



УДК 32.019 (4)

Науково-теоретичний альманах «Грані»  
Scientific-theoretical almanac «Grani»«Grani». 2016. 138(10), 39-45.  
doi:10.15421/1716119  
www.grani.org.ua

### Специфіка горизонтальних та вертикальних зв'язків у політичній комунікації в Україні на тлі процесу партійного будівництва: політологічна теорія та вимоги до українського політичного контексту

К.Ю. Одарченко<sup>1</sup>

У статті аналізуються специфіка горизонтальних та вертикальних зв'язків у політичній комунікації в Україні на тлі процесу партійного будівництва. Охарактеризовано політико-модернізаційну здатність українських політичних партій, яка полягала в тому, що лідери опозиційного політичного табору, замість реальних політичних змін політичної системи, пристосовувались до старої, кланово-олігархічної, а громадський сектор не зміг ні виділити зі свого середовища нових політичних лідерів, ні створити масовий рух, на основі його постала б нова організована політична сила. Встановлено, що у демократичному суспільстві комунікація є ефективною, якщо вона не тільки є технічно сучасною, інтерактивною, двосторонньою, але й відповідає іншим демократичним вимогам - таким, як правовий і моральний контроль суспільства над діяльністю ЗМІ, забезпечення справжнього плюралізму думок, прямий контакт між відправниками й одержувачами інформації, децентралізація інформаційних каналів, повага до свободи слова й конфіденційності приватного життя. Резюмовано, що політична комунікація в Україні має відійти від директивного мислення та бюрократизованої політичної свідомості. Інакше симуляція ефективної та результативної для країни і регіонів політичної комунікації може перетворитися на щоденний політичний, комунікаційний фарс у публічному просторі.

**Ключові слова:** внутрішньопартійна комунікація; горизонтальна партійна комунікація; політична партія; партійне будівництво; популізм

### Specifics of horizontal and vertical relations in Ukrainian political communication on the background of the party building's process, political science theory and requirements to Ukrainian political context

К.У. Odarchenko<sup>2</sup>

The specifics of horizontal and vertical relations in Ukrainian political communication on the background of the party building's process has been analysed. Aims of this article are: 1) determination of the subjectivity of political communication; 2) disclosure of the main features of internal politics and communications; 3) setting the essential features of the political parties' status after peaceful protests in Ukraine 2013-2014 year; 4) explanation of the actual gap that has horizontal and party political communication in Ukraine. Political modernization, capacity of Ukrainian political parties has been characterized. It has been shown that Maidan didn't influenced tools of creating political parties and their typology greatly. Maidan as a political component was weak and did not respond to the challenges, which Ukrainian political system faced to. The weakness was in the fact that leaders of the oppositional political camp would rather keep old then implement real political change of the political system, which was adapted by the old oliharcial clan. Public sector was not able to identify their environment with new political leaders, nor with a mass movement, based on the creation of new organized political force. It has been found that in a democratic society communication is effective only if it is not only technically modern, interactive, two-way, but if it is consistent to other democratic demands, such as legal and moral control of society over the media, maintenance of basic pluralism, direct contact between senders and recipients of information, feeds decentralization, respect of freedom of expression and privat opinion. Summary of the political communication in Ukraine has to move away from thinking of policy and bureaucratic political consciousness. Otherwise, the simulation is effective and efficient for countries and regions where political communication can become a daily political farce communication in public space.

**Keywords:** inner communication; horizontal political communication; political party; party building; populism

<sup>1</sup> Здобувач; Національний педагогічний університет ім. М.П.Драгоманова, 01601, Київ, вул. Пирогова, 9

<sup>2</sup> Applicant; Dragomanov national pedagogical university, 9, Pirogova Str., Kyiv, 01601, Ukraine

<sup>3</sup> Соискатель; Национальный педагогический университет им. М.П.Драгоманова, 01601, Киев, ул. Пирогова, 9  
E-mail: troizka@ukr.net

## Специфика горизонтальных и вертикальных связей в политической коммуникации в Украине на фоне процесса партийного строительства: политологическая теория и требования к украинскому политическому контексту.

Е.Ю. Одарченко<sup>3</sup>

В статье анализируются специфика горизонтальных и вертикальных связей в политической коммуникации в Украине на фоне процесса партийного строительства. Охарактеризовано политико-модернизационную способность украинских политических партий, которая заключалась в том, что лидеры оппозиционного политического лагеря, вместо реальных политических изменений политической системы приспособивались к старой, кланово-олигархичной, а общественный сектор не смог ни выделить из своей среды новых политических лидеров, ни создать массовое движение, на основе его появилась бы новая организованная политическая сила. Установлено, что в демократическом обществе коммуникация является эффективной, если она не только технически современна, интерактивна, двусторонняя, но и отвечает другим демократическим требованиям – таким, как правовой и нравственный контроль общества над деятельностью СМИ, обеспечение подлинного плюрализма мнений, прямой контакт между отправителями и получателями информации, децентрализация информационных каналов, уважение к свободе слова и конфиденциальности частной жизни. Резюмированы, что политическая коммуникация в Украине должна отойти от директивного мышления и забюрократизированного политического сознания. Иначе симуляция эффективной и результативной для страны и регионов политической коммуникации может превратиться в ежедневный политический, коммуникационный фарс в публичном пространстве.

**Ключевые слова:** внутрипартийная коммуникация; горизонтальная партийная коммуникация; политическая партия; партийное строительство; популизм

**Peer-reviewed, approved and placed:** 15.10.2016.

**Постановка проблеми.** Революція гідності в Україні 2013-2014 років та постпротестні зміни в громадському середовищі утвердили нові вектори розбудови політичної комунікації. Серед її нових форм найголовнішим чином виділяється поява волонтерського, добровольчого рухів, громадського телебачення та громадської адвокатури. Сукупним механізмом, що унеможливило реалізацію інноваційної для України, проте вже сталої для ряду країн заходу, політичної комунікації, ключовою особливістю якої є акцент на становлення і розбудову горизонтальних зв'язків в середині є корупція, відносність досвіду громадської консолідації, схильність до маніпуляції діалогової здатності громадян із владою, зараженість політичних еліт соціальним і державотворчим популізмом. Додати можна, що такий елемент переформатування політичної комунікації, як владна детоксикація риторикою популізму в комунікації політиків із громадянським суспільством та його інкорпорація в горизонтальні партійні зв'язки.

У цьому контексті слушною думкою є позиція доктора політичних наук М. Остапенко [4, с. 136], яка вважає, що важлива роль у процесі узгодження суперечливих соціальних, економічних, політичних інтересів – належить діалогу між владою та громадянами, їх об'єднаннями, забезпечення комунікативного зв'язку між учасниками політичних відносин. За її словами, налагодження партнерських відносин між суб'єктами політичного життя актуалізує дослідження проблеми політичної комунікації. Для України актуальність окресленої проблеми посилюється й високим ступенем недовіри громадян до чинної влади, що зумовлена низкою причин, серед яких – розбіжність між обіцянками напередодні виборів та їх виконанням після завершення виборчої кампанії; наявність гострих суперечок та конфліктів між владою

й опозицією; деструктивна робота представницького органу, як одного із суб'єктів політичної комунікації [4, с. 136].

**Аналіз досліджень і публікацій.** Слід зазначити, що проблема політичної комунікації у вітчизняній науці є недостатньо розробленою. Бракує однастайності в межах понятійно-категоріального апарату, методів вивчення політико-комунікативних процесів, а також цілісності в оцінці наслідків впливу новітніх технологій на політичну комунікацію в Україні.

Проте необхідно звернути увагу на вагомий внесок вітчизняних науковців у дослідження окремих аспектів політичної комунікації. Це наукові праці В. Андрущенка, В. Бебика, В. Горбатенка, Ф. Кирилюка та ін.

Варто згадати корифеїв дослідження комунікативних процесів у сфері політики, до яких належать Г. Лассуелл (масова комунікація, пропаганда) [10], Г. Блумер, Д. Рісмен (теорія масової комунікації), К. Дойч і Д. Істон (основоположники кібернетичного підходу і системного аналізу в галузі політичної комунікації), Л. Пай і У. Шрам (теорія модернізації). Зокрема, один із прихильників кібернетичного напрямку в аналізі соціальних систем К. Дойч назвав політичну комунікацію «нервовою системою державного управління» і вважав політичні повідомлення фактором політичної поведінки [17, с. 63]. Щодо позиції на політичну комунікацію представників структурно-функціонального підходу до вивчення політики (Г. Алмонд та ін.), вони розглядають політичну комунікацію як одну із функцій політичних систем.

Безпосередній вплив на дослідження сучасної політичної комунікації мали основоположники теорії інформаційного суспільства, серед яких Д. Белл [5], Дж. Гелбрейт, Г.-М. Маклюен, Е. Тоффлер [14], А. Турен та інші.

Слід звернути увагу на ґрунтовні дослідження російських учених у напрямі політичної комунікації: Г. Почепцов [13], А. Соловйов [12], М. Грачов [8] (теорія комунікації), Ф. Шарков (основи теорії комунікації), М. Вершинін [7] та І. Биков [6] (мережева політична комунікація).

Згодом ці ідеї розвинули і доповнили Ж. Дюран, Ж.-М. Коттре, Ю. Маккуел, М. Шарло, Р.-Ж. Шварценберг та ін.

**Мета дослідження** – охарактеризувати специфіку горизонтальних та вертикальних зв'язків у політичній комунікації в Україні на тлі процесу партійного будівництва. Завданням цього дослідження є: 1) визначити, хто є суб'єктами політичної комунікації; 2) розкрити головні особливості політичної та внутрішньопартійної комунікації; 3) виокремити сутнісні особливості стану розвитку політичних партій після мирних протестів в Україні 2013-2014 року; 4) дати резюме, які прогалани має горизонтальна політична та партійна комунікація в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Під суб'єктами політичної комунікації варто розуміти громадян, групи, політичні інститути і політичних акторів (зовнішні і внутрішні), виборців, формальні і неформальні групи, об'єднання громадян, громадські організації, об'єднання і рухи, політичні партії, лобістські структури, органи державної влади і місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні і міжнародні організації [4, с. 141].

Якщо говорити на загал, політична комунікація – це процес передавання політичної інформації, завдяки якій вона циркулює від однієї частини соціальної спільноти до іншої (горизонтальна комунікація) та між політичною і соціальною системами (вертикальна комунікація). Найактивніше політична комунікація формує інформаційне поле у період передвиборчої боротьби. В Україні процес вертикальної комунікації, на жаль, поки що має циклічний характер – він відбувається з періодичністю у п'ять років, що пов'язано з виборчим процесом.

Домінуючою є саме вертикальна комунікація, для якої характерною є проблема зворотного зв'язку. Ця вада властива майже всім представницьким формам правління, що перебувають на етапі становлення. Одним з можливих засобів подолання цього є впровадження до механізмів урядування принципів і процедур «електронної демократії».

Напевно одне з найбільш повних пояснень політичної комунікації виокремлено відомим французьким соціологом Р.-Ж. Шварценбергом. Він визначив це поняття як «процес передачі політичної інформації за допомогою якого інформація циркулює між різними елементами політичної системи, а також між політичною і соціальною системами. Безперервний процес обміну інформацією здійснюється як між індивідами, так і між керівниками та керованими задля досягнення згоди» [11]. На нашу думку, і Г. Лассуелл, і Р.-Ж. Шварценберг акцентують увагу на зворотний зв'язок між комунікатором і реципієнтом, що є значно характерним для політичної комунікації в демократичних суспільствах, в яких громадяни можуть

вимагати від влади прийняття конкретних політичних рішень. Відповідно політична комунікація має на увазі не односторонню спрямованість сигналів від еліт до маси, а весь діапазон неформальних комунікаційних процесів у суспільстві.

Політичне життя в будь-якому суспільстві неможливе без усталених методів політичної комунікації [11]. Дослідник, Р.-Ж. Шварценберг, виокремив три основні способи політичної комунікації: 1) комунікація за допомогою ЗМІ, в тому числі друкованих (преса, книги, афіші), й електронних (радіо, телебачення і т. д.); 2) комунікація за посередництва організацій, зокрема політичних партій і груп тиску; 3) комунікація через неформальні контакти з використанням особистісних зв'язків [15, с. 190]. До цих способів впливу відносять також особливі комунікативні ситуації або дії, наприклад, вибори, референдуми та ін. Адже якщо розуміти комунікацію як «символічний процес, де показується і трансформується реальність» [16, с. 10], то політична комунікація може відбуватися й за допомогою будь-якого знака, символу і сигналу, що передають той чи інший зміст.

Виходячи з науково-дослідницької точки зору, можна назвати два основні способи політичної комунікації: горизонтальний і вертикальний. Горизонтальна політична комунікація, насамперед, розглядає процеси обміну інформацією на рівні «індивід – індивід», «соціальна група – соціальна група», «держава – держава» і т. д.; водночас вертикальна політична комунікація передбачає інформаційний обмін між суб'єктами різного рівня «держава – індивід», «соціальна група – держава» і т. д. [11].

У політичній науці вертикальний вид політичної комунікації характеризується поширенням інформації з центру одночасно багатьом абонентам на периферію та відносно малою можливістю особистого зворотного зв'язку (телебачення, радіо, преса), тобто це типова одностороння комунікація, яка на сьогодні домінує в ЗМІ.

Деякі моделі політичної комунікації спрямовані на посилення впливу правлячої еліти не безпосередньо, а через такі інститути, як бюрократичний апарат і засоби масової інформації. Так, згідно з моделлю К. Сайне, між елітою, бюрократією і масами як елементами політичної системи відбувається безперервний інформаційний обмін, причому еліти завжди конструюють і передають «вниз» інформацію, яка сприяє зміцненню їх власної легітимності [19].



Рис. 1. Модель К. Сайне.

Суттєвим доповненням до тематики дослідження комунікації політичного характеру є аспект функціонування внутрішньопартійної комунікації. Так, політологічна наука засвідчує, що при внутрішньопартійній комунікації інформація рухається всередині політичної партії між елементами її організаційної структури і включає такі напрямки: всередині партійного осередку, між партійними осередками одного рівня (горизонтальна комунікація), між партійними осередками різної субординації (вертикальна комунікація). При внутрішньопартійній комунікації інформація рухається всередині політичної партії між елементами її організаційної структури і включає такі напрямки: всередині партійного осередку, між партійними осередками одного рівня (горизонтальна комунікація), між партійними осередками різної субординації (вертикальна комунікація). Горизонтальні ж комунікації у політичних партіях здійснюються між особами, які знаходяться на одному рівні партійної ієрархії. Такий обмін інформацією забезпечує координацію діяльності. Роль вертикальних комунікацій полягає у налагодженні зв'язків між партійними масами та партійними лідерами різних рівнів [2, с. 331].

Зауважимо, що аналізувати комунікаційні відносини лише за вертикальним принципом (еліти – маси) було б неправильно з огляду на те, що в демократичному суспільстві все більшого значення набуває горизонтальний рівень обміну потоками політичної інформації, який формується на більш широкій соціальній базі, в т. ч. за рахунок соціальних мереж. Тому Л. Пай звертає увагу на те, що «політична комунікація передбачає не односторонню спрямованість сигналів від еліт до маси, а весь діапазон неформальних комунікаційних процесів у суспільстві, які здійснюють різноманітний вплив на політику» [18, с. 442]. Відтак слід враховувати вплив мережевих технологій, які дозволяють користувачам вільно відправляти й отримувати інформацію особистого й суспільно-політичного характеру.

У демократичному суспільстві комунікація є ефективною, якщо вона не тільки є технічно сучасною, інтерактивною, двосторонньою, але й відповідає іншим демократичним вимогам – таким, як правовий і моральний контроль суспільства над діяльністю ЗМІ, забезпечення справжнього плюралізму думок, прямий контакт між відправниками й одержувачами інформації, децентралізація інформаційних каналів, повага до свободи слова й конфіденційності приватного життя. Така ефективність безпосередньо залежить від низки умов: політичні (партійна система, виборча система, політична культура, зміст і характер політичних подій і проблем); історичні (тенденції часу, суспільна і історична пам'ять); суспільні (насиченість подій суспільного життя – спорт, культура, свята, канікули тощо); організаційні (фінанси, структура партії/організації, партійне членство); характер і технічні можливості комунікаційного простору (організаційна структура ЗМІ, журналістика, вплив і участь спілок, профспілок, церкви). Щодо останнього, то в умовах інформаційного суспільства політична комунікація набуває теж унікальних властивостей – відбувається комунікація між образами,

трансльованими за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Політична комунікація набуває властивості віртуальності, симуляції, міфологізації й медіатизації, а політичне життя набуває ознак імітаційності, театралізації, ілюзорності [4, с. 143].

Політологічний аналіз практичної специфіки політичної комунікації по-українськи може засвідчити, на нашу думку, що вона має наступні прояви, по-перше, нівеляція соціальної цінності суспільного внеску громадських ініціатив; по-друге, це ретрансляція через відкриті медіа особистих, егоїстичних бачення, відчуттів і замовлень політичних агентів, партійних лідерів про найактуальніші питання та виклики політичної системи; по-третє, пріоритетності серед політичних еліт пострадянського штибу є розбудова вертикальних політичних об'єднань і партійних зв'язків, чим свідомо та системно робота і над розбудовою горизонтальної комунікації та стратегічним баченням зменшення монополії вертикальних партійних та політичних зв'язків над горизонтальними зв'язками.

На нашу думку, особливість горизонтальної політичної комунікації в Україні після «Революції Гідності» полягає в тому, що збільшується практичний досвід і практика неурядових громадських організацій (далі НГО) та незареєстрованих об'єднань до прямої дії, а не лише тиску на владу через акції протесту, мирні демонстрації. Поряд із цим, українські політичні експерти зі справедливим скептицизмом аналізують політмодернізаційну здатність українських політичних партій. Так, фаховий політолог А. Колодій вважає, що Майдан не справив великого впливу на способи творення політичних партій та їх типологію. Політична складова Майдану була слабкою і не відповідала на ті виклики, які постали перед політичною системою України. Лідери тодішньої опозиції, замість вести – пристосовувались, а громадський сектор не зміг ні виділити зі свого середовища нових політичних лідерів, ні створити масовий рух, на основі його постала б нова організована політична сила.

За словами А. Колодій [1], все, що стосується процесів партійного будівництва, відбувається за відомою формулою Л. Кравчука: маємо, те, що й мали, а саме: лідерські, корпоративні, під вибором створені і вочевидь нестійкі політичні організації. Навіть «Самопоміч» не є під цим оглядом якоюсь посправжньому новою організацією, хоча люди в ній нові і велика їх частина – прогресивні.

Вже сьогодні українське суспільство для свого політичного поступу має розуміти головні особливості політичних партій України на сучасному етапі, відмінності між «новими» і «старими» партіями. Зокрема, відмінності стосуються не стільки самих політичних партій, скільки їх впливовості та розташування у парламенті: партіями більшості, як відомо, стали сили, яких ми віддавна називаємо демократичними та проєвропейськими, які були в опозиції до режиму Януковича і до ніг яких «впала» влада після Майдану. Їх можливості зросли, але вони цими можливостями не вміють розпорядитися на користь суспільства, оскільки природа цих партій не змінилася. Якщо говорити про парламентські партії та ті, що



ледь не дотягли до подолання виборчого бар'єра, то формально до нових можна віднести «Блок Петра Порошенка», «Народний фронт» і «Самопоміч» (яка набула загальноукраїнського значення тільки після Майдану), а також «Опозиційний блок»; до старих – ВО «Батьківщина, Радикальну партію О.Ляшка, ВО «Свобода», «Громадянську позицію» і, можливо, Компартію, хоча вона, вочевидь, уже не матиме майбутнього. Так, «Блок Петра Порошенка» – типова для нашої країни центристська партія, вісь якої – відповідно до ситуації в країні і позиції лідера – зсунулася в бік демократії, європейського вибору і захисту національних інтересів, але сказати, що у неї є хоч якісь пробліски ідеологічної згуртованості, не можна. Програма БПП писана поспіхом і є набором загально-сформульованих орієнтирів та передвиборчих гасел. Те, що партія не розрізняє поняття програми партії та передвиборчої платформи, є зайвим підтвердженням, що програмно-ідеологічною ця партія не є. Партія є ситуативною, прагматично-лідерською, на що вказує навіть її назва. Формальний голова партії Ю. Луценко обіцяє повернути партії стару назву «Солідарність», але цей ніби правильний крок нічого по суті не змінить, бо не вплине ні на спосіб кооптації членів, ні на причини прихильності симпатиків партії [1].

«Народний фронт» – усе те саме, з тією різницею, що ця партія є дещо радикальнішою – і за своїми програмними формулюваннями, і за персональним складом фракції. Але та ж сама ситуативність, корпоративність, старі зв'язки і старі стереотипи поведінки, що виливаються у зверхність, закритість і небажання ламати систему. Наявність «молодої крові» у двох найбільших партіях коаліції дещо змінює їхні настанови і політичний курс, але не надто радикально. Молоді політики, які прийшли з громадянського суспільства, проявляють принципівність у питаннях відкритості та дотримання процедури та показують здатність зрівноважувати консерватизм, а також протидіяти пануванню прихованих лобістських інтересів двох найбільших фракцій коаліції. З ними пов'язані антиолігархічні кроки парламенту та Президента, але про це немає жодної згадки в партійних програмах, тому можна вважати, що ці кроки є вимушеними – такими, що відбуваються під тиском політичної ситуації і громадянського суспільства. Тобто, олігархічні зв'язки не порвані, залежність зберігається. Здається, що у НФ вона є навіть більшою, ніж у БПП [1]. Об'єднання «Самопоміч» дещо відрізняється більшою відкритістю, наближеністю до громадянського суспільства та його вимог, принциповістю членів фракції в питаннях голосувань. Водночас партія наближається до двох попередніх партій наявністю, умовно кажучи, «патрона» партії (А. Садового) та, як стверджують ЗМІ, олігархічного походження принаймні частини партійних фінансів [1].

Радикальна партія Олега Ляшка є типовим прикладом популістської, персоналістської і водночас, клієнтельної (в розумінні – утримуваної олігархами) партії, яка отримала свій шанс завдяки занепаду іншої популістської партії – ВО «Батьківщина», а та-

кож через дуже сприятливий час для «войовничості» її лідера на тлі недостатнього радикалізму інших партій, що йшли до влади. Як і всі популістські партії, РП тримається на довірі частини виборців до лідера. Персональний склад партії дуже строкатий, «своїх» і надійних там дуже мало, якщо є взагалі [1].

ВО «Батьківщина» – лідерська партія. Раніше трималася й нарощувала рейтинг завдяки харизмі лідера, яка різко зменшилась після виходу Ю. Тимошенко з тюремного ув'язнення. Низка вдалих кроків лідера партії, її «опозиційне» вміння вписатися в нову суспільно-політичну ситуацію працювали на підвищення довіри до неї в суспільстві і рейтингу очолюваної нею партії. Приклад «Батьківщини» доводить, що залучення нових молодих кадрів, які розділяють програмні засади партії, народжені вже у незалежній Україні і вільних від принципів радянської політичної культури, що мало в собі ген підкорення партійній вертикалі, є вироком для вождистського алгоритму партійного будівництва.

«Опозиційний блок» – рештки колишньої партії влади, яка намагається грати роль опозиції, але вміння тільки здійснювати владу авторитарними методами в корисливих цілях. Іншої мети та інших здібностей ОБ не має. У кадровому, фінансовому та ідейному відношенні вона є спадкоємицею «Партії регіонів», а відтак зберігає, хоч і намагається приховати (за своєю начебто миротворчою позицією), проросійську орієнтацію, чим приваблює свій електорат. Якщо очільники партії не будуть притягнуті до відповідальності за свої минулі правопорушення (політичного та/чи корупційного характеру), ОБ матиме шанс подолати свою нинішню слабкість і непевність та консолідуватися навкруг простих, але сильних ідей виживання та економічного інтересу [1].

У підсумку можна погодитися із А. Колодій про те, що так звані нові партії (нашвидкуруч організовані після Майдану) практично нічим не відрізняються від старих. І ті, й інші – це лідерсько-корпоративні об'єднання з непрозорим фінансуванням. Вони є об'єднаннями людей, що вирішили йти у владу або прагнуть лишитися при владі, згуртувавшись навкруг якогось, більш або менш харизматичного, але обов'язково перспективного лідера з грошима (чи надійними спонсорами, що те саме). Такі партії уособлюють вчорашній день нашої політики. А як із ним розпрощатися, поки що неясно. Закон про державне фінансування партій може не мати того ефекту, якого від нього чекають, бо тіньові схеми «допомоги» партіям від цього нікуди не зникнуть.

Політологічна теорія гласить: справжня політична партія не може бути витвором самого тільки бажання або зусиль навіть дуже здібних і впливових людей. Вона виникає не на ґрунті чистої політики, а на відповідній соціальній базі [2, с. 474-475]. Український політолог С. Рябов писав, що в міру поступового перетворення держави із засобу панування у механізм узгодження інтересів соціально-економічних, національно-культурних, регіональних груп, що її складають, поступово змінюється й характер політичних партій, які будучи політичною верхиною піраміди сучасного громадянського суспільства,

сприяють його всебічному розвитку [2, с. 474-475]. Політична комунікація в Україні має відійти від директивного мислення та забюрократизованої політичної свідомості. Інакше симуляція ефективної та результативної для країни і регіонів політичної комунікації може перетворитися на щоденний політичний, комунікаційний фарс у публічному просторі. Переконані, що найрезультативнішим підходом до розбудови горизонтальних зв'язків у контексті політичної комунікації взагалі, а також і горизонтальних партійних зв'язків залежить від модернізації алгорит-

мів вертикальної комунікації, політико-ідеологічного, соціального позиціонування партій та самих політиків по відношенню до різних інтересів громади, як першочергових перед корпоративними цілями. І най актуальніше, – свідомий вибір громадянського суспільства, по-перше, на становлення і розширення горизонтальної комунікації між ними і владою; по-друге, на розвиток горизонтальної комунікації між різними за політичними цілями, динамікою та можливостями впливу на політичні інституції, громадянськими спільнотами.

#### БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Колодій А. Політичні партії України після Майдану [Електронний ресурс] / А. Колодій. – Режим доступу: <http://political-studies.com/?p=1377>. – Назва з екрана.
2. Морарь М. В. Політична комунікація в іміджмейкерстві партійного лідера [Текст] / М. В. Морарь // Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип. 81. – С. 329-333. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya\\_2014\\_81\\_82.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya_2014_81_82.pdf).
3. Рябов С. Партія політична [Текст] / С. Рябов // Політологічний енциклопедичний словник / [за ред. Ю.С. Шемшученка та ін.]. – [2-е вид., доп. і перероб.]. – К.: Генеза, 2004. – С. 474-475.
4. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження [Текст] / М. Остапенко // Політичний менеджмент. – 2012. – № 3. – С. 135-144.
5. Белл Д. Социальные рамки информационного общества [Электронный ресурс] / Д. Белл // Новая технократическая волна на Западе. – Режим доступа: <http://www.alt-future.narod.ru/Future/bell.htm>.
6. Быков И. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования [монография]. [Электронный ресурс] / И. Быков // Научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=20235938>
7. Вершинин М. Политические коммуникации в информационном обществе: перспективные направления исследований / М. Вершинин // Актуальные проблемы теории коммуникаций. Сб. научн. трудов. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 98-107.
8. Грачев М. Политика: коммуникационное измерение [монография]. [Электронный ресурс] / М. Грачев // Библиотека Михаила Грачева. – Режим доступа: [http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011\\_1.html](http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011_1.html).
9. Модель Лассуэлла [Электронный ресурс] // Мелочи журналистики. – Режим доступа: [http://its-journalist.ru/Articles/model\\_lassue-lla.html](http://its-journalist.ru/Articles/model_lassue-lla.html).
10. Морозова О. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы / О. Морозова [Электронный ресурс] // Политическая лингвистика. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-internet-kommunikatsiya-ee-rol-funktsii-i-formy>.
11. Политическая коммуникация и СМИ. Политология [Электронный ресурс] // Методические рекомендации для самостоятельной подготовки студентов всех специальностей. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/642895/>.
12. Политические коммуникации [учеб. пособие для студентов вузов] / Ю. Ю. Петрунин и др. [под ред. А. И. Соловьева]. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
13. Почепцов Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов [Электронный ресурс] // Полка букиниста. – Режим доступа: [http://polbu.ru/pochepcov\\_communications/](http://polbu.ru/pochepcov_communications/).
14. Тоффлер Э. Третья волна [Электронный ресурс] / Э. Тоффлер // Библиотека гумер – культурология. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/384195/>.
15. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология В 3 ч. [Текст] / Р.-Ж. Шварценберг. – Ч. 1. – М.: Российская академия управления, 1992. – 180 с.
16. Carey J. W. A Cultural Approach to Communication [Text] / J.W. Carey // Communication as culture: Essays on media and society. – New York: Routledge, 1989. – 185 p.
17. Deutsch K.W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control [Text] / K.W. Deutsch. – London: Free Press of Glencoe, 1963. – 316 p.
18. Pye L. Political Communication [Text] / L. Pye // The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. – Oxford – New York, 1987. – 442 p.
19. Sinne K. Communication: Mass Political Behavior [Text] / K. Sinne // Political Communication Issues and Strategies for Research: Vol.4 / Ed.: S. H. Chaffee. – Beverly Hills, Ca.: Sage Publications, 1975. – 319 p.

#### REFERENCES:

1. Kolodiy, A. Politychni partiyi Ukrayiny pislya Maidanu [Political parties in Ukraine after the Maidan]. Regime to access: <http://political-studies.com/?p=1377> (in Ukrainian)
2. Morar', M. V. Politychna komunikatsiya v imidzhmeykerstvi partiynoho lidera [Political Communication in the Image-Making of party leader]. Regime to access: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya\\_2014\\_81\\_82.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya_2014_81_82.pdf) (in Ukrainian)
3. Ryabov, S., 2004. Partiya politychna [Political party]. — Kiev, 474-475. (in Ukrainian)
4. Ostapenko, M., 2012. Politychna komunikatsiya: teoretychni aspekty doslidzhennya [Political communication: theoretical aspects of research]. Politychnyy menedzhment 3, 135-144. (in Ukrainian)
5. Bell D. Social'nye ramki informacionnogo obshhestva [Social frameworks of the informational society]. Regime to access: <http://www.alt-future.narod.ru/Future/bell.htm>.

6. Bykov, I. Setevaja politicheskaja komunikacija: Teorija, praktika i metody issledovanija [Network of political communication: theory, practice and research tools]. Regime to access: <http://elibrary.ru/item.asp?id=20235938> (in Ukrainian)
7. Vershinin, M. Politicheskie komunikacii v informacionnom obshchestve: perspektivnye napravlenija issledovanij [Political Communication in the Information Society: perspective directions of research]. Aktual'nye problemy teorii komunikacij. Sbornik nauchnyh trudov, SPb., 98-107. (in Russian).
8. Grachev, M. Politika: kommunikacionnoe izmerenie [Politics: communication dimension]. Regime to access: [http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011\\_1.html](http://grachev62.narod.ru/Grachev/grachev2011_1.html).
9. Model' Lassujella [Lasswell Modell]. Regime to access: [http://its-journalist.ru/Articles/model\\_lassue-lla.html](http://its-journalist.ru/Articles/model_lassue-lla.html).
10. Morozova, O. Politicheskaja Internet-kommunikacija: ee rol', funkcii i formy [Internet communication: role, functions and forms]. Regime to access: <http://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-internet-kommunikatsiya-ee-rol-funktsii-i-formy>.
11. Politicheskaja komunikacija i SMI. Politologija [Political Communication and Media. Political science]. Regime to access: <http://www.twirpx.com/file/642895/>.
12. Politicheskie komunikacii, 2004 [Political communications]. Moscow, 332 (in Russian).
13. Pochepcov, G. Teorija komunikacii [Theory of Communication]. Regime to access: [http://polbu.ru/pochepcov\\_communications/](http://polbu.ru/pochepcov_communications/).
14. Toffler Je. Tret'ja volna [Third wave]. Regime to access: <http://www.twirpx.com/file/384195/>.
15. Shvarcenberg, R.-Zh., 1992. Politicheskaja sociologija: V 3 ch. [Political Sociology]. Moscow, 180. (in Russian).
16. Carey, J. W. A., 1989. Cultural Approach to Communication [Communication as culture: Essays on media and society]. New York, 185. (in English)
17. Deutsch, K. W., 1963. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control [The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control]. London, 316. (in English)
18. Pye, L., 1987. Political Communication [The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. Term - Political Communication]. Oxford – New York, 442. (in English)
19. Sinne K., 1975. Communication: Mass Political Behavior [Communication: Mass Political Behavior]. Beverly Hills, 319. (in English)