



**Наталія ЯБЛОНОВСЬКА**  
доктор філологічних наук, професор,  
завідувач кафедри журналістики  
Миколаївського міжрегіонального інституту  
розвитку людини  
вищого навчального закладу  
“Відкритий міжнародний університет  
розвитку людини “Україна”



**Яна БОГДАШКІНА**  
магістрантка  
спеціальності “Журналістика (за видами)”  
Миколаївського міжрегіонального інституту  
розвитку людини  
вищого навчального закладу  
“Відкритий міжнародний університет  
розвитку людини “Україна”

УДК 007:304:659.3

## **ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩЕ ЯК ПРОСТІР ДЛЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

*У статті проаналізовано поняття «політична комунікація». Визначено особливості політичних комунікацій в інтернеті, виокремлено переваги політичної комунікації в інтернеті як інструменту паблік рілейнз.*

**Ключові слова:** політична комунікація, паблік рілейнз, інтернет, технологія інтернет-PR.

Сучасне суспільство традиційно називають «інформаційним». Політичні діячі дедалі більше покладаються на нові організаційні інструменти, які надав їм інтернет. Особливості інтернету як нового інформаційного простору докорінно змінюють методи та інструментарій політтехнолога, що склались і стали вже традиційними. Фахівець інтернет-PR у політичній сфері повинен враховувати комунікації у всесвітній мережі.

Політичним інтернет-технологіям як сучасному засобу зв'язків з громадськістю приділено увагу в працях Г. Почепцова, О. Маліса, В. Бебика. Серед зарубіжних дослідників варто назвати О. Артюхіну, С. Кащавцеву, Ю. Ірхіна, Р.-Ж. Шварценберга. Інтернет як інструмент політичної комунікації в Україні розглядають О. Семченко, Л. Кочубей, Д. Богданова й ін.

**Мета статті** – розкрити переваги інтернету як простору для політичної комунікації.

Дослідник політико-комунікативних процесів Р.-Ж. Шварценберг визначає наступні канали комунікації:

- комунікація через неформальні канали;
- комунікація через організації;

– комунікація через засоби масової інформації (ЗМІ) [5, с. 24].

Спосіб комунікації через неформальні контакти або міжособистісне спілкування відомий з давніх часів, коли був основним способом комунікації в примітивних суспільствах. Традиції й настанови, у т. ч. політичного характеру, передавалися переважно усною формою і навіть їх існування залежало від безперервного процесу оновлення частіше через розповідь, рідше – через показ тих чи інших подібних дій, але завжди у контексті безпосередньої міжособистісної взаємодії.

Міжособистісна комунікація відіграє значну роль у сучасних політичних системах з розвинутою мережею засобів масової комунікації (ЗМК). Адже інформація офіційного суб'єкта масової комунікації сприймається й успішно засвоюється людьми тоді, коли вона позитивно оцінена неофіційним суб'єктом, підтримана ним. Будь-яке важливе повідомлення, як правило, обговорюється, одержує певну оцінку в родині, трудовому колективі, неформальній групі. Ця оцінка, позиція близьких людей найбільше впливає на особистісне ставлення до тих чи інших офіційних джерел інформації. Якщо в аудиторії складається негативне відношення до офіційної інформації, наприклад, через замовчування ЗМІ окремих фактів, проблем, то на ефективність і дієвість ЗМІ в цьому разі розраховувати не доводиться. Таким чином, міжособистісне спілкування слугує фільтром для засвоєння офіційної інформації, дає їй свою оцінку й має вирішальне значення в політичній орієнтації особистості [3, с. 309–310].

Один з аспектів комунікації через неформальні канали полягає в тому, що міжособистісне спілкування є частиною процесу транслювання і засвоєння інформації за допомогою масових каналів.

У результаті трансформацій, зумовлених електронно-технічною революцією, змінюються уявлення про комунікативні процеси. Відбувається зниження ролі міжособистісного і групового спілкування, спостерігається тенденція до зростання ролі техніко-інформаційних засобів в організації комунікативного процесу. Як пише О. Артюхіна, “з розвитком опосередкованої комунікації і насамперед ЗМК, які стали суттєво впливати на життя людей, акцент дослідників у розгляді комунікативних процесів дещо змістився. Якщо теоретики інформаційного суспільства інтерпретують комунікацію як розширення можливостей одержання знання, то з появою глобальної мережі інтернет відбувається заглиблення комунікації в згенероване комп'ютером середовище та посилюється її маніпулятивна дисфункція” [2, с. 13].

Комунікація у сфері політики, подібно до будь-яких інших комунікаційних актів, скерована на три аспекти: передання інформації, зміна думки, зміна поведінки інформованих. Однак ключовою у цьому процесі, безсумнівно, є зміна поведінки, оскільки саме вона визначає владно-управлінські відносини у суспільстві. Відповідно, використання ЗМК і контроль над змістом переданих ними повідомлень стає в інформаційному суспільстві однією з обов'язкових умов здійснення, утримання й завоювання влади [4, с. 103].

Українські реалії політичного життя вже практично нерозривно пов'язані з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Юанет з повним правом можна вважати важливою частиною українського електорального простору. Нові технології дають унікальні можливості швидкого поширення інформації, інтерактивності та участі мас у мережевому житті. Від організації вхідної інформації в інтернеті прямо буде залежати її поширення, а з точки зору PR-технологій, користувачі мережі є найбільш активною і розвинутою частиною суспільства, яка бере участь у процесі формування громадської думки і переваг виборця. Висока якість інтернет-аудиторії робить її вдячним середовищем для сприйняття і поширення свіжих ідей. Дослідники вказують на певні переваги інтернету як інструменту політичного PR. О. Маліс вважає, що інтернет

значно відрізняється від традиційних ЗМІ своєю демократичністю: “Немає меж, немає простору, немає цензури, немає обмежень у візуальному самовираженні, повна й абсолютна анонімність, а в той же час і абсолютна відкритість. Можливість самому вибирати джерело інформації й можливість миттєвого відгуку щодо того, що відбувається” [1, с. 167].

Всесвітня мережа дозволяє забезпечити постійний суспільно-політичний диспут з можливістю електронного зворотного зв'язку в реальному часі між владою і громадянами. На відміну від традиційних ЗМІ, інтернет працює в режимі багатосторонньої комунікації.

Інтернет приваблює своєю оперативністю. Розмістити та поширити потрібну інформацію можна за лічені хвилини. Це дає змогу швидко реагувати на зміни в політичній кон'юнктурі та ходи конкуруючих акторів.

Однією з головних переваг інтернету як майданчика для просування політичного актора є можливість фокусування PR-кампаній на цільову аудиторію. PR-менеджер може отримати точні дані про те, хто з адресатів побачив його послання, а хто не зацікавився та зволів покинути сторінку. Відсутність географічних кордонів дозволяє працювати з окремими регіонами при веденні загальнонаціональних кампаній.

Політична рекламна кампанія в інтернеті є відносно недорогою та зберігається значно довше. Будь-який учасник політичного процесу має безпосередню можливість відправляти повідомлення необмеженій кількості одержувачів. Мережа дозволяє проводити агітацію за політичного актора не тільки офіційним представникам їхніх політичних компаній і партій, а й усім бажаючим.

Отже, сьогодні перемогти в боротьбі за владу, не маючи доступу до традиційних ЗМІ, просто неможливо. Проте досвід західних виборчих кампаній виділяє новий, менш місткий спосіб здійснювати вплив на розум електорату – через інтернет. Цей спосіб має багато переваг, найголовнішою серед яких є легкість і майже миттєва публікація будь-якої інформації, відсутність часових меж, можливість тематичного пошуку і швидкого зв'язку для моніторингу ситуації. Частина віртуальної інформації в політиці сьогодні має стійку тенденцію до збільшення.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Маліс О. В. Розвиток політичного інтернету як комунікативного засобу та його вплив на діяльність суб'єктів політичного процесу в Україні : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / О. В. Маліс. – К., 2009. – 206 с.
2. Артюхина Е. В. Компьютерно-опосредованная политическая коммуникация: опыт социологического анализа : автореф. дис. ... канд. социальн. наук : 23.00.02 / Е. В. Артюхина. – Волгоград, 2008. – 25 с.
3. Ирхин Ю. В. Политология / Ю. В. Ирхин, В. Д. Зотов, Л. В. Зотова. – М. : Юристъ, 2001 – 511 с.
4. Кащавцева С. Политическая коммуникация: проблемы, ожидания, возможности / С. Кащавцева // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 101–108.
5. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология : в 3 ч. / Р.-Ж. Шварценберг. – М. : Рос. акад. управления, 1992. – Ч. 1. – 180 с.

**Наталия Яблоновская, Яна Богдашкина**

### **Интернет-среда как пространство для политической коммуникации**

В статье проанализировано понятие «политическая коммуникация», определены особенности политических коммуникаций в интернете, выделены преимущества политической коммуникации в интернете как инструмента публичной политики.

**Ключевые слова:** политическая коммуникация, публик рилейшнз, интернет, технология интернет-PR.

**Natalia Yablonovska, Yana Bogdashkina**

**Internet environment as a space for the political communication**

The concept of «political communication», features of political communication on the Internet are defined in the article. The advantages of the Internet as a political tool of public relations are singled out.

**Key words:** political communication, public relations, Internet, the technology Internet-PR.