

УДК: 659.441 : 321.02

## Вплив PR-технологій на функціонування політичної системи

Лілія Хорішко,  
кандидат політичних наук,  
доцент кафедри політології  
Запорізького національного університету

*Акцентовано увагу на комунікативному аспекті функціонування політичної системи, що впливає на її загальну ефективність. Визначено поняття та основні види PR-технологій. Конкретизовано етапи функціонування політичної системи та визначено роль PR-технологій на кожному з них в контексті певної моделі PR-практик.*

**Ключові слова:** комунікація, модель PR-практики, політична система, PR-технологія.

*The author focuses attention on the communicative aspect of the political system's functioning that influences its general efficiency. The concept and basic kinds of PR-technologies are defined. The author concretizes stages of the political system's functioning and defines the role of PR-technologies on each of them in a context of the certain PR-practice model.*

**Keywords:** communication, PR-practice model, political system, PR-technology.

В сучасних умовах процеси структурно-змістовного перетворення політичної системи, спрямовані на розкриття всіх її потенційних можливостей, забезпечення розвитку соціально-правової держави та сприяння становленню громадянського суспільства. Ефективність модернізації політичної системи значною мірою залежить від чітко сформульованих цілей та конкретизації процедури здійснення діяльності політичними суб'єктами. Саме вони (політична еліта, політичні партії), виходячи з притаманних їм функцій, виступають носіями конкретних програм та інноваційних ідей, направлених на реформування політичної системи з метою адекватного її реагування на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища. Результативність даної діяльності залежить від конкретного набору технологій, які дозволяють реалізовувати програми та ідеї на практиці, враховуючи при цьому закономірності функціонування політичної системи.

Водночас, не слід забувати про важливість налагодження взаємодії між самими політичними суб'єктами в процесі реалізації власних функцій та суспільством, оскільки дане взаєморозуміння є основою впровадження ефективної політики. Відповідно, оптимізація функціонування політичної системи обумовлюється необхідністю використання соціально-комунікативних технологій, які направлені на формування двосторонніх комунікацій між політичними суб'єктами та громадянським суспільством, сприяючи досягненню політичного результату на основі партнерства та високого рівня довіри. PR-технології виступають одним із основних видів соціально-комунікативних технологій, а тому це актуалізує потребу дослідження їх впливу на функціонування політичної системи. Поставлена мета даної наукової розвідки передбачає виконання наступних завдань: визначення поняття та особливостей PR-технологій, розкриття їх впливу на функціонування політичної системи. Дослідження політичних систем та процесів взаємодії її структурних елементів досить актуальна проблематика наукових розвідок таких вчених, як Д. Істон, Г. Алмонд, М. Грацьов. Вивчення сутності та особливостей практичного застосування соціально-комунікативних технологій та PR-технологій, зокрема, можна знайти у працях Д. Аксеновського, Д. Гаври, В. Кузнецова, П. Лазерсфельда. Водночас, в даних роботах не акцентується увага на ролі PR-технологій у функціонуванні політичної системи.

Політичну систему можна розглядати як сукупність політичних позицій, взаємодій між ними, конкретних способів реагування на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища. На думку Д. Істона, зовнішнє середовище політичної системи можна розглядати як взаємодію інтрасоцієтальної (культура, економіка, соціальна структура) та екстрасоцієтальної (функціональні складові міжнародного співтовариства) складових. Взаємодію системи з даним середовищем вчений розглядає за допомогою понять "вхід" (вимоги та підтримка) та "вихід" (конкретні

рішення та дії). Виходячи з цього, політична система пропонує суспільству певні цінності та прагне закріпити їх у масовій свідомості. Це дає їй можливість амортизувати зовнішні впливи, трансформуючи при цьому оточуюче середовище за допомогою конкретних способів ефективної двохсторонньої взаємодії та обміну інформацією [5]. Отож, Д. Істон вказував на важливість зворотного зв'язку між політичною системою та суспільством, що істотно впливає на процеси її модернізації та сприяє адаптації в глобальному просторі.

Водночас, Г.Алмонд акцентував увагу на комунікативних процесах внутрішнього середовища політичної системи, активними учасниками яких виступають специфічні ролі та структури, рольові обов'язки та політичні рішення. Саме конкретні структури, зміст діяльності яких обумовлюється рольовими обов'язками, визначають формальні та неформальні взаємодії, що впливають на формування політичної культури, яка виступає основним фактором інтеграції та мобілізації суспільства [2].

Відповідно, ефективність функціонування політичної системи залежить від інтенсивності циркуляції політичної інформації між структурними підсистемами, зовнішнім середовищем та наявності зворотного зв'язку. Низький рівень комунікації зумовлює невисокий ступінь адаптації політичної системи до викликів середовища та провокує зниження рівня довіри громадян до діяльності владних структур. Загалом, в рамках політичної системи процеси комунікації мають наступні характеристики: ініціюються політичними суб'єктами; спрямовані на досягнення конкретних політичних цілей; масовість, що передбачає залучення різних каналів комунікації; мають високий ступінь суспільної легітимності [4]. Отож, використання PR-технологій може сприяти посиленню ступеня комунікативної взаємодії в рамках політичної системи.

На думку В. Кузнецова, PR-технології можна розглядати як сукупність прийомів та способів діяльності по організації взаємодії з громадськістю, що направлена на оптимізацію реалізації цілей та завдань суб'єкта управління в конкретному просторі та часі. Особливості формування та використання даних технологій в рамках політичної системи можна розглянути, виокремивши структурний, часовий та процесуальний аспекти. Структурний аспект вказує на необхідність виділення комунікативного аспекту проблемної політичної ситуації, пошук алгоритму її вирішення, що узгоджується з процесом управління даною ситуацією, загалом. Часовий аспект конкретизує відповідність конкретному проміжку часу обраної PR-технології та доцільність її застосування в межах визначеної підсистеми. Третій аспект формує процедуру застосування обраних технологій з метою оптимізації функціонування політичної системи [6, с. 135-136].

Загалом, PR-технологію можна представити як сукупність послідовних дій: дослідження, тобто постановка проблеми, визначення мети та завдання, конкретизація цільових груп та каналів інформування;

діяльність, тобто визначення основних етапів вирішення проблеми, конкретизація форматів звернень та акцій, формування бюджету проекту; комунікація, тобто практична реалізація запланованих дій з метою впливу на цільові групи громадськості; оцінювання, тобто моніторинг діяльності на всіх етапах реалізації проекту, ефективність прийнятих рішень та рекомендації на перспективу.

PR-технології мають також свої особливості: спрямовані на конкретизацію для суспільства додаткових аргументів конкуруючої пропозиції, що обумовлені значимими для нього культурними, соціальними, гуманітарними та екологічними цінностями; надання можливості громадськості формувати власне уявлення про PR-об'єкт, на основі вибору домінуючих цінностей; вплив на емоції та переживання з метою здійснення вибору дозволяє зберегти впевненість у власному виборі та корисності зробленої дії; постійність процесу донесення конкурентних переваг та вплив на формування символічних цінностей, внаслідок споживання продукту чи послуги [1]. Загалом, PR-технології досить умовно можна поділити на дві взаємопов'язані групи: організаційні або неінформаційні, що направлені на організацію та проведення спеціальних PR-подій; інформаційні, що орієнтовані на взаємодію із ЗМІ [3].

На думку Дж. Грюнінга і Т. Ханта, конкретному етапу функціонування політичної системи притаманна особлива модель PR-практики, що характеризується застосуванням тих чи інших методів впливу на громадськість з метою інформування і заохочення до взаємодії. Прес-посередницька модель характеризується одностороннім інформаційним впливом на громадськість, що ініціюється суб'єктом прийняття рішення. Вона акцентує увагу на поширенні серед цільових груп цінностей, моделей поведінки, що відповідають лише інтересам політичного суб'єкта. За даних умов доцільно говорити про використання пропаганди та політичної реклами як методів впливу на масову свідомість та схилення до дії. Водночас, пропаганда передбачає розповсюдження простих, емоційно забарвлених гасел, спрямованих на зміну поведінки суспільних груп. Політична реклама, в свою чергу, функціонує в конкурентному комунікативному середовищі, що забезпечує можливість вибору запропонованої унікальної політичної пропозиції, наслідком якого є здійснення конкретної дії, наприклад, голосування на виборах. За таких умов, в політичній системі не достатньо чітко налагоджена взаємодія внутрішнього та зовнішнього середовища, оскільки громадськість позбавлена ініціативи та виступає лише споживачем запропонованої інформації або рішень. В контексті даної моделі більш доцільно говорити про застосування конкретного методу впливу, а не окремої PR-технології.

Модель суспільного інформування також спрямована на односторонній інформаційний вплив, але акцент робиться на поширенні достатньо правдивої інформації про діяльність політичних суб'єктів з метою формування позитивного іміджу серед громадськості. Дієвим, наприклад,

може бути створення прес-центру, який виконує функції швидкого інформування про найбільш значущі події, формує сприятливий інформаційний фон для реалізації запланованої стратегії політичного суб'єкта та налагодження взаємодії з різними групами внутрішньої та зовнішньої громадськості.

Двохстороння асиметрична модель передбачає наявність зворотного зв'язку між ініціатором комунікації та обраними цільовими групами. Для цього проводяться дослідження громадської думки, визначаються пріоритетні цінності та нори поведінки. Дана інформація використовується для формування конкретної PR-технології, що передбачає цілеспрямований вплив на громадськість з метою формування бажаної реакції на певний об'єкт чи дію.

Двохстороння симетрична модель PR-практики направлена на досягнення взаємовигідного порозуміння між громадськістю та конкретною організацією або суб'єктом. Вона не заперечує можливості використання інструментів впливу попередніх моделей, але спрямована на пошук конструктивного діалогу з громадськістю для досягнення стратегічних цілей суспільно-політичного розвитку. Застосування конкретних технологій PR-діяльності допомагає сформувати готовність суспільства до запропонованих органами влади чи політичними суб'єктами цінностей, норм поведінки, тим самим скерувати на відповідні дії. В рамках даної моделі можна говорити про використання інформаційних та організаційних PR-технологій. Перші зосереджують увагу на використанні ресурсного потенціалу ЗМІ для моніторингу настроїв громадськості, актуалізації проблем, вирішення яких знаходиться в компетенції конкретних політичних суб'єктів. Організаційні PR-технології направлені на дотримання процедури організації та проведення спеціальних PR-подій, метою яких є підвищення рівня довіри громадськості до конкретної організації чи суб'єкта, конкретизувавши її прагнення та дії щодо задоволення актуальних потреб та інтересів цієї самої громадськості [4].

Отож, політичну систему можна розглядати як об'єктивну реальність, що представлена у всій сукупності взаємодій та взаємовідносин з приводу завоювання, реалізації та утримання владних повноважень. Ефективність функціонування політичної системи, тобто виконання покладених на неї функцій залежить від налагодженої системи комунікацій між структурними підсистемами та суспільством, зокрема. На думку Д.Растоу, будь-яка політична система походить поетапний шлях трансформації до відповідного рівня демократичності [7, с. 5-15]. В ході даного процесу поступово формуються відповідні канали та моделі комунікації, що дозволяють ефективно збалансовувати функціонування зовнішнього та внутрішнього середовища політичної системи. На підготовчому етапі політичні суб'єкти та політично активна більшість суспільства мають досягти так званої "попередньої умови" здійснення перетворень, що включає в себе наявність національної єдності, усвідомлення власної

ідентичності та впевненості в необхідності конкретних змін. Отож, політична еліта, політичні партії мають не тільки взяти на себе ініціативу конкретних перетворень, але й донести до суспільства їх важливість. Відповідно, доцільним на даному етапі є поєднання моделі суспільного інформування та прес-посередницької моделі PR-практик. Використання політичної реклами для актуалізації унікальної політичної пропозиції (в даному випадку суспільно-політичні трансформації політичної системи), задіяність ресурсів письмової PR-комунікації та наявність активно діючих прес-служб дозволить сформувати позитивний інформаційний фон для реалізації запланованих стратегій та створить передумови для включення конкретних груп громадськості в даний процес.

Другий етап перетворень політичної системи пов'язаний з прийняттям свідомого рішення політичними суб'єктами про основні напрями, способи та методи реалізації запланованої стратегії, що має бути узгоджене з конкретними групами громадськості, що мають власні інтереси, цінності норми поведінки. Отож, на даному етапі досить важливо здійснювати моніторинг основних груп громадськості з метою врахування динаміки громадської думки стосовно відношення до ініційованих реформ, а за необхідності внести певні корективи. Використання двохсторонньої асиметричної моделі PR-практик спрямована перш за все на конкретизацію основних цінностей та інтересів груп громадськості, які поступово включаються в активну суспільно-політичну діяльність. Досить дієвою на даному етапі може бути технологія двохступінчатої комунікації, запропонована П. Лазерсфельдом. Вона акцентує увагу на пошуку "лідерів думок" для певної групи громадськості. Відповідно, саме вони завдяки власному авторитету та налагодженій системі між особистої комунікації доступно доносять потрібну інформацію та спонукають до дії власним прикладом.

На заключному етапі адаптації до проведених реформувань роль політичних суб'єктів полягає у формуванні ідеї "загального блага", яка підтримується дієвими суспільними організаціями, що разом з політичними партіями сприяють артикуляції та агрегації домінуючих цінностей, потреб, інтересів суспільства з метою швидкого реагування на існуючі проблеми та пошук шляхів їх вирішення. Відповідно до зазначених умов PR-технології виступають дієвим інструментом оптимізації комунікативного простору політичної системи, сприяючи формуванню стійкого зворотного зв'язку. Доцільним є поєднання організаційних та інформаційних PR-технологій, які дозволяють актуалізувати для громадян доцільність та довести дієвість пропонованих програм розвитку, тим самим сприяючи їх залученню до вирішення актуальних суспільно-політичних проблем. Наприклад, технологія конструювання інформаційного повідомлення передбачає чітке визначення мети комунікації, відбір конкретних повідомлень та використання різних прийомів їх переформатування (ігнорування, відволікаюча сенсація та інші), формування повідомлення з



акцентуванням уваги на доцільності, підкріпленій авторитетною оцінкою того чи іншого рішення, надання повідомленню потрібного символічного фону. Дана технологія може бути використана політичними суб'єктами для поширення важливої інформації, конкретизації поставлених цілей та досягнутих результатів з метою консолідації суспільства, спонукання до активної взаємодії. Важливою умовою її дієвості є усвідомлення адресата інформаційного впливу як партнера по взаємодії, направленої на досягнення взаємовигідного результату.

Технологія формування спеціальних PR-подій направлена на встановлення цілеспрямованої взаємодії з громадськістю, актуалізації для неї цінності, ідеї, символіки, програм політичних суб'єктів, що в сукупності складають змістовне наповнення їх діяльності. Дана технологія, наприклад, може активно використовуватися громадськими організаціями для актуалізації власних потреб, цінностей, виявлення актуальних проблем. Активна участь в організації конкретної події та налагодження комунікації із ЗМІ, органами державної влади сприятиме закріпленню на практиці демократичних принципів партнерської взаємодії. Це збільшить вплив громадських організацій на розробку і прийняття державно-політичних рішень, посилить роль громадського контролю за ефективністю їх практичної реалізації.

Отже, ефективність функціонування політичної системи значною мірою залежить від якісно організованих комунікацій її зовнішнього та внутрішнього середовища. В контексті внутрішніх комунікацій здійснюється обмін інформацією, ідеями, цінностями конкретних суб'єктів політичної діяльності, внаслідок чого відбувається формування програм та стратегій розвитку, що відповідають потребам суспільства та направлені на забезпечення якісних перетворень політичної системи, спрямованих на становлення правової, соціально-орієнтованої держави та громадянського суспільства. Зовнішні комунікації передбачають взаємодію між політичною системою та суспільством, що формується завдяки діяльності політичних партій, суспільно-політичних організацій, в ході якої відбувається артикуляція та агрегація інтересів основних груп громадськості. Відповідно, налагодження ефективної комунікації обумовлюється наявністю зворотного зв'язку між внутрішнім та зовнішнім середовищем політичної системи. Оптимізувати даний процес можна за допомогою PR-технологій, що виступають сукупністю прийомів та способів діяльності по організації взаємодії з громадськістю, що направлена на оптимізацію реалізації цілей та завдань суб'єкта управління в конкретному просторі та часі. В залежності від конкретного етапу функціонування політичної системи, доцільним є використання відповідної моделі PR-практик, яка акцентує увагу на певних PR-технологіях, направлених на активізацію громадськості стосовно усвідомлення запропонованих програм розвитку, можливостей активного включення (спільного з політичними суб'єктами) в діяльність для здійснення змістовних перетворень політичної системи.

Якість даних перетворень буде залежати від наявності атмосфери взаємовигідного партнерства між державою та суспільством.

### *Література:*

1. **Аксеновский Д.** PR для заказчика: принципы работы с PR-специалистом / Д. Аксеновский [Электронный ресурс]. – Режим доступа // <http://pr-axiz.okis.ru/index.html>
2. **Алмонд Г.** Гражданская культура. Политические установки и демократии пяти наций / Г. Алмонд [Электронный ресурс]. – Режим доступа // [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Hrestom/60.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Hrestom/60.php)
3. **Баражев В.** Организация и проведение PR-кампаний / В. Баражев, А. Малькевич [Электронный ресурс]. – Режим доступа // [http://fictionbook.ru/author/aleksandr\\_aleksandrovich\\_malkevich/organizaciya\\_i\\_provedenie\\_pr\\_kampaniyi\\_k/read\\_online.html?page=1](http://fictionbook.ru/author/aleksandr_aleksandrovich_malkevich/organizaciya_i_provedenie_pr_kampaniyi_k/read_online.html?page=1)
4. **Грачёв М.** Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Грачёв [Электронный ресурс]. – Режим доступа // [http://grachev62.narod.ru/Grachev/n56\\_04\\_12.htm](http://grachev62.narod.ru/Grachev/n56_04_12.htm).
5. **Истон Д.** Категории системного анализа политики / Д. Истон [Электронный ресурс]. – Режим доступа // [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/Hrestom/35.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Hrestom/35.php)
6. **Кузнецов В.** Связи с общественностью: теория и технологии / В. Кузнецов. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
7. **Растоу Д.** Переходы к демократии: попытка динамической модели / Д. Растоу // Полис. - 1996. - № 5. - С. 5-15.