбі, В. Вілюнас, К. Ізард, М. Левітов, Ф. Ріман, З. Фрейд, А. Чернавський, П. Якобсон та ін.) ці поняття розмежовані: страх — це реакція на конкретну загрозу, неприємне емоційне переживання через певні політико-комунікативні процеси, а тривога є станом переживання невизначеної загрози, що виникає внаслідок тривалого накопичення негативної політичної інформації.

Підкреслюється, що ЗМІ постійно і тривалий час розповсюджують негативну політичну інформацію, яка вводить людину в стан тривоги, що робить її сприйнятливою для маніпулятивного впливу з боку суб'єктів політики. Однак страх розглядається і як політико-психологічний феномен, який не лише паралізує волю, але й суттєво впливає на сприйняття, мислення і поведінку політика, викликаючи відчуття небезпеки. Тому в процесі політичної комунікації він здійснює такі функції: оцінювання, синтезування, сигналізування, регулювання, евристичну тощо.

Визначено, що феномен страху коректує політико-комунікативний процес конструктивно/деструктивно на всіх його рівнях (вертикальному і горизонтальному); підтримка і посилення страху в сучасному суспільстві обумовлені відсутністю адекватного, об'єктивного інформаційного супроводу дій владної еліти, що пояснював би логіку тих чи інших рішень; відсутністю філософії влади, цілісності дій, але є заміна їх тотальним контролем; страх реально здатний коректувати ідеологію взаємин між суб'єктами політичної комунікації за допомогою таких стратегій як спекуляція на національних почуттях громадян і державному патріотизмі; створення образів «ворогів» нації

і благополуччя; проголошення рятівниками нації тих або інших політичних суб'єктів; проголошення певних сил, що консолідувалися навколо диктату, рушійною силою світового прогресу; навмисне виокремлення процесу соціалізації громадян від загальних реальних гуманістичних процесів розвитку суспільства; «загравання» політиків з громадянами для досягнення власних цілей будь-якою ціною.

У п'ятому розділі — «Праксеологічний аналіз механізму політичної комунікації в умовах демократизації українського суспільства» — визначено стан і особливості політичної культури і свідомості українських громадян як основа практичної реалізації сучасної політичної комунікації. Встановлено сутність політичної комунікації як високотехнологічного процесу і сформульовано таку закономірність: чим більше вона стає демократичною, тим більше використовується різноманітних політичних технологій; визначено показники і критерії ефективності політичної комунікації та механізми її реалізації в українському суспільстві.

У підрозділі 5.1 — «Особливості формування політичної культури та свідомості в контексті сучасних політико-комунікативних процесів» — проаналізовано зв'язок між розвитком засобів масових комунікацій, професіоналізацією політичної сфери і формуванням політичної культури та свідомості українського суспільства. Виокремлюються компоненти політичної культури українського суспільства, які впливають на політичну комунікацію: оцінка основних владних інститутів, їх символів; самоідентифікація суб'єкта з певною нацією, народом; політична компетентність, участь громадян у політичному житті.

Розглянуто роль технотелемедіумів (нових електронних способів передачі інформації), що сприяють виникненню в політичному просторі гіперспейса, різноманітних соціальних ефектів (наприклад, імплозії — внутрішнього вибуху інформації, при якому людина, розсунувши межі фізичного часу, поєднує при відображенні реальності події, що знаходяться в різних часових вимірах), встановленню кіберзв'язків і відносин (теледемократії), що припускають як відповідні організаційні зміни в сфері влади, так й зміни в свідомості громадянина, сприйнятті політичної реальності.

Проаналізовано сутність медіаполітичних мереж, які через свою принципову антигегемоністичність і наростання індивідуалізації техно-телемедіумів перетворюють українців у громадян інформаційно доступного світу. В результаті політика і політична культура трансформуються в медіа-явище, задаючи організації владну форму — інфократію. В її межах регульовальний потенціал і засоби здійснення державної влади обумовлені характером комунікації влади і громадян, політична участь яких ініціюється культурними формами.

Акцентовано на необхідності вдосконалення механізмів звітування та політичної відповідальності української влади перед суспільством, що сприяло б демократизації вертикальної політичної комунікації. Нині особливістю формування політичної культури українського суспільства є те, що посилення

технологізму політичної комунікації позначилось на технологізації мислення громадян, що спрощує передачу і сприйняття політичної інформації, а глобалізаційні процеси сприяють обміну політичними практиками, досвідом, традиціями між різними суспільствами (які відрізняються за рівнем і типом політичної культури, менталітетом, політичним режимом тощо).

У підрозділі 5.2 — «Механізми реалізації політичної комунікації в просторі політичної культури українського суспільства» — розкрито сутність поняття «механізми реалізації політичної комунікації», під яким розуміють сукупність конкретних форм і методів здійснення політико-комунікативних процесів з метою оптимізації передачі і засвоєння політично важливої інформації, впливу на громадську думку тощо. Доведено, що сьогодні найважливішими з них є політичні технології, які представляють собою певні інтелектуальні комплекси впливу на політичну свідомість і поведінку громадян, є набором застосування стратегічних принципів, прийомів, технік у політичній сфері з метою здобуття, використання чи утримання політичної влади.

Систематизовано політико-культурні фактори, які слід враховувати при застосуванні певних політико-комунікативних технологій: особливості національного життя і національного характеру, соціально-економічного розвитку країни, зовнішньополітичні орієнтації держави, політичний режим, законодавство, що регулює політичну сферу, особливості еліт (домінуючі типології еліт, рівень їх політичної культури, характер взаємовідносин, рівень впливу на суспільство), наявність діаспори, критерії оцінювання політика, географічні умови життя, соціокультурні, гендерні традиції, релігійний чинник, особливості темпоритму життя, сприйняття кольорів і мови тощо.

Акцентовано увагу на тому, що політичні технології є атрибутом політичної комунікації і часто використовуються в українському суспільстві для маніпуляцій свідомістю громадян, що зводиться до таких операцій: впровадження в суспільну свідомість під виглядом об'єктивної інформації бажаного для певної групи змісту; «тиск» на больові точки суспільної свідомості, що викликає страх, тривогу, ненависть тощо; реалізація декларованих і прихованих намірів, досягнення яких маніпулятор пов'язує з підтримкою громадською думкою своєї позиції.

Зазначено, що запобігти маніпулюванню можуть: власний досвід людей, неконтрольовані владою системи комунікацій (сім'я, друзі, лідери громадської думки тощо), вже існуючий стан масової свідомості, суспільна мораль, сформовані стереотипи й погляди людей та ін.

Класифіковано політичні технології, до яких відносять: PR-технології; технології виборчої інженерії; політичної реклами; політичного впливу і маніпулювання; формування політичного іміджу та репутації тощо. Визначено критерії класифікацій: за політичним режимом — демократичний і недемократичний; за рівнем впливу на суспільство — головні і другорядні; за спрямованістю — створення сприятливого для політика порядку денного; зміни сприйняття поведінки політиків; внесення «потрібних» змін у виборче законодавство; розподіл зусиль за конкретними цілями; за легальністю

використання — «білі», «чорні» і «сірі»; стосовно виборчої системи — технології, що реалізують поза виборчою системою; виборчі технології та технології здійснення влади; за масштабами — масові і сегментарні; за характером мотивації — мотивувальні, заохочувальні та погрожувальні тощо. Підсумовано, що основою для підбору певних політичних технологій є соціетально-екзистенціальний капітал, що має свої особливості в різних суспільствах.

У підрозділі 5.3 — «Ефективність політичної комунікації: мотиваційно-ціннісні критерії та аспекти» — визначено ефективність політичної комунікації як співвідношення між кількісними (затраченими ресурсами на впровадження політико-комунікативних технологій, виборчих кампаній) та якісними характеристиками взаємодії у сфері політики (зміна поведінки суб'єктів політики), які відображають ступінь досягнення мети в комунікативному процесі, що характеризується технологічними і політико-культурними вимірами. До технологічних ознак ефективності слід віднести: отримання бажаних результатів від застосування в політичному процесі певних технологій, сформованого іміджу, бренду, репутації суб'єктів політики. Політико-культурні критерії ефективності — це стійкий суспільний інтерес українських громадян до політики, збільшення рівня довіри між учасниками політичної комунікації, підвищення рівня їх політичної культури та свідомості тощо.

Здійснено аналіз таких показників ступеня ефективності політичної комунікації в українському суспільстві, як політична (зокрема, електоральна) поведінка громадян, яка, зокрема, може включати й феномен політичного відчуження, причини якого можуть свідчити про стан довіри/недовіри до влади, абсентеїзм, акції протесту проти певних рішень владної еліти. Визначено електоральну поведінку як систему раціональних і нераціональних реакцій виборців на дії суб'єктів політики. Систематизовано основні чинники, що визначають електоральну поведінку українських громадян: їх установки, політичні цінності, переконання, оптимально підібрані політичні технології тощо.

На основі перерахованих чинників побудовані такі моделі електоральної поведінки і реакцій: ретрорефлексія (рефлекторне, ірраціональне голосування), іміджева модель (реакцію виборців визначають політичні імідж, бренд, репутація), раціоналістична (усвідомлення мотивів поведінки), ідеологічна (прихильники певних ідеологій реагують на політичні процеси, виходячи з усталених ідеологічних переконань), адміністративно-примусова (тиск з боку певних владних структур на виборців), модель захисту (виникнення у виборців прагнення «захистити» кандидата (політичну партію), проти якого були застосовані методи «чорного піару», що викликало бажання підтримати його), модель навіювання (маніпуляція свідомістю виборців через політико-комунікативні технології), модель поведінкового стереотипу, групова модель (явище конформізму), модель індивідуальної значущості (переконаність виборця у вагомості свого голосу). Акцентовано увагу на тому, що сучасна

електоральна поведінка громадян України є свідченням стабілізації директивної вертикальної політичної комунікації через невисокий рівень політичної культури громадян.

Проаналізовано політичне відчуження як антипод політичної комунікації, коли громадяни не обізнані в політичних питаннях і не мотивовані до участі в політичних процесах, і як форма політичної комунікації, коли громадяни свідомо ігнорують вибори через неприйняття політичних лідерів, недовіру до них, демонструючи своєю поведінкою неповагу до існуючих «умов політичної гри». Зростання кількості носіїв політичного відчуження в певних випадках є свідченням наростання кризових явищ в процесах політичної комунікації.

Проілюстровано управління ефективністю політичної комунікації через побудову механізмів впровадження «оптимального варіанту» проведення парламентських/президентських виборів в Україні, вибір адекватних політичних технологій за допомогою методу моделювання теорії ігор для здобуття влади певним суб'єктом політики. Аналіз сучасного стану політичної комунікації свідчить про виникнення в її межах нових соціокультурних феноменів, продиктованих розвитком соціальних технологій і технічним прогресом.

ВИСНОВКИ

Здійснений у межах дисертаційного дослідження аналіз дозволяє стверджувати, що процеси політичної комунікації у сучасному суспільстві з необхідністю визначаються й спираються на політичні цінності, які актуалізуються і опосередковуються (особливо в суспільно-значущі моменти життя громадян) певними комунікативними механізмами, зокрема, політичними технологіями. Результати проведеного дослідження дали змогу підтвердити основні положення висунутої концепції політичної комунікації й сформулювати такі висновки.

1. Сутність комунікації в сучасному політологічному дискурсі розкривається через аналіз основних її складових, засобів і культурних чинників, що визначають її особливості. Сучасна політична комунікація представлена певними політико-психологічними феноменами, які нівелюються за допомогою політичних технологій. На основі аналізу класичного розуміння політичної комунікації сформульовано її авторську дефініцію: це спосіб передачі інформації, яка, впливаючи на прийняття політично важливих рішень, визначає політичні відносини в суспільстві, формує громадську думку, відображаючи стан політичної культури й свідомості через її сприйняття.

2. Аналіз змісту й динаміки поглядів політичних мислителів на комунікативну детермінацію політичного життя суспільства довів, що комунікація в просторі політики розглядалась і як допоміжний компонент (на ранніх етапах становлення суспільно-політичних відносин), і як визначальний в умовах глобалізації, посиленої інформатизації сучасного суспільства. На погляди мислителів справляли вплив як світоглядні установки, так й наукові

розробки в інших галузях знань (механіцизм, термодинаміка тощо). Зокрема, на формування і розвиток основних концептуальних підходів (від «концепції кулі» до песимістичного розуміння впливу політичної комунікації, зокрема, мас-медіа (Інтернету) на сучасне суспільство) вплинули зміни в політичній культурі, ціннісних основах суспільства, суспільно-політичних відносинах, значні досягнення в галузі інформаційних технологій. Глобальний обмін інформацією, знаннями, досвідом видозмінюють політичну комунікацію з точки зору її ціннісного наповнення через технологічний вплив.

Своєрідність методологічного підходу полягає в застосуванні загальнологічних, загальнофілософських і спеціальних методів та підходів. Зокрема, в дослідженні використані діалектичний метод, аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, індукція, дедукція, історичний, біхевіористський, аксіологічний, синергетичний методи і моделювання в рамках теорії ігор (надало можливість прогнозування стратегій політичної взаємодії, вибору оптимальних політичних технологій для впливу на свідомість громадян і застосовується для аналізу раціональної політичної комунікації) та ін. Поєднання комунікативно-дискурсивного, політико-культурного, структурно-функціонального, інформаціологічного, соціетального та інших підходів надало можливість цілісного уявлення про предмет дослідження.

3. Підтверджено положення, що в процесі політичної комунікації цінності визначають особливості взаємодії між політичними суб'єктами. Вони є матеріальними і духовними, визнаними і прихованими, цільовими і нормативними, що виступають ґрунтом для побудови стратегій політичних суб'єктів. З одного боку, політичні цінності можуть бути доволі стійкими, визначеними та актуальними (політична безпека, суспільна злагода, демократія, політична стабільність, законність, громадянське суспільство та ін.), що продиктовано особливостями сучасного комунікативного процесу, з іншого боку, їх актуальність може змінюватись за допомогою політичних технологій.

Доведено, що політична ідеологія є актуальною цінністю і потужним інструментом в процесах ідентифікації громадян, що сприяє/заважає побудові політичної комунікації на різних рівнях, може виступати основою для об'єднання суспільства або для розв'язання конфлікту між різними соціальними групами. Трансляція ідеології є психолого-технологічним процесом.

Толерантність, компроміс та консенсус виступають культурними імперативами демократичної політичної комунікації, оскільки вони створюють умови для існування різних ідеологічних позицій, точок зору щодо розвитку суспільства та спільного розв'язання існуючих актуальних проблем. Існування таких моральних установок свідчить про високий рівень розвитку політичної культури та свідомості громадян, їх прагнення брати участь в політико-комунікативних процесах на демократичних засадах.

Принципи толерантності та компромісу в політичній комунікації виконують неоднозначну роль. Існує взаємозумовленість демократизації та становлення своєрідної культури толерантності й компромісу, що проявляється

в укладанні певних угод і взаємних поступках, де вони можуть бути головними принципами і основою соціальної взаємодії. З іншого боку, існують певні комунікативні практики, де їх застосування є неприпустимим. Причинами труднощів в утвердженні політичного компромісу, побудові соціальних відносин на основі балансу та рівноваги інтересів в сучасному українському суспільстві є: історичне минуле, традиції поведінки в умовах конфлікту, структура суспільства, співвідношення та роль різних соціальних груп, їх оцінка існуючих відносин, очікування, інтереси, стан державної влади і той політичний курс, що проводиться нею, тощо.

4. Символи в політичній комунікації трансформують реальність у необмежену кількість різних символічних реальностей, де знак виступає інструментом поширення політичних цінностей, ідеалів, міфів. Символами виступають гасла, прапори, мова, політичні лідери, політичні рухи, імідж, бренд, репутація тощо, можуть бути штучними і спонтанно сформованими утвореннями, що орієнтують людей на конкретний тип соціально-політичних відносин. Символізм спрощує політичну комунікацію та має як позитивні, так і негативні наслідки (сприяє стереотипності мислення, емоційному ставленню громадян до політичних подій, маніпуляціям із реальною інформацією тощо). Комунікативна цінність символу виявляється за умови його вагомості для великої кількості індивідів (зміст повинен бути прийнятним).

5. Сучасний політико-комунікативний процес містить елемент міфотворчості, який базується на стереотипах (елементом яких є установки) мислення і поведінки. Стереотипи в просторі політичних відносин нав'язуються через ЗМК, мають підґрунтям культурні відмінності у представників різних суспільств. Міф у структурі політичних відносин має неабиякий інтеграційний потенціал, заснований на вірі людини, однак він може бути традиційним (архаїчним) і технологічно сформованим за допомогою аудіовізуальних ефектів, технічних прийомів тощо. Політичний міф є вторинною семіотичною системою, спрямованою на легітимізацію/делегітимізацію політичної ідеології, в рамках якої виявляється його зміст; він конститує символічне середовище політичної комунікації.

6. Соцієтально-екзистенціальний капітал відіграє провідну роль в політико-комунікативних процесах як індивідуально-колективне ядро прийняття політично важливих рішень, ґрунтується на поєднанні раціональних та ірраціональних феноменів. Політична комунікація реалізується, виходячи з особистісних і колективних соцієтально-екзистенціальних основ (менталітету, архетипів, досвіду, переживань, ідеалів, сенсів, страхів), тому комунікація проаналізована на рівні тріади (особа, суспільство, культура). Політична комунікація трансформувалась сьогодні в окрему віртуально-реальну сферу та виконує такі соцієтальні функції: життєзабезпечення, владного регулювання, духовної інтеграції, статусного диференціювання тощо. Менталітет, політичний ідеал, віра та інші політико-психологічні феномени поступово оновлюються під впливом нового медійного простору, але, з огляду на їх цінність, потребують захисту від впливу глобалізаційних процесів. Спільний політичний ідеал для

певного суспільства виступає основою інтеграції, без якої неможлива ефективна взаємодія між учасниками комунікації.

7. Доведено, що довіра як соціетальний феномен в політико-комунікативних процесах є внутрішньою готовністю електорату делегувати владні повноваження певному політичному суб'єкту; вірою в його компетентність, чесність, добродійність, в достовірність політичної інформації; каталізатором конструювання відносин між суспільними групами та індивідами, політиками і громадянами. Довіра забезпечує існування та відтворення культурних цінностей і нормативів політичної комунікації в разі її трансформації з емоційного на когнітивний рівень в результаті спільних зусиль більшості членів суспільства. Критеріями певного ступеня довіри громадян до політиків є підтримка стратегічного курсу владної еліти, визнання легітимності певної політичної сили тощо. Довіра формується під впливом об'єктивних і суб'єктивних чинників, але підтверджується через певний час, що є показником її сутнісного наповнення.

Стан страху (тривоги) є специфічною формою корекції політичної комунікації і виконує як конструктивну функцію активізації рефлексивних процесів для вирішення складних ситуацій (екзистенціалізм), оцінювання, синтезування, сигналізування, регулювання тощо, так і деструктивну, що гальмує активність виборців. Позбавленням від страху може бути неусвідомлене бажання громадян підтримувати тоталітарну (авторитарну) комунікацію. Це виявляється практично на всіх рівнях взаємин в політиці: політична еліта в процесі завоювання влади знаходиться в стані напруги і тривоги; політичні діячі відчувають страх через непідтримку з боку громадян; громадяни в нестабільних суспільно-політичних умовах, підвищеній інформатизації суспільства почуваються розгублено і тривожно. Сьогодні мас-медіа підживлює страх певними технологіями, що робить особу розгубленою і сприйнятливою для маніпуляцій в процесі політичної комунікації.

8. Особливості формування політичної культури та свідомості українських громадян визначаються потужним впливом електронних ЗМІ, в результаті якого сучасна політика стає медіа-політикою і набуває рис медіа-комунікації (оперативний і епізодичний спосіб підтримки контактів влади з громадянами). Професійно побудована медіа-комунікація свідчить про перехід суспільства до нової форми синтезу з державою і про формування політичної культури «нового зразка». Медіа-примус стає елементом проектного правління, засобом втілення консенсусної політичної інженерії, а за змістом – формою інформаційно-комунікативного завоювання і управління масовою свідомістю.

Нова інформаційно-політична культура і створена система комунікації влади і громадян відображає нові досягнення політико-комунікативної реальності. Політика трансформується в медіа-явище, задаючи організації владну форму – інфократію. В її межах регульовальний потенціал і засоби здійснення державної влади генетично обумовлені характером комунікації влади і громадян, політична участь яких ініціюється культурними формами. Глобалізаційні процеси сприяють обміну політичними практиками, досвідом,

традиціями між різними суспільствами, що сприяє якісним змінам у політичній культурі та свідомості суспільства.

9. В комунікативній взаємодії механізмами є різні форми і методи, що застосовуються з метою оптимізації передачі та засвоєння політично важливої інформації, впливу на громадську думку тощо. Нині такими механізмами виступають політичні технології, які є мистецтвом управління, набором стратегічних принципів, прийомів, технік, пов'язаних із впливом на свідомість і поведінку людей у політичній сфері з метою здобуття, використання чи утримання політичної влади.

Комунікативна суть політичних технологій полягає в їх можливості встановлювати контакт між політиками та громадянами, здійснювати адресний зв'язок між ними, використовуючи гранично доступну для сприйняття й адекватну їм знакову систему. Оптимальність технологічного впливу політичної комунікації передбачає врахування особливостей національного життя і національного характеру, архетипів; психофізіологічних чинників, настанов, очікувань, упереджень; особливостей соціально-економічного розвитку країни; норм виборчого законодавства; особливостей еліт, рівня їх політичної культури, елітогенезу; критеріїв оцінювання політика; соціокультурних, гендерних традицій; особливостей темпоритму та ін. За допомогою технологій є можливість маніпулювати громадянами (приховане управління свідомістю та поведінкою людей з метою їх примусу до дії/бездіяльності). Запобігти маніпулюванню можуть: власний досвід людей, неконтрольовані владою системи комунікацій (сім'я, друзі, лідери громадської думки тощо), існуючий стан масової свідомості, суспільна мораль, сформовані стереотипи та погляди людей тощо. Вплив політичних технологій можна визначити як оптимальний у разі актуалізації ціннісних основ вибору (довіри) в колективній свідомості громадян.

10. Визначено, що ефективність політичної комунікації є співвідношенням між кількісними (витраченими ресурсами на впровадження політичних технологій тощо) та якісними характеристиками взаємодії (зміна поведінки учасників політичної комунікації), які відображають ступінь досягнення мети в комунікативному процесі. Критеріями ефективності політичної комунікації в українському суспільстві слід вважати демократизацію суспільних відносин, поширення гласності, прозорості та публічності, реальну участь і вплив громадян на політичні процеси, внаслідок чого владою приймаються суспільно-значущі рішення, зменшення кількості протестних форм політичної участі громадян тощо.

До технологічних ознак ефективності належать: отримання бажаних результатів від застосування в політичному процесі певних технологій, сформованого іміджу, бренду, репутації суб'єктів політики. Культурними критеріями ефективності є стійкий суспільний інтерес громадян до політики, збільшення рівня довіри між учасниками політичної комунікації, підвищення рівня їх політичної культури та свідомості тощо. Показником ступеня ефективності політичної комунікації є певна електоральна поведінка громадян,

яка, зокрема, може включати й феномен політичного відчуження, причини якого можуть свідчити про стан довіри/недовіри до влади. Політичне відчуження слід вважати як антиподом політичної комунікації, так і її формою, коли громадяни свідомо ігнорують вибори через неприйняття політичних лідерів, недовіру до них, демонструючи своєю поведінкою неповагу до існуючих «умов політичної гри».

Чинниками, які визначають електоральну поведінку, є установки громадян, цінності, переконання, оптимально підібрані політичні технології, на основі яких побудовані такі моделі електоральної поведінки та реакцій: ретрорефлексія, іміджева, раціоналістична, ідеологічна, адміністративно-примусова, захисту, навіювання, поведінкового стереотипу, групової та індивідуальної значущості. Ефективністю політичної комунікації можна управляти через вибір адекватних політичних технологій за допомогою методу моделювання теорії ігор. Отже, політична комунікація є складною соціальною системою, насамперед, міжособистісних стосунків і взаємодій, що дедалі ускладнюється і базується не лише на політико-психологічних феноменах, відображуючи стан політичної культури та свідомості суспільства, але й постійно трансформуються під впливом інформаційно-комунікативних технологій.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії

1. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія / С. Г. Денисюк. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 276 с.
2. Денисюк С. Г. Моделювання процесів в політико-комунікативному просторі : монографія / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк, А. А. Шиян. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 260 с.
3. Денисюк С. Г. Культурологічні виміри політичної комунікації : монографія / С. Г. Денисюк. — Вінниця : ВНТУ, 2012. — 396 с.

Статті в наукових фахових виданнях з політичних наук

4. Денисюк С. Г. Моделювання фінансових механізмів лобіювання в умовах «критичності» за кількістю депутатів у прийнятті рішень / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк, А. А. Шиян // Політологічний вісник : збірник наукових праць. — К. : ІНТАС, 2007. — Вип. 29. — С. 110–117.
5. Денисюк С. Г. Математичне моделювання технологій майбутніх президентських виборів в Україні: методологічні основи та вплив існуючого розкладу сил / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк, А. А. Шиян // Політологічний вісник : збірник наукових праць. — К. : ІНТАС, 2008. — Вип. 31. — С. 211–221.
6. Денисюк С. Г. Математичне моделювання та побудова проведення майбутніх президентських виборів в Україні / С. Г. Денисюк // Нова парадигма :

журнал наукових праць / голов. ред. В. П. Бех. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2008. — Вип. 78. — С. 107–115.

7. Денисюк С. Г. Побудова політичних комунікацій в системі «авторитарна влада–опозиція» / С. Г. Денисюк // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін / відп. ред. О. В. Бабкіна. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2010. — Вип. 3. — С. 45–57.

8. Денисюк С. Автоматизовані системи управління як чинник політико-економічних комунікацій / В. Корнієнко, С. Денисюк, А. Шиян, Л. Нікіфорова // Освіта регіону. — К. : Університет «Україна», 2010. — Вип. 2. — С. 86–97.

9. Денисюк С. Г. Політична комунікація в просторі політичної культури : діалектика взаємозв'язку / С. Г. Денисюк // Нова парадигма : журнал наукових праць / голов. ред. В. П. Бех. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2010. — Вип. 92. — С. 62–72.

10. Денисюк С. Г. Засоби масової інформації як трансформаційний чинник сучасної політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін / відп. ред. О. В. Бабкіна. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2010. — Вип. 5. — С. 118–123.

11. Денисюк С. Г. Політико-комунікаційний процес : ефективність та обмеження прийняття рішень в умовах демократичного розвитку / С. Г. Денисюк // Освіта регіону. — К. : Університет «Україна», 2011. — Вип. 4. — С. 371–377.

12. Денисюк С. Г. Репутація як складова політичної комунікації / С. Г. Денисюк, В. О. Корнієнко // Політологічний вісник : збірник наукових праць. — К. : ІНГАС, 2011. — Вип. 52. — С. 320–328.

13. Денисюк С. Г. Політична комунікація як чинник розв'язання міжнародних конфліктів / С. Г. Денисюк // Гілея : збірник наукових праць / голов. ред. В. М. Вашкевич. — К. : ВІР УАН, 2011. — Вип. 50 (№ 8). — С. 690–695.

14. Денисюк С. Г. Ідеали в структурі політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Нова парадигма : журнал наукових праць / голов. ред. В. П. Бех. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. — Вип. 102. — С. 164–172.

15. Денисюк С. Г. Стереотип як специфічна форма політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін / відп. ред. О. В. Бабкіна. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. — Вип. 6. — С. 90–96.

16. Денисюк С. Г. Страх як специфічна форма корекції взаємодії суб'єктів політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Держава і право : збірник наукових

праць. Юридичні і політичні науки. — Вип. 54. — К. : Ін-т держави і права імені В. М. Корецького НАН України, 2011. — С. 610–616.

17. Денисюк С. Г. Толерантність в просторі політичної комунікації: від теоретичних основ до практичного втілення / С. Г. Денисюк // Політичний менеджмент : науковий журнал / голов. ред. Ю. Ж. Шайгородський. — К. : Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2011. — № 6 (51). — С. 20–29.

18. Денисюк С. Г. Ментальна природа сучасної політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Політологічний вісник : збірник наукових праць. — К. : ІНТАС, 2011. — Вип. 56. — С. 352–359.

19. Денисюк С. Г. Довіра як чинник ефективності політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Питання політології. — Харків, 2011. — Вип. 19 (№ 984). — С. 171–176.

20. Денисюк С. Г. Виміри ефективності політичної комунікації в системі «влада–громадяни» / С. Г. Денисюк // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія : Філософія, філософія права, політологія, соціологія. — Харків, 2012. — Вип. 1 (11). — С. 259–267.

21. Денисюк С. Г. Гумор як політико-комунікативна технологія / С. Г. Денисюк // Політологічний вісник : збірник наукових праць. — К. : ІНТАС, 2011. — Вип. 57. — С. 260–268.

22. Денисюк С. Г. Символ як форма політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Держава і право : збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. — К. : Ін-т держави і права імені В. М. Корецького НАН України, 2012. — Вип. 55. — С. 519–525.

23. Денисюк С. Г. Структурно-функціональний аналіз політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Наукові праці МАУП : збірник наукових праць. — К. : МАУП, 2012. — Вип. 2 (33). — С. 25–29.

24. Денисюк С. Г. Комунікативний потенціал політичної ідеології / С. Г. Денисюк // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін / відп. ред. О. В. Бабкіна. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2012. — Вип. 7. — С. 100–105.

25. Денисюк С. Г. Електоральна реакція як показник ефективності політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Питання політології. — Харків, 2012. — Вип. 20 (№ 1007). — С. 104–109.

26. Денисюк С. Г. Політичне відчуження: антипод чи складова політичної комунікації? / С. Г. Денисюк // Сучасна українська політика : науковий вісник. — К. : Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012. — № 26. — С. 254–263.

27. Денисюк С. Г. Соціетальний капітал політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Гілея : збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. — К. : ВІР УАН, 2012. — Вип. 60 (№ 5). — С. 669–674.

28. Денисюк С. Г. Екзистенціальні доміанти політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Гілея : збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. — К. : ВІР УАН, 2012. — Вип. 62 (№ 7). — С. 655–660.

29. Денисюк С. Г. Інтернет як інструмент ефективності політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Політологічний вісник : збірник наукових праць. — К. : ІНТАС, 2012. — Вип. 62. — С. 183–190.

30. Денисюк С. Г. Політико-комунікативна роль Інтернет-технологій в системі «управлінська еліта–громадяни» / С. Г. Денисюк // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Питання політології. — Харків, 2012. — Вип. 21 (1013). — С. 54–59.

Статті в інших наукових виданнях

31. Денисюк С. Г. Моделювання політичних процесів / С. Г. Денисюк, А. А. Шиян // Прикладна політологія : навч. посіб. / За ред. В. П. Горбатенка. — К. : ВЦ «Академія», 2008. — С. 453–464.

32. Денисюк С. Г. Моделювання як метод дослідження політичних комунікацій / С. Г. Денисюк // Вісник Київського Інституту бізнесу та технологій. — К. : Вид-во КІБіТ, 2008. — Вип. № 2 (9). — С. 42–44.

33. Денисюк С. Г. Математичне моделювання як метод дослідження політичних процесів / С. Г. Денисюк // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін / відп. ред. О. В. Бабкіна. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. — Вип. 1. — С. 32–43.

34. Денисюк С. Г. Політичні конфлікти / С. Г. Денисюк // Політологія для вчителя : навч. посібник для студ. педагогічних ВНЗ / За ред. : К. О. Ващенко, В. О. Корнієнка. — К. : Вид-во імені М. П. Драгоманова, 2011. — С. 345–368.

Матеріали конференцій

35. Денисюк С. Г. Математичне моделювання в політології в контексті гуманітарної освіти / С. Г. Денисюк // Гуманізм та освіта : IX Міжнародна науково-практична конференція 10–12 червня 2008 р. — Вінниця : ВНТУ, 2008. — Режим доступу : <http://conf.vstu.vinnica.ua>. — Назва з екрану.

36. Денисюк С. Г. Технології оптимізації політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Сучасність, наука, час. Взаємодія та взаємовплив : матеріали П'ятої всеукраїнської науково-практичної конференції 25–27 листопада 2008. — К. : ТК Меганом, 2008. — С. 32–35.

37. Денисюк С. Г. Вплив глобалізаційних процесів на політичну комунікацію та культуру українського суспільства / С. Г. Денисюк // Місце і роль України в глобалізованому світі: економічні, політичні, культурні аспекти : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції 11–12 грудня 2009. — Вінниця : ВІЕ ТНЕУ, 2009. — С. 293–296.

38. Денисюк С. Г. Маніпулятивна комунікація: теоретичні підходи і політична практика / С. Г. Денисюк // Гуманізм та освіта : збірник матеріалів Х Міжнародної науково-практичної конференції, 14–16 вересня 2010. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — С. 521–526.

39. Денисюк С. Г. Зовнішня реклама як комунікативна технологія виборчої кампанії 2010 року / С. Г. Денисюк // Вісник Київського Інституту бізнесу та технологій. Студент–дослідник–фахівець : матеріали науково-практичної конференції, 1 травня 2010 р. — К. : Вид-во КІБіТ, 2010. — Вип. 3 (13). — С. 100–102.

40. Денисюк С. Г. Міфотворчість як елемент політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Сучасна освіта і наука в Україні: наукові здобутки, стан і перспективи : матеріали VII Всеукраїнської з міжнародною участю науково-практичної конференції, 23–25 березня 2011 р. — Дніпропетровськ : ВГО «Нова освіта», 2011. — С. 95–97.

41. Денисюк С. Г. ЗМІ як інструмент програмування поведінки людини / С. Г. Денисюк // Студент–дослідник–фахівець : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 26 травня 2011. — К. : Вид-во КІБіТ, 2011. — С. 104–105.

42. Денисюк С. Г. Політико-комунікаційні аспекти глобалізаційних процесів / С. Г. Денисюк // Проблеми розвитку соціально-економічних систем в контексті глобалізаційних викликів : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 5–8 травня 2011. — Хмельницький : Інститут економіки та управління, 2011. — С. 253–256.

43. Денисюк С. Г. Модернізація політичної комунікації в сучасній Україні / С. Г. Денисюк // Ціннісний вимір політичної діяльності: політична трансформація сучасного українського суспільства : збірник наукових праць II Всеукраїнської науково-практичної конференції, 13–14 травня 2011 р. [Редкол. Ю. М. Бардачов — голова, В. Ф. Цвих, Ф. Г. Семенченко та ін.] — Херсон : Олді-плюс, 2011. — С. 197–200.

44. Денисюк С. Г. Суспільно-економічні інститути як комунікаційні елементи національної інноваційної інфраструктури / С. Г. Денисюк // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 19–21 травня 2011 р. — Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2011. — С. 32–34.

45. Денисюк С. Г. Політична комунікація : проблема оптимальних методологічних підходів / С. Г. Денисюк // Політична наука в епоху суспільних перетворень: потенціал і його реалізація» (XXV ювілейні Харківські політологічні читання) : матеріали Всеукраїнської науково-теоретичної конференції, 3–4 лютого 2012 р. — Харків : Вид-во Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», 2012. — С. 65–67.

46. Денисюк С. Г. Комунікативні Інтернет-технології в сучасному виборчому процесі / С. Г. Денисюк // Соціум. Наука. Культура : матеріали восьмої Міжнародної науково-практичної конференції, 24–26 січня 2012. — К. : ТК Меганом, 2012. — С. 57–60.

47. Денисюк С. Г. Взаємини України з ЄС в сучасних умовах / С. Г. Денисюк // Сучасний соціокультурний простір 2012 : матеріали дев'ятої Міжнародної науково-практичної конференції, 20–22 вересня 2012 року. — К. : ТК Меганом, 2012. — С. 36–38.

48. Денисюк С. Г. Політична комунікація в структурі сучасного політичного процесу / С. Г. Денисюк // Вісник Київського Інституту бізнесу та технологій. Студент–дослідник–фахівець : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 24 травня 2012. — К. : Вид-во КІБіТ, 2012. — С. 104–105.

49. Денисюк С. Г. Роль політології в підвищенні рівня політичної свідомості студентів ВНЗ / С. Г. Денисюк, А. С. Сотнікова // Сучасний соціокультурний простір 2012 : матеріали Дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції, 20–22 вересня 2012 року. — К. : ТК Меганом, 2012. — С. 27–29.

50. Денисюк С. Г. Особливості політичної комунікації в перехідних політичних режимах / С. Г. Денисюк // Ціннісний вимір політичної діяльності: політична трансформація сучасного українського суспільства : збірник наукових праць III Всеукраїнської науково-практичної конференції, 26–28 квітня 2012 р. [Редкол. Ю. М. Бардачов – голова, В. Ф. Цвих, Ф. Г. Семенченко та ін.] – Херсон : Олді-плюс, 2012. — С. 220–224.

51. Денисюк С. Г. Роль GPGPU технологій для моделювання політичних процесів / В. В. Мудрик, А. А. Яровий, С. Г. Денисюк // Сучасний соціокультурний простір 2012 : матеріали Дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції, 20–22 вересня 2012 року. — К. : ТК Меганом, 2012. — С. 38–40.

АНОТАЦІЇ

Денисюк С. Г. Політична комунікація: ціннісні основи та механізми реалізації в умовах сучасного суспільного розвитку. — Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук за спеціальністю 23.00.03 — політична культура та ідеологія. — Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. — Київ, 2013.

У дисертації здійснено першу у вітчизняній політичній науці спробу комплексного дослідження ціннісних основ і механізмів реалізації політичної комунікації в умовах сучасного суспільного розвитку. Узагальнено концептуальні підходи до розуміння політичної комунікації в філософській, політичній і психологічній думці, визначено її політико-культурні детермінанти та політико-психологічні основи.

Розроблено концепцію політичної комунікації, що спирається на класичні теорії комунікації, сутність якої розкривається в процесі сучасного політологічного дискурсу й практичної реалізації в умовах ціннісно-культурних трансформацій суспільства, у визначенні основних політологічних характеристик її складових, серед яких головними є символізм, невербальність,

театралізація політики, технологізація мислення, ірраціоналізація свідомості, що визначають ефективність сучасної політичної комунікації.

З урахуванням ціннісних основ політичної комунікації проаналізовано взаємозв'язок між соціетально-екзистенціальним капіталом політичної комунікації та методами її реалізації. Побудовано модель ефективної політичної комунікації в системі «влада–громадяни», яка містить взаємопов'язані елементи: мета — оптимальні політичні технології — символізація політико-комунікативного простору — раціоналізація двосторонніх взаємин — підвищення рівня культури і свідомості учасників.

Ключові слова: політична комунікація, політична культура, політична свідомість, політична ідеологія, технологізація мислення, політичні цінності, соціетально-екзистенціальний капітал, політичний символізм, ефективність політичної комунікації.

Денисюк С. Г. Политическая коммуникация: ценностные основы и механизмы реализации в условиях современного общественного развития. — Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора политических наук по специальности 23.00.03 — политическая культура и идеология. — Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова. — Киев, 2013.

В диссертации осуществлена первая в украинской политической науке попытка комплексного исследования ценностных основ и механизмов реализации политической коммуникации в условиях современного общественного развития. Обобщены концептуальные подходы к пониманию политической коммуникации в философской, политической и психологической мысли, определены ее политико-культурные детерминанты и политико-психологические основы.

Разработана концепция политической коммуникации, которая опирается на классические теории коммуникации, сущность которой раскрывается в процессе современного политологического дискурса и практической реализации в условиях ценностно-культурных трансформаций общества. Определены основные политологические характеристики ее составляющих, среди которых главными являются символизм, невербальность, театралізація політики, технологізація мислення, ірраціоналізація свідомості, визначають ефективність сучасної політичної комунікації.

Выявлено, что двусторонняя политическая коммуникация между властью и гражданами происходит при наличии их общих ценностных основ, которые актуализируются через применение современных политических технологий. Проанализирована взаимосвязь между социетально-экзистенциальным капиталом политической коммуникации и методами ее реализации. Социетально-экзистенциальный капитал политической коммуникации является достоянием социальной группы в виде как рациональных, так и иррациональных составляющих, которые определяют коммуникативные

стратегии и сочетают практическую полезность с утверждением значимых ценностей в качестве универсальных благ.

Определено, что эффективность политической коммуникации — это соотношение между количественными (затраченными ресурсами на внедрение политических технологий и т. д.) и качественными характеристиками взаимодействия (изменение поведения субъектов политики), которые отражают степень достижения цели в коммуникационном процессе. Сформулированы критерии эффективности политической коммуникации (демократизация общественных отношений, расширение гласности, прозрачности и публичности, распространение реального участия граждан в политических процессах и соответственное принятие властью политических общественно-значимых решений, уменьшение количества протестных форм политического участия граждан и т. д.).

Предложена модель эффективной политической коммуникации в системе «власть–граждане», которая содержит следующие взаимосвязанные элементы: цель взаимодействия — оптимальные политические технологии — символизация политико-коммуникационного пространства — рационализация двусторонних отношений — повышение уровня культуры и сознания, как граждан, так и политической элиты.

Обоснована целесообразность использования метода моделирования в рамках теории игр в политико-коммуникационном пространстве для прогнозирования стратегий и рационального поведения участников политической коммуникации. Это дает возможность подобрать адекватные политические технологии для воздействия на общественное сознание граждан во время избирательного процесса, получить объективные результаты относительно преимуществ от участия в определенных политико-коммуникационных процессах, оценить эффективность коммуникационных действий политических субъектов.

Доказано, что политическая коммуникация является системой, которая базируется на политико-психологических феноменах и трансформируется под влиянием информационно-коммуникационных технологий.

Ключевые слова: политическая коммуникация, политическая культура, политическое сознание, политическая идеология, технологизация мышления, политические ценности, социетально-экзистенциальный капитал, политический символизм, эффективность политической коммуникации.

Denysuk S. G. Political Communication: Value Principals and Implementation Mechanisms in Today's Social Development. — Manuscript.

A dissertation for a Doctor's degree in Political Science, specialty area 23.00.03 — political culture and ideology. — Dragomanov National Pedagogical University. — Kyiv, 2013.

The first attempt was made in Ukrainian political science to comprehensive study of value principles and mechanisms of political communication in today's social development. The author generalizes conceptual approaches to understanding

of the political communication from the philosophical, political, and psychological points of view. Political and cultural determinants and political and psychological foundations of political communication are denoted.

A conception of political communication development, based on the classic theory of communication, which essence is revealed in the process of modern political science discourse and its practical implementation during cultural and value transformation of a society. Main characteristics of its components like symbolism, nonverbal language, theatricality in politics, technologization of thinking, rationalization of consciousness which are the parts of efficient modern political communication are identified.

The relationship between societal-existential capital of political communication and methods of its implementation is analyzed considering the value bases. The model of effective political communication in the system «managerial elite-citizens» is offered. It includes interrelated elements: an objective — the best political technologies – symbolization of political communication space — rationalization of bilateral relations — improvement of the culture level and consciousness of the participants.

Keywords: political communication, political culture, political consciousness, political ideology, technologization of thinking, political values, societal-existential capital, political symbolism, the efficiency of political communication.