

КОММУНИКАТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ УКРАИНЫ: ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Юрченко В. Э.

Харьковская областная организация Партии регионов, г. Харьков, ул. Скрипника, 4, e-mail viktoraiyu@mail.ru

В статье на примере деятельности политических партий и общественных организаций, действующих на территории Харьковской области, показано, что они являются проводниками различных коммуникативных механизмов в треугольнике «власть – общество – гражданин». Одновременно они сами выступают своеобразным «коммуникативным механизмом» взаимодействия территориальной общины и власти по различным направлениям жизнедеятельности: политической, социально-экономической, экологической, культурно-просветительской и т. п. Очевидно, что не все общественные организации активно влияют на власть и эффективно решают проблемы населения, но само их присутствие свидетельствует о развитии гражданского общества и гражданской инициативы в регионе. В статье обосновывается тезис, что использование коммуникативных механизмов в политической жизни различных регионов Украины прежде всего должно охватывать деятельность общественных организаций, взаимодействующих с органами власти, поскольку именно эта деятельность закладывает прочные основы для утверждения гражданского общества.

Ключевые слова: коммуникативные механизмы, гражданское общество, гражданская инициатива, политическая деятельность, общественная деятельность.

COMMUNICATION MECHANISMS IN THE SOCIAL AND POLITICAL SPHERE OF UKRAINE: TRENDS AND CHARACTERISTICS ILLUSTRATED BY THE CASE OF KHARKOV REGION

Yurchenko V. E.

Kharkiv regional organization of the Party of regions, Kharkiv, Skrypnyka Str., 4, e-mail viktoraiyu@mail.ru

This paper uses the case of political parties and non-governmental organizations operating in Kharkiv region to show that they serve as vehicles of various communication mechanisms in the “power-society-citizen” triangle. At the same time, they themselves are a kind of communication mechanism for communities and officials to interact with each other on different vital functions: political, social, economic, environmental, cultural, educational and so on. It is true that not all NGO’s influence the officials equally and solve the problems of the population effectively, but their mere presence indicates the development of civil society and civic initiatives in the region. The article explains the thesis that the use of communication mechanisms in political life of various regions of Ukraine should first involve the activities of non-governmental organizations co-operating with officials, as this kind of work lays a solid foundation for the establishment of a civil society.

Keywords: communication mechanisms, civil society, citizens’ initiative, political activities, social activities.

Введение

В транзитивном обществе внедрение коммуникативных механизмов в практику государственного управления может быть обеспечено только при условии преодоления в сознании субъектов управления стереотипа о власти как средства исключительно принуждения и насилия. Информационное общество создает благоприятные условия для формирования технологий управления нового поколения.

Осуществляя контроль власти, рекрутирование управленческих кадров, социализирующую и интеграционную функции, общественные организации обеспечивают успешность коммуникации между структурами государственного управления и гражданами,

способствуя превращению последних в активных субъектов политической жизни, в том числе – на региональном уровне.

Цель исследования

На примере Харьковской области показать действие коммуникативных механизмов в треугольнике «власть – общество – гражданин» в целях построения гражданского общества.

Изложение основного материала

Активизация использования коммуникативных механизмов (российских, западных, отечественных) украинскими политическими партиями во время выборов и в период между ними оказывает существенное влияние на государственное управление. С изобретением новых телекоммуникативных технологий (спутникового и кабельного телевидения, развитием Интернет) и их постепенным освоением течения избирательных кампаний начинается новый этап эволюции избирательных технологий – «цифровая эпоха». Для характеристики этого процесса на территории Харьковской области как составной части Украины следует прежде определить специфику отечественных политических партий.

К характерным чертам организационного построения и функционирования партий Украины А. Моисеева относит отсутствие профессионального партийного аппарата, способного овладевать информацией и применять современные политические технологии на практике. Партийный лидер из руководителя партии превращается в ее обладателя и успех партийной карьеры рядового функционера ставит в зависимость от личной приверженности, а не от общественного мнения и заслуг перед партией. Недостаточно детализированы нормы партийного строительства, практически невозможен контроль за выполнением партийных решений как со стороны общественности, так и со стороны рядовых членов партии. Это ограничивает вливания в партию инициативных, энергичных, высоконравственных кадров, не обеспечивает постоянной циркуляции, обновление кадрового потенциала [2, с. 66].

И. Полищук характеризует украинские партии как закрытые клубы партийной верхушки, которая самостоятельно решает, кого выдвигать на выборах, с кем и на каких условиях заключать союзы, какие вопросы поддержать при голосовании в парламенте и местных советах [7, с. 33].

Партии, участвующие в избирательном процессе, представляя власть, могут использовать административный ресурс. М. Бучин определяет его как наличие у субъекта избирательного процесса, в силу принадлежности к власти, дополнительных ресурсов, которые позволяют осуществлять законное / незаконное влияние на избирательный процесс и волеизъявление избирателей с целью достижения личных или групповых целей. Автор выделяет следующие виды админресурса: прямое административное давление на

избирателей, нарушения органами государственной власти избирательного законодательства; давление на конкурентов и тех, кто их поддерживает, использование админресурса для эффективного построения кандидатом от власти или провластной партией собственной избирательной кампании [1, с. 87].

Е. Радченко и В. Грищенко считают наиболее желательным для демократического общества применение коммуникативных технологий социального взаимодействия и социального диалога и партнерства. Примером может служить технология «социальных договоров». Ее можно рассматривать не только как форму социального взаимодействия, но и как инструмент корректировки гражданами политики как государства в целом, так и его отдельных регионов. Социальный договор предстает орудием демократизации избирательного процесса. Ведь с помощью выборов происходит фактическое согласование социальных запросов населения и политики государства через избрание электоратом тех сил, социально-экономические программы которых наиболее соответствуют электоральным ожиданиям общества. Желание быть избранным приводит к необходимости достижения партией или кандидатом обязательной консенсусности с соответствующим сегментом избирателей, заставляет депутатов или должностных лиц придерживаться указанных в социальном договоре (социальной составляющей предвыборной программы) обязательств, нести ответственность за состояние социального развития определенной территории, области, города. Стремление к власти и желание продлить свои властные полномочия заставляют чиновников отстаивать во властных институтах интересы избирателей, прежде всего социальные, как одни из самых главных [8, с. 55].

Сегодня коммуникативные средства политических сил в избирательной кампании более ориентированы на потребителя-избирателя, подстроены под его проблемы и интересы. Партийная конкуренция приобретает форму приспособления к предпочтениям избирателей, а не изменения их представлений. Е. Юрченко отмечает, что аналогичную эволюцию прошли и политические партии, которые являются одновременно субъектом и объектом избирательных технологий. Они проходят через стадию массовости (партии сторонников идеологии), всеохватывания (универсальности, партии тактических популистов) к кастомизации (партия строителей отношений). Внешняя ориентация универсальных партий на нужды избирателей не выходит за пределы понимания транзакций как разовой сделки и краткосрочного планирования политики, поэтому они становятся партиями тактических популистов, а не строителей политических отношений [10, с. 9].

Такие тенденции в применении украинскими политическими партиями коммуникативных механизмов наблюдаются и на Харьковщине. Подобные технологии имеют ситуативный, тактический характер, приобретая признаки манипулятивности, что

приводит к потере доверия избирателей к действенности партий, к неверию в возможность с помощью партий влиять на власть. В качестве примеров могут быть названы вопросы, вокруг которых шли дискуссии между конкурирующими политическими силами во время избирательных кампаний последних лет (вступление Украины в НАТО, введение второго государственного языка, статус воинов УПА) и которые отвлекали внимание избирателей от фактической неосуществимости задекларированных программных положений по решению острых социально-экономических проблем. Тем самым создается поле негативной коммуникации в треугольнике «общество – политические партии – власть».

Для достижения своей цели политические силы применяют все более изощренные технологии воздействия на сознание и поведение избирателей с целью заставить их действовать (или бездействовать) вопреки их собственным интересам [6, с. 146]. Исследуя различные формы современного манипулирования, Р. Гудин выделяет психологическую и рациональную модели. Суть психологической модели заключается в выборе определенных стимулов для приведения в действие тех психологических механизмов, которые способны вызвать желаемую для манипулятора реакцию. В рациональной модели манипулирование осуществляется с помощью обмана и вероломства.

Политическая реклама является дифференцированной, многоцелевой, многофункциональной коммуникативной технологией в условиях осуществления политического выбора. Особенности коммуникации в политической рекламе является то, что последняя, отражая сущность платформы определенных политических сил, направляет избирателей на их поддержку, формирует и внедряет в массовое сознание желаемые представления о характере этих сил, создает психологическую установку на голосование. Она осуществляет определенным образом направленную адресную связь между политическими силами и электоратом, используя предельно доступную для восприятия, понятную основной массе населения знаковую систему. Поэтому политическая реклама становится ретранслятором образов, символов, мифов, живущих и функционирующих в массовом сознании общества. Эффективная коммуникация в политической рекламе требует изучения общественного мнения, потребностей, мотиваций и предпочтений избирателей, определения целевых аудиторий. Как посредник между лидером и массой в политической коммуникации выступает имидж политика.

От других имиджевых технологий рекламу в системе государственно-управленческой коммуникации отличает то, что она прежде всего направлена на поддержку конкурентного характера взаимодействия коммуникатора и реципиента, воспроизводит ситуации выбора потребителями политической продукции. Структурный анализ компонентов политической рекламы как коммуникативной технологии позволяет выделить следующие ее

составляющие: субъект политической рекламы (претенденты на выборные должности, партии, общественно-политические движения, заинтересованные политические силы), объект политической рекламы (избиратели или их целевые группы), предмет политической рекламы (политические платформы, предвыборные программы, лица лидеров), цель политической рекламы (получение властных полномочий посредством избирательного процесса, формирование общественного мнения), средства политической рекламы (выступления на телевидении, публикации в СМИ, непосредственный контакт с избирателями, теледебаты, массовые акции, листовки, плакаты, рекламные клипы), прямые и обратные связи политической рекламы (зафиксированные электоральные настроения, источники тревог, симпатии, данные социологических опросов, отношение общественности к политической рекламе, к кандидатам) [4, с. 158].

Не менее важным в коммуникации «власть – общество – гражданин» представляется деятельность общественных организаций.

Так, например, в Харькове к известным общественным организациям относится, в частности, Институт социально-политических инициатив (ИСПИ) – беспартийная неправительственная организация, созданная в 2007 г. с целью содействия развитию гражданского общества. ИСПИ имеет целью способствовать внедрению в Украине европейских ценностей и стандартов, в частности, достижение европейского качества жизни. ИСПИ осуществляет свою деятельность во взаимодействии с органами государственной власти и местного самоуправления, предприятиями, учреждениями, организациями, общественными объединениями, международными организациями. В своей деятельности ИСПИ активно использует различные коммуникативные средства и технологии, которые осуществляют определенное влияние на общественно-политическую жизнь нашего региона. В частности, к важным проектам ИСПИ относятся: «Консультативная демократия», «Поддержка свободы слова в Украине», «Формирование новой политической элиты», «Развитие местных институтов самоорганизации гражданского общества», «Политиздат», «Общественная приемная», «Политическая гостиная Надежды Гончаровой», «Счастливая семья – стабильное государство». Средствами их реализации выступают общественные слушания, аналитические исследования, изучение общественного мнения, лоббистские кампании, создание телевизионных программ, консультативная, образовательная, тренинговая помощь политикам, юридическое сопровождение создания и регистрации местных органов самоорганизации населения, издание и распространение монографий, брошюр, буклетов, широкая публичная дискуссия, аналитические исследования, консультации, семинары. Так, в рамках программы «Школа политической элиты» предусмотрены встречи с выдающимися деятелями политической, экономической и

культурной жизни Харькова, региона, страны, участие в организации и проведении различных проектов под эгидой ИСПИ. Слушатели Школы проводят полномасштабные социологические исследования, организуют общественно-значимые акции с привлечением широких кругов населения, выступают на научно-экспертной площадке. Так, в частности, 1 декабря 2010 в ИСПИ состоялся круглый стол, темой которого было состояние украинского народовластия в контексте актуальных избирательных процессов. Задача этого мероприятия состояла в изучении текущего состояния народовластия в Украине и предсказания перспектив его развития, поиска инструментов эффективного действия украинского народовластия, усиление вовлеченности граждан в процессы управления государством через институт представительства [5].

В контексте рассмотрения коммуникативных технологий в политической жизни также представляет интерес деятельность такого объединения, как Союз Героев Украины, созданный в январе 2010 г. и не имеющий аналогов в Украине. Кроме распространения и пропаганды личного опыта успешной и честной деятельности, Союз Героев Украины намерен взять на себя функции организации, давать квалифицированные консультации властным, чиновничьим, производственным структурам и таким образом корректировать направление движения страны и влиять на государственное управление. На встрече с губернатором М. Добкиным 7 июля 2010 была достигнута договоренность о встрече членов Союза со студентами и школьниками в качестве составляющей нового формата воспитания подрастающего поколения на примере выдающихся земляков, а также по организации цикла телепередач о харьковчанах – Героях Украины. Членам Союза Героев Украины было предложено войти в региональный комитет по экономическим реформам и гуманитарный совет [3].

Влияние на решение местной власти со стороны граждан позволяет осуществлять и применения такой коммуникативной технологии, как общественные слушания. Так, 30 марта 2011 исполком Харьковского городского совета принял решение о проведении общегородских слушаний по вопросу строительства исследовательской ядерной установки. На этих слушаниях, состоявшихся 30 апреля 2011, было зарегистрировано 310 человек. В зале присутствовали главный государственный санитарный врач в Харьковской области Т. Колпакова, начальник ГУ МЧС Украины в Харьковской области В. Юрченко, начальник Государственного управления охраны окружающей природной среды в Харьковской области Г. Квартенко, представители СМИ, депутаты горсовета. Участники общественных слушаний рекомендовали Харьковскому горсовету и его исполнительным органам рассмотреть в соответствии с действующим законодательством вопрос о согласовании размещения на территории ННЦ «ХФТИ» исследовательской ядерной

установки [9]. По нашему мнению, общественные слушания могут быть отнесены к наиболее перспективным коммуникативным механизмам государственного управления на региональном уровне.

Выводы

Таким образом, современные демократические выборы и референдумы являются технологической формой коммуникации между гражданами и их группами, в ходе которой заключается условный социальный договор, достигается консенсус, обеспечивается консолидация общественных интересов через объединение усилий различных политических субъектов, способных эффективно использовать властный потенциал.

При формировании имиджа власти в странах, где строится информационное общество, принципиально новое значение приобретают средства массовой коммуникации (СМК) как механизм обеспечения общения и взаимного влияния власти и граждан, причем считается, что этот процесс наиболее эффективно происходит в режиме диалога. Различие между СМК и традиционными средствами отображения власти и ее должностных лиц заключается в различной численности аудитории, степени достоверности информации, ее оперативности, что позволяет определить СМК как наиболее влиятельный механизм формирования имиджа государственной власти и эффективное средство его корректировки. Однако в целом состояние политической коммуникации в постсоветских странах характеризуется элементами ангажированности, олигархизации, полностью не в состоянии удовлетворить потребности общества в качественной, полной, объективной информации как о политических событиях, так и о самих политиках, требует формирования для СМК новых гуманистических ориентиров.

Преодоление указанных проблем в политической жизни, на наш взгляд, возможно благодаря применению коммуникативных технологий, которые являются универсальными механизмами не только государственного управления, но и политической коммуникации на региональном уровне. К основным коммуникативным механизмам в политической жизни можно отнести: усиление влияния общественных организаций различной направленности на органы государственного управления, проведение общественных слушаний по важным местным проблемам, мониторинг деятельности партийных структур и результатов их работы как основы дальнейшей поддержки избирателей определенной политической силы, использование патронатной службы социального взаимодействия и социального диалога и партнерства (в частности, технологии "социальных договоров").

Таким образом, указанные коммуникативные механизмы имеют универсальный характер. По нашему мнению, они могут быть применены в различных регионах

Украины. Это должно способствовать дальнейшему развитию гражданского общества и демократизации политического пространства в Украине.

Список литературы

1. Бучин М. А. Адміністративний ресурс у виборчому процесі України / М. А. Бучин // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: зб. наук. праць. – Львів : Ін-т народознавства НАН України ; Ін-т українознавства НАН України, 2004. – Вип. 15. – С. 85–90.
2. Моїсеєва А. Політико-організаційні засади партійного будівництва в сучасній Україні: проблеми та перспективи / А. Моїсеєва // Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. – К.: Університет „Україна”, 2008. – № 1–2. – С. 64–67.
3. Павленко А. Герої України – справжній приклад для молоді / А. Павленко // Слобідський край. – 2010. – № 74. – 8 лип.
4. Пантелейчук І. В. Політична реклама в системі державно-управлінської комунікації / І. В. Пантелейчук // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. праць. – 2009. – № 1 (35). – С. 156–164.
5. Першого грудня відбулася Політична Вітальня Надії Гончарової [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ispi.com.ua/index.php?artid=66>.
6. Политология: [словарь-справочник] / М. А. Василик, М. С. Вершинин и др. – М.: Гардарики, 2001. – 328 с.
7. Поліщук І. Процес становлення багатопартійності в Україні: ретроспективний та політико-режимний аспекти / І. Поліщук // Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації. – К. : „Університет „Україна”, 2010. – № 3. – С. 29–34.
8. Радченко О. В. Соціальний договір як особлива форма організації держави та сучасна виборча технологія / О. В. Радченко, В. О. Грищенко // Суспільний діалог „народ-влада”: досвід Луганщини. – Луганськ: ВАТ „ЛОД”, 2003. – С. 34–57.
9. Харківська міськрада схвалила будівництво ядерної установки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unian.net/ukr/news/news-436553.html>.
10. Юрченко Є. О. Еволюція виборчих технологій у сучасному політичному процесі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 „Політичні інститути та процеси” / Є. О. Юрченко. – К.: Інститут держави і права імені В. М. Корещького НАН України, 2009. – 20 с.

Рецензенты:

Дзюндзюк В. Б., доктор наук по государственному управлению, профессор, заведующий кафедрой политологии и философии Харьковского регионального института государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины, г. Харьков.

Крюков А. И., доктор наук по государственному управлению, профессор, профессор кафедры политологии и философии Харьковского регионального института государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины, г. Харьков.