

## ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ В УМОВАХ КРИЗИ (НА ПРИКЛАДІ ПОДІЙ В УКРАЇНІ КІНЦЯ 2013 Р. – ПОЧАТКУ 2014 Р.)

*Статтю присвячено питанням здійснення політичної комунікації. Наголошено на виключній ролі політичної комунікації в умовах кризових ситуацій. Виявлено її особливості в період розгортання криз. Узагальнено основні види криз. Описано потенціал політичної комунікації для подолання кризових явищ і налагодження зв'язку між політичною елітою й громадою.*

**Ключові слова:** політична комунікація, криза, кризова ситуація, кризове явище.

### I. Вступ

Категорія «політична комунікація» – явище складне й багатогранне. Для пізнання сутнісних характеристик цього терміна на нього звертають увагу фахівці різних галузей: від політологів до соціологів; від спеціалістів у сфері мас-медіа до державних менеджерів; від істориків до юристів тощо. В умовах кризи політична комунікація змінюється, набуває нових рис і характеристик. У XXI ст., враховуючи світові глобалізаційні процеси, інформаційний сплеск, науково-технічний прогрес, спілкування між органами влади та громадянами країни переважно відбувається за допомогою електронних мас-медіа і соціальних мереж в Інтернеті. Адже саме ці засоби масової комунікації (ЗМК) володіють такими необхідними в період розгортання будь-якого виду кризи визначальними характеристиками, як оперативність, охоплення й інформування в найкоротші терміни великої кількості людей. Для того, щоб виявити параметри, властиві політичній комунікації в кризових ситуаціях, необхідно дослідити теоретичне підґрунтя теми, а також проаналізувати, як на практиці втілюється спілкування між представниками державних інституцій і громадянами.

Увагу масовим комунікаціям у своїх дослідженнях приділяють такі українські науковці, як: В. Іванов, С. Квіт, Г. Почепцов, В. Різун та ін. Перші ґрунтовні розробки щодо політико-комунікаційних процесів знаходимо в працях Ю. Габермаса, К. Дойча, Ж.-М. Коттре, П. Лазарсфельда, Г. Лассвела. Пізніші напрацювання в царині політичної комунікації належать перу як закордонних авторів (К. Брантс, К. Волтмер, Б. МакНейра, Р. Перлоффа), так і українських (С. Денисюк, Н. Островської, О. Сищука, Ю. Тищенко). Проблематика антикризового менеджменту й антикризових комунікацій стала предметом наукового пошуку М. Зубаревої, О. Карпенко, В. Королька, О. Мельниченка, Г. Почепцова. Політичну комунікацію як інструмент подолання кризових явищ розглядає В. Ковалевський; комунікаційну політику в умовах політичної кризи аналізує О. Кудіна; особливості політичної комунікації в умовах українських внутрішньодержавних криз досліджує Н. Яковлева.

### II. Постановка завдання і методи

Мета статті полягає у визначенні характеристик політичної комунікації в умовах кризових ситуацій. Ураховуючи окреслену мету, необхідно вирішити такі завдання: визначити термінологічну базу дослідження, а саме дати характеристику поняттям «політична комунікація», «криза», «кризова ситуація», «кризові явища», «політична криза», «економічна криза» тощо; дослідити механізми здійснення політичної комунікації в умовах кризи.

Під час дослідження використано такі загальнонаукові методи: аналіз – на етапі визначення складових процесу політичної комунікації; порівняння – під час зіставлення ключових елементів політичної комунікації з метою встановлення схожості чи відмінності між ними; аналогія – для встановлення відповідності поглядів на термінологічний апарат дослідження.

### III. Результати

Політичну комунікацію вивчало чимало закордонних і українських дослідників. У науковій літературі представлені різноманітні погляди на природу цього явища.

В Оксфордському довіднику політичної комунікації [13, с. 4–5] подано декілька визначень поняття «політична комунікація», які запропонували Американська асоціація політичних наук, Міжнародна асоціація комунікації й Національна асоціація комунікацій відповідно:

– створення, формування, поширення, обробка та вплив інформації в межах політичної системи – як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні – урядами, іншими установами, групами чи окремими особами;

– взаємодія комунікації та політики, включаючи спілкування, що відбувається між громадянами, між громадянами та їх урядами, а також серед посадових осіб урядів;

– комунікативна діяльність громадян, окремих політичних діячів, державних і урядових інституцій, засобів масової інформації, політичних кампаній, груп пропаганди та соціальних рухів.

Зокрема, Ю. Тищенко говорить про системний характер політичної комунікації. Дослідниця зазначає, що це – процес, який охоплює політичну сферу життя людей і завдяки якому відбувається спілкування між інститутами влади, громадськими об'єднаннями, політичними партіями, посадовими особами й населенням. У підсумку налагоджені відносини між зазначеними суб'єктами політичної системи сприяють узаконенню політичних утворень у громаді, є способом інституалізації демократії [10, с. 10].

Український політолог В. Бебик погоджується з французьким соціологом і політиком Р.-Ж. Шварценбергом і визначає політичну комунікацію як процес передачі політичної інформації, що функціонує між частинами політичної системи, між політичними структурами, суспільними групами та індивідами. Причому існування, розвиток і функціонування політичної комунікації залежать від можливостей політичної системи. Існує прямий зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства, технічним рівнем передачі інформації, ідеологією політичної системи та еволюцією структур політичної комунікації [1, с. 291]. Враховуючи вищезазначене, можна дійти висновку, що, чим більше розгалужена система засобів масової комунікації, тим краще налагоджений процес передачі політичної інформації між суб'єктами політичної системи. Також необхідно зауважити, що сам тільки кількісний показник наявності ЗМІ в окремій країні не може бути підставою для оцінки гармонійного двостороннього процесу комунікації між владою і громадою або всередині спільностей. Необхідно, щоб мас-медіа, які є каналом для передачі політичної інформації, були незалежними (за винятком державних і комунальних ЗМК, які перебувають під впливом урядових установ) і будували свою діяльність на принципах об'єктивності й плюралізму.

Д. Товмаш тлумачить політичну комунікацію як відображення політичної сфери життя суспільства, певні символи, що слугують основою для ідентифікації політичних об'єктів у свідомості людини. У процесі реалізації політичної комунікації відбувається цілеспрямована передача повідомлень, що формуються з політичних символів, притаманних конкретному середовищу, та зворотна реакція, відповідно до якої може формуватися нове повідомлення, що виникає з метою заволодіння, утримання владних повноважень у суспільстві [12].

Серед основних функцій політичної комунікації можна виділити такі [1, с. 296]:

- поширення ідейно-політичних цінностей, знань, політичної інформації;
- формування політичної свідомості;
- поширення норм політичної культури, здійснення політико-культурного обміну, розвиток політичної культури суб'єктів політики (індивідів, груп, політичних структур);
- інтеграція та регулювання політичних відносин;
- підготовка та сприяння громадськості до участі в політичній діяльності.

У кризовий для будь-якої держави період реалізація головних функцій політичної комунікації або передача політичної інформації звичними каналами поширення може бути порушена або зазнати змін. Досліджуючи особливості здійснення політичної комунікації в добу криз, необхідно дати визначення основним поняттям. За тлумачним словником, криза – це «надскладне становище, занепад, загострення ситуації. Може бути економічна, політична, урядова, енергетична, соціальна тощо» [2, с. 171]. Також кризу визначають як об'єктивний процес якісних та кількісних змін, які часто призводять до потенційно негативних результатів у разі неспроможності суб'єкта адаптуватися до нових умов та розвиватися або, при успішному управлінні, до позитивної діяльності організації [11, с. 124].

Під кризовим явищем можна розуміти погіршення певних показників функціонування підприємства або держави, які мають негативний вплив на процеси життєдіяльності всередині [4, с. 211]. Відповідно до Закону України «Про Раду національної безпеки і оборони України», кризова ситуація – це «крайне загострення протиріч, гостра дестабілізація становища в будь-якій сфері діяльності, регіоні, країні» [9]. Для кризових ситуацій завжди характерне порушення звичних умов життєдіяльності на певній території або в державі загалом [3, с. 118]. У кризових ситуаціях, за наявності багатьох стимулювальних факторів, відбувається швидка реструктуризація соціального організму. Утрата старих та наявність нових можливостей спонукають до виходу на поле суспільного життя найбільш енергійних і діяльних об'єднань та індивідів. Під час кризових змін може виникнути сприятлива ситуація, коли ті елементи, що не відповідають вимогам часу, змушені зійти з арени політичного життя [5, с. 35].

Також необхідно пам'ятати, що кризова ситуація відзначається декількома умовами, у яких розгортається комунікація: неконтрольованість – часто складно передбачити наслідки дій; зміщення в бік базисних потреб – фізіологічних і потреб у безпеці; зростання значення інформації та інтерпретації подій; зміна каналів інформації та зростання ролі неофіційних каналів у порівнянні з офіційними [8, с. 163]. Антикризові комунікації мають урахувувати масовість, ірраціональність, недовіру політичного комунікативного поля та, при продукуванні повідомлень від представників влади до громадян, брати за основу принципи наочності, пояснення, доступності, оперативності й об'єктивності, репрезентативності (перед суспільством мають звітувати перші осо-

би) [8, с. 164]. Отже, незважаючи на можливі позитивні чи негативні наслідки розгортання кризових ситуацій, сталим залишається показник зміни звичного порядку функціонування окремих груп суспільства або держави загалом. Під ці пертурбації підпадають і ЗМК як сполучна ланка в процесі передачі політичної інформації між політичними акторами, виборцями, громадянами.

Ті засоби масової комунікації, які вважають традиційними (друкована преса, радіо, телебачення), враховуючи науково-технічний прогрес, сьогодні є не єдиними каналами спуску політичних повідомлень по вертикалі від влади громадянам. Нині зазнають інформатизації всі галузі суспільно-політичного життя України, включаючи державні установи, які, відповідно до чинного законодавства, зобов'язані забезпечити громадянам доступ до публічної інформації. Інформаційні потоки трансформуються, також зазнає змін управління комунікацією в Мережі. До появи й активного розвитку Інтернету традиційні мас-медіа передбачали переважно одностороннє спілкування «небагатьох з багатьма». Нині цей процес видозмінився, позбувся однонаправленості, перетворився на комунікацію «одного з одним» або «багатьох з багатьма» [7, с. 241]. Нові способи поширення інформації політичними силами в мережі Інтернет мають підлаштовуватись під вимоги часу, ретельно підбирати мас-медіа, соціальні мережі для представлення своїх повідомлень, зважати на діалогічний характер комунікації, бути доступними для дискусії з нагальних питань, надавати громаді можливість брати участь з приводу низки державотворчих питань.

У науковій літературі зустрічаємо різні підходи до класифікації криз за різними критеріями та параметрами, наприклад, за причинами виникнення, масштабами, темпами розповсюдження тощо. З погляду дослідження політичної комунікації більш детально зупинимось на аналізі криз з позицій охоплення різнопланових сфер життя в країні.

Дослідниця антикризових PR-технологій М. Зубарева зазначає, що фахівець зі зв'язків з громадськістю залежно від галузі, в якій він працює, стикається з різними кризами: біржовою (масовий розпродаж акцій та облигацій на фондовій біржі, спричинений різким падінням курсу цінних паперів); валютною (різкі коливання валютних курсів); грошово-кредитною (порушення грошового обігу внаслідок інфляційних процесів у країні); екологічною (ситуація, що виникає в екологічних системах унаслідок порушення рівноваги під впливом стихійних природних явищ або внаслідок антропогенних факторів); економічною (відносно надвиробництво товарів, які не знаходять збуту через обмежений платоспроможний попит населення); фінансовою (розлад фінансової системи держави); політичною (неможливість узгоджених дій між політичними силами, наслідком чого є припинення всіх законотворчих процесів і ослаблення державного контролю); техногенною (ситуація, яка виникає внаслідок катастроф, стихійних лих, аварій або терористичних актів, і супроводжується руйнуваннями та людськими жертвами); інформаційною (ситуація, яка виникає внаслідок антропогенних факторів – катастроф, аварій або терористичних актів) [6, с. 6–7].

Екстраполюючи виокремлені типи криз на ситуацію, що склалася в Україні впродовж періоду кінця 2013–2014 рр., можна говорити про кризу політичну, адже саме в цей період чинний на той момент президент України В. Янукович віддає несумісні з місією голови держави накази розгону мирних протестів на Майдані Незалежності в м. Києві, розстрілу мітингувальників, він не спроможний виконувати свої обов'язки й залишає країну. На фоні кризи політичної розвиваються валютна, грошово-кредитна та фінансова кризи, ослаблюються позиції гривні щодо світових валют, зростають темпи девальвації, прогресують інфляційні процеси в державі, порушується фінансова рівновага тощо.

Кризові явища, які повсякчас виникають у суспільно-політичному житті, призводять до недовіри громадян до заяв офіційних комунікаторів. Суспільство опиняється в умовах, коли не зрозуміло, чиї повідомлення є правдивими, на яку інформацію можна покладатися. Ситуація загострюється з анексією Автономної Республіки Крим в лютому-березні та вторгненням Російської Федерації на територію Донецької й Луганської областей на Сході України в квітні 2014 р. Крім неможливості налагодження звичних інформаційних потоків між представниками влади й українцями, у зв'язку з відсутністю в країні гаранта державного суверенітету та територіальної цілісності, мешканці України зазнають пропагандистського впливу з боку сусідньої держави – дезінформаторів Кремля.

Здійснення ефективної політичної комунікації в умовах кризи (криз) вимагає низки заходів: підготовки публічної заяви комунікатора, що містить чітку позицію щодо ситуації; спростування інформації, що створює кризову ситуацію чи сприяє її поглибленню; налагодження активної співпраці зі ЗМІ, адже неконтрольовані інформаційні потоки можуть нагнати ситуацію й створювати нові проблемні ситуації для комунікатора; своєчасного забезпечення ЗМК та громадськості інформацією, тому що відсутність останньої може спричинити розповсюдження чуток, і як наслідок – ескалацію кризи; обрання кола спікерів, які надаватимуть інформацію ЗМК щодо кризи; аналіз особливостей аудиторії з метою підібрати засоби комунікації, які найбільше на неї вплинуть; інформаційної роботи не лише із зовнішньою аудиторією (суспільством), а й з внутрішньою (урядова комунікація); залучення зовнішніх експертів, думка яких буде авторитетною для аудиторії; кореляції інформаційної політики відповідно до змін у кризовій ситуації; створення но-

вих позитивних повідомлень, що зможуть відволікти населення від негативу та відновлять репутацію комунікатора [7, с. 241–242]. Позачергові президентські вибори в Україні 25 травня 2014 р. відбулись через 3 місяці після втечі В. Януковича до Російської Федерації. І, хоча 22 лютого того ж року виконувачем обов'язків Президента України було обрано О. Турчинова, на якого було покладено функцію основного комунікатора країни, адже він також очолював Верховну Раду України, був Головою Ради національної безпеки і оборони держави, тобто здійснював основні державно-керівні повноваження, не можна говорити про повноцінну злагоджену комунікацію між представниками законодавчої гілки влади й уряду з громадянами, враховуючи ескалацію криз у різних сферах життя українського суспільства.

#### IV. Висновки

Політична комунікація в кризовий період для держави передбачає утримання або налагодження звичних для країни інформаційних потоків, способів спілкування з громадою. Для зменшення наслідків кризових ситуацій вона має бути спрямована на підтримання постійного зв'язку між ланками державних інститутів і між представниками влади й суспільством. Для цього необхідно підтримувати тісні відносини з усіма ЗМК у державі, розуміти важливість постійного надходження правдивої інформації до аудиторії, вибираючи при цьому ті види мас-медіа, які матимуть найбільший масштаб охоплення й відповідатимуть уподобанням споживачів повідомлень.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі полягають у тому, що вивчення особливостей реалізації політичної комунікації в державі дасть змогу більш ефективно формувати політичні повідомлення, управляти розгортанням кризових ситуацій, зменшувати негативні наслідки криз, і це спонукатиме до гармонійного розвитку суспільства. Вивчення кризових комунікацій і планування комунікативних стратегій на загальнодержавному рівні в критичні для країни часи може стати предметом подальших наукових пошуків.

#### Список використаної літератури

1. Бебик В. М. Політологія для політика і громадянина : монографія. Київ, 2003. 424 с.
2. Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Тлумачний словник економіста. Київ, 2009. 264 с.
3. Гута С. С. Поняття «кризова ситуація, зумовлена воєнно-політичними чинниками», «воєнно-політична криза» в теорії державного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 116–120.
4. Даніч В. М. Визначення кризового стану підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 208–218.
5. Зоткін А. Внутрішня національна безпека України: випробування перманентною кризою. *Криза в Україні: зони ураження. Погляд соціологів*. Київ, 2010. С. 29–42.
6. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посібник. Острог, 2014. 162 с.
7. Кудіна О. А. Комунікаційна політика в умовах політичної кризи: антикризові заходи та особливості їх застосування. *Молодий вчений*. 2014. № 11 (14). С. 240–242.
8. Олещук П. Кризові комунікації у політичному дискурсі. *Освіта регіону. Політологія, психологія, комунікації*. 2013. № 3. С. 161–164.
9. Про Раду національної безпеки і оборони України : Закон України № 183/98-ВР від 5 березня 1998 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/183/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 17.04.2018).
10. Тищенко Ю. Моделі комунікацій політичних партій в Україні. *Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / Укр. незалеж. центр політ. дослідж.* Київ, 2010. С. 7–31.
11. Ткаченко А. М., Калюжна Ю. В. Криза: сутність, класифікація та причини виникнення. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. № 1 (2). С. 122–126.
12. Товмаш Д. А. Політична комунікація: сутність та специфіка. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія*. 2006. № 76–79. С. 96–97.
13. The Oxford Handbook of Political Communication / Kenski K. (ed.), Hall Jamieson K. (ed.). Oxford University Press, 2017.

#### References

1. Bebyk, V. M. (2003). Political Science for a Politician and a Citizen. Kyiv. (in Ukrainian).
2. Goncharov, S. M. (ed.), Kushnir, N. B. (ed.) (2009). Explanatory Dictionary of Economist. Kyiv. (in Ukrainian).
3. Guta, S. S. (2017). The Concept of the "Crisis Situation, Caused by Military-political Factors", "Military-political Crisis" in the Theory of State Administration. *Investments: Practice and Experience*, 7, 116–120. (in Ukrainian).
4. Danich, V. M. (2013). Determination of the Crisis Situation of the Enterprise. *Marketing and Innovation Management*, 4, 208–218. (in Ukrainian).
5. Zotkin, A. (2010). Internal National Security of Ukraine: Testing by Permanent Crisis. *The Crisis in Ukraine: the Zone of Defeat. The View of Sociologists*. Kyiv, 29–42. (in Ukrainian).
6. Zubareva, M. A. (2014). Applied Anti-crisis PR Technologies. Ostrog. (in Ukrainian).

7. Kudina, O. A. (2014). Communication Policy in a Political Crisis: Anti-crisis Measures and Peculiarities of their Application. *Young Scientist*, 11 (14), 240–242. (in Ukrainian).
8. Oleschuk, P. (2013). Crisis Communication in Political Discourse. *Education of the Region. Political Science, Psychology, Communication*, 3, 161–164. (in Ukrainian).
9. On the National Security and Defense Council of Ukraine: Law of Ukraine No. 183/98-VR dated 5.03.1998. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/183/98-%D0%B2%D1%80> (in Ukrainian).
10. Tishchenko, Y. (2010). Models of Communications of Political Parties in Ukraine. *Models of Political Communication: Political Parties and Civil Society*. Kyiv, 7–31. (in Ukrainian).
11. Tkachenko, A. M., Kalyuzhnaya, Yu. V. (2013). Crisis: the Nature, Classification and Causes of Occurrence. *Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property*, 1 (2), 122–126. (in Ukrainian).
12. Tovmash, D. A. (2006). Political Communication: Essence and Specificity. *Bulletin of the Kyiv Taras Shevchenko National University. Philosophy. Politology*, 76–79, 96–97. (in Ukrainian).
13. Kenski, K. (ed.), Hall Jamieson, K. (ed.) (2017). *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford University Press.

Стаття надійшла до редакції 22.04.2018.

---

**Лукач К. В. Политическая коммуникация в условиях кризиса (на примере событий в Украине конца 2013 г. – начала 2014 г.)**

*Статья посвящена вопросам осуществления политической коммуникации. Отмечена исключительная роль политической коммуникации в период кризисных ситуаций, исследованы ее особенности в условиях эскалации кризиса, обобщены основные виды кризисов. Описан потенциал политической коммуникации для преодоления кризисных явлений и налаживания связей между политической элитой и обществом.*

**Ключевые слова:** политическая коммуникация, кризис, кризисная ситуация, кризисное явление.

**Lukach K. Political Communication in Conditions of the Crisis (on the Example of the Events in Ukraine at the End of 2013 – the Beginning of 2014)**

**Research methodology.** *The basis of the research is information, axiological and systematic approaches in the study of phenomena. In this work, the following general scientific methods were used, as an analysis – at the stage of determining the components of the process of political communication; comparison – when comparing key elements of political communication in order to establish similarities or differences between them; an analogy that made it possible to establish a connection in views on the terminology of the study.*

**Results.** *The article establishes the characteristics and investigates the mechanisms of political communication in the conditions of the crisis.*

**Novelty.** *The article generalizes the scientific views on the problem of political communication during the crisis escalation. The characteristics of crisis situations are outlined, the role of anti-crisis communications is emphasized. The mechanisms of implementation of crisis communications in mass media are analyzed. It has characterized the political communication in Ukraine in the period from the end of 2013 to the beginning of 2014.*

**The practical significance.** *To select an effective communicative strategy in critical time for the country it is important to study the specifics of crisis phenomena and crisis communications. This allows to create useful political messages, managing the escalation of crisis situations, reducing the negative effects of crises and, in turn, creates a positive image of the country in general and motivates the development of a progressive and democratic society with high moral standards. The results of the study can be used by PR specialists in the state structures and election campaign strategists as well as can be used for further research in exploring the characteristics of political discourse, political communication, social and communication technologies and anti-crisis strategies at the national level etc.*

**Key words:** political communication, crisis, crisis situation, crisis phenomena.