

Засоби масової комунікації політичних партій як складова відображення політичного процесу в Україні

А. І. Потіха

Науковий співробітник Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського Україна, Київ
Corresponding author. E-mail: pal56@ukr.net

Paper received 21.08.20; Accepted for publication 15.09.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-237VIII41-15>

Анотація. Проаналізовано вплив засобів масової комунікації політичних партій на формування політичних настроїв у суспільстві. Досліджено досвід вивчення і збереження інформації партійних засобів масової комунікації для подальшого використання в процесі вивчення становлення політичних систем і формування багатопартійних систем. Наголошується на особливостях функціонування ЗМК політичних партій в Україні в період 1991–2019 рр. Звертається увага на необхідності більш досконалого вивчення партійних видань, систематизації, опрацюванні в рамках науково-аналітичної діяльності.

Ключові слова: Засоби масової комунікації політичних партій.

Вступ. Сучасне суспільствосправедливо називають інформаційним, оскільки інформація стає чи не найважливішим чинником його функціонування. З огляду на це, вплив засобів масової комунікації (ЗМК) на формування громадської думки має тенденцію до зростання. В сьогоденнішніх умовах поряд з вже традиційними друкованими ЗМК стрімко розвиваються електронні ЗМК, що дає можливість більш оперативно поширювати інформацію і можливість її аналізувати для потреб суспільства.

За допомогою партійних ЗМК політичні партії вибудовують свій імідж, особливо, в контексті передвиборчої боротьби. Важливим є й комунікаційний імідж політичної партії, тобто образ партії як комунікатора, учасника інформаційно-комунікаційних обмінів. Для формування такого образу політики за допомогою ЗМК використовують як смисли, які продукуються і поширюються в партійних ЗМК, так і технології, які при цьому використовуються. Також важливими компонентами комунікаційного іміджу партії є налагодження механізму зворотного зв'язку з виборцями – відкритість її ЗМК, використання інтерактивних технологій.

Метою дослідження є вивчення засобів масової комунікації політичних партій як складової відображення політичного процесу в Україні в умовах світових глобальних процесів, а також особливості ідеологічної спрямованості партійних видань і їх вплив на свідомість виборців.

Короткий огляд публікацій по темі. Проблема впливу ЗМК на формування громадської думки і суспільну свідомість присвячені роботи таких науковців, як В. Зликов, Г. Осика, М. Присяжнюк, Г. Шиллер, М. Вершиніна, С. Туронка та багатьох інших науковців.

Серед праць, присвячених безпосередньо партійним ЗМК, цікавими є дослідження В. Георгієвської, В. Довгича, Р. Турія, Ю. Фінклера, П. Шевченка та інших.

Питання архівування бібліотеками інтернет-ресурсів ґрунтовно висвітлювалось в монографії В. О. Копанєвої «Бібліотека як центр збереження інформаційних ресурсів Інтернету» (К., 2009). За допомогою спеціальних програм зарубіжні бібліотеки мають можливість архівувати не лише окремі інтернет-ресурси, а цілі сегменти Інтернет-простору.

Результати та їх обговорення. В різних країнах ставлення до ЗМІ не однакове, але в основному збігається. Невід'ємною ознакою правової демократичної держави є забезпечення свободи слова громадян, право на висловлювання власної думки та позиції, право на отримання й поширення інформації без перешкод. Ще автор проекту Декларації незалежності США Т. Джефферсон, окреслюючи роль мас-медіа у розвитку держави, говорив, що якби перед ним стояв вибір: уряд без газет чи газети без уряду, – то він, безумовно, обрав би газети без уряду, оскільки без свободи слова суспільство може прийти до диктатури [4, с. 18].

Водночас давню традицію й характерний для суспільної практики різних країн має образ ЗМК як вираз напружених стосунків між різними політиками та між політиками і журналістами. «Промовистий приклад: колишній федеральний канцлер ФРН Гельмут Шмідт колись назвав представників преси “вуличними розбійниками”, а його наступник на посаді Гельмут Коль порівняв певні друковані видання з системою каналізації у Гамбурзі» [5, с. 123].

Зачасту ЗМК політичних партій створюють позитивний міф про діяльність політичної сили, яку вони представляють і навпаки – негативний про своїх опонентів. Щоб досягти такого ефекту політичне маніпулювання повинно здійснюватись системно, протягом тривалого часу і супроводжуватись систематичним впровадженням у масову свідомість соціально-політичних міфів – цілісного комплексу спрощеного відображення в суспільній та індивідуальній свідомості політичної реальності. Зазвичай завданням соціально-політичного міфу є спрощене пояснення складної політичної та соціально-економічної дійсності. «Люди стають жертвами міфів без серйозного опору. Вони переможені і підкорені ще до того, як виявляються здатними усвідомити, що ж насправді сталося... Наші сучасні політики прекрасно знають, щовеликими масами людей набагато легше керувати силою уяви, ніж грубою фізичною силою. І вони майстерно використовують це знання» [3].

Потенційні виборці завжди прагнуть правди, особливо якщо ця правда їм не подобається, і можуть ігнорувати очевидні, здавалося б, факти, якщо ті порушують комфортне світосприйняття. З іншого боку, неправдиві відомості, які вкладаються у вибудовану

раніше картину світу, можуть сприйматися цілком лояльно як такі, що насправді мали місце. Якщо користуватися лише одним джерелом інформації, яке подобається читачу, то він врешті-решт стає переконаним в правдивості запропонованої інформації і буде заперечувати іншу. Тільки твердження і повторення в змозі змагатися один з одним, оскільки мають в цьому випадку однакову силу.

Проте, ЗМК все ж мають більше позитиву і відіграють важливу роль в процесі становлення багатопартійної системи і розвитку суспільних відносин в усіх демократичних країнах та покращенні політичної комунікації. За визначенням В. Бебика, «політична комунікація є своєрідним соціально-інформаційним полем політики, що з'єднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність [1, с.144].

Важлива функція, що її виконують партії, – це вплив на формування громадської думки. При цьому є відмінність між оприлюдненою думкою та громадською думкою. Оприлюднена через ЗМК думка часто створює видимість, ніби вона відображає думку суспільства. Почасти це, можливо, й правильно, але претензії на загальність в цьому розумінні неправомірні. Звичайно, громадська думка перебуває під впливом ЗМК, різних партій та громадських спілок. При цьому виникає плюралістичне публічне змагання, і не лише під час виборчих кампаній. Україні, де відбуваються процеси трансформації, для партій (в першу чергу провладних) виявилось дуже не вигідним, коли до населення не надходила постійно та у широкому обсязі інформація про труднощі, перешкоди, небезпеку, також і про успіхи, перспективи й реальні строки проведення змін [5, с.14].

Брак потрібної інформації або переважання в інформаційному полі критичної інформації опонентів призводив до втрати підтримки партії з боку громадськості. Важливим інструментом привернення уваги потенційних споживачів інформації для партійних ЗМК є визначення порядку денного, тобто вибір тематичного наповнення. Цей вибір формується під впливом ідеологічних міркувань і завдань партійного керівництва, з одного боку, а з іншого – під впливом загальних законів функціонування будь-яких ЗМК, для яких найголовніше – увага аудиторії.

ЗМК політичних партій, зокрема преса є однією зі складових частин демократичного світобачення, а роль, яку вона відіграє у процесі демократичних перетворень, зокрема становлення багатопартійної системи, є набагато важливішою, ніж це може здатися на перший погляд.

Незважаючи на прискорений розвиток електронних ЗМК, преса залишається затребуваним інформаційним продуктом, особливо для старшого покоління. Така ситуація пов'язана зі специфікою викладу інформаційних матеріалів в друкованих виданнях – інформація в них подається в певному порядку і систематизується за певними принципами, до яких користувач звикає і згодом легко орієнтується у виданні.

Світова практика засвідчує, що добре продумана інформаційна політика різних політичних партій впливає на політичні процеси, які мають стратегічне значення. Для здійснення своїх стратегічних планів

політичні партії борються за владу, яка дає їм можливість проводити свою політику. Для України в 90-х роках XX століття характерним було зростання кількості партійних друкованих видань в різних регіонах. Можна прослідкувати зв'язок кількості партійних друкованих видань певної політичної сили з політичними настроями даного регіону. Проаналізувавши друковані видання політичних партій, які надходили до газетного фонду Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ), можна зробити висновок, що найбільш активно в цей період діяла Комуністична партія України (КПУ) і Народний Рух України (НРУ). При цьому в південних і східних областях, де були більш проросійські настрої домінували комуністи, а в західних областях НРУ.

В 90-х роках XX століття партійні друковані видання були головним засобом комунікації політичних партій. Вплив комуністів зростав в південних і східних регіонах. Зокрема, в Запорізькій області видавались 4 газети КПУ, 2 газети спільно КПУ-СПУ, 1 газета Партією комуністів більшовиків. Що стосується демократичного крила то тут видавались лише по одній назві газет Партія реформи й порядок (ПРП), Українська республіканська партія (УРП) і НРУ. В Херсонській області: КПУ – 3, СелПУ – 1, КУН – 1, НРУ – 2, СПУ – 1. Миколаївська область: КПУ – 3, СДПУ(о) – 1, ЛПУ – 1, АПУ – 1, НРУ – 1. Донецька область: КПУ – 4, ЛПУ – 2, СПУ – 3, КУН – 1, Яблуко – 1, Партія мусульман України – 1, Партія праці – 1, Партія «Справедливість» – 1. Харківська область: КПУ, АПУ, НРУ, Всеукраїнський союз робочих мали по одному виданню, НДП – 4, СПУ – 2. Одеська область: КПУ – 3, Партія більшовиків, ЛПУ, НДП, НРУ – по одному виданню. Луганська область: КПУ – 7, СПУ – 2, НРУ – 1, ДемПУ – 1. Автономна республіка Крим: КПУ – 7, Комуністична партія Криму – 8, РДК (русское движение Крыма) – 2, ЛПУ – 1, Партія економічного відродження Криму – 1, Російська партія Криму – 1, Комуністична партія робочих і селян (КПРС) – 1.

Натомість в західних областях домінували демократичні сили право-центристського спрямування. При цьому ліві партії також мали значні інформаційні ресурси в цьому регіоні. Львівська область: НРУ мала 6 партійних видань, СПУ – 2, ДемПУ – 1, СПУ – 1, СДПУ(о) – 1, УНП «Собор» – 1, Союз комуністів – 1, ОУН – 2, УНА – 1, КУН – 3, АПУ – 1, Союз офіцерів – 1, УРП-КУН – 1, Українська селянська демократична партія – 1. Івано-Франківська область: УРП – 1, КУН – 3, ДемПУ – 1, ОУН – 1, УХДП – 1, ЛПУ – 1, Державна самостійність і Українські націоналісти також мали по одному виданню. Рівненська область: НДП, КПУ, НРУ, КУН, ДемПУ всі мали по одному друкованому виданню. В інших областях України явної переваги якось політична сила не мала.

КПУ, СПУ і Селянська партія (СелПУ) виступали за Ради як найбільш демократичну форму влади, за багатокласну, соціально орієнтовану економіку, за те, щоб пріоритети в кредитно-фінансовій сфері віддати державним структурам, а не комерційним.

Вони проти приватної власності на землю. Передвиборча платформа КПУ містила й більш радикальні положення – відновлення управління економікою;

перехід на лімітований розподіл мінімуму товарів першої необхідності; відновлення зруйнованих зв'язків із Росією та іншими колишніми союзними республіками. Саме ці політичні сили мали підтримку виборців на Сході й Півдні України, частково в центральних регіонах.

Соціал-демократичний напрям представляли Соціал-демократична партія України (СДПУ), Українська соціал-демократична партія України (УСДП), Українська партія справедливості (УПС) та деякі інші. Ці партії виступали за побудову демократичної правової держави і громадянського суспільства з широким регіональним самоврядуванням та децентралізованою структурою влади. Базовими цінностями проголошувалися свобода, справедливість, солідарність. Основу економічної демократії вони вбачали в плюралізмі основних форм власності – приватної, кооперативної, акціонерної.

Центристський напрям представляли – Партія демократичного відродження України (ПДВУ), Ліберально-демократична партія України (ЛДПУ), Ліберальна партія України (ЛПУ), Всеукраїнське об'єднання «Громада», Партія економічного відродження (ПЕВ), а також передвиборчий блок «Міжрегіональний блок реформ» (МБР). Центристи виступали за будівництво багатокласної економіки, в основі якої лежить приватна власність, за приватизацію в економіці та сільському господарстві; підтримували розвиток фермерства, малого і середнього бізнесу, зниження податково тягаря.

Народний рух України, Республіканська партія України, Християнсько-демократична партія України, Демократична партія України, Партія зелених України представляли націонал-демократичний напрям. Вони виступали за єдність прав нації і прав людини, за інтеграцію України в європейські структури. Економічна платформа націонал-демократів базувалася на визнанні приватної власності як основи економічної незалежності і політичної свободи людини.

Важливу роль в пропаганді ідей політичних партій відігравли ЗМК політичних партій, зокрема газети. Вибори 1994 року показали значний вплив партій «лівого» спрямування, зокрема комуністів. Після кількох етапів голосування комуністи отримали 89 місць у Верховній Раді, АПУ – 23, НРУ – 26, СПУ – 17, СелПУ – 18, УРП – 9, КУН – 6, НДП – 14, ХДП – 10, ПСПУ – 2, СДПУ(о) – 1, Партія праці – 2, Партія демократичного відродження України – 3, ДПУ – 4, СДПУ – 2, Громадянський конгрес України – 2, Українська консервативно-республіканська партія – 1.

29 березня 1998 р. в Україні відбулися чергові вибори до Верховної Ради. На депутатські місця претендували 30 політичних партій і виборчих блоків, але тільки 8 з них подолали 4% рубіж голосів, що дало їм право на участь у розподілі депутатських мандатів. Серед них: Компартія України – 84 мандати; Народний Рух – 32; Виборчий блок СПУ та СелПУ – 29; Партія зелених – 19; НДП – 17; Громада – 16; ПСПУ – 14; СДПУ(о) – 14. Решту місць отримали депутати, обрані в одномандатних виборчих округах [2].

Під час виборів 2002 року з 33-х політичних партій і блоків, які брали участь у виборах, 6 партій пройшли

встановлений 4% бар'єр і зарезервували місця у парламенті: Блок Віктора Ющенка «Наша Україна» – 23,57%, Комуністична партія України – 19,98%, За єдину Україну! – 11,77%, Блок Юлії Тимошенко – 7,26%, Соціалістична партія України – 6,87%, Соціал-демократична партія України (об'єднана) – 6,27%.

При цьому західні області та північні області віддали перевагу блоку «Наша Україна», Південні та східні регіони – Комуністичній партії України, Донецька область віддала перевагу блоку «За єдину Україну!», Соціалісти мали перевагу у ряді районів Полтавської та Черкаської областей.

З 2002 року швидкими темпами в Україні, як і в усьому світі, зростає роль Інтернет ресурсу. Політичні партії створюють свої сайти і користуються сторінками в соціальних мережах. Світовий досвід показує, що це найбільш зручна форма поширення інформації. Її можна поширювати швидко, на широкому просторі і мати зворотній зв'язок.

Більшість політичних партій включилися у цей процес. Комуністи швидко зорієнтувались і створили свої сайти в усіх регіонах України. Проте продовжували видавати друковані газети і їх аналоги в електронному варіанті. Не дивлячись на те, що вони брали участь в діяльності державних інститутів (Верховна Рада, іноді в урядових структурах, в місцевих органах влади) комуністи критикували соціально-економічну політику влади і ще більше критикували представників правих сил – «націоналістів». Публікації на сторінках партійних видань були насичені пропагандистськими матеріалами, які закликали до зближення з Росією, заперечували співробітництво з МВФ, критикували реформи, які намагалась проводити влада, та націоналістів. Характерні назви інформаційних матеріалів: «Спасти український ВПК может только Таможенный союз», «Таможенный союз – единственная оставшаяся точка опоры» «Советы МВФ превратят Украину в Сомали», «К равенству и братству – со «Свободой»?» тощо.

Партія регіонів, яка в цей час набирала сили, як і комуністична створювали свої сайти в усіх регіонах, мали електронні і друковані версії газет. Широко використовували соціальні мережі.

Інші політичні партії також стали використовувати Інтернет для поширення інформації про свою діяльність. Щоправда виборці старшого покоління більше стали орієнтуватись на телебачення.

За результатами виборів 2006 року Партія регіонів отримала 186 мандатів, Блок Юлії Тимошенко – 129, «Народний союз Наша Україна» – 81, Соціалістична партія України – 33, Комуністична партія України – 21.

Дострокові парламентські вибори 2007 року значних змін в розстановку політичних сил не принесли. Партія регіонів отримала 34,37% голосів виборців, Блок Юлії Тимошенко – 30,72%, Наша Україна – Народна самооборона – 14,16%, КПУ 5,39%, Соціалістична партія України – 5,69%.

2012 рік Партія регіонів – 30%, Батьківщина (включно із Об'єднаною опозицією) – 25,55%, Український Демократичний Альянс за Реформи (УДАР) – 13,97%, Комуністична партія України – 13,18%, Свобода – 10,45%.

Ситуація різко змінилася в 2014 році. Після «Революції гідності» була заборонена КПУ, зникла з політичної арени Партія регіонів. До влади прийшли інші політичні сили, які переважно використовували електронні ресурси, пропагуючи свої ідеї й плани.

Проте в 2019 році на парламентських виборах перемогла партія «Слуга народу», яка майже не використовувала свої партійні видання (в основному соціальні мережі) та телебачення. Використавши критику влади і нічого надзвичайного не запропонувавши «Слуга народу» отримала більшість у Верховній Раді. Цей феномен буде досліджено вітчизняними і зарубіжними фахівцями.

Висновки. Отже, ЗМК політичних партій продовжують відігравати важливу роль в суспільно-політичних процесах. Інформація, яку вони поширюють може бути важливою для дослідників сучасних глобальних процесів, як в Україні так і в інших країнах.

Досконало вивчити всю інформацію партійних ви-

дань досить складно, адже вона перенасичена фактами, які не завжди достовірні. Розібратися в цій інформації, порівняти з іншою і проаналізувати її можуть досвідчені експерти і аналітики. В таких умовах зростає роль інформаційно-аналітичних служб, які еволюціонують у напрямі подальшої спеціалізації, дедалі більше перетворюючись на своєрідні дослідницькі центри, здатні фахово вивчати і опрацьовувати інформацію, яку поширюють ЗМК.

Ймовірність впливу партійних ЗМК залишається актуальним і потребує вивчення. Інформація друкованих видань доступна пересічним читачам і дослідникам. Значно складніше досліджувати і зберігати інформацію електронних ресурсів. Ці проблеми намагаються вирішувати аналітичні служби бібліотек. Саме вони аналізують інформацію партійних ЗМК і на основі цього створюють бази даних. Окрім цього консолідована інформація підготовлена інформаційно-аналітичними службами бібліотек також може бути використана дослідниками.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік релішнз / В.М.Бебик. - К.: МАУП, 2005. - 440 с.
2. Вибори до Верховної Ради 1998 р. URL: https://pidruchniki.com/12191010/istoriya/vibori_verhovnoyi_radi_1998_r
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. URL: <http://www.milogiya2007.ru/manipulator1.htm>.
4. Кін Д. Мас-медіа і демократія / Д. Кін; пер. з англ.: О. Гриценко, Н. Гончаренко. Київ: К.І.С., 1999. - 134 с.
5. Політичні партії в демократичному суспільстві / упоряд.: Й. Тезінг, В. Гофмайстер. Київ, 1997. – 126 с.

REFERENCES

1. Bebyk, V. (2005), Information and communication management in global society: psychology, technology, technology of public relations. MAUP, Kyiv, 440 p.
2. Elections to the Verkhovna Rada of 1998. URL: https://pidruchniki.com/12191010/istoriya/vibori_verhovnoyi_radi_1998_r
3. Kara-Murza, S. Manipulation of consciousness. URL: <http://www.milogiya2007.ru/manipulator1.htm>.
4. Keane, D. Mass media and democracy. (1999). / Keane, D.; lane. from English: Gritsenko, O., Goncharenko, N. Kyiv: KIS, 134 p.
5. Political parties in a democratic society. (1997). / ed.: Tezing, J., Hoffmeister, V. Kyiv, 126 p.

Mass media of political parties as a component of reflecting the political process in Ukraine

A. Potikha

Abstract. The influence of mass media of political parties on the formation of political sentiments in society is analyzed. The experience of studying and storing information of party mass media for further use in the process of studying the formation of political systems and the formation of multiparty systems is studied. Emphasis is placed on the peculiarities of the functioning of the mass media of political parties in Ukraine in the period 1991–2019. Attention is drawn to the need for a better study of party publications, systematization, elaboration in the framework of scientific and analytical activities.

Keywords: Mass media of political parties, study and preservation of party publications.