

ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА

На правах рукопису

Тимченко Михайло Михайлович

УДК 321.65:321.7

ПАРТІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ:  
СТРУКТУРНО–ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

Спеціальність – 23.00.02 – політичні інститути та процеси

ДИ С Е Р Т А Ц І Я

на здобуття наукового ступеня  
кандидата політичних наук

Науковий керівник  
Ставченко Сергій Вікторович  
кандидат філософських наук,  
доцент

Дніпро – 2017

## АНОТАЦІЯ

**Тимченко М.М. Партиїні комунікації сучасної України: структурно-функціональний вимір.** – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси. – Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, 2017.

Дисертація присвячена розкриттю особливостей формування та функціонування системи внутрішньої та зовнішньої партійної комунікації в рамках партійної системи сучасної України. В рамках даної дисертації здійснено комплексне дослідження структурно-функціонального виміру процесів партійної комунікації.

Доведено, що ефективність функціонування партійної структури в умовах трансформації політичної участі та процесів партійного будівництва вирішальним чином залежить від ефективності використання як внутрішнього, так і зовнішнього комунікативного інструментарію. Сучасні електоральні виклики, які стоять перед політичними партіями, обумовлюють постійний пошук нових форм взаємодії партійної структури з зовнішніми факторами, метою чого є розширення електоральної бази, побудова мережі прихильників та активістів, оптимізація партійної структури та формалізованої партійної документації до рамок існуючої інституціональної системи.

*Метою дисертації є* встановлення функціональних особливостей та тенденцій розвитку комунікацій політичних партій України в контексті символіко-ціннісних, процесуальних і організаційних змін у рамках політичної системи сучасної України.

Зазначена мета зумовила реалізацію таких завдань:

- структурувати методологічні підходи, що утворюють основу дослідницької стратегії вивчення процесів партійної комунікації;
- здійснити концептуалізацію партійної комунікації в рамках

міждисциплінарного підходу, визначити функціональні механізми й структурний дизайн цього процесу в кореляції з теоріями партійного будівництва й політичного менеджменту;

- встановити структурну логіку, політико-інституційні, соціокультурні й нормативні умови ефективності та стабільності внутрішньопартійної комунікації;

- конкретизувати детермінанти еволюції внутрішньопартійних комунікацій сучасної України та перевірити теоретичне припущення щодо ролі внутрішньопартійної демократії в інституційній розбудові українських політичних партій;

- розглянути процеси комунікаційної взаємодії між політичними партіями та іншими політичними факторами, зокрема органами державної влади й місцевого самоврядування, неприбутковими організаціями, лобістськими групами та неінституціоналізованими групами інтересів;

- окреслити специфіку партійних комунікацій на різних стадіях електорального циклу на прикладі сучасних українських парламентських партій.

*Об'єктом дослідження* є партійна комунікація як інструмент вирішення стратегічного і тактичного комплексу завдань політичних партій.

*Предметом дослідження* є структурно-функціональний вимір партійних комунікацій на прикладі парламентських партій сучасної України.

*Наукову новизну* дисертаційного дослідження характеризують такі його результати:

*Вперше:*

- визначено структурно-функціональний вимір партійної комунікації, під яким слід розуміти формальні і неформальні процедури, правила й внутрішньо організаційні протоколи системи координації партійних операцій щодо здійснення управління та прийняття рішень всередині партії та у їх взаємодії із зовнішніми стейкхолдерами;

- розроблено систему критеріїв аналізу специфіки зовнішньої та

внутрішньопартійної комунікації, яка дає підстави стверджувати, що когнітивно-символічним та емоційним складовим зовнішньо партійної комунікації підпорядковані інші її складові, сукупно орієнтовані на отримання електоральних профітів в будь-який проміжок часу функціонування партії, а внутрішня складова партійної комунікації надає перевагу формалізовано-директивному спілкуванню, тактичною метою якого є швидке та релевантне проходження інформації через ланки партійної ієрархії, а стратегічною - забезпечення ефективної зовнішньопартійної комунікації;

- досліджено функціональні особливості процесів внутрішньопартійної комунікації в сучасній Україні, які полягають у тому, що на сучасному етапі розвитку демократії, вітчизняні партійні структури носять переважно централізований характер, а окремі намагання побудувати децентралізовану структуру несуть загрозу цілісності партійної структури.

*Дістали подальшого розвитку:*

- вивчення тенденцій трансформації партійно-комунікативної взаємодії в умовах динамічного розвитку інформаційно-комунікативних технологій, які полягають у медіатизації та інтернетизації процесів побудови партійних структур та їх подальшої взаємодії як з зовнішніми акторами, так і у процесах внутрішньопартійної комунікації;

- дослідження символіко-ціннісної складової зовнішньопартійної комунікації; яка полягає у секторальному застосуванні наділених маніпулятивним потенціалом, іміджів, символів та знаків, здатних спричинити прогнозовану реакцію сегментів споживачів;

*Уточнено:*

- особливості процесів партійної комунікації в умовах поширення партійних структур мережевого типу, що є результатом посилення антиелітарних настроїв серед основних електоральних груп, зростання популістських тенденцій та зниження довіри до партійних структур традиційного комунікативного типу в рамках існуючої партійної системи

України;

- роль мережі Інтернет як ефективного механізму процесів комунікації політичних партій України з зовнішнім середовищем та побудови ефективного комунікативного механізму всередині партійних структур, що уособлюється у просуванні партійного бренду, ідеологічних та програмних засад шляхом використання найбільш популярних соціальних платформ;

*Теоретичне і практичне значення одержаних результатів* визначається, насамперед, його актуальністю, новизною та сукупністю положень, винесених на захист. Отримані результати покликані поглибити розуміння процесів партійної комунікації у системі політичної комунікації, їх джерел, принципів, критеріїв ефективності, чинників, ключових напрямів трансформації.

Окремі частини дисертаційного дослідження можуть бути використані для вироблення та впровадження стратегічних і тактичних кроків у процесах партійного будівництва та формування комунікативної стратегії політичної партії як між власними структурними елементами, так і в питаннях взаємодії політичної партії з іншими елементами системи політичних відносин.

Теоретичне значення дисертаційного дослідження полягає в тому, що воно розширює наукове уявлення про фактори, які здійснюють безпосередній вплив на ефективне функціонування партійних структур в умовах розвитку інформаційно-комунікативних технологій і трансформації форм політичної участі.

Запропоновані в роботі теоретичні положення, висновки і рекомендації можуть слугувати методологічною основою досліджень проблем партогенезу, інституційного будівництва та управління проектами. Їх можна застосовувати під час викладання курсів «Партологія», «Політичні інститути та процеси», «Управління політичними проектами», «Теорія масових комунікацій». Вони можуть слугувати відправною точкою у висвітленні закономірностей розвитку і тенденцій трансформації партійних структур в умовах медіатизації та інтернетизації політичної участі.

**Ключові слова:** політична партія; політична комунікація; партійна комунікація; внутрішньопартійна комунікація; зовнішньопартійна комунікація; внутрішньопартійна демократія; електоральна комунікація.

## SUMMARY

**Tymchenko M.M. Party communications of modern Ukraine: a structural and functional dimension.** – On the right of manuscript.

Thesis on obtaining a scientific degree of Candidate of Political Science in speciality 23.00.02 – Political institutions and processes. – Oles Gonchar Dnipro National University, Dnipro, 2017.

The dissertation is devoted to the disclosure of the peculiarities of the formation and functioning of the system of the internal and external party communication within the party system of modern Ukraine. In the framework of this dissertation was carried out a complex study of the structural-functional dimension of party communication processes.

The effectiveness of the functioning of the party structure in terms of the transformation of political participation and party building processes is proved to depend decisively on the effectiveness of both internal and external communication tools. The current electoral challenges, faced by political parties, determine the constant search for new forms of the interaction between the party structure and external factors, the aim of which is the expansion of the electoral base, construction of the network of supporters and activists, optimization of the party structure and formalized party documentation within the existent institutional system.

*The purpose* of the dissertation is to establish functional peculiarities and trends in the development of communications of political parties of Ukraine in the context of symbolic-value, procedural and organizational changes within the political system of modern Ukraine.

The indicated purpose has led to the implementation of the following *tasks*:  
– to structure methodological approaches which form the basis of the

research strategy of studying the processes of party communication;

- to realize conceptualization of the party communication within the interdisciplinary approach, to determine the functional mechanisms and structural design of the process in correlation with theories of party building and political management;

- to establish structural logic, political-institutional, socio-cultural and normative conditions of the efficiency and stability of intraparty communication;

- to specify the determinants of the evolution of intraparty communications of modern Ukraine and to check the theoretical assumption of the role of intraparty democracy in the institutional development of Ukrainian political parties;

- to consider the processes of communication interaction between political parties and other political factors, particularly, public authorities and local self-government, non-profit organizations, lobby groups and non-institutionalized interest groups;

- outline the specificity of party communications at various stages of the electoral cycle on the example of modern Ukrainian parliamentary parties.

*The object* of the research is party communication as an instrument for solving the strategic and tactical complex of tasks of political parties.

*The subject* of the study is the structural and functional dimension of party communications on the example of the parliamentary parties of modern Ukraine.

*The scientific novelty* of the dissertation research is characterized by the following results:

For the first time:

- the structural and functional dimension of party communication is defined, which should be understood as formal and informal procedures, rules and internal organizational protocols of the system of coordination of party operations concerning the management and decision-making within the party and in their interaction with external stakeholders;

- *the system of criteria for analyzing the specificity of the external and internal party communication*, which gives the base to assert that cognitive-

symbolic and emotional components of the external party communication are subordinated to its other components, which are collectively focused on receiving electoral profits at any time of the party's functioning, and the internal component of party communication favors formalized-directive communication, the tactical aim of which is the rapid and relevant flow of information through the links of the party and hierarchy, and strategic – ensuring effective foreign party communication, *is developed*;

– *the functional peculiarities of processes of the intraparty communication in modern Ukraine*, which lie in the fact that at the present stage of development of democracy, the domestic party structures are mainly centralized, and separate attempts to construct a decentralized structure threaten the integrity of the party structure, *are researched*.

Get further development:

– study of the tendencies of the transformation of party-communicative interaction within the dynamic development of information and communication technologies, which lies in mediatization and interinitization of the processes of constructing party structures and its further interaction with external factors and in processes of the intraparty communication;

– research of symbolic and value component of foreign party communication; which consists in the sectoral application of manipulated potential, images, symbols and symbols, capable of causing predicted reaction of consumer segments

Clarified:

– the peculiarities of party communication processes within the dissemination of party-type network structures resulting from the strengthening of anti-establishment attitudes among the main electoral groups, the growth of populist tendencies and the reduction of trust in party structures of the traditional communicative type within the existing party system of Ukraine;

– the role of the Internet as an effective mechanism of communication processes of the political parties of Ukraine with the external environment and the



construction of an effective communicative mechanism within the party structures, which is embodied in the promotion of the party brand, ideological and program principles using the most popular social platforms.

*The theoretical and practical significance of the obtained results* is, first of all, determined by its relevance, novelty and a set of statutes submitted for the defense. The obtained results are intended to deepen the understanding of the processes of the party communication in the system of political communication, its sources, principles, criteria of efficiency, factors and key directions of transformation.

The certain parts of the research can be used to develop and implement strategic and tactical steps in the processes of party building and construction of the communicative strategy of a political party, both between its own structural elements and in matters of interaction of the political party with other elements of the system of political relations.

The theoretical significance of the dissertation research is to extend the scientific understanding of the factors which have a direct impact on the effective functioning of party structures in the conditions of the development of information and communication technologies and the transformation of forms of political participation.

The theoretical aspects, conclusions and recommendations proposed in the work can serve as a methodological basis for research on the problems of partogenesis, institutional building and project management. It can be used in teaching courses "Partology", "Political Institutions and Processes", "Management of Political Projects", "Media Studies". The above-mentioned elements can serve as a reference point for coverage of the patterns of development and trends in the transformation of party structures in terms of mediatization and internetization of the political participation.

## **НАУКОВІ ПРАЦІ, В ЯКИХ ОПУБЛІКОВАНІ ОСНОВНІ НАУКОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЇ**

### **Публікації у наукових фахових виданнях України з політичних наук:**

1. Тимченко М.М. Основні форми розвитку внутрішньої демократизації політичних партій в умовах модернізації політичної системи / М.М. Тимченко // Грані. – 2015. – № 12/1 (128). – С. 25–30.

2. Тимченко М.М. Процеси внутрішньої та зовнішньої політичної комунікації в сучасних партіях: основні концептуальні позиції / М.М. Тимченко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія, соціологія, політологія – 2015. – № 4 (26). – С. 117–125.

3. Тимченко М.М. Особливості політичної взаємодії груп інтересів у внутрішньопартійних комунікаційних процесах / М.М. Тимченко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія, соціологія, політологія. – 2015. – № 5 (27). – С. 107–114.

4. Тимченко М.М. Теоретико-методологічні засади дослідження внутрішньопартійної комунікації / М.М. Тимченко // Гілея. Науковий вісник – 2016. – Вип. 106 (3). – С. 298–301.

5. Тимченко М.М. Основні критерії ефективності зовнішньопартійної комунікації / М.М. Тимченко // Гілея. Науковий вісник – 2017. – Вип. 122 (7). – С. 362–365.

### **Публікації в наукових періодичних виданнях інших держав за напрямом, за яким підготовлено дисертацію**

1. Тимченко М.М. Мережева організація як новий тип функціональної структури політичних партій / М.М. Тимченко // Evropský politický a právní diskurz. – 2017. – Svazek 4, 2. vydání. – P. 37–41.

## **Опубліковані праці, які додатково відображають наукові результати дисертації**

1. Тимченко М.М. Внутрішньопартійні політичні комунікації як предмет дослідження сучасної політичної комунікації / М.М. Тимченко // Матеріали Дніпропетровської сесії III Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Придніпровські соціально-гуманітарні читання» (м. Дніпропетровськ, 29 листопада 2014 р.). – Д.: Вид-во «Інновація», 2016. – Ч. I. – С. 87–89.

2. Тимченко М.М. Політична комунікація парламентських партій України у соціальній мережі Facebook / М.М. Тимченко // Сучасні соціально-гуманітарні дискурси: Матеріали п'ятої всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 21 березня 2015 р.): у 5-х частинах. – Д.: ТОВ «Інновація», 2015. – Ч. I. – С. 47–49.

3. Тимченко М.М. Міжпартійна політична комунікація як предмет дослідження сучасної політичної комунікації / М.М. Тимченко // Глобальні виклики на Євразійському просторі: перспективи України, V Конвент МАСПН (Україна) (м. Київ, 14-15 травня 2015 р.). – К.: ФО-П Поліщук О.В., 2015. – С. 115–116.

4. Тимченко М.М. Політична взаємодія груп інтересів у внутрішньопартійних комунікаційних процесах / М.М. Тимченко // Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук: Матеріали V всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю (м. Дніпропетровськ, 28 серпня 2015 р.). – Д.: Вид-во «Інновація», 2015. – Ч. I. – С. 38–41.

5. Тимченко М.М. Вплив виборчої системи на стан партійної комунікації / М.М. Тимченко // Стихія політики: революція та еволюція: матеріали Другого Південноукраїнського конвенту МАСПН (м. Одеса, 18-19 березня 2016 р.). – О.: Видавничий дім «Гельветика», 2016. – С. 51–54.

6. Тимченко М.М. Внутрішньопартійна демократія як чинник партійної комунікації / М.М. Тимченко // Соціально - політичні проблеми сучасності: I Всеукраїнська наукова конференція студентів і молодих вчених (м.

Дніпропетровськ, 30 березня 2016 р.). – Д.: ПВНЗ «Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля», 2016. – С. 58–61.

7. Тимченко М.М. Технології SMM та їх роль у процесах партійної комунікації / М.М. Тимченко // Новітні парадигми суспільно-політичного розвитку та управління: VI Конвент МАСПН (Україна) (м. Житомир, 26-27 квітня 2016 р.). – Ж.: ФО-П Поліщук О.В., 2016. – С. 158–161.

8. Тимченко М.М. Масова партійна преса як складова процесів партійної комунікації / М.М. Тимченко // Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції присвяченої 25-річчю Незалежності України (м. Дніпропетровськ, 29-30 квітня 2016 р.). – Д.: Вид-во «Роял Принт», 2016 – С. 322–324.

9. Тимченко М.М. Законодавче регулювання процесів внутрішньопартійної комунікації: зарубіжний досвід / М.М. Тимченко // Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах: Матеріали II Всеукраїнської наукової конференції (м. Дніпропетровськ, 24-25 березня 2017 р.). – Д.: СПД «Охотнік» В.С., 2017. – С. 9–10.

10. Тимченко М.М. Мережеві партійні структури: особливості та перспективи розвитку / М.М. Тимченко // Матеріали VII Національного конвенту МАСПН (м. Одеса, 21-22 квітня 2017 р.). – О.: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – С. 94–96.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПАРТІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ</b> .....	
1.1. Концептуально-понятійна основа аналізу складових елементів партійної комунікації .....	13
1.2. Методологічні засади дослідження партійної комунікації в контексті теорії політичної комунікації .....	31
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 .....	68
ЛІТЕРАТУРА .....	71
<b>РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО–ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗАСАДИ ВНУТРІШНЬОПАРТІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ</b> .....	
2.1. Світовий досвід внутрішньопартійної комунікації: специфіка застосування в умовах сучасної України .....	78
2.2. Складові системи внутрішньопартійної комунікації: особливості формування та функціонування в Україні .....	100
2.3. Внутрішньопартійна демократія як чинник формування системи внутрішньопартійної комунікації в сучасній Україні .....	113
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 .....	122
ЛІТЕРАТУРА .....	125

<b>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОПАРТІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МЕЖАХ ПОЛІТИЧНОГО ПОЛЯ УКРАЇНИ</b> .....	134
3.1. Комунікаційна взаємодія політичної партії та органів державної влади .....	134
3.2. Особливості процесів комунікації політичної партії з інститутами громадянського суспільства .....	143
3.3. Міжпартійна комунікативна взаємодія: українська практика під час парламентських кампаній .....	151
3.4. Комунікація з електоратом як напрям зовнішньої партійної діяльності: огляд інструментарію на прикладі місцевих виборів в Україні .....	165
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3</b> .....	185
<b>ЛІТЕРАТУРА</b> .....	190
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	198
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	208

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Політичні партії є невід’ємною складовою політичної системи, які тривалий час слугували інструментом вираження низки соціальних, економічних, політичних, національних, культурних інтересів. Вони виступали і виступають в ролі ключового інструменту для завоювання та утримання політичної влади. Сучасний етап розвитку засобів масової комунікації, інтернетизація та медіатизація політичної діяльності, трансформація процесів політичної участі та системи політичних відносин в цілому кидають виклик сучасним політичним партіям. Перед партійними структурами постає питання підвищення ефективності власних структурних елементів, побудови ефективної системи взаємодії з зовнішніми акторами, стратегічного і тактичного інструментарію, метою якого є оптимізація спроможності політичної партії своєчасно та адекватно реагувати на внутрішні й зовнішні подразники. Для підвищення комунікативної ефективності партійна структура потребує формування чіткої системи інформаційної взаємодії як всередині партійної структури, так і зовні.

Протягом тривалого часу політичні партії відігравали ключову роль у процесах соціальної та політичної стратифікації, еволюціонували разом із системою соціально-політичних відносин, трансформувались у зв’язку з розвитком і ускладненням соціальних структур, політичної культури та інституціонального середовища. Організаційна структура, методи передвиборчої боротьби та взаємодії з іншими елементами політичної системи конкретизувалися і трансформувалися в залежності від соціально-економічних та політичних обставин. Зазнавали змін і процеси партійної комунікації, які були невід’ємною складовою процесів політичної комунікації, що зумовлено єдністю політичної партії та політичної системи в цілому.

На сьогоднішній день процеси партійної комунікації вимагають нового осмислення та ґрунтовного аналізу. В умовах швидкої та динамічної трансформації процесів політичної участі й системи взаємодії політичних акторів постає потреба виявити та проаналізувати чинники, тенденції та механізми, що надають змогу політичним партіям будувати ефективну внутрішню організаційну структуру та будувати систему взаємодії з іншими елементами політичної системи.

Трансформація організаційних структур політичних партій, форм політичної участі, принципів взаємодії між складовими політичної системи та динамічні зміни у системі політичних відносин зумовили необхідність нового осмислення причин, факторів та механізмів взаємодії партії з зовнішніми акторами та оптимізації внутрішньої партійної структури. Виходячи з вищезазначеного, постає потреба у розробці цілісного теоретичного підходу дослідження процесів партійної комунікації на сучасному етапі, що дає змогу говорити не лише про теоретичне, але й про практичне значення нашого дослідження.

Актуальність досліджуваної теми підтверджується стабільним інтересом та зростанням уваги дослідників до проблематики партійної комунікативної взаємодії. Важливе значення для формування теорії політичних партій та партійної комунікації мали праці Н. Макіавеллі, Т. Гобса, Дж. Локка, Т. Джеферсона, Ш. Монтеск'є, Ж-Ж. Руссо, Б. Константа, Дж. Мілля, Д. Юма, К. фон Бейме, К. Джанди, Дж. Лаполамбари, К. Лоусона, У. Кротті, Р. Макрідіса, С. Нойманна, А. Панебьянки, М. Вебера, А. де Токвіля, В. Вілсона, М. Острогорського, Г. Моски, В. Парето, Р. Міхельса, М. Дюверже, Ж. Шарло, С. Роккана, Дж. Сарторі, К. Строма, Р. Хармела. В рамках українського політологічного дискурсу аналізована проблематика знайшла своє відображення у працях В. Морарь, В. Бебика, Ю. Шведа, О. Шиманової, М. Примуша, Г. Щедрової, К. Меркотана, А. Романюка, М. Мануйлова, М. Толочко, І. Павленко, О. Нідермайера, А. Кройтора, С. Телешуна, В. Литвина, С. Наумкіна, О. Радченка,



М. Рибачука, Ф. Рудича, Ю. Саєнка, С. Телешуна, М. Томенка, О. Фісуна, В. Шаповала, Л. Шкляра, Ю. Якименка, Д. Яковлева, Л. Ярошенка. У дослідженнях вищезазначених вчених партійна комунікація розглядається в контексті складової політичної комунікації, партійного будівництва, трансформації організаційних структур політичних партій, форм внутрішньопартійної діяльності та місця політичної партії в рамках політичної системи в цілому. Це дає підстави говорити про високу актуальність проблематики партійної комунікації.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Тему дисертаційного дослідження затверджено Вченою радою Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Дисертаційна робота є частиною наукових досліджень кафедри політології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, зокрема науково-дослідної теми «Демократія і сталий розвиток в Україні: концептуально-теоретичні та процесуально-інституційні засади» (державний реєстраційний номер 0116U002264).

**Об'єктом дослідження** є партійна комунікація як інструмент вирішення стратегічного і тактичного комплексу завдань політичних партій.

**Предметом дослідження** є структурно-функціональний вимір партійних комунікацій на прикладі партійної системи сучасної України.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є встановлення функціональних особливостей і тенденцій розвитку комунікацій політичних партій України в контексті символіко-ціннісних, процесуальних і організаційних змін в рамках політичної системи сучасної України. Досягнення мети зумовило необхідність вирішення комплексу наступних завдань:

1. структурувати методологічні підходи, що утворюють основу дослідницької стратегії вивчення процесів партійної комунікації;

2. сформулювати концепцію партійної комунікації в рамках міждисциплінарного підходу, визначити механізми та напрями цього процесу

в кореляції з теоріями партійного будівництва й політичного менеджменту;

3. встановити структурну логіку, політико-інституційні, соціокультурні й нормативні умови ефективності та стабільності внутрішньопартійної комунікації;

4. конкретизувати детермінанти еволюції внутрішньопартійних комунікацій сучасної України та обґрунтувати роль внутрішньопартійної демократії в інституційному розвитку українських політичних партій;

5. розглянути процеси комунікаційної взаємодії між політичними партіями та іншими політичними акторами, зокрема органами державної влади й місцевого самоврядування, неприбутковими організаціями, лобістськими групами та неінституціоналізованими групами інтересів;

6. окреслити специфіку партійних комунікацій на різних стадіях електорального циклу на прикладі українських парламентських партій.

**Методи дослідження.** Виходячи з того, що предмет дослідження має багатогранний характер, доцільним є використання комплексу загальнонаукових і конкретнонаукових методів та інструментів. Обрання такої методологічної бази дозволило пізнати, структурувати та пояснити закономірності й механізми комунікаційного аспекту діяльності політичних партій. Загальнонаукова методологія дослідження процесів партійної комунікації представлена використанням загальнотеоретичних методів наукового дослідження, що дозволяє здійснити кількісний та якісний аналіз сутності партійних комунікацій в межах політичної теорії.

Отже, в рамках дисертаційної роботи було використано комплекс загальнонаукових, філософських і безпосередньо політологічних методів, а саме:

1. метод структурно-функціонального аналізу, який дав змогу розглянути політичні партії як системно-організовані структурні цілісності, в межах яких кожен елемент має своє функціональне значення;

2. порівняльний метод використовувався переважно для зіставлення об'єктів за схожими властивостями та характеристиками, а саме зіставлення

особливостей процесів партійної комунікації в рамках різних партійних та політичних систем з метою виявлення закономірностей цього процесу;

3. метод системного аналізу дозволив розділити процеси партійної комунікації на окремі складові, що дало змогу об'ємно вивчити функціональний стан та взаємозалежність між різними чинниками, об'єктами та суб'єктами партійної комунікації;

4. історичний метод надав змогу виявити логіку та закономірності розвитку процесів партійної комунікації в умовах трансформації партійних структур;

5. біхевіористський метод сприяв дослідженню поведінки об'єктів та суб'єктів процесу партійної комунікації, обумовленої внутрішніми та зовнішніми чинниками;

6. інституційний метод дозволив дослідити місце та роль партійних комунікацій у діяльності політичних партій в рамках політичного поля країни;

7. метод кейс-стаді відкрив можливість для пошуку загальних тенденцій і побудови теорій на основі дослідження конкретних випадків процесу партійної комунікації в контексті політичної комунікації;

8. методологічні засади теорії корпоративізму дозволили охарактеризувати процеси комунікативної взаємодії між політичними партіями та рядом зовнішніх акторів: органів державної влади, груп інтересів та ін.

9. були використані загальнологічні методи дослідження (індукція, дедукція, аналіз, синтез, узагальнення, абстрагування, класифікація та типологізація), методи логіко-діалектичного та історичного аналізу. Процеси партійної комунікації було розглянуто з точки зору єдності емпіричного та теоретичного.

10. під час дослідження окремих випадків процесів партійної комунікації було використано великий об'єм фактологічного матеріалу. Емпірична база дослідження складається з аналітичних джерел: нормативних

документів, які регулюють діяльність партійної структури; заяв керівників політичних партій та партійних функціонерів; публікацій в ЗМІ; аналітичних документів; партійних статутів та партійних програм; даних експертних досліджень та законодавчих норм, які регулюють процеси внутрішньопартійної комунікації та взаємодії політичної партії з зовнішнім середовищем.

Використання цих методів та підходів до дослідження процесів партійної комунікації визначається складністю та комплексністю цього процесу. Цією проблематикою займалися представники широкого спектру наукових дисциплін: соціології, політології, психології, наук про масові комунікації. У межах дослідження кожен з вищезазначених методів виконує специфічну роль та забезпечує новизну результатів. Отримані висновки, пропозиції та рекомендації ґрунтуються на результатах аналізу великого обсягу джерел, які висвітлюють аналізовану проблематику.

**Наукова новизна отриманих результатів** визначається тим, що дисертаційне дослідження є однією з перших спроб здійснити комплексне дослідження структурно-функціонального виміру процесів партійної комунікації у вітчизняній політологічній традиції. У межах дисертаційної роботи можна виділити результати, які конкретизуються у вигляді наступних тез:

*вперше:*

- визначено структурно-функціональний вимір партійної комунікації, під яким слід розуміти формальні і неформальні процедури, правила й внутрішньо організаційні протоколи системи координації партійних операцій щодо здійснення управління та прийняття рішень всередині партії та у їх взаємодії із зовнішніми стейкхолдерами;

- розроблено систему критеріїв аналізу специфіки зовнішньопартійної та внутрішньопартійної комунікації, яка дає підстави стверджувати, що когнітивно-символічній та емоційній складовим зовнішньо партійної комунікації підпорядковані інші її складові, сукупно орієнтовані на

отримання електоральних профітів в будь-який проміжок часу функціонування партії, а внутрішня складова партійної комунікації надає перевагу формалізовано-директивному спілкуванню, тактичною метою якого є швидке та релевантне проходження інформації через ланки партійної ієрархії, а стратегічною - забезпечення ефективної зовнішньопартійної комунікації;

- досліджено функціональні особливості процесів внутрішньопартійної комунікації в сучасній Україні, які полягають у тому, що на сучасному етапі розвитку демократії, вітчизняні партійні структури носять переважно централізований характер, а окремі намагання побудувати децентралізовану структуру несуть загрозу цілісності партійної структури.

*уточнено:*

- особливості процесів партійної комунікації в умовах поширення партійних структур мережевого типу, що є результатом посилення антиелітарних настроїв серед основних електоральних груп, зростання популістських тенденцій та зниження довіри до партійних структур традиційного типу в рамках існуючої партійної системи України;

- роль мережі Інтернет як ефективного механізму процесів комунікації українських політичних партій із зовнішнім середовищем та побудови ефективного комунікативного механізму всередині партійних структур, що реалізується в просуванні партійного бренду, ідеологічних та програмних засад шляхом використання соціальних платформ та партійних сайтів;

*набуло подальшого розвитку:*

- вивчення тенденцій трансформації партійно-комунікативної взаємодії в умовах динамічного розвитку інформаційно-комунікативних технологій, яке полягає в медіатизації та інтернетизації процесів побудови партійних структур та їх подальшої взаємодії як з зовнішніми акторам, так і в процесах внутрішньопартійної комунікації;

- дослідження символіко-ціннісної складової зовнішньопартійної комунікації; яка полягає у секторальному застосуванні наділених

маніпулятивним потенціалом, іміджів, символів та знаків, здатних спричинити прогнозовану реакцію сегментів споживачів.

**Теоретичне та практичне значення дисертації.** Отримані результати покликані поглибити розуміння процесів партійної комунікації в системі політичної комунікації, їх джерел, принципів, критеріїв ефективності, чинників, ключових напрямів та закономірностей трансформації. Окремі частини дисертаційного дослідження можуть бути використані для вироблення та впровадження стратегічних і тактичних кроків у процесах партійного будівництва, а також формування комунікативної стратегії політичної партії між власними структурними елементами та іншими елементами системи політичних відносин.

Теоретичне значення дисертаційного дослідження полягає в тому, що воно розширює наукове уявлення про фактори, які чинять безпосередній вплив на ефективне функціонування партійних структур в умовах розвитку інформаційно-комунікативних технологій і трансформації форм політичної участі.

Запропоновані в роботі теоретичні положення, висновки і рекомендації можуть бути використані у вигляді методологічної основи досліджень проблем партогенезу, інституційного будівництва та управління проектами, під час читання курсів «Партологія», «Політичні інститути та процеси», «Управління політичними проектами», «Теорія масових комунікацій», а також слугувати відправною точкою у висвітленні закономірностей розвитку і тенденцій трансформації партійних структур в умовах медіатизації та інтернетизації політичної участі. Окремі частини роботи можуть бути використані для створення інформаційних доповідей, аналітичних документів і звітів з боку урядових та неурядових структур. Усі вищезазначені висновки дозволяють припустити, що обраний дослідницький напрям доведе свою актуальність в межах сучасного політологічного дискурсу та практичної площини.

**Особистий внесок здобувача.** Постановка і розв'язання всього комплексу завдань, усі дослідницькі процедури в межах наукового вивчення обраної теми дисертації було здійснено самостійно. На тему дослідження автором одноосібно підготовано 16 наукових публікацій.

**Апробація результатів дослідження.** Матеріали дисертації використовувалися для підготовки наукових статей, обговорювалися на засіданнях кафедри політології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара (м. Дніпро). Основні положення, висновки та результати дослідження доповідалися та обговорювалися на регіональних, всеукраїнських та міжнародних конференціях: Дніпропетровської сесії III Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Придніпровські соціально-гуманітарні читання» (Дніпропетровськ, 29 листопада 2014 р.), П'ятої всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні соціально-гуманітарні дискурси» (Дніпропетровськ, 21 березня 2015 р.), V Національний конвент міжнародної асоціації студентів політичної науки «Глобальні виклики на Євразійському просторі: перспективи України» (Київ, 14-15 травня 2015 р.), V Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук» (Дніпропетровськ, 28 серпня 2015 р.), Дніпропетровської сесії IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Придніпровські соціально-гуманітарні читання» (Дніпропетровськ, 21 листопада 2015 р.), Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні проблеми розвитку освіти і науки в умовах глобалізації» (Дніпропетровськ, 4-5 грудня 2015 р.), Другого Південноукраїнського конвенту Міжнародної асоціації студентів політичної науки «Стихія політики: революція та еволюція» (Одеса, 18-19 березня, 2016 р.), I Всеукраїнська наукова конференція студентів і молодих учених «Соціально-політичні проблеми сучасності» (Дніпро, 30 березня, 2016 р.), VI Національного конвенту міжнародної асоціації студентів політичної науки «Новітні парадигми суспільно-політичного розвитку та управління» (Житомир, 26-27 квітня, 2016 р.), Всеукраїнської наукової конференції

«Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах» (29-30 квітня 2016 р.), II Всеукраїнської наукової конференції «Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах» (Дніпро, 24-25 березня, 2017 р.)

**Публікації.** За результатами дослідження автором одноосібно було опубліковано 5 наукових статей у вітчизняних фахових виданнях з політології, 1 публікація – у закордонному виданні, а також 10 тез і статей за матеріалами конференцій.

**Структура роботи.** Дисертаційна робота визначається поставленими цілями та завданнями і складається зі вступу, трьох розділів, восьми підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації 228 сторінок, у тому числі список використаної літератури – 20 сторінок. Список використаної літератури містить 212 найменувань.



# РОЗДІЛ 1.

## ТЕОРЕТИКО–МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПАРТІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

### 1.1. Концептуально-понятійна основа аналізу складових елементів партійної комунікації

Ефективність діяльності політичних партій в рамках демократичної політичної системи залежить від скоординованості дії усіх її структурних елементів та можливостей своєчасно реагувати на виклики зовнішнього середовища. Тому партійна комунікація є невід'ємною складовою процесу партійного будівництва в будь-якій країні світу. Термін «комунікація» вперше був уведений в науковий обіг на початку ХХ ст.

У цьому контексті партійну комунікацію слід розглядати як складову політико-комунікативного процесу. Політична комунікація в свою чергу представляє процес створення, кодування, відправки та отримання повідомлень, метою яких є здійснення впливу на формування спектру ідей, поглядів, цінностей та політичного простору в цілому.

Один із засновників американської соціологічної школи Ч. Кулі вважав, що «під комунікацією потрібно розуміти механізм, завдяки якому можливі існування та розвиток людських відносин – усі символи розуму разом зі способами передачі їх у просторі і збереженні в часі. Вона включає міміку, спілкування, жести, тон голосу, слова, писемність, друк, залізні дороги, телеграф, телефон і новітні досягнення у сфері завоювання простору та часу. Чіткої межі між засобами комунікації та оточуючим середовищем не існує. Однак разом з зародженням зовнішнього світу з'являється система стандартних символів, призначена тільки для передачі думок. З неї і

починається традиційний розвиток комунікації [14].

Початок систематичного вивчення процесів і явищ політичної комунікації було покладено роботою Г. Лассуелла, яка була присвячена аналізу феномену пропаганди в період Першої світової війни. Науковець розглядав процес комунікації як складне явище, яке має власні соціальні функції, внутрішню структуру та загальну спрямованість, стверджуючи що «комунікація, як і будь-який інший процес може бути розглянута з точки зору структури і функції, інакше кажучи, з позиції структурного та функціонального аналізу» [57].

У своїх працях Г. Лассуелл робив наголос на тому, що комунікація є невід'ємною складовою будь якого феномену соціального життя та намагався побудувати цілісний опис масово-інформаційних процесів та їх циркуляції шляхом інтеграції до структури комунікативного процесу такої її важливої складової як «ефект». Також він одним з перших в межах американської комунікативістики зробив наголос на процесах управління масовою свідомістю, складовими якої є масові ілюзії, очікування та масова омана. У процесі досліджень Г. Лассуелл зробив висновок, що саме соціологічний аналіз феномену масових ілюзій найбільш повно розкриває природу суспільної свідомості та формування суспільної думки в цілому, ніж дослідження ідеологій, які в цьому контексті виступали в якості систематизованих духовних утворень [57].

Вже в 1930-1940 рр. з'явилася наука комунікологія, яка носила міждисциплінарний характер. Саме в цей період з'явилися фундаментальні дослідження у сфері політичної комунікативістики як науки, що вивчає природу і будову інформаційно-політичної сфери суспільного життя, форми еволюції спілкування правлячих кіл і громадянського суспільства [43, с. 191].

З кінця 40-х і до початку 50-х рр. домінували два підходи в дослідженні комунікації. Перший підхід, який мав назву «раціоналістичний», базувався на концепції технологічного детермінізму. Такий підхід трактував засоби масової інформації як єдине джерело суспільного розвитку. Відповідно до

цього підходу інформація розглядалася як основа культури та усіх культурних цінностей. В основі другого підходу, який у науковій літературі отримав назву «ірраціоналістичного», лежить концепція взаєморозуміння, тобто розуміння людьми один одного.

Важливим етапом для становлення та розвитку комунікології стала модель «двоступінчатого комунікаційного підходу» та її модифікацій, автором якої є П. Лазарсфельд. У результаті досліджень було встановлено, що ЗМІ не чинять прямого впливу на аудиторію. Вплив засобів масової комунікації на аудиторію опосередковується міжособистісною комунікацією, тобто від засобів масової комунікації ідеї поширюються до «лідерів суспільної думки», а вже через них – до аудиторії. Інформація, яка надходить з засобів масової комунікації перетворюється в результаті міжособистісного спілкування, її зміст інтерпретується «ситуативними лідерами суспільної думки» для своєї соціальної групи. Реальний вплив інформації ЗМІ на аудиторію відбувається тільки в результаті двохетапної комунікації.

П. Лазарсфельд показав, що масмедіа є неефективними на рівні окремої людини, вони не змінюють ні його поглядів, ні упереджень, але проникаючи в первинні групи сусідів, сім'ї, друзів в результаті особистих та групових обговорень вони впливають на людину та трансформують її погляди на ті чи ті суспільно-політичні процеси. Ця модель особливо яскраво проявляється у відношенні до інформації, яка стосується т.зв. «високих матерій», тобто сфери мистецтва, політики, культурної спадщини та ін. [59].

Подальший розвиток моделі «двоступінчатого потоку комунікації» пов'язано з виявленням так званих «факторів-посередників», спираючись на які, засоби масової комунікації здійснюють вплив на людину, наприклад: схильність людини до сприйняття інформації, належність до певного соціокультурного середовища, вплив групових цінностей та ін. Саме «фактори-посередники» здатні змінювати усталені точки зору та упередження, які призводять до зміни поведінки аудиторії. Згідно з теорією «когнітивного дисонансу» Фестингера, людина намагається зменшити

когнітивний дисонанс, тому вибірково ставиться до інформації. Як правило, люди намагаються уникнути негативної інформації, і шукають таку, яка підтверджує правильність їхніх рішень та суджень [37].

Таким чином розробка технологій комунікації всередині певного середовища або організації поступово орієнтується на широке застосування теоретичних моделей та використання результатів прикладних досліджень, без яких зусилля спрямовані на створення та підтримку стійких зв'язків можуть стати неадекватними.

Дослідженням комунікаційних процесів займалися різні політологічні школи: американська, представниками якої були Дж. Дьюї, Ч. Кулі, Дж. Мід (методологічною основою досліджень цієї школи був американський прагматизм) та європейська, центрами якої були Франція та Німеччина. Представниками німецької школи був запропонований критичний підхід дослідження комунікації. Основним напрямком французьких досліджень були ЗМІ.

У сучасній науковій літературі існує безліч визначень поняття «комунікація». Американські вчені Ф. Денс та К. Ларсон проаналізували 126 дефініцій терміна «комунікація» [48]. На сьогодні поняття «комунікація» має три основні інтерпретації. По-перше, комунікація трактується як засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального та духовного світу, тобто як певна структура. По-друге, це – спілкування, в процесі якого люди обмінюються інформацією. По-третє, під комунікацією мають на увазі передачу та масовий обмін інформацією, з метою впливу на суспільство та його складові.

Одне з провідних місць у політичному процесі займає політична комунікація. Вона є невід'ємним елементом взаємодії людей, груп, політичних партій, громадських організацій і забезпечує передачу та отримання інформації, оцінок, значень, символів, цінностей та ін. Політика виражає себе через систему комунікативних дій.

Як зазначає ряд дослідників, на початковому етапі термін «політична комунікація» був заміною для пропаганди, оскільки вважався доцільнішим

для означення демократії. У сучасній науці ми вже можемо спостерігати сотні визначень комунікації, але всі ці значення групуються навколо ідеї обміну повідомленнями.

У сучасному світі вдосконалення комунікаційних технологій визначає значний вплив на форму та функціонування організації, включаючи такі аспекти як структура, система управління, напрям інформаційних потоків та спосіб передачі інформації, організаційна культура.

Надалі дослідження, які проводилися в рамках організаційної науки, насамперед пов'язані з вивченням типу організації. Під стійким типом організації ряд американських дослідників розуміють сформований і тиражований рядом організацій стандарт [22]. Описуючи у своїх працях історичні форми організації, вони виділяють дві традиційні форми: ринок та ієрархію. Соціологи, наслідуючи М. Вебера, виділяють в якості базових бюрократію та гільдію [70]. В останні десятиліття, на думку вчених, виникає безліч принципово нових «постбюрократичних організацій», найчастіше навіть розмиваючи таке поняття як «організаційна структура». Це так звані мережеві організації, інтерактивні та віртуальні.

Вдосконалення організаційних технологій завжди мало суттєвий вплив на розвиток організаційних форм. Так, згідно з Дж. Ялесу та В. Орліковскі, система діловодства, створення картотек, регулярне проведення нарад сприяло розвитку бюрократії, забезпечуючи «координацію та контроль частин організації». Згодом використання телеграфу, телефону та засобів поштового зв'язку створили умови для появи міжнаціональних бізнес- та політичних корпорацій. Це дозволило знизити невизначеність зовнішнього середовища. Нові організаційні форми виникають і набувають розвитку на основі нових комунікаційних технологій. Вони координують інформаційні потоки всередині і зовні організації, і дозволяють ефективно долати принципові для традиційних організацій бар'єри простору та часу [71].

Доцільним також було б прослідкувати трансформацію процесів комунікаційного зв'язку у діяльності політичних партій в процесі розвитку

інформаційних технологій. Якщо в період з середини XIX століття до середини XX-го традиційними каналами партійної комунікації були локальні зібрання, передвиборчі тури, дебати між кандидатами, то з розвитком інформаційних технологій до цих каналів додалися прес-конференції, телевізійна реклама, адресна доставка агітаційної продукції, онлайн-трансляція внутрішньопартійних заходів та широке використання мережі Інтернет у внутрішньопартійній та передвиборчій боротьбі.

Система зворотного зв'язку також зазнала суттєвих трансформацій. Якщо у період появи масових партій традиційно використовувався такий канал взаємодії з виборцями та активістами як агітація «від дверей до дверей» та локальний збір активу, то з розвитком інформаційно-технологічної складової поширення набули регулярні дослідження суспільної та внутрішньопартійної думки, проведення фокус-груп та створення інтерактивних сайтів, спрямованих на мобілізацію широких суспільних верств.

Змінилась також і система управління партійною організацією. Якщо для початкового періоду розвитку політичних партій було характерно, що всі управлінські функції належать партійному лідеру, то на сучасному етапі координація здійснюється шляхом залучення спеціалістів та професійних консультантів, що дозволяє більш якісно аналізувати інформацію та приймати політичні рішення.

Отже, можна стверджувати, що швидкий розвиток нових форм, а особливо інформаційних технологій, чинить суттєвий вплив на форми існування та діяльності організацій, таких як, наприклад, політичні партії. Зміни відбуваються настільки швидко, що науковці встигають лише описувати та систематизувати ці зміни, відсуваючи задачі методологічного осмислення на майбутнє. Стійкість нових організаційних форм, перспективи їх розвитку, переваги та недоліки нових організацій з точки зору конкурентоспроможності, ресурси персоналу, вплив нових технологій на відносини в організації, вибір технології та темпи її дифузії на сьогодні

потребують детального вивчення у політологічному контексті.

Існує п'ять підходів дослідження політичної комунікації, серед яких виділяють:

1. Біхевіоральний, представниками якого є Ж. Міллер [18], Д. Берло [47], Г. Еулау [51] та ін. Модель комунікації, згідно з цим підходом, повинна мати у своєму складі детальний аналіз кожного з елементів комунікаційного процесу. Джерело та адресат аналізуються з точки зору наявних у них комунікативних навичок, знання, їх соціальної належності, культурних характеристик, соціально-психологічних установок, які визначають реакції індивіда по відношенню до суб'єктів та ситуацій, з якими ця установка пов'язана. Повідомлення розглядається з позиції його елементів та структури, змісту та способу кодування. Каналами комунікації, відповідно до цієї теорії, є п'ять органів чуття, по яких надходить інформація. Зазначена модель комунікації є найбільш простою для знайомства з особливостями конкретного комунікативного процесу. Її можна вважати базовою під час розгляду окремих елементів комунікативного процесу. У нашому випадку цим комунікативним процесом є партійна комунікація. Недоліком цієї теорії є те, що комунікація в ній розглядається як процес, який є направленим в одну сторону, і її неможливо вважати повною без урахування результату комунікації та зворотного зв'язку.

2. Структурно-функціональний, представниками якого є К. Дойч [49], Г. Алмонд [45], Д. Істон [50]. Науковці розглядали політичну систему як сукупність різноманітних та взаємопов'язаних видів діяльності, які впливають на прийняття та виконання рішень. До того ж, сутність політичної системи вони розглядали у цілеспрямованому розподілі відповідних цінностей, які й робили можливим взаємозв'язок усіх людських дій, направляючи їх на задачі управління.

Ступінь визнання цінностей владних інституцій з боку суспільства визнавалася основою стійкості системи. На той час до кола завдань політичної системи входило забезпечення самозбереження, підтримка

власної життєдіяльності та стабілізація свого положення за допомогою ряду факторів. Процес функціонування системи описується як процес взаємодії трьох її елементів: «входу», «конверсії» та «виходу». На «вхід» подаються вимоги суспільства, які можуть носити економічний, політичний чи соціальний характер або підтримка та вираження солідарності діям владних інституцій та системі. У подальшому ці вимоги опрацьовуються елітарними колами і згодом виробляються ті чи ті рішення, які передаються на «вихід» системи, де трансформуються в акти державної політики (закони, накази) спрямовані на ознайомлення з суспільною думкою. Останній елемент системи включає механізм «зворотного зв'язку», який забезпечує комунікацію між «виходом» та «входом» на основі врахування владними інституціями впливу зовнішніх обставин. Саме цей механізм забезпечує самоконтроль та саморозвиток політичної системи. Доповнюючи цю теорію, Г. Алмонд вважав, що принципового значення також набувають неформальні утворення. З'єднати всі ці елементи та забезпечити їх взаємодію з метою стабілізації системи могла тільки політична культура, яка і займала в структурі політичної системи центральне місце. На думку Г. Алмонда, «Політична система складається із взаємодіючих між собою ролей, структур, підсистем та політичної культури, яка лежить в їх основі».

Отже, ослаблення політичної системи настало насамперед внаслідок ослаблення політичних інститутів, які забезпечували соціалізацію громадян, відтворення політичної культури шляхом встановлення комунікаційних зв'язків між владою та суспільством. К. Дойч стверджував, що політична система являє собою цілеспрямовано організовану сукупність інформаційних зв'язків, направлених на управління та регулювання об'єктів політичного життя. До того ж, він розрізняв особисті комунікації й ті, що здійснюються організаціями, які проходять через спеціальні структури – друковані або електронні ЗМІ. У загальному вигляді така сукупність системних елементів показувала, як інформаційно-комунікативні процеси послідовно диференціюються з метою виконання владними інституціями їх функцій. На



першому етапі формується блок даних, який формується на основі джерел інформування інститутів влади.

Другий етап представляє собою переробку даних, включає в себе співвідношення отриманих повідомлень з домінуючими цінностями, нормами та стереотипами держави, а також з наявною у цих органів інформацією. У подальшому ця відсортована інформація стає основою для прийняття рішень з метою врегулювання існуючого стану системи. Ці рішення на заключному етапі забезпечують реалізацію поставлених цілей. Отримані результати вже в якості нової інформації через механізми зворотного зв'язку надходять на перший блок, виводячи систему на наступне коло функціонування.

3. Інтерпретаційний підхід, представлений такими дослідниками як Е. Гофман [3], М. Едельман [44], Е. Хол [52] та ін. Сутністю цього підходу є зв'язок комунікації з оперуванням суб'єктивними, ціннісними значеннями, які самі стають реальністю коли набувають омовлення.

У зв'язку з тим, що комунікатори є особистостями зі своїми цінностями, всі комунікації за своєю сутністю є інтерпретаціями. У комунікативних актах взаємодіють оцінки життєвих явищ. Тобто інтерпретаційний підхід засновано на оперуванні особистістю суб'єктивними значеннями, до яких можна віднести символи, когнітивні схеми, стереотипи, політичні міфи, тощо. Ці суб'єктивні значення мають для неї індивідуальний та ціннісний сенс.

4. Діалоговий або деліберативний, основним представником якого є Ю. Габермас [38]. У своїй теорії він стверджує, що основою комунікативної форми діяльності повинен стати досвід безпосередньої комунікації, який побудовано за принципом діалогу. До того ж, діалог розглядається ним як вільна взаємодія індивідів, в якому індивідуальність не подавляється, а навпаки проявляється в усьому своєму різноманітті. Разом з тим, за допомогою такої комунікації особистість задовольняє не тільки свою потребу в спілкуванні, але й транслює свої погляди та ціннісні уявлення, які не

можливо передати або проявити іншими засобами. Цей процес передбачає конкретну комунікативну поведінку, культуру спілкування, діалогу, а також етику комунікації. Усе це, на його думку, сприяє створенню в суспільстві стану терпимості до інших поглядів, розуміння і врахування позицій та учасників діалогового комунікування. Отже, сутність діалогіки Ю. Хабермаса закладена в обґрунтуванні всеохоплюючого характеру діалогової природи самого суспільства. Цей підхід має глибокий соціальний підтекст, пов'язаний з його намаганням знайти відносно безболісний для сучасного суспільства та держави засіб їх «терапії». Окрім цього, Ю. Хабермас впевнений, що сучасне ліберально-демократичне суспільство не робить перешкод для розвитку виробничих сил та демократизації політичних відносин. Труднощі та непорозуміння, згідно з Ю. Хабермасом, виникають лише тоді, коли держава робить безконтрольні вторгнення в сферу людських потреб та інтересів. Втручання держави в ці сфери зумовлено виникненням перешкод для створення вільної від зовнішнього тиску міжособистісної комунікації на основі громадянського діалогу. Теоретичне обґрунтування такої діалогіки, приводять Ю. Хабермаса до пошуку ненасильницьких засобів для розв'язання всіх конфліктів в суспільно-політичному середовищі, тобто на комунікативній основі, шляхом широкої інституціоналізації дискурсивної взаємодії влади та громадян, держави та громадянського суспільства в публічній сфері сучасного інформаційно-комунікативного суспільства. До представників вказаного підходу доцільно віднести О. Апеля, який є автором теорії комунікативної спільноти. Учений одним з перших визначив комунікацію як основу свідомості, пізнання та суспільного буття. О. Апель обґрунтовував поняття «апріорі комунікації» та вважав, що кожен комунікативний акт людини – «апріорі», тому що поза комунікацією людина не існує несвідомо [46].

5. Маркетинговий підхід дослідження політичної комунікації вивчали М. Ціхош, М. Єзінські та М. Мазур. Він базується на тому, що всі політичні маркетингові комунікації орієнтовані на вирішення певних задач, які в свою

чергу повинні відповідати цілям комунікаційної програми. Зазвичай серед цих цілей виділяють: створення у виборців обізнаності стосовно певного кандидата чи партії, розповсюдження інформації, підвищення культури політичного ринку, формування позитивного іміджу конкретного кандидата чи партії. Кінцевою метою будь-якої стратегії маркетингових комунікацій є допомога у здобутті перемоги на виборах певному кандидату чи партії [22, с. 16].

На сьогодні політична комунікація поки що не стала об'єктом комплексних теоретико-методологічних досліджень. Науковий пошук в основному ведеться за декількома суміжними, але недостатньо зв'язаними між собою напрямками. Вивчаються лише окремі аспекти політико-комунікаційних процесів і явищ.

Треба звернути увагу на те, що фрагментарний аналіз, який є неминучим етапом розвитку будь-якої теорії, стає перепорою на шляху виявлення сутнісних характеристик політичної комунікації, що призводить до скорочення предметного поля дослідження і звужується до комунікаційних процесів, які мають місце в період підготовки та проведення виборчих кампаній. Цим самим поза увагою залишаються процеси комунікації, які відбуваються за участю основних акторів виборчої кампанії, головними з яких є політичні партії [30].

У якості висновку можна зазначити, що політична комунікація являє собою передачу та обмін інформацією, ідеями, емоціями, символами, цінностями у сфері політики між її суб'єктами та громадянами в ході їх формальної та неформальної взаємодії.

Серед українських дослідників проблематикою політичної комунікації в різні періоди займалися В. Бебик [1], О. Гриценко [4], Л. Климанська [11], Г. Почепцов [30], Є. Тихомирова [33] та ін.

Українська дослідниця В. Морарь вважає, що політична комунікація є специфічним видом політичних відносин і розглядається як невід'ємний елемент політичної сфери суспільства, як частина його політичної свідомості

[20, с. 37].

У свою чергу В. Бебик стверджує, що політична комунікація є своєрідним соціально-інформаційним полем політики, яке поєднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність [1].

Однією з найважливіших складових політичної комунікації є партійна комунікація. Вона є процесом передачі інформації всередині партійної організації та передачі повідомлень для зовнішніх стейкхолдерів та бенефіціарів політики. Цей процес спрямовано на досягнення параметрів ефективного управління партійною структурою та формування прийняттого та бажаного публіситі, що має на меті оптимізацію варіантів досягнення сукупності тактичних та стратегічних цілей.

Розглядаючи політичну діяльність з комунікаційної точки зору, зрозуміло, що взаємини між політичними партіями та блоками в ході їх боротьби за завоювання, утримання і використання влади, незалежно від того, який би характер вони не набували, не можуть виявлятися інакше як у формі інформаційного обміну, тобто комунікації.

Наявність великої кількості параметрів у сфері партійного будівництва зумовлює складну, багатовимірну структуру інформаційно-комунікативного обміну між усіма структурними елементами політичної партії.

Становлення комунікації у політичних партіях як сфери професійної діяльності, пов'язано з виникненням професії комунікатора, яка на сьогоднішній день ще не є визнаною офіційною політичною наукою.

Важливість глибокого аналізу партійної комунікації як складової політичної комунікації зумовлена тим, що на сучасному етапі політичні партії відіграють одну з головних ролей, як в системі політичної комунікації, так і в системі політичного процесу загалом.

Від якості партійної комунікації залежать чинники, які впливають на розвиток партій в межах існуючої політичної системи, їх здатність до участі у виборчих перегонах, здатність до мобілізації партійних активістів,

електоральна привабливість.

Комунікаційний аспект діяльності політичних партій попри наявність деяких публікацій, ще не знайшов свого всебічного та всеохоплюючого вивчення, тому очевидно, що сфера дослідження партійної комунікації в теоретичному і практичному плані є малорозробленою [35, с. 117].

У зарубіжних дослідженнях проблематику партійної комунікації, як правило, розглядають у межах політичної реклами у виборчий та міжвиборчий період. До цих досліджень можна віднести праці Б. Ісаєва [8], Г. Голосова [53], Р. Матвєєва [15], К. Джанда [54], М. Лааксо [56], Х. Молінара [63].

Окремі публікації належать вітчизняним дослідникам політичних партій: В. Бебику [1], М. Морарь [20], М. Обушному [25], К. Меркотан [17], А. Романюк [32], О. Шимановій [43], М. Примуш [31], О. Нікогосян [24]. Одним із важливих аспектів партійної комунікації є функціонування політичної партії. Поняття «політичної партії» є достатньо дослідженим, як у зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі.

Існує класична та сучасна теорії партій, які покликані вивчати походження, роль та суспільні функції партій у політичному житті суспільства.

Серед представників класичної теорії політичних партій можна виділити М. Вебера [2], А. де Токвіля [36], М. Острогорського [27], Г. Моску [23], В. Парето [28] та Р. Міхельса [19].

А. де Токвіль проаналізував діяльність політичних партій США і прийшов до висновку, що їх виникнення пов'язане з природою людських відносин та характерів. А. Токвіль писав, що «політична партія – це таке об'єднання людей, яке має в основі загальнонаціональні інтереси, а якщо мова йде про локальні чи регіональні інтереси, то їх виразниками виступають політичні угруповання. Виникнення політичних партій А. Токвіль пов'язував з існуванням права на об'єднання, яке він розглядав як одну з основ американської демократії.

В. Парето вважав, що визнання усіма членами партії її програмних положень є необхідною умовою стійкості партійної структури. Однак він не виключає існування в середині партії різного роду політичних фракцій та боротьбу між ними. Ідейні та програмні розбіжності завжди мають свої межі. Вихід за них призводить до організаційного розколу з подальшим створенням нових партій. У той же час він вважав, що в партіях комуністичного спрямування фракційна боротьба є забороненою, тому що вона є несумісною з цілями та завданнями, які ставить перед собою статут цих партій. Але, на думку Парето, відсутність фракційної боротьби всередині партії веде до ідейно-політичного заокостеніння партійної структури.

Аналізуючи діяльність політичних партій, російський дослідник М. Острогорський дійшов висновку, що політична партія являє собою особливий тип організацій, які розвиваються за особливими законами. М. Острогорський стверджував, що порівняно невелика кількість людей може чинити суттєвий вплив на політичну поведінку широких мас. В сучасному політологічному лексиконі під терміном «кокус» розуміють зустріч осіб, які формують та керують думкою прихильників тієї чи тієї політичної партії.

Для М. Острогорського політичні партії, профспілки та інші об'єднання громадян – це, перш за все, інструменти формування та вираження думок громадян, а, значить, демократія залежить від існування різноманітних та протиборчих сил, які використовують своє право на таке об'єднання. Тому вчений пропонує замінити закриті партії тоталітарного типу широкими суспільними рухами, що об'єднані конкретними цілями. Найважливішою передумовою цього повинно бути зростання громадянського суспільства, яке відрізняється великим спектром соціальних відносин, протиріч та інтересів.

Г. Моска, який є одним з представників елітизму, зазначав, що суспільство розділене на два класи: правлячий та підлеглий. Правлячий клас монополізує владу, використовуючи політичні партії, та використовує різні

методи для підтримки цього стану речей. Панування еліт існує у будь-якому суспільстві. Це – закон, який підтверджується історією людського розвитку. Г. Моска вважав, що основним критерієм формування правлячого класу є його здатність до керування іншими людьми. Еліта, зосереджена тільки на власних інтересах, поступово втрачає важелі впливу та може бути повалена.

М. Вебер у своїх працях виділяв три етапи становлення політичних партій: аристократичне угруповання, політичний клуб та масова партія. Ця класифікація є загальновизнаною в політичній науці.

Німецький дослідник Р. Міхельс, доповнюючи теорію М. Острогорського, вважав, що кожен організаційну структуру, зокрема і політичну партію, завжди будуть спіткати олігархічні тенденції. Він розглядав олігархізацію як одну із загроз демократії. Він вважав, що в процесі функціонування політичних партій їх керівний апарат відривається від рядових членів і починає набувати елітарних рис. Тому на певному етапі демократія завжди перетворюється на олігархію. І чим більшою є партійна організація, тим сильніше проявляються ці тенденції. На більш пізньому етапі своїх досліджень Міхельс почав стверджувати, що олігархізація не є таким негативним явищем, що вона витікає з історичного досвіду, коли вожді не поступалися своєю владою масам, а тільки іншим вождям. Основним завданням він вважав формування «гідної» партійної еліти. Теорія Міхельса зазнала критики з боку інших дослідників. Грунтуючись на емпіричних дослідженнях, вони вважали, що в масових партіях не завжди набувають свого прояву олігархічні тенденції.

Стосовно досліджень сучасної теорії значний внесок зробили М. Дюверже [7], Ж. Шарло [40], С. Роккану [61], Дж. Сарторі [66] та К. Строну [69].

М. Дюверже у своїй праці «Політичні партії» підкреслював, що організація сучасних політичних партій не відповідає ряду демократичних принципів, тому що їх внутрішня структура має автократичні та олігархічні риси.

М. Дюверже є автором загальновизнаної у політичній науці класифікації політичних партій. Згідно з нею, політичні партії поділяються на кадрові та масові. Для кадрових партій є характерним вираження інтересів панівного класу і відсутність у потребі розширення своїх лав. Масові, в свою чергу, є орієнтованими на політичне виховання мас та на створення елітарних кіл серед народу. Масові партії М. Дюверже ділив на соціалістичні, комуністичні та фашистські партії. Також дослідник виділяв два основні шляхи створення сучасних політичних партій. Одним з них був електорально-парламентський, який являв собою трансформацію парламентських груп у різного роду комітети підтримки з подальшим створенням політичної партії. Другий шлях являв собою виникнення політичних партій не залежно від парламентської діяльності, а на основі різного роду громадських об'єднань та груп інтересів.

Французький політолог Ж. Шарло, доповнюючи теорію М. Дюверже, додав до кадрових та масових партій ще й універсальні партії або партії виборців, основним завданням яких є боротьба за електорат. Вони ставлять собі за мету об'єднати максимальну кількість виборців будь-якої соціальної або етнічної групи, щоб забезпечити собі перемогу на виборах.

С. Роккан був одним з авторів концепції, відповідно до якої соціальні розколи, які мали місце в Європі в період індустріальних революцій, вплинули на виникнення та чисельність сучасних партій. Згідно з цією концепцією, розколів було чотири. Перший розкол, який відбувся між центром та периферією, сприяв формуванню регіональних партій. Другий розкол між державою та церквою сприяв появі релігійних партій. Третій розкол між містом та селом призвів до виникнення сільських партій. Четвертий розкол між власниками та робітниками став основною причиною виникнення робітничих партій, до яких належать партії соціалістичного та комуністичного спрямування. С. Роккан вважає, що саме політичні еліти та їхні стратегії мобілізації маси зробили вирішальний вплив у формування конкурентної партійної системи. Представники теорії навіть вивели формулу,



згідно з якою кількість партій в умовах багатопартійної системи на одиницю більша за кількість розколів в межах конкретного суспільства. Але критики теорії вважають, що цю формулу можна застосувати тільки в умовах стабільних та демократичних режимів.

Італійський дослідник Дж. Сарторі у своїй праці «Партії та партійні системи» стверджував, що партійна система створює комплекс взаємодій, які проходять, як правило, у процесі постійного суперництва між партіями. Він запропонував нову модель класифікації політичних партій та партійних систем, яка засновується на кількісних показниках, рівнях фрагментації та характері взаємодії між партіями. Цей дослідник дає класифікацію, яка базується на ідеологічній дистанції між партіями. Дж. Сарторі виділяв сім основних типів партійних систем: однопартійну, систему з партією-гегемоном; систему з домінуючою партією; двопартійну систему; систему поміркованого плюралізму; систему поляризованого плюралізму; атомізовану систему. Класифікаційна схема Дж. Сарторі має закономірність, згідно з якою рівень фрагментації партійних систем залежить від факторів інституційного характеру, де важливу роль грає законодавче регулювання діяльності політичних партій. Отже, представники сучасних теорій політичних партій у своїх дослідженнях посилались не тільки на кількісні, але й на якісні критерії. Це свідчить про недоліки типологізації партійних систем на основі лише якісних критеріїв.

Зазначені вчені вважали існування політичних партій вирішальною ланкою комунікації між державою та суспільством в умовах політичного плюралізму.

На думку О. Шиманової, партійна комунікація є одним з видів політичної комунікації, за якої політична інформація циркулює всередині партії між її структурними елементами та членами, або ж ініціативи партії передаються особі, громадянину, групі, іншій партії, політичному актору або іншому політичному інституту [42, с. 8].

Український дослідник М. Обушний визначає партійну комунікацію як

ідейно-корпоративну сукупність індивідуальних і групових, внутрішніх та зовнішніх комунікативних повідомлень прямого й зворотного зв'язку, спрямованих на виконання статутних та програмних цілей та завдань партії [25, с. 83].

Більшість дослідників у загальному вигляді виокремлюють зовнішній та внутрішній аспекти партійної комунікації. У своїх дослідженнях вони мають позицію близьку до підходу відомих американських науковців у сфері управління (М. Мексона та М. Альберта), які виділяли два види комунікації:

- комунікацію між організацією та її зовнішнім середовищем;
- комунікацію між рівнями та підрозділами організації [16].

Отже, в межах підрозділу було зазначено, що партійна комунікація є невід'ємною складовою процесів політичної комунікації. У підрозділі розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження процесів політичної комунікації та здійснено виокремлення процесів партійної комунікації. Зроблено акцент на проблемі малорозробленості сфери вивчення партійної комунікації в теоретичному та практичному аспекті.

Враховуючи те, що одним з важливіших аспектів партійної комунікації є функціонування політичної партії, в межах підрозділу нами були розглянуті як класичні, так і сучасні теорії політичних партій, що дозволило дослідити трансформацію партійно-комунікативних процесів у контексті трансформації політичних партій та партійних систем в цілому.

Під час дослідження процесів партійної комунікації з'ясовано, що цілісна партійна структура має два напрями комунікації: внутрішній (який являє собою комунікаційні процеси в середині партійної структури) та зовнішній (процеси комунікації між політичною партією та зовнішнім середовищем), окремою складовою зовнішньої комунікації є міжпартійна.

## **1.2. Методологічні засади дослідження партійної комунікації у площині теорії політичної комунікації**

У межах дослідження необхідним є з'ясування змісту основних понять. Світовий досвід партійного будівництва засвідчує, що ефективність діяльності партійної організації, вирішальним чином залежить від скоординованої комунікаційної діяльності її структурних елементів та адекватної реакції організації на зовнішні процеси.

Отже, **змістом партійної комунікації** є процес передачі інформації всередині партійної організації та повідомлень для зовнішніх користувачів. Цей процес спрямовано на отримання параметрів ефективного управління партійною структурою та формування прийнятної та бажаної публіциті, що має на меті оптимізацію варіантів досягнення сукупності тактичних та стратегічних цілей.

**Предметом партійної комунікації** як практичної діяльності виступають взаємовідносини всередині партійної організації та діяльність цілісної партійної структури у процесі побудови відносин з іншими партійними організаціями та зовнішнім середовищем в цілому.

До сфери **партійної комунікації належать:**

- Взаємовідносини між структурними елементами всередині партії (між регіональними осередками та центральним апаратом; між рядовими членами партії та партійним керівництвом; між партійною організацією та партійною фракцією у парламенті та ін.)

- Взаємовідносини між партійною організацією та зовнішнім середовищем (між партією та виборцями; між партією та іншими партіями; між партією та органами влади; між партією та групами інтересів; між партією та громадськими організаціями та ін.)

Сучасна політична наука перебуває в постійному пошуку нових методологічних та аналітичних інструментів, що характеризують особливості

комунікаційної діяльності політичних партій в умовах існуючої політичної дійсності.

В умовах того, що предмет нашого дослідження має багатогранний характер, найбільш доцільним було б використання комплексу загальнонаукових та конкретно-наукових методів та інструментів. Використання обраної методологічної бази дозволить пізнати, структурувати та пояснити закономірності і механізми комунікаційного аспекту діяльності політичних партій.

Рівень загальнонаукової методології репрезентований використанням загальнотеоретичних методів наукового дослідження, які дозволяють здійснити кількісний і якісний аналіз сутності партійних комунікацій в межах політичної теорії.

Серед емпіричних методів під час написання роботи можна виокремити дослідження аналітичних документів, в яких розглядається аналізована проблематика; розгляд документів внутрішнього (статути) та зовнішнього (програми) характеру, які регулюють процеси внутрішньопартійної та зовнішньопартійної комунікації; дослідження законодавчих актів, які регулюють процеси партійної комунікації; дослідження трансформації законодавчої бази, яка регулює діяльність політичних партій в межах національних політичних систем.

При осмисленні ролі політичних комунікацій у внутрішньопартійній та зовнішньопартійній діяльності політичних партій доцільно застосовувати методологічні підходи. Застосування аксіологічного підходу дозволяє розкрити зміст внутрішньопартійних та зовнішньопартійних комунікацій під ціннісно-нормативним кутом зору, зокрема, через розгляд цих напрямів партійних комунікацій через призму демократичних цінностей. Партійні комунікації через різноманіття політичних відносин виражають певні цінності акторів політичного процесу; відбивають важливу політичну інформацію змісту, що включає процеси циркуляції в ньому, прийоми, які використовуються в цьому процесі.

При дослідженні політичного простору, в межах якого діють політичні партії, деякі дослідники застосовують компаративний підхід, що орієнтується на виявлення якісних характеристик внутрішньопартійних комунікацій.

Індивідуальна свобода політичних партій визначає більшою мірою їх внутрішньопартійні та зовнішні комунікації, які проявляються у формуванні партійного бюджету, виборах керівництва, проведенні праймеріз (внутрішньопартійного голосування) з метою подальшої демократизації внутрішньопартійного життя, підвищення відкритості та змагальності процесу кадрового відбору на виборні посади, підтримки відносин партійної бюрократії і рядових членів, сплати або відмови від сплати членських внесків та ін. Зовнішній напрям партійної комунікації у цьому контексті визначається у вільному виборі стосовно включення партії до складу передвиборчих блоків, парламентських коаліцій, взаємодії з рядом зовнішніх акторів (ЗМІ, органи влади, інші партії та ін.)

Під час написання роботи активного застосування набув порівняльний метод, який виступив головним механізмом пошуку нового наукового знання про партійні комунікації та особливості їх функціонування у межах різних політичних систем. Метод порівняння полягає у зіставленні об'єктів за схожими властивостями та характеристиками. Отже, в роботі слід провести зіставлення особливостей партійно-комунікаційних процесів у різних країнах та виявлення подібностей та відмінностей. Відомі дослідники М. Доган та Д. Пеласі стверджували, що політичні науки мають носити порівняльний характер, оскільки аналіз окремих явищ політичної сфери життєдіяльності суспільства немає сенсу без проведення історичної аналогії та врахування досвіду інших держав [6, с. 8]. Р. Макрідіс вважав, що порівняння повинно включати в себе часткове абстрагування, тому що конкретні ситуації та процеси не можуть повністю порівнюватися один з одним [62].

А. Лейпхарт вважав, що у світі існує обмежена кількість випадків, і, виходячи з цього, не всі можливі варіанти політичних систем, а тим паче їх

елементів, є доступними для дослідників-компаративістів. Тому в цьому випадку виникає ряд запитань. З одного боку, для того, щоб зробити дослідження більш ґрунтовним, дослідник повинен максимально збільшити кількість випадків, та, зменшити число змінних. З іншого боку, суспільне життя є явищем досить багатограним, виходячи з цього, кількість виділених змінних може наближатися до безконечності. Виходячи з цього, виникає проблема: які з них можна вважати основними, а якими можна знехтувати, оскільки в конкретних національних контекстах вони можуть грати концептуально різні ролі [60].

С. Роккан пропонує здійснювати порівняльний аналіз т.зв. «другого порядку», тобто порівнювати не окремі змінні, які є повністю ізольованими від внутрішньосистемного контексту, а цілі «ієрархії», які являють собою комплекси взаємопов'язаних змінних [65].

У зв'язку з цим порівнювати – означає виділяти певні типи та концепти. Реалізується це за рахунок спотворення унікального, своєрідного та індивідуального.

Необхідно зауважити, що розвиток порівняльних досліджень породив ряд методологічних проблем, тому дискусії з цього питання тривають і досі. Їх сукупність свідчить про суперечності, які існують між якісними та кількісними порівняльними дослідженнями. Дискусії також викликають і види порівнянь, які на сьогодні пропонує сучасна порівняльна політологія.

У межах порівняльного методу нами була використана сегментація, яка являє собою поділ цілого на сегменти, для подальшого порівняльного аналізу. У нашому випадку маємо на увазі складові процесів та елементи внутрішньої та зовнішньої партійної комунікації.

Отже, порівняльний аналіз політичних явищ та процесів сприяє більш глибокому пізнанню їх загальних властивостей та відмінностей, тенденцій розвитку, а також більш обґрунтованій критичній оцінці досвіду України та інших країн. Це сприяє дослідженню досвіду інших країн у сфері комунікативного процесу політичних партій та можливостей перенесення

цього досвіду в рамки української політичної системи.

Використання методу структурно-функціонального аналізу дозволило нам виділити елементи процесів партійної комунікації, дослідити їх місце, значення та функції. Методологічний принцип структурно-функціонального методу полягає в дослідженні соціально-політичних явищ та процесів як структурно розчленованої цілісності, в межах якої кожен елемент несе в собі певне функціональне значення. Структурно-функціональний метод має тісний взаємозв'язок з системним підходом та є складовою загальної теорії систем. Використання структурно-функціональної методології у процесах дослідження феномену партійної комунікації дозволило нам поєднати поняття «функції» та «структури». У результаті цього виникає більш чітке уявлення про результати діяльності партійних структур та передумовах їх виникнення та функціонування. Отже, функціональний аналіз концентрує нашу увагу на прямих та опосередкованих функціях, які виконують процеси партійної комунікації в цілісній партійній структурі.

Отже, в процесі структурно-функціонального аналізу феномену партійної комунікації ми виявляємо структури з подальшим дослідженням їх найважливіших функцій.

Метод системного аналізу полягає у розділенні проблеми партійних комунікацій на окремі складові, що дає змогу об'ємного вивчення функціонального стану та особливостей взаємозалежності між різними чинниками і джерелами партійної комунікації в українській політичній системі. Використовавши цей метод, ми змогли вивчити процеси партійної комунікації як комплекс елементів цілісної структури політичної системи.

Використовуючи методологію системного підходу для дослідження внутрішньопартійної структури, доцільно звернутись до праць Д. Істона. Вони присвячені аналізу взаємовідносин системи зі своїм зовнішнім середовищем. Відносини між політичною системою і її середовищем визначаються двоякого роду елементами, серед яких дослідник виділяє інтереси, вимоги, та підтримку громадян, які в свою чергу дають системі

імпульси для дії і називаються «входом» і рішеннями, прийнятими системою внаслідок дії даних імпульсів, званими виходом. Отже, згідно з цим підходом, вхід іде з боку середовища, а вихід є реакцією системи на імпульси, які надходять з боку середовища [50]. Таким чином ми можемо спостерігати зворотній зв'язок між входом та виходом.

Інші представники системного підходу (Г. Алмонд) визнають необхідність виділення структур, які виконують політичні функції в умовах аналізу політичних систем. У рамках дослідження політичних систем, Г. Алмонд виділив таку категорію як «роль». Він вважав, що саме перевага концепції ролі у порівнянні з такими поняттями як «інститути», «організації» чи «групи», є в тому, що вона є більш широкою та відкритою. Вона може включати в себе як формальні, так і неформальні установи, електорат, натовп, стійкі та нестійкі соціальні групи, оскільки вони прямо чи опосередковано взаємодіють з політичною системою. Виходячи з цього, Г. Алмонд визначає політичну систему як комплекс взаємодіючих ролей або як структуру ролей (якщо розуміти під структурою систематизацію взаємодій). В умовах цього підходу питання про інституціональну структуру втрачає свою актуальність. Також Д. Істон, Г. Алмонд та інші представники цього підходу виходили з того, що таке розуміння політичної системи можна виявити на рівні будь-якого колективу, який здійснює функції адаптації та інтеграції, не винятком є і політичні партії, які наділені набором цих функцій [45].

Доцільно згадати про комунікативну теорію К. Дойча. Учений вперше порівняв політичну систему з кібернетичною машиною. Політичну систему він розглядав у контексті «комунікаційного підходу», згідно з яким політика розумілася як процес управління та координації зусиль індивідів з метою досягнення певних специфічних цілей. Політична система на основі інформації про стан суспільства та його відношенні до певних цілей займалась формулюванням та корекцією даних цілей. Отже, К. Дойч стверджував, що функціонування політичної системи залежить від якісного



наповнення інформації, яка до неї надходить з навколишнього середовища та інформації про її власний рух. На основі цих двох інформаційних потоків приймаються політичні рішення, які допомагають системі досягати певних цілей [49].

Відомий дослідник політичних партій М. Дюверже, вважав що варіацій політичної системи існує рівно стільки, скільки існує колективів або інших соціальних спільнот. У теорії М. Дюверже можна конструювати та аналізувати політичні системи конкретних партій, громадських об'єднань, профспілок, релігійних та військових організацій. Можна конструювати та аналізувати політичні системи окремих партій, блоків партій в межах однієї країни та партій одного типу в декількох країнах [7].

Можна стверджувати, що такий підхід у дослідженні політичних систем знецінює саму ідею виокремлення політичної системи як самостійного феномену наділеного власними та унікальними характеристиками. У цьому підході увага концентрується на ролях, функціях та взаємодіях, що завдавало збитку у вивченні інституціонального та структурного аспекту функціонування політичних систем. У результаті, прихильники підходу, роблячи наголос на діях, ігнорували суб'єкти цих дій у вигляді політичних інститутів. Взаємодія політичної системи з середовищем, зворотній зв'язок були важливими, але вони складали лише один з багатьох аспектів проблеми.

Політична система передбачає наявність не тільки системи відносин, але й структур, на основі яких і розгортаються розглянуті відносини. У зв'язку з цим доцільно згадати Т. Парсонса, який вважав що структура складає «анатомію», а функції – її «фізіологію». Цей постулат є також правильним і відносно політичної системи. Політична система являє собою політичний устрій, політичну самоорганізацію суспільства, які неможливі без інституціональної структури, невід'ємною складовою якої є політичні партії, які в свою чергу теж наділені структурою та взаємодіють з зовнішнім середовищем [64].

Різні політичні системи відрізняються один від одного, перш за все, наявністю або відсутністю певних інститутів, характером їх конфігурації та структурної взаємодії, функціональною складовою та іншими аспектами. Політичні партії в межах існуючих політичних систем, являють собою стійкі та добре скоординовані сукупності інституцій, які виконують функції внутрішньої та зовнішньої комунікації, елементи яких важко відділити один від одного, не зруйнувавши цілісність самої системи. Існує тісний взаємозв'язок між політичними партіями та економічними структурами, ідеологіями та системами цінностей, які притаманні певній системі.

Активного використання також набув історичний метод, який полягає в дослідженні реальної історії в її конкретній багатоманітності, виявленні історичних фактів. На цій основі відбувається відтворення історичного процесу, при якому розкривається логіка та закономірність його розвитку. Використання історичного методу дозволило дослідити процеси партійної комунікації у часі та просторі: як проходить трансформація партійно-комунікаційних процесів у залежності від розвитку та трансформацій партійних організацій. Використання історичного підходу потребує хронологічної фіксації політичних явищ та фактів, їх дослідження в процесі історичного розвитку. Протягом історичного розвитку людства та соціальних відносин трансформації зазнавали партійні структури та система взаємовідносин всередині партійної організації та форми взаємовідносин партійної організації з зовнішнім середовищем.

Отже, можна зазначити, що використання історичного методу під час дослідження проблематики партійної комунікації дозволило розглянути процеси партійної комунікації у ретроспективно-генетичному аспекті її виникнення, функціонування, поетапної еволюції та переходу до сучасних форм взаємодії окремих елементів партійної організації (внутрішньопартійна комунікація) і цілісної партійної структури (зовнішньопартійна комунікація). Використання історичного методу у синтезі з порівняльним дозволяє конкретизувати наявні знання про загальні

та специфічні риси процесів партійної комунікації, виявити більш детальні характеристики, критерії класифікації та типологізації аналізованих процесів.

Використавши цю методологію, нам вдалося окреслити ряд завдань, необхідних для дослідження формування об'єктів та суб'єктів партійної комунікації, які являють собою цілісні організаційні системи з чіткою структурою і набором специфічних функцій, які відображають їх статусну позицію в межах партійної ієрархії.

Використання кількісних параметрів дозволило виявити динаміку, тенденції, напрямки і рушійні сили еволюції процесів партійної комунікації сучасних партій з урахуванням розвитку інформаційних технологій та появою нових каналів зв'язку.

Метод кейс-стаді у нашому дослідженні допоміг формулювати та висувати гіпотези, які в процесі подальшої роботи було піддано перевірці іншими науковими методами. За допомогою методу кейс-стаді було відкрито можливість для пошуку загальних тенденцій і побудови теорій на основі дослідження конкретних випадків партійно-комунікаційного процесу в контексті політичної комунікації. На основі отриманих результатів вдалося зробити висновки про загальну сукупність процесів партійної комунікації.

Сучасний розвиток політичної науки характеризується пошуком і розробкою нових підходів, теорій та методів, які покликані пояснити принципи функціонування партійних комунікацій. З огляду на інтенсивність розвитку інформаційних технологій та появи нових каналів комунікації значної актуальності набуває розробка та вивчення альтернативних підходів та відповідних наукових методів, які сприятимуть формуванню комплексного уявлення про функціонування цих процесів.

Отже, можна стверджувати, що теоретико-методологічні засади дослідження внутрішньопартійної та зовнішньопартійної комунікації полягають у визначенні еволюції теоретичних моделей політичної та партійної комунікації як когнітивних конструкцій, що сприяють розкриттю і осмисленню каузальних зв'язків між процесами і явищами інформаційного

впливу і взаємодії у сфері політики. Внутрішньопартійна комунікація реалізує взаємодію соціальних груп та політичних партій на певних рівнях: вертикальному, горизонтальному, діагональному та неформальному. Зовнішньопартійна комунікація у свою чергу реалізує взаємодію політичної партії як цілісної структури у взаємовідносинах з зовнішніми акторами, з якими політична партія утворює єдиний політичний простір. Перспективними напрямками дослідження процесів внутрішньопартійної та зовнішньопартійної комунікації можна вважати комунікативні аспекти взаємодії між групами тиску всередині партійної структури, особливості взаємодії між різними рівнями партійної структури, особливостями комунікації між партійною структурою та партійною фракцією у парламенті особливості взаємовідносин партії з зовнішніми акторами (ЗМІ, органи влади, міжпартійна взаємодія та ін.).

На сучасному етапі розвитку політичної науки розглянута проблематика ще не знайшла всебічного вивчення. Дослідження проблематики партійної комунікації обмежуються дослідженнями політичної реклами та політичного PR в умовах виборчого та міжвиборчого періоду.

Аналіз проблематики процесів партійної комунікації передбачає всебічне вивчення взаємопов'язаних складових партійно комунікаційного процесу. Для цього в дисертаційному дослідженні нами була створена схема, яка складається з аналізу критеріїв та напрямів внутрішнього та зовнішнього комунікаційного зв'язку.

Зазначені критерії та напрями векторів партійної комунікації дозволили дослідити процеси партійної комунікації як цілеспрямованого процесу обміну інформацією між елементами всередині партійної структури і між політичною партією як цілісно організованою системою та зовнішніми акторами.

Для аналізу процесів зовнішньопартійної комунікації, нами були запропоновані наступні аспекти процесів зовнішньопартійної комунікації :

1. Меседжи у відношенні до отримувачів інформації (інших партій, ЗМІ, органів державної влади, груп інтересів та ін.).

Під меседжами у процесах зовнішньопартійної комунікації слід розуміти інформаційний контент, який виражено у певному наборі сигнальних і змістовних конструкцій та символічних значень для цільового сегменту споживачів інформації. У цьому контексті меседжи представляють собою інформацію, яка несе змістовне навантаження для суб'єктів комунікаційного зв'язку. А залежності від характеру партійно - комунікаційного зв'язку та цілей суб'єктів комунікації, змістом даних повідомлень можуть бути факти, ідеї, погляди, емоції, керівництво до дій та ін.

У науковій літературі особлива увага приділялася проблематиці інтерпретації меседжів. Лінійні моделі комунікації, як, наприклад, модель Шенона-Уівера в першу чергу були націлені на дослідження точності сигналів, які надходять, та мінімізації технічних шумів у комунікаційному каналі [68], а в циркуляційній моделі, представниками якої є У. Шрамм та Ч. Осгуд, особлива увага приділяється інтерпретації меседжів [67]. Оскільки кожний учасник комунікаційного процесу підходить до декодування змісту повідомлення, використовуючи власні критерії, то у комунікаційному процесі виникає «семантичний шум». Мінімізувати його наслідки можна тільки шляхом побудови ефективного механізму зворотного зв'язку.

Меседжи можуть носити як вербальний, так і невербальний характер. Вербальні меседжи являють собою певні тексти або виступи, основою яких є використання мови. У якості невербальних меседжів можуть виступати певні зображення, графіки та діаграми [34, с. 362].

Отже, в якості висновку можна зазначити, що меседжи в цьому контексті можна охарактеризувати як основну думку, яку партія хоче донести до інших суб'єктів комунікаційного процесу з метою впливу на

свідомість, прийняття певної точки зору, спонукання до дії або бездіяльності.

У якості прикладу можна навести такі конструкції:

- спонукаючи до дії (наша партія буде співпрацювати з усіма конструктивними силами; партія буде співпрацювати з регіональними органами влади та ін.);
- інформаційні (кількість членів партії перевищила N чоловік; були відкриті нові регіональні відділення та ін..)
- директивні (партія прийняла рішення про підтримку кандидата N; партія не бере участь у переговорах);
- фактичні (партія уклала коаліційну угоду; партія запропонувала N очолити N- осередок) .

## 2. Специфіка кодування інформації.

Під специфікою кодування інформації мається на увазі підбір сегментно детермінованих вербальних та візуальних образів, які орієнтовані на цільову аудиторію, покликані породити в останньої логічний ряд емоційно забарвлених явищ та спонукати її до прийняття вигідної для комунікатора версії реальності. У цьому контексті кодування інформації являє собою перетворення певної ідеї у повідомлення з очікуваною реакцією або з відсутністю реакції. Специфіка кодування інформації залежить від низки факторів. Основним фактором є вибір правильних каналів передачі інформації. Якщо канал не відповідає початковій ідеї, то процес комунікації буде неефективним.

Англійський дослідник К. Черрі стверджував, що «повідомлення можуть бути закодовані після того, як вони вже інтерпретовані за допомогою знаків. Виходячи з цього, код – це умовне перетворення, зазвичай, взаємно однозначне та взаємно зворотне, за допомогою якого повідомлення можуть бути перетворені з однієї системи знаків в іншу. Типовими прикладами тут можуть виступати азбука Морзе, семафорний код та жести глухонімих. Тому в прийнятій нами термінології чітко розрізняється мова, яка органічно розвивається протягом тривалого часу, та коди, які слугують для деяких

спеціальних цілей та підпорядковуються чітко сформульованим правилам» [39].

Коди, в контексті зовнішньопартійної комунікації є системою правил, яка регулює функціонування мови партійної структури. Розглядаючи систему кодів у процесі зовнішньопартійної комунікації, можна виділити три види кодів: коди, які використовуються при переході від реальності до зображень, коди при переході від реальності до мови і коди від зображення до мови.

У якості кодів під час дослідження зовнішньопартійної комунікації повинні виступати:

- письмові та усні слова;
- мелодії, інтонація та тембр голосу;
- жестикуляція.

Отже, кодування є трансформацією ідей відправника у систематичний набір кодів, які виражають його цілі. Функцією кодування є забезпечення форми, в межах якої ідеї та цілі можуть бути виражені у вигляді передачі певних сигналів.

### 3. Емоційна складова.

Емоційна складова комунікативного процесу полягає у цілеспрямованому спричиненні психологічного впливу на широкі та однотипні аудиторії, завданням якого є породження у свідомості отримувача інформації низки позитивно/негативно забарвлених подій, які породжують дії або бездіяльність індивіда, що потенційно вигідні замовнику інформаційного впливу.

Емоційна складова буде розглядатися лише у застосуванні до виборців, активістів та ін. Оскільки у рядових членів партії домінують переважно емоції у відношенні до власного інтересу, який одержувач інформації розуміє недостатньою мірою. Для підготовлених аудиторій (депутати, бюрократи, чиновники високого рівня та ін.) усвідомлення власного інтересу домінує над емоційною складовою і цей емоційний фон повідомлення не здатен будь-яким чином впливати на рішення та поведінку користувачів цього типу

інформації.

Головним завданням для керівників партійних організацій є здатність сприймати чужі та власні емоції як сигнали, здатність керувати емоційними потоками та власною мотивацією, метою якої є підвищення як індивідуальної ефективності так і ефективності організації в цілому.

Російський дослідник В. Шаховський стверджує, що розуміння емоцій, особливостей чуттєвого та емоційного сприйняття дійсності з боку протилежної сторони комунікації, а також адекватний прояв або демонстрація власних емоцій є важливою складовою емоційної субкомпетенції [41].

Таким чином, у процесі зовнішньопартійної комунікації основним завданням є правильна інтерпретація того чи того прояву емоцій протилежної сторони комунікаційного процесу. Це стосується як вербального, так і невербального спілкування між суб'єктами зовнішньопартійної комунікації, між якими існує певний взаємозв'язок.

#### 4. Канали передачі інформації.

Канали являють собою засоби подачі інформації, яка має аудіальний та візуальний характер. Серед загальновідомих каналів можна виділити: передачу мови, різного роду письмові матеріали, засоби електронного зв'язку (відеострічки, онлайн-конференції, електронну пошту та комп'ютерні мережі). Треба звернути увагу також на те, що канал повинен бути придатний для матеріального втілення символів, в іншому випадку передача буде неможливою. Також важливою складовою є відповідність каналу певній ідеї, інакше комунікаційний зв'язок буде неефективним. Відповідність комунікаційного каналу полягає у його можливості максимального охоплення цільової аудиторії та ступенем його впливу на неї. Також для переконливості інформації вона має мати чіткий образ. Найбільш оптимальною формою передачі повідомлення, що надає йому легкість та доступність для розуміння є форма відеозапису або телепередачі. Для найбільш якісного запам'ятовування найбільш доцільною є подача



інформації у вигляді друкованого повідомлення.

У сучасній науці про масові комунікації вважається, що вибір засобу повідомлення не повинен обмежуватися тільки одним каналом передачі інформації. Вважається, що одночасне використання засобів обміну усною та письмовою інформацією є більш ефективним, ніж обмін суто письмовою. У якості прикладу можна навести партійне зібрання будь-якого рівня, на якому обговорюються питання стратегій і тактики партії в умовах виборчої кампанії або у міжвиборчий період, питання входження до коаліцій, виборчих блоків та ін. У цьому випадку для осіб, які керують вищеперерахованими процесами найбільш ефективним є створення роздаткових матеріалів у вигляді графіків, діаграм та кількісних показників, які візуалізують переваги або недоліки певних кроків. І це все повинно супроводжуватися усними коментарями. У цьому випадку є велика ймовірність, що інформація буде сприйматися позитивно, найбільш повно та буде оперативно враховувати побажання та критику зацікавлених суб'єктів цього заходу.

У межах зовнішньопартійної комунікації з органами державної влади, ЗМІ, громадськими організаціями, іншими партіями та виборцями використовується широкий спектр каналів. Серед них можна виділити офіційні (формальні) і неофіційні (неформальні) канали. Офіційні канали дозволяють здійснювати інформаційну взаємодію з вищеперерахованими суб'єктами комунікації, в той час як неофіційні оперують шляхом розповсюдження чуток або обміну поглядами з певних питань. Найбільш ефективними каналами комунікації партії з усіма вищеперерахованими суб'єктами є переговори «віч-на-віч», дискусії між контактними особами даних організацій, виступи перед аудиторією, телефонні розмови, електронні листування, новини та реклама у ЗМІ, зовнішня реклама, тощо.

На сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікативних технологій важливе місце посідає Інтернет. Американський дослідник Ф. Котлер, у своїй праці «Основи маркетингу» стверджував, що: «використання мережі Інтернет є відкритим оповіщенням про ідеї і починання, яке проводиться з

використанням можливостей Мережі шляхом використання окремих сайтів, каталогів, пошукових систем, періодичних видань, гіперпосилань, банерів, рекламних сторінок, інтерактивних роликів та масової розсилки за допомогою електронної пошти. Метою процесу є досягнення різноманітних цілей рекламодавця [12].

Отже, в якості висновку можна зазначити, що правильний вибір каналів передачі інформації сприяє найбільш ефективному комунікаційному зв'язку політичної партії з зовнішніми акторами.

У цьому контексті можна виділити наступні критерії ефективності комунікації політичної партії з зовнішніми акторами:

- Ефективність комунікаційних каналів політичної партії з органами державної влади вимірюється ступенем залучення партії до загальнодержавних або локальних проектів, підтримки партійних проектів з боку державної влади, надання фінансової, інформаційної та організаційної підтримки політичної партії з боку органів державної влади.

- Комуникативна ефективність політичної партії з громадськими організаціями та іншими інституціями громадянського суспільства вимірюється ступенем залучення громадських активістів у партійній діяльності, присутністю представників громадських організацій у виборчих списках та підтримкою партійних проектів з боку громадських організацій.

- Міжпартійну комунікацію можна вважати ефективною, коли партія отримує «прохідні» місця у виборчих списках єдиного блоку партій, представники партії отримують ключові посади в межах коаліційних договорів, також до цього аспекту можна віднести можливості партії, об'єднати навколо себе партії, які мають схожу програму, претендують на аналогічну соціальну базу та знаходяться на «електоральному полі» партії.

- Ступінь комунікації політичної партії з виборцями вимірюється за допомогою соціологічних опитувань, фокус-груп та, в кінцевому результаті, кількістю голосів, які партія отримала на виборах.

## 5. Специфіка дослідження зворотного зв'язку

Змістовним аспектом зворотного зв'язку є отримання політичною партією, як цілісним організаційним механізмом, який уособлюють партійні функціонери, реакції з боку одержувача інформації, на яку саме партія розраховувала, що дає підставу стверджувати про ефективність комунікаційної взаємодії та неефективність, якщо поставлена мета не є досягнутою.

Зворотній зв'язок у процесі комунікації може сприяти значному підвищенню ефективності обміну інформацією [26].

Під ефективністю слід розуміти співвідношення між витраченими на комунікацію ресурсами та ступеню відповідності меті отриманої реакції аудиторії або певного сегменту одержувачів інформації.

Обмін інформацією можна вважати ефективним, якщо одержувач певної інформації зрозумів основну ідею та відреагував відповідним чином на ідею, яку намагався передати відправник. Треба також звернути увагу на те, що в процесах комунікаційного зв'язку можуть існувати перепони, які мають назву «шум» [26, с. 4]. Під цим терміном розуміють фактори, які здатні порушити чіткість передачі повідомлення у будь-який момент комунікаційних процесів, що призведе до реакції аудиторії, на яку не розраховував відправник. Математична теорія комунікації, представниками якої є К. Шенон та У. Уївер, ґрунтується на тому, що саме надмірність інформації є джерелом шуму [68].

Основними джерелами шуму є складність та неточність мови повідомлення та відмінність у сприйнятті повідомлень з боку отримувача. Внаслідок дії цих факторів можуть змінюватися процеси кодування та декодування, що спотворює основний меседж повідомлення. У якості прикладів такого шуму можна навести випадки, коли повідомлення неправильно закодовані (не чітко написані) та неправильно декодовані (є незрозумілими), або коли комунікаційні канали є неефективними (повідомлення не отримує належної уваги з боку одержувача).

Також під специфікою зворотного зв'язку партії та певних зовнішніх

акторів слід розуміти кількісно обчислювальну реакцію аудиторій, акторів та індивідів, що стала наслідком комунікативних дій партій у відношенні до останніх. У разі відсутності наявної реакції на дії партії слід вести мову про те, що технологічний інструментарій є недосконалим.

Ключовими аспектами дослідження ефективності зворотного зв'язку у зовнішньопартійних комунікативних процесах можуть виступати:

- відповідність результату комунікації витраченим на даний процес ресурсам;
- прийнятті нових або відміна старих рішень з боку партійних структур;
- кількість прихильників та динаміка членства у партії;
- позитивна, негативна або відсутня реакція зовнішніх акторів на діяльність певної партії;
- участь зовнішніх акторів у реалізації партійних проектів;
- кількість звернень громадян, представників ЗМІ, представників громадських організацій та органів влади до локальних відділень та центральних органів партійного керівництва з певних питань, які уособлюються у листах, дзвінках та інших формах комунікації.

Отже, в якості висновку можна зазначити, що система зворотного зв'язку робить комунікацію динамічним двостороннім процесом.

Аналіз відбувається за напрямками взаємодії між політичною партією як цілісною структурою та зовнішніми акторами.

У рамках дослідження нами були обрані наступні напрями: 1) партія – держава; 2) партія – ЗМІ; 3) партія – громадські та лобістські організації 4) партія – партія; 4) партія – виборці.

1) Комунікація між політичною партією та державою.

Відомий американський вчений Р. Даль, досліджуючи взаємозв'язок держави та політичних партій, наголошував на тому, що політичні партії та громадські об'єднання повинні чинити вплив на уряд шляхом участі у виборах та іншими мирними заходами. Більше того, він прямо вказує на

визначальну роль партій у функціонуванні громадянського суспільства. На його думку, «незалежні асоціації є джерелом громадянської компетентності та інформованого знання. Вони надають громадянам можливості вести дискусії, влаштовувати обговорення тих чи інших питань та підвищувати свою політичну майстерність» [5].

Треба звернути увагу на те, що місце політичних партій в межах політичної системи суспільства є детермінованим. Тобто партія є одночасно як елементом громадянського суспільства, так і складовою державного механізму. Виходячи з цього, можна стверджувати, що інтегрованість партій до механізму державної влади наділяє їх властивостями каналу двостороннього зв'язку між державою та громадянським суспільством. Громадянське суспільство є зацікавленим у державній підтримці власних ініціатив через участь політичних партій у системі владних відносин.

Комунікаційний канал між державою та політичними партіями передбачає синтез політичними партіями імпульсів, які надходять з боку громадянського суспільства та в подальшому трансформуються у специфічну політичну мову, яку виражено в програмах, гаслах, ідеологічних настановах, що в подальшому формує імідж політичної партії.

Особливого значення у процесі обміну інформацією з використанням комунікаційного каналу надається ідеологічним та програмним положенням партії. Ці два компоненти є індикатором, який використовується для виділення відмінностей між партіями, що дозволяє громадянам ідентифікувати себе з певними партіями та системою цінностей. Для держави, ці компоненти слугують індикатором можливостей інтеграції певної партійної організації до процесів комунікаційного зв'язку між партією та державою. Цей комунікаційний зв'язок напряму залежить від місця партії в політичній системі, інтегрованості програмних положень партії в рамках існуючої системи державного механізму та ін.

На сьогоднішній день взаємодія держави та політичних партій регулюється численними нормативно-правовими актами, які визначають

місце політичної партії у системі суспільних відносин. У Конституціях демократичних країн закріплені принципи вільного створення партій, багатопартійність та плюралізм у відношеннях держави з політичними партіями (згідно з цим принципом, жодна з політичних партій не може бути «одержавленою» та підмінювати собою органи державної влади).

Ефективний комунікаційний зв'язок між державою та політичними партіями сприяє побудові правового та демократичного державного механізму, плюралізму у сфері суспільних відносин та діалогу між елементами громадянського суспільства та органів державної влади.

Держава у вигляді чиновників повинна реагувати на імпульси, які надходять з боку політичних партій та трансформувати їх у певні політичні та управлінські рішення. Від якості даного зв'язку залежить цілісність усієї політичної системи.

Враховуючи те, що головною метою будь-якої політичної партії є завоювання та утримання влади, партія може чинити суттєвий вплив на діяльність органів влади, шляхом участі у виборах та делегування своїх представників до локальних та центральних органів влади.

Відповідно до законодавства демократичних країн, держава має перед політичними партіями ряд зобов'язань.

Серед яких можна виділити: 1) Забезпечення рівних умов для всіх партій у сфері доступу до ЗМІ. 2) Створення рівних умов у процесі надання приміщень для реалізації партійної діяльності. 3) Забезпечення рівних умов у виборах, референдумах та різного роду громадсько-політичних акціях.

У свою чергу політичні партії у своїй діяльності можуть виконувати ряд функцій, які забезпечують комунікацію між партійними організаціями та органами державної влади. Серед цих функцій можна виділити:

- кадрову (партія делегує своїх активістів до органів державної влади локального і центрального рівнів);
- консультативно-дорадчу (політичні партії беруть участь у колективному обговоренні певних аспектів державної політики шляхом

участі у різного роду консультативних радах);

- мобілізуючу (партія може закликати своїх прихильників та активістів підтримати чи засудити певні управлінські кроки з боку локальних або центральних органів влади).

Держава у процесі комунікаційного зв'язку з політичними партіями може застосувати ряд заходів, які стимулюють політичні партії до участі у виробленні та реалізації державної політики з певних питань.

Що стосується України, то на сьогодні відсутній системний політичний механізм взаємодії політичних партій та державної влади, завданням якого було б обумовлення чітких правових та юридичних наслідків партійних рішень для органів державної влади та навпаки. Усі резолюції, які ухвалено політичними партіями, носять винятково декларативний характер. На сьогодні ми можемо спостерігати невизначеність місця партій у політичній системі суспільства. Ключовою для сучасних українських партій є парламентська діяльність, чому сприяє існуюча змішана виборча система. Партії беруть активну участь у формуванні виконавчої влади в Україні. Але, незважаючи на це, процеси комунікації між державою та політичними партіями не мають чіткого механізму. Законодавчо неврегульованими є права опозиції.

Отже, в межах українських політичних реалій комунікація між політичними партіями та державою має ряд недоліків. Серед них можна виділити:

- Брак постійних каналів комунікації між органами державної влади та політичними партіями. Основним напрямом роботи з об'єднаннями громадян залишається інформування про діяльність органів державної влади. Але в той же час відсутній зворотній зв'язок та залучення партій до прийняття політичних рішень. Аналітична продукція та поправки, які вносять політичні партії, органи державної влади використовують час від часу.

- Зміна посадових осіб в державі, у багатьох випадках призводить до зміни пріоритетів взаємодії з певними партіями. Це свідчить про відсутність

послідовності та наступності у процесах комунікації між владою та політичними об'єднаннями громадян.

- Формалізованість та непрозорість діяльності політичних партій.

Критеріями ефективності комунікаційної взаємодії політичної партії та органів державної влади можна вважати: дії або бездіяльність органів державної влади по відношенню до партійних ініціатив; підтримка або перешкоджання діяльності політичних партій з боку органів державної влади; регулювання діяльності політичних партій з боку органів державної влади та ін.

2) Комунікативний інструментарій між політичною партією та електоратом

Комунікативна взаємодія між політичною партією та електоральними групами є одним з ключових аспектів діяльності політичної партії, від якості та ефективності якої залежить успіх політичної партії в електоральних перегонах та можливість завоювання та утримання політичної влади. Для ефективності цього типу комунікації політичні партії застосовують широкий інструментарій. У межах нашої дисертаційної роботи були виділені наступні інструменти, які є ключовими у процесі комунікації політичних партій та електорату. До них можна віднести: дослідження електорального ринку з метою виявлення цільових електоральних груп; побудова формального та неформального комунікативних каналів та використання ЗМІ. Засоби масової інформації грають одну з найголовніших ролей у формуванні, функціонуванні та еволюції суспільної свідомості. У результаті сприйняття та інтерпретація важливих подій в житті суспільства проходить через ЗМІ.

Але треба звернути увагу на те, що на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікативних технологій та трансформації партійних організацій можна спостерігати втрату партіями функції представництва громадських групових інтересів та акцентуванні своєї уваги на участі у виборах та здобутті влади. У науковій літературі такі партії мають назву «catch-all». Під цим терміном мається на увазі те, що партійні організації не



мають чіткої соціальної бази, конкретних ідеологічних уподобань та єдиного групового інтересу, що призводить до трансформації соціальної бази в електорат [53].

Наразі можна спостерігати стрімке зростання ролі мас-медіа, які стають виразниками суспільних інтересів та головним джерелом інформації, що виконують запити споживачів і представляють їх інтереси.

Ряд дослідників процесів впливу ЗМІ на політичну свідомість стверджують, що на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікативних технологій ЗМІ приходять на зміну традиційним політичним інститутам та виступають в якості основного механізму регулювання та реалізації виборчого процесу. Вони більшою мірою впливають на поведінку виборців, тому їх і називають «четвертою гілкою влади», «великим арбітром» та ін. [9, с. 21].

Однією з найголовніших завдань у діяльності політичної партії є створення та підтримка іміджу. Одним з головних інструментів формування іміджу партійної організації є використання ЗМІ. Саме заради цього для партії є необхідною побудова комунікаційного зв'язку зі ЗМІ. В умовах, коли розроблені базові принципи та ключові моменти взаємодії зі ЗМІ, покращується засвоєння ЗМІ повідомлень, які надходять від політичної партії. Комплекс позитивної інформації про партію, який проходить через ЗМІ, є найбільш важливим моментом у процесі створення та підтримки іміджу партії, що в подальшому безпосередньо впливає на її електоральну привабливість.

При вмілому використанні мас-медіа можна досягти масової підтримки політичної партії, програми, яку вона висуває та маніпулювати суспільною думкою. Треба звернути увагу на те, що більшість ЗМІ є афільованими з певними партійними структурами і є ретрансляторами їх програмних положень. У цьому сенсі ЗМІ можуть бути інструментом політичної мобілізації та пропаганди певних ідей.

Для ефективного використання ЗМІ у якості комунікативного

інструментарію з електоратом необхідний постійний зв'язок партійних функціонерів та представників ЗМІ. Функціонери, активісти та навіть рядові члени партії повинні завжди висвітлювати свою позицію у якості експертів з тих чи тих питань. Для ефективності такого роду взаємодії кожен член партії повинен розуміти ідеологію та цілі партії для більш ефективного висвітлення їх у ЗМІ.

У якості висновку можна зазначити, що основою електоральної привабливості будь-якої політичної партії є ефективна комунікація зі ЗМІ, медіа є важливим каналом звернення до соціальної бази партії. Побудова міцних відносин зі ЗМІ сприяє електоральному успіху партії та допомагає їй закріпити свої політичні позиції.

Критеріями ефективності комунікаційної взаємодії між партіями та електоратом може слугувати електоральний результат партії внаслідок виборчої кампанії, підтримка або ігнорування програмних положень партії з боку електорату, участь або неучасть електорату у обговоренні партійних проектів та ін.

3) Комунікація між політичною партією та інститутами громадянського суспільства

Комунікація між політичними партіями та організаціями громадянського суспільства є невід'ємною складовою функціонування демократичної політичної системи.

Р. Даль у свої працях обґрунтовуючи громадянську активність в демократичному суспільстві, підкреслював, що політичні партії та громадські організації повинні впливати на уряд шляхом участі у виборах та іншими мирними засобами. Більше того, він прямо вказував на значну роль політичних партій у функціонуванні громадянського суспільства. На його думку, «незалежні асоціації є джерелом громадянської компетенції та інформованого знання». Вони надають громадянам не тільки відомості, але і можливість вести дискусії та вдосконалювати свою політичну майстерність [5].

Політичні партії є зацікавленими у створенні та зміцненні соціальної бази підтримки, формуванні суспільної думки та інших соціальних зв'язків. Структури громадянського суспільства зацікавлені у державній підтримці громадянських ініціатив через участь політичних партій у владних відносинах.

Комунікація між політичними партіями та громадськими організаціями передбачає синтез політичними партіями імпульсів, які надходять з боку громадянського суспільства і в подальшому трансформуються у специфічну політичну мову, яка є вираженою у ідеологіях, програмах, гаслах, політичній рекламі, виступах лідерів та ін.

Особливе місце у процесах комунікативного зв'язку належить програмним цілям та ідеологічним засадам партії. Ці два компоненти дозволяють елементам громадянського суспільства ідентифікувати себе з певною політичною партією, системою цінностей та інтересів.

У деяких випадках політичні партії або безпосередньо ініціюють, або чинять прямий вплив на становлення та діяльність громадських об'єднань. Наявність у керівних органах громадських організацій низки партійних активістів та координація спільних зусиль показують, що існують достатньо стійкі неформальні комунікації між політичними партіями та елементами громадянського суспільства. У ряди випадків такі зв'язки не тільки не приховуються, а навпаки, підкреслюються.

Отже, політичні партії є реальним індикатором становлення громадянського суспільства, виконуючи роль посередника між інституціями громадянського суспільства та органами державної влади.

По-перше, політичні партії покликані формулювати, обґрунтовувати та доводити до органів державної влади меседжі, які надходять з боку певних соціальних груп. Політичні партії виступають комунікатором між державою та інституціями громадянського суспільства.

По-друге, партії займаються розробкою та реалізацією програм, враховуючи сигнали, які надходять з боку громадських організацій.

Організації громадянського суспільства чинять комунікаційний вплив на формування стратегії та тактики політичних партій.

По-третє, без розвитку політичних партій та їх комунікації з інституціями громадянського суспільства не існує демократії. Діяльність партій та їх комунікаційна взаємодія з громадськими організаціями створює необхідну для плюралістичної демократії конкуренцію.

Отже, комунікаційна складова політичних партій та інституцій громадянського суспільства обумовлена низкою факторів, серед яких можна виділити такі:

- потребу партій у формуванні коаліцій з подальшим розширенням представництва інтересів;
- збільшення кількості прихильників та партійних активістів;
- структурування членів партії та прихильників за певними інтересами;
- створення фондів фінансової підтримки діяльності політичних партій;
- пропаганда партійних ідей через формально непартійні структури.

Критеріями ефективності цього типу комунікаційного зв'язку може бути підтримка ініціатив партії з боку організацій громадянського суспільства, створення коаліцій громадських організацій з метою підтримки певних політичних партій та делегування громадськими організаціями своїх активістів для подальшої роботи в партійних структурах.

#### 4) Комунікація між політичними партіями (міжпартійна комунікація)

При дослідженні процесів міжпартійної комунікації, перш за все, потрібно виділити наступні вектори: «партія – технічні партії», «партія – партії сателіти», «партія – партнерські партії» та «партія – конкурентні партії».

Ряд партій в умовах виборчих кампаній використовують технології створення так званих «технічних партій». Завданням даних об'єднань є підтримка ключових гравців на електоральному полі. Технічні партії мають

наступні цілі: передати або продати квоти у виборчих комісіях представникам провідних політичних партій, (це дозволяє сформувати більшість у виборчих комісіях та безпосередньо впливати на виборчий процес) ; представники технічних партій дуже часто використовують «чорні» PR- технології у відношенні до однієї з конкуруючих сторін; деякі «технічні партії» мають схожі назви з партіями які є лідерами передвиборчих перегонів, що має на меті створити плутанину у виборчих бюлетенях.

Що стосується «партій-сателітів», то тут треба звернути увагу на те, що у деяких випадках, «партії-сателіти» існують в умовах наявності сильних правлячих партій, виконуючи роль «м'якої» опозиції або ж взагалі визнають керівну роль правлячої партії і реально не впливають на процеси прийняття рішень. Це є характерним для недемократичних режимів. В умовах існування демократичного режиму та плюралізму у сфері політичної діяльності «партії-сателіти» виконують допоміжну функцію у діяльності ключових партій в умовах електоральних процесів.

Комунікація політичних партій з партіями-партнерами відбувається у вигляді надання медійної, організаційної та, в деяких випадках, фінансової підтримки. Партії-партнери не створюють конкуренції у процесі виборчої кампанії і в подальшому стають союзниками у парламенті, або шляхом участі у коаліціях, які створює партія, з якою вона пов'язана партнерськими стосунками, або разом з цією партією долучаються до опозиційної діяльності в межах парламенту.

Критеріями ефективності цього типу міжпартійного комунікаційного зв'язку може бути наявність у партії ідеологічних конкурентів, підтримка ініціатив партії з боку інших партій, укладення меморандумів між партіями та консолідована позиція інших партій з певних питань.

Що стосується процесів внутрішньопартійної комунікації, то для аналізу ефективності процесів, нами були обрані наступні аспекти:

1. Кількість та ефективність векторів комунікації

Треба звернути увагу на те, що організаційні структури політичних

партій зазнавали постійних змін, зумовлених суспільно-політичними перетвореннями в цілому, отже і змінювались вектори комунікації всередині партійних структур. Вектори комунікації (горизонтальні, вертикальні, діагональні) можуть відрізнятися за технічними можливостями, такими як спроможність до обробки великих повідомлень, швидкості руху повідомлень аудіального та візуального характеру, наявності шуму та спрямованості даних векторів. В умовах, якщо комунікаційні вектори поєднують елементи певної цілісної структури, які належать до різних рівнів, то вони є вертикальними (центр–периферія, центральне керівництво – регіональні партійні організації). Якщо елементи належать до одного рівня, то комунікаційні вектори є горизонтальними. Також в межах організаційної структури політичних партій можуть бути наявні діагональні комунікаційні вектори. Горизонтальні та діагональні вектори використовуються для неформальної взаємодії в межах цілісної партійної структури.

Ефективність комунікаційного зв'язку напряму залежить від кількості комунікаційних векторів та їх якості. Мінімальна кількість векторів комунікації є характерною для партійних структур, які побудовані за строго ієрархічними принципами. В умовах строго ієрархічних партійних структур існують тільки офіційні вектори комунікації, але, як зазначалося вище, у будь-якій організації наявні неформальні комунікаційні зв'язки. Офіційні комунікаційні вектори мають відносну стабільність, але в умовах, коли партійна структура набуває динамічності та вимушена оперативно реагувати на зовнішні виклики (виборча кампанія, прийняття політичних рішень та ін.), партійні функціонери шукають шляхи, як зробити її більш динамічною та ефективною в умовах, які постійно змінюються.

## 2. Відповідність засобів комунікації інформаційним потокам

Інформаційні потоки являють собою шляхи передачі інформації, які забезпечують існування партійної структури як цілісної системи. Повнота та своєчасність інформації суттєво впливають на ефективність роботи партійних функціонерів. Інформаційний потік вимірюється кількістю

обробленої або переданої інформації за певну одиницю часу. Інформація, яка збирається у процесі партійної діяльності, повинна відповідати таким характеристикам: достовірності, релевантності, зрозумілості, ефективності та регулярності. Для забезпечення цих характеристик інформації у процесі діяльності політичних партій комунікаційні канали повинні відповідати таким вимогам: спроможність до обробки даного типу повідомлень, відсутність шуму та швидкість руху інформації всередині певного комунікаційного каналу.

Інформаційні потоки, в цьому контексті можна класифікувати на:

- директивні (накази, розпорядження центральних органів партійного керівництва);
- організаційні (статут, реалізація програмних положень та внутрішніх директив);
- аналітичні (огляди, доповіді, створення аналітичного продукту, проведення досліджень);
- довідкові (створення матеріалів для прихильників, активістів, виборців);
- технічні (документи які регулюють діяльність партійного офісу).

### 3. Швидкість обробки та проходження повідомлень

У процесі діяльності політичної партії, як в умовах виборчої кампанії, так і в міжвиборчий період перед партійною структурою стоять численні виклики, на які вона повинна оперативно реагувати. Від швидкості оброблення повідомлень, які регулюють партійну діяльність, залежить здатність партії реагувати на різного роду виклики.

У процесі внутрішньопартійної комунікації швидкість кодування та декодування повідомлень відіграє важливу роль. Засоби кодування та декодування повідомлень формуються під впливом досвіду комунікатора. Досвід може бути не тільки індивідуальним, а і досвідом групи партійних функціонерів, до якої комунікатор належить.

### 4. Інструменти регулювання формальних та неформальних відносин

всередині партійної організації

Формальні відносини всередині партійної організації встановлені адміністративним шляхом у відповідності до організаційної структури партії. У свою чергу неформальні відносини представляють собою відносини, які не повною мірою співпадають з офіційно встановленими нормами та правилами всередині цілісної партійної структури.

У науковій літературі виділяють дві основні причини, які мотивують працівників (а в даному контексті ми маємо на увазі партійних функціонерів) до використання неформальних каналів комунікації:

- потреба членів організації у контактах, які не передбачає офіційна організаційна структура партії (в цьому контексті ми маємо на увазі ряд кроків з боку партійних функціонерів, які мають на меті пришвидшити процеси прийняття певних рішень);

- низька ефективність окремих елементів партійної структури як цілісної системи ( в умовах виборчої кампанії або високої динамічності політичних процесів певні елементи партійної структури не здатні реагувати на ці зміни. До цих елементів можна віднести бюрократичні кола на центральному рівні партійної організації та пасивні дії окремих функціонерів на місцях).

Політична практика свідчить, що по неформальних каналах може передаватися цілком обґрунтована інформація, але до свого офіційного оприлюднення. Тому деякі рішення, які приймає політична партія, готуються на основі інформації, яка надходить з неформальних каналів.

Приналежність певних партійних функціонерів до одних і тих самих неформальних груп сприяє більш швидкій циркуляції інформації в межах цих груп на відміну від використання офіційних каналів. Якщо у політичній партії існують тільки формальні канали, то процес передачі інформації буде супроводжуватись бюрократичними перепонами.

На сучасному етапі розвитку партійних структур у перехідних політичних системах значний масив інформації, яка використовується у



процесах прийняття партійних рішень, передається через неформальні канали і має неофіційний характер. Але якщо система формальних та неформальних зв'язків буде незбалансованою з домінуванням неформальної складової, то це породжує поширення чуток, здогадок та фейків, які можуть заважати ефективній партійній діяльності.

Отже, в якості висновку можна зазначити, що для ефективної діяльності політичної партії, необхідним є збалансування між формальною та неформальною системами комунікації є оптимальне співвідношення між ними.

#### 5. Ступінь вмотивованості партійних працівників та активістів.

Партійними працівниками можуть бути люди, які як отримують матеріальну винагороду, так і активісти які працюють у партійних структурах на волонтерських засадах.

У даному контексті найбільш доцільним є виділення типів вмотивованості партійних функціонерів, активістів та прихильників певної політичної партії, серед них можна виділити наступні типи:

- Ідеологічна мотивація (під цим типом мотивації слід розуміти ряд ідей та ілюзій, які ця категорія партійних працівників поділяє. Ідеологічні засади партії об'єднують цю категорію функціонерів у певну спільність, що проявляється у прийнятті тих чи тих рішень під впливом імперативу ідеології)

- Комунікативна мотивація (являє собою тип мотивації, згідно з яким партійні функціонери отримують блага нематеріального характеру, які уособлені у комунікації з партійним керівництвом та партійними лідерами, що дозволяє цим працівникам займатися лобістською діяльністю у випадку здобуття партією влади)

- Фінансова мотивація (цей тип мотивації являє собою фінансове заохочення партійних працівників та партійних функціонерів, що є характерним для партійних організацій сучасного типу)

- Статусна мотивація (являє собою мотивацію, в основі якої лежить

гіпотетична можливість зайняти певну державну посаду партійними функціонерами у випадку здобуття політичною партією влади).

Для аналізу процесів внутрішньопартійної комунікації нами були запропоновані такі вектори: «партія – групи інтересів», «партія – партійні ЗМІ», «партія – регіональні організації», «партія – парламентська фракція», «партія – кандидат», «партія – неформальні лідери».

1) Комунікація між політичною партією та внутрішньопартійними групами інтересів.

У межах дослідження було розглянуто основні аспекти взаємодії органів партійного керівництва та груп інтересів всередині партійної структури. Численні групи інтересів мають широкий спектр ресурсів, які дозволяють їм чинити тиск на партійне керівництво.

Цей тиск може стосуватися питань фінансування локальних партійних структур, формування виборчих списків партії, проведення процедур праймеріз та встановлення ряду виборчих квот. Також групи тиску чинять безпосередній вплив на участь партії у парламентських коаліціях або перехід партії до опозиції.

Діяльність різного роду груп інтересів сприяє ускладненню партійної структури та системі взаємовідносин всередині неї. Це відбувається за рахунок появи передумов виникнення різних фракцій всередині партії, неможливості обрати компромісне рішення з певних питань, створення перепон для комунікації між керівництвом партії та рядовими членами та встановлення недемократичних процедур ухвалення партійних рішень.

2) Комунікація між політичною партією та партійними ЗМІ.

У межах дисертаційного дослідження було виділено традиційні та сучасні типи партійних ЗМІ з урахуванням розвитку інформаційно-комунікативних технологій.

На сьогодні політичні партії у своїй внутрішній комунікаційній діяльності активно використовують традиційні засоби масової комунікації (радіо, друкована преса, та телебачення) і сучасні (Інтернет - технології).

Як традиційні, так і сучасні засоби масової інформації можуть бути використані як елемент зовнішньої, так і внутрішньої комунікації. Але у даному аспекті ми розглядаємо використання ЗМІ виключно у внутрішньопартійній комунікаційній діяльності, зовнішньопартійний аспект комунікації політичних партій зі ЗМІ розглядається у контексті комунікації політичної партії з електоральними групами.

Як стверджує російський дослідник Н. Кравченко, «засоби масової інформації виступають у якості своєрідного соціально-інформаційного поля політики» [13].

Особливе місце у процесі внутрішньопартійної комунікації займають партійні ЗМІ. Використання політичною партією ЗМІ має на меті мобілізацію прихильників партії та консолідацію рядових членів для підвищення ефективності партійної структури, як у період виборчих кампаній, так і у міжвиборчий період. Основною особливістю партійних ЗМІ є те, що вони є виразником інтересів своїх засновників, а в цьому контексті засновником є політична партія.

Виходячи з цього, основними завданнями партійних ЗМІ є:

- формування іміджу партії;
- формування іміджу партійних лідерів;
- просування партійної ідеології.

Використання друкованої партійної преси, телевізійних або радіоканалів у процесах внутрішньопартійної комунікації супроводжується необхідністю використовувати штатних професійних журналістів та потребою у значних матеріальних ресурсах. У свою чергу використання Інтернет - технологій (соціальних мереж, адресної розсилки повідомлень за допомогою електронної пошти, інтерактивних сайтів та ін.) дозволяє заощаджувати численні матеріальні та людські ресурси.

Отже, основною роллю партійної преси у процесах внутрішньопартійної комунікації є організація спілкування, вільного обміну поглядами між членами та прихильниками політичної партії, тому партійні

ЗМІ повинні поєднувати інтереси всіх членів, активістів та прихильників політичних партій.

3) Комунікація між керівними органами партії та регіональними організаціями

Будь-яка партія є цілісним утворенням централізованого, децентралізованого та мережевого типу.

В залежності від організаційної структури політичної партії будується внутрішній комунікаційний зв'язок центрального ядра партії та локальних партійних організацій.

Для централізованих партійних структур є характерним чітке горизонтальне підпорядкування локальних організацій центральним партійним органам.

Децентралізовані партійні структури відрізняються відносною самостійністю регіональних організацій у прийнятті рішень стосовно висування кандидатів, формування виборчих списків та підтримці певних ініціатив центрального партійного керівництва.

На сучасному етапі розвитку інформаційно-комуникативних технологій також виділяють мережевий тип організаційної структури партії, для якого є характерним демократичний тип партійних відносин, де всі рішення приймаються на низовому рівні партійної організації.

Для ефективної внутрішньопартійної комунікації між центральним керівництвом партії та локальними партійними організаціями є можливість підтримання активного зв'язку між локальними активістами та партійними лідерами (розповсюдження партійної преси, надсилання інформаційних матеріалів електронною поштою, активне використання можливостей соціальних мереж, запрошення на різні акції, які відбуваються під патронатом партії). Також можна запрошувати локальних активістів до обговорення проблем загальнопартійного та загальнонаціонального характеру, що надасть їм можливість донести свою точку зору до партійних лідерів. Одним з найважливіших моментів партійного будівництва є також

ідеологічна однорідність серед локальних активістів.

Отже, за допомогою використання ряду мобілізаційних засобів можна суттєво покращити внутрішньопартійний комунікаційний зв'язок між центральним керівництвом та локальними партійними організаціями.

Критеріями ефективності цього типу комунікаційного зв'язку є спроможність локальних партійних організацій працювати у взаємодії один з одним незалежно від будь-якого типу організаційної структури партії. Ефективна взаємодія центрального та локальних партійних комітетів сприяє отриманню високого результату на локальних та загальнонаціональних виборах та укріпленню впливу політичної партії на регіональному рівні.

#### 4) Комунікація між політичною партією та парламентською фракцією

У дисертаційному дослідженні також було розглянуто особливості комунікаційного зв'язку між партією та парламентською фракцією.

Політичні партії бувають парламентського та позапарламентського типу. Для політичної партії однією з найголовніших завдань є те, щоб депутати, які уособлюють цю політичну партію дотримувалися ключових принципів партії у парламентській діяльності.

Зазвичай до складу парламентської фракції входять керівники та лідери партії. Діяльність парламентської фракції зазвичай регулюється статутом партії та іншими внутрішньопартійними документами.

У ряді країн є наявним інститут «імперативного мандату», коли партія може виключити зі своїх лав депутатів, які порушили норми партійної дисципліни, або зайняли позицію, яка суперечить інтересам та програмним цілям партії. Але у майже всіх країнах ця процедура носить здебільшого рекомендаційний характер і виключення з лав парламентської фракції не призводить до позбавлення депутатського мандату. Можна стверджувати, що ця процедура є інструментом морального тиску, з метою збереження партійної дисципліни та впливу партії на локальні та загальнодержавні процеси.

Отже, парламентська фракція політичної партії являє собою групу

політичних діячів, яка об'єднана між собою певними партійними інтересами і покликана здійснювати партійну програму в межах законодавчого органу та межах існуючої в країні політичної системи. Політична партія у комунікації зі своєю парламентською фракцією керується статутом та рядом документів, які регулюють внутрішньопартійну діяльність з метою запобігання викривлення програмних цілей партії, нехтування партійними цінностями та порушення статуту політичної партії, в межах парламентської діяльності.

Ефективність цього типу комунікаційного зв'язку вимірюється за допомогою дослідження динаміки переходів депутатів з цієї фракції до інших, позиції фракції з ключових програмних питань політичної партії та консолідовані позиції фракції у прийнятті певних парламентських рішень.

#### 5) Комунікація між політичною партією та кандидатом

Внутрішньопартійний комунікаційний аспект між політичною партією та кандидатом який цю партію уособлює, полягає у ряді дій з боку партії, які стосуються підтримки певних кандидатів з метою подальшої реалізації ними партійних цілей.

Характер внутрішньопартійного комунікаційного зв'язку залежить від типу виборчої системи. В умовах мажоритарної виборчої системи партія може здійснювати підтримку певного кандидата в межах одномандатного округу. Пропорційна виборча система різних типів передбачає внесення кандидатів до партійного списку.

В обох випадках підтримка кандидата з боку партійних структур відіграє ключову роль в обранні кандидата до органів влади різних рівнів.

Кожна політична партія, яка бере участь у виборчих перегонах, висуває своїх кандидатів та надає їм організаційну, інформаційну та матеріальну підтримку для здійснення передвиборчої кампанії. Кандидати у разі обрання повинні дотримуватися принципів політичної партії у своїй діяльності в межах компетенції певних органів влади.

Критеріями ефективності цього комунікаційного зв'язку можуть бути результати кандидатів від партії в одномандатних округах та підтримка

виборцями партійного списку.

б) Комунікація між політичною партією та неформальними лідерами

В межах нашої дисертації особливу увагу було приділено дослідженню впливу неформальних лідерів на комунікаційну діяльність політичних партій.

Неформальні партійні лідери являють собою одного або декількох членів групи, які офіційно не займають керівних посад, але завдяки певним особистим якостям у поєднанні з наявністю низки ресурсів матеріального, організаційного, медійного характеру займають особливе місце всередині партійної ієрархії. Дуже часто неформальні партійні лідери мають більш суттєвий вплив всередині партії, ніж офіційні партійні керівники.

Американський дослідник Д. Крокет експериментально довів, що розбіжності в групах створюють умови для узурпації ролей старих керівників та висунення нових. Він дослідив 72 групи в урядових та бізнесових організаціях та дійшов висновку, що групи, члени яких мають різні погляди стосовно цілей групи та засобів їх досягнення, найчастіше висувають неформальних лідерів, на відміну від груп, які не мають цих розбіжностей [10, с. 46].

Неформальні лідери чинять безпосередній вплив на формування стратегії і тактики політичної партії у процесі своєї безпосередньої діяльності. Для перехідних суспільств є характерним вирішальний вплив фінансово-промислових кіл на формування партійної структури, прийнятті партією політичних рішень стосовно певних питань (участь політичної партії у передвиборчих блоках, участь або неучасть у парламентських коаліціях). В цьому контексті неформальні партійні лідери і є уособленням цих фінансово-промислових кіл.

Авторитет неформального лідера партійної організації будується на основі міжособистісного контакту, а не владних повноважень, а також на основі наявності ресурсної бази.

Ефективність цього типу внутрішньо комунікаційного зв'язку вимірюється за критеріями наявності у партії матеріальної, організаційної та

медійної підтримки.

Отже, обрання цих критеріїв та напрямів для зовнішньої та внутрішньої партійної комунікації дозволило нам предметно дослідити процеси партійної комунікації як невід'ємної складової діяльності політичних партій на сучасному етапі.

### **Висновки до розділу 1.**

У цьому розділі було розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження партійної комунікації в системі політичної комунікації.

Перший підрозділ даного розділу було присвячено проблематиці політичної комунікації, яка була досліджена у працях багатьох зарубіжних дослідників, серед яких можна виділити Ч. Кулі, Г. Лассуелла, П. Лазарсфельда, Ф. Денса, К. Ларсона та ін. Серед українських дослідників, які займалися цією проблематикою можна виділити В. Бебика, О. Гриценко, Л. Климанську, Г. Почепцова, Є. Тихомирову та ін. В межах цього розділу також були описані основні підходи до дослідження політичної комунікації.

Невід'ємною складовою політичної комунікації є партійна комунікація, так як політична партія є однією зі складових політико-комунікативного процесу. При написанні цього розділу були розглянуті основні підходи до дослідження процесів партійної комунікації, внаслідок чого було з'ясовано, що партійна комунікація являє собою процес передачі інформації всередині партійної організації та повідомлень для зовнішніх стейкхолдерів та бенефіціарів політики. Цей процес спрямовано на досягнення параметрів ефективного управління партійною структурою та формування прийняттого та бажаного публіситі, що має на меті оптимізацію варіантів досягнення сукупності стратегічних та тактичних цілей.



Враховуючи те, що одним з важливіших аспектів партійної комунікації є функціонування політичних партій, було досліджено класичні та сучасні теорії політичних партій, за допомогою яких було описано походження, ролі та суспільні функції політичних партій у суспільному житті. Також дослідження цих аспектів допомогло простежити трансформацію процесів партійної комунікації у контексті розвитку організаційних структур партій та партійних систем в цілому.

У другому підрозділі розглянуто методологічні засади дослідження ролі та місця партійної комунікації в системі політичної комунікації.

У цьому підрозділі з'ясовано зміст основних понять, окреслено предмет, зміст та сферу партійної комунікації. Визначено, що до сфери партійної комунікації входять взаємовідносини між структурними елементами всередині політичної партії та взаємовідносини між партійною організацією та зовнішнім середовищем. Виходячи з цього, були запропоновані критерії дослідження процесів внутрішньої та зовнішньої партійної комунікації.

Також в межах цього підрозділу було окреслено методологічне підґрунтя нашого дослідження. В умовах того, що предмет дослідження має багатогранний характер, найбільш доцільним було б використання комплексу загальнонаукових та конкретнонаукових методів та інструментів. За допомогою аксіологічного підходу можна розкрити зміст внутрішнього та зовнішнього напрямку партійної комунікації під ціннісно-нормативним кутом зору, компаративний підхід в межах нашого дослідження має бути орієнтований на виявлення якісних характеристик процесів внутрішньої та зовнішньої партійної комунікації. Порівняльний метод в межах цього дослідження дозволяє провести співставлення особливостей партійно-комунікаційних процесів у різних країнах та виявлення подібностей та відмінностей. Використання методології системного аналізу дозволяє вивчити процеси партійної комунікації як комплекс елементів цілісної структури політичної системи. Історичний метод дозволив дослідити

процеси партійної комунікації у часі та просторі, трансформацію партійно-комунікативних процесів у залежності від розвитку та трансформації організаційних структур політичних партій. Соціологічний підхід в межах нашого дослідження дозволив ідентифікувати основних об'єктів та суб'єктів партійної комунікації, їх роль, функції, інтереси, мотиви та положення в межах політичної системи. Також в межах цього підходу можна виявити і проаналізувати основні джерела, напрями та критерії партійної комунікації, визначити закономірності впливу виборчої системи, особливостей партійного будівництва на поведінку об'єктів та суб'єктів партійної комунікації. Метод кейс-стаді відкрив можливість для пошуку загальних тенденцій і побудови теорій на основі дослідження конкретних випадків партійно-комунікаційного процесу в контексті політичної комунікації.

Також варто згадати про використання кількісних параметрів у процесі нашого дисертаційного дослідження. Цей інструмент дозволив нам виявити динаміку, тенденції, напрями і рушійні сили еволюції процесів партійної комунікації сучасних партій з урахування розвитку інформаційних технологій та появою нових каналів зв'язку.

Використовуючи цю методологію нам вдалось окреслити ряд завдань, необхідних для дослідження формування об'єктів та суб'єктів партійної комунікації, які являють собою цілісні організаційні системи з чіткою структурою і набором специфічних функцій, які відображають їх статусну позицію як в межах партійної ієрархії (для процесів внутрішньопартійної комунікації), так і політичної системи в цілому (для процесів зовнішньо партійної комунікації).

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Вебер М. Политика как призвание и профессия / М. Вебер // Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 643–706.
3. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / И. Гофман; под ред. Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой; вступ. статья Г.С. Батыгина. – М.: Институт социологии РАН, 2003. – 752 с.
4. Гриценко О. Суспільство, держава, інформація / О. Гриценко. – К.: РВЦ «Київський університет», 2001. – 165 с.
5. Даль Р. О демократии / Р. Даль; пер. с англ. А.С. Богдановского; под ред. О.А. Алякринского. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 208 с.
6. Доган М. Сравнительная политическая социология / М. Доган, Д. Пеласси; пер. с англ. – М.: Соц.-полит. журн., 1994. – 272 с.
7. Дюверже М. Политические партии / М. Дюверже; пер. с фр. – М.: Академический Проект, 2000. – 538 с.
8. Исаев Б.А. Практическая партология: Генезис партий и партийно-политических систем / Б.А. Исаев. – С.-Пб.: ИД «Петрополис», 2010. – 514 с.
9. Калмыков А.А. Четвертая политическая сила / А.А. Калмыков // Вестник РГГУ. Сер.: Политология. Социально-коммуникативные науки. – 2012. – № 1. – С. 21–28.
10. Канджемі Дж.П. Психологія сучасного лідерства: Американські дослідження / Дж.П. Канджемі. – М.: Когіто-Центр, 2006. – 288 с.
11. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні» / Л.Д. Климанська. – Л.: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2007. – 332 с.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – Киев; С.-Петербург;

Москва: Издательский дом «Вильямс», 1998. – 354 с.

13. Кравченко Н.П. Цели и задачи спецкурса «Государственный политический маркетинг в СМИ» / Н.П. Кравченко // Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды: сб. материалов Всеросс. науч.-практ. конф. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008.

14. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок / Ч.Х. Кули; пер. с англ. под ред. А.Б. Толстова. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 320 с.

15. Матвеев Р.Ф. Политические системы и партии / Р.Ф. Матвеев // Политические системы современной России и послевоенной Германии: Сб. материалов российско-германского «круглого стола». – Волгоград: Принт, 2005. – С. 108–130.

16. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ. М.А. Майорова]. – М.: Дело, 1997. – 704 с.

17. Меркотан К.П. Проблема багатопартійності в контексті концепцій демократичних трансформацій / К.П. Меркотан // Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації. – 2009. – № 1. – С. 39–46.

18. Миллер Дж. Планы и структуры поведения / Дж. Миллер, Е. Галантер, К. Прибрам. – М.: Прогресс, 1964. – 239 с.

19. Михельс Р. Социология политической партии в условиях демократии / Р. Михельс // Диалог. – 1990. – № 3. – С. 55–60; № 5. – С. 81–86; № 7. – С. 74–78; № 9. – С. 49–53; № 11. – С. 56–62.

20. Морарь М.В. Парти́на кому́нікація як різновид політичної кому́нікації / М.В. Морарь // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер.: Філософія. Політологія. – 2011. – Вип. 102. – С. 37–41.

21. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии / Е.Г. Морозова. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 1999. – 247 с.

22. Морозова Н.А. Коммуникации в организации: комплексный подход / Н.А. Морозова // Современные технологии управления. – 2011. – № 9 (9). – Режим доступа: <http://sovman.ru/article/0902/>
23. Моска Г. Правящий класс / Г. Моска; пер. с англ. и примеч. Т.Н. Самсоновой // Социс. – 1994. – № 10. – С. 187–198.
24. Нікогосян О. Тенденції розвитку політичних партій в посткомуністичних країнах / О. Нікогосян // Віче. – 2008. – № 2. – С. 8–9.
25. Обушний М.І. До питання сутності поняття «партійна комунікація» / М.І. Обушний // Дні науки філософського факультету – 2010: Міжнародна наукова конференція (21–22 квітня 2010 року): Матеріали доповідей та виступів. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. – Ч. ІХ. – С. 81–83.
26. Основы теории коммуникации: Учебник / под ред. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – 615 с.
27. Острогорский М.Я. Демократия и политические партии / М.Я. Острогорский. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1997. – 640 с.
28. Парето В. О применении социологической теории / В. Парето // Социс. – 1995. – № 10. – С. 137–145; 1996. – № 1. – С. 108–118.
29. Политическая теория в XX веке. Лео Штраус, Майкл Оукшот, Джон Ганнел и др. Антология / под ред. А. Павлова. – М.: Территория будущего, 2008. – 416 с.
30. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Москва: «Рефл-бук»; Киев: «Ваклер», 2001. – 656 с.
31. Примуш М.В. Політичні партії : історія та теорія / М.В. Примуш. – К.: Професіонал, 2008. – 416 с.
32. Романюк. А. Функції політичної комунікації / А. Романюк // Портал «Культурологія в НаУОА». – Режим доступу: <http://kulturolog.org.ua/i-conference/2012/109-infconf2012/546-romaniuk.html>
33. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник / Є.

Тихомирова. – К.: НМЦВО, 2001. – 560 с.

34. Тимченко М.М. Основні критерії ефективності зовнішньопартійної комунікації / М.М. Тимченко // Гілея. Науковий вісник. – 2017. – Вип. 122 (7). – С. 362–365.

35. Тимченко М.М. Процеси внутрішньої та зовнішньої політичної комунікації в сучасних партіях: основні концептуальні позиції / М.М. Тимченко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія, соціологія, політологія. – 2015. – № 4 (26). – С. 117–125.

36. Токвиль А. де. Демократия в Америке / А. де Токвиль; пер. с фр.; предисл. Г.Дж. Ласки. – М.: Прогресс, 1992. – 554 с.

37. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер; пер. с англ. – С.-Пб.: Речь, 2000. – 320 с.

38. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас; пер. с нем. – С.-Пб.: Наука, 2000. – 380 с.

39. Черри К. Человек и информация / К. Черри; пер. с англ. – М.: Связь, 1972. – 368 с.

40. Шарло Ж. Политические партии и система политических партий во Франции / Ж. Шарло; пер. с фр. Е.В. Быковского. – 2-е изд. – М.: Изд-во Посольства Франции в Москве, 1993. – 55 с.

41. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций / В.И. Шаховский. – М.: Гнозис, 2008. – 416 с.

42. Шиманова О.В. Політична комунікація в системі міжпартійних та внутрішньопартійних відносин в Україні: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / О.В. Шиманова; Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2009. – 18 с.

43. Шиманова О. Партійна комунікація: дослідження у вітчизняній та зарубіжній науці / О. Шиманова // Вісник Львівського університету. Сер.: Філософсько-політологічні студії. – 2013. – Вип. 3. – С. 191–199.

44. Эдельман М. Категоризация, восприятие и политика (Ч. 1) / М. Эдельман // Политическая лингвистика. – 2016. – № 58. – С. 244–250.

45. Almond G.A. *Comparative Politics: A Developmental Approach* / G.A. Almond, G. Bingham Powell, Jr. – Boston: Little, Brown & Co., 1966. – 221 p.
46. Apel K.-O. *Transformation der Philosophie* / K.-O. Apel. – Bd. 1. *Sprachanalytik, Semiotik, Hermeneutik.* – Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1973. – 157 s.
47. Berlo D. *The Process of Communications: An Introduction to Theory and Practice* / D. Berlo. – San Diego: Harcourt School, 1960. – 318 p.
48. Dance F. *The Functions of Human Communication: A Theoretical Approach* / F. Dance, C. Larson. – N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1976. – 206 p.
49. Deutsch K. *The Nerves of Government Models of Political Communication and Control* / K. Deutsch. – N.Y.: Collier-Macmillan, 1963. – 316 p.
50. Easton D. *A Framework for Political Analysis* / D. Easton. – Chicago: University of Chicago Press, 1965. – 150 p.
51. Eulau H. H.D. *Lasswell's Developmental Analysis* / H. Eulau // *Micro-Macro Political Analysis: Accent on Inquiry* / ed. by H. Eulau. – Chicago: Aldine, 1969. – P. 105–118.
52. Hall E. *The Silent Language* / E. Hall. – N.Y.: Doubleday Co., 1959. – 240 p.
53. Golosov G. *The Effective Number of Parties: A New Approach* / G. Golosov // *Party Politics.* – 2010. – № 16. – P. 171–192.
54. Janda K. *Restructuring the Party System in Central Europe* / K. Janda // *Paper Prepared for the International Simposium.* – 1994. – Vol. 19 (November). – P. 1–3.
55. Kirchheimer O. *The Transformation of the Western European Party Systems* / O. Kirchheimer // *Political Parties and Political Development* / J. LaPalombara, M. Weiner (eds.). – Princeton: Princeton University Press, 1966. – P. 177-200.
56. Laakso M. *Number of Parties: A Measure with Application to West Europe* / M. Laakso, R. Taagepera // *Comparative Political Studies.* – 1979. – №

12. – P. 3–27.

57. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War / H. Lasswell. – London: Kegan Paul, 1927. – 268 p.

58. Lasswell H. The structure and function of communication in society / H. Lasswell // The Communication of Ideas / L. Bryson (ed.). – N.Y.: Harper and Brothers, 1948. – P. 37–51.

59. Lazarsfeld P. The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – N.Y.: Columbia University Press, 1944. – 384 p.

60. Lijphart A. The Comparable-Cases Strategy in Comparative Research / A. Lijphart // Comparative Political Studies. – 1975. – Vol. 8, № 2. – P. 158–177.

61. Lipset S.M. Cleavage Structures, Party System, and Voter Alignments: An Introduction / S.M. Lipset, S. Rokkan // Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives / S.M. Lipset, S. Rokkan (eds.). – New York: Free Press, 1967. – P. 1–67.

62. Macridis R. Comparative Politics. Notes and Readings / R. Macridis, B. Brown. – Homewood: Dorsey Press, 1961. – 432 p.

63. Molinar J. Counting the Number of Parties / J. Molinar // American Political Science Review. – 1991. – Vol. 85, № 4. – P. 83–91.

64. Parsons T. The Present Status of "Structural-Functional" Theory in Sociology / T. Parsons // Social Systems and the Evolution of Action Theory. N.Y.: Free Press, 1977. – P. 100–117.

65. Rokkan S. Methods and models in comparative study of nation-building: Paper. Preparatory meeting on problems of nation-building. UNESCO, Bruxelles, 24-25 September 1967. – 27 p.

66. Sartori G. Parties and Party System: Framework for Analysis / G. Sartori. – N.Y.: ECPR Press, 1976. – 368 p.

67. Schramm W. How Communication Works / W. Schramm // Process and Effects of Mass Communication / W. Schramm (ed.). – Urbana: University of Illinois Press, 1954. – P. 5–6.



68. Shannon C.E. A mathematical theory of communication / C.E. Shannon // Bell System Technical Journal. – 1948. – Vol. 27. – № 3. – P. 379–423; № 4. – P. 623–656.

69. Störm K. Parliamentary democracy and delegation / K. Ström // Delegation and Accountability in Parliamentary Democracies // K. Ström, W.C. Müller, T. Bergman. – Oxford: Oxford University Press, 2006. – P. 55–108.

70. Weber M. The Theory of Social and Economic Organization / M. Weber. – N.Y.: Free Press, 1947. – 448 p.

71. Yales J. Geneses of Organisational Communication: An Approach to Studying Communication and Media / J. Yales, W. Orlikowski // Academy of Management Review. – 1992. – Vol. 17, № 2. – P. 299–326.

## РОЗДІЛ 2.

### СТРУКТУРНО–ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗАСАДИ ВНУТРІШНЬОПАРТІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

#### 2.1. Світовий досвід внутрішньопартійної комунікації: специфіка застосування в умовах сучасної України

Існують дві теоретичні моделі, що представляють демократичний політичний процес як різні варіанти партійного змагання.

Перша трактує демократію як міжпартійне змагання. Відповідно до цієї моделі, основна роль партій в демократії – формування групи лідерів для здійснення управління країною. Участь громадян зводиться до виборів, на яких виборці обирають команду лідерів або просто сприяють усуненню правителів від влади.

Друга розглядає демократію як внутріпартійну участь і припускає, що партії не просто групи лідерів, які змагаються, але й демократичні організації, що розширюють можливості громадян у плані політичної участі. Члени партії та її прихильники можуть визначати зміст передвиборчих програм. Насамперед це досягається за допомогою постійного конкурування груп інтересів в середині політичної партії [52, с. 107].

У сучасній політичній науці формується неабиякий інтерес до проблем дослідження внутрішньопартійної комунікації. Це пов'язано, перш за все, з формуванням нових систем внутрішньопартійної взаємодії та взаємодії з виборцями. Так, нові форми та засоби внутрішньопартійної демократії розглядаються Є. Мануйловим [29], І. Павленко [39], О. Нідермайером [36]. Достатньо специфічне питання впливу партійної етики та партійної дисципліни на процеси узгодження взаємовідносин груп інтересів та політичних партій займається українська дослідниця О. Титаренко [54].

О. Шиманова [64] присвятила своє дослідження особливостям внутріпартійної комунікації як в Україні, так і у світі. Основні аспекти взаємодії груп інтересів всередині політичної партії розглядаються в працях А. Кройтора [25] та Г. Щедрової [69].

Партія – це союз людей, які добровільно і свідомо об'єднали свої зусилля для досягнення спільних цілей. Але й об'єднані групи людей, й цілі, й характер спільної діяльності можуть сильно один від одного відрізнятись. Це призводить до формування певної строкатості багатопартійного життя, коли одну і ту ж назву – «партія» – носять не схожі організації.

Перші більш-менш організовані структури, які за принципом діяльності були схожі на політичні партії, з'явилися у період ранніх буржуазних революцій XVII сторіччя і мали форму релігійно політичних угруповань. У XVIII сторіччі політичні організації, які діяли на території Європи та США, не мали ще організованого політичного характеру.

Сучасні політичні партії набули свого організаційного оформлення вже в XIX сторіччі, що було зумовлено потребою у розвитку парламентаризму та включенням у політичний процес широких соціальних верств. У зв'язку з поваленням феодальної системи суспільних відносин була створена нова система влади, центральне місце в якій займав парламент, який було частково або повністю побудовано на виборчих засадах.

Виникненню партій сучасного типу значною мірою сприяла діяльність різного роду політичних клубів, які виражали інтереси різних груп буржуазії. До таких клубів можна віднести угруповання часів Великої французької революції (Якобинський клуб та Клуб Кордиль`єрів), англійські політичні клуби, до яких можна віднести «Чарльтон Клуб» та «Реформ Клуб». Сучасні політичні партії є результатом об'єднання у цілісну організацію великої кількості локальних виборчих комітетів, які були соціальною базою окремих депутатів, які належали до певних парламентських фракцій. На відміну від політичних клубів, політичні партії не тільки забезпечували підтримку певному кандидату з боку впливових суспільних груп але і займалися

пошуком масової соціальної опори серед виборців в умовах постійного розширення виборчих прав.

У політичній науці виділяють три етапи становлення політичних партій як складової політичної системи. Перший етап пов'язано з виникненням аристократичних угруповань, що і є початком формування політичних партій. Другий етап являє собою виникнення політичних клубів, у яких, на відміну від аристократичних угруповань, почали з'являтися міцні ідеологічні підвалини та розвинена організація, яка сприяла широкому радіусу впливу на різні суспільні верстви.

Третій етап пов'язують з виникненням масових політичних партій, для яких є характерним централізація та фіксоване членство. Також масові партії характеризуються організованістю та дисциплінованістю, проводять широку організаційну та пропагандистську роботу у регіонах, так як одним з принципів функціонування масових партій є збільшення чисельності членів, що є запорукою стабільного фінансування шляхом сплати членських внесків. Основною відмінністю масових партій від кадрових, є те що кадрові партії мають на меті мобілізацію елітарних кіл, а масові – широких народних мас.

Першою масовою партією стала Ліберальна партія Великобританії, яка була утворена у 1861 році. Згодом до кінця XIX сторіччя у більшості країн Європи теж з'явилися масові партії, здебільшого соціал-демократичного спрямування. Саме в цей період вони стали головним інструментом представництва соціальних інтересів у владних структурах.

Досліджуючи процеси становлення партійної системи сучасної України, науковці виділяють шість етапів (включно з сучасним – незавершеним). Це відповідно:

- Етап становлення багатопартійності (1990 – 1995 рр.)
- Етап формування системи поляризованого плюралізму (1996 – 1999 рр.)
- Етап переходу до системи поміркованого плюралізму (2000 – 2004 рр.)

- Етап стабілізації системи поміркованого плюралізму (2005 – лютий 2010 рр.)

- Етап посилення поляризації партійної системи та тенденції до системи з партією-гегемоном (з березня 2010 року)

Після подій Євромайдану та Революції гідності тенденцію до формування системи з партією-гегемоном було нівельовано у зв'язку з крахом організаційної структури правлячої «Партії регіонів», тим самим почалось відновлення плюралізму.

Основними підсумками «післямайданного» періоду еволюції партійної системи стали:

- вихід на політичну арену нових партійних структур («Блок Петра Порошенка», «Народний фронт», «Самопоміч») та суттєве зниження підтримки масами старих партійних проектів (ВО «Батьківщина, ВО «Свобода», «УДАР»);

- втрата підтримки та подальший організаційний розкол колишньої провладної «Партії регіонів» та її сателітів;

- ребрендинг колишньої «Партії регіонів» у партію «Опозиційний блок», але нова партійна структура втратила монополію на політичне представництво інтересів виборців Півдня та Сходу України;

- послаблення позицій партій, які мали ідеологічне забарвлення («КПУ», ВО «Свобода»);

- посилення позицій партійних структур, які мають відверто популістський характер та поширення популізму в цілому;

- «інтернетизація» та «медіатизація» діяльності партійних структур, оборотною стороною даних процесів є організаційна нерозвиненість партійних структур в регіонах;

- створення нових партійних структур на основі громадянських організацій, з подальшою інкорпорацією представників громадянського суспільства у політичні партії; [71]

На сучасному етапі розвитку партійних систем у науковій літературі

виділяють два шляхи створення політичних партій. Перший репрезентує процес створення парламентських груп, до складу яких входять депутати, які є носіями певної ідеології. Потім по всій країні формуються комітети підтримки різного рівня, згодом ці структури поєднуються у форматі політичної партії. Другий шлях являє собою позапарламентську форму утворення політичних партій. В цьому випадку нові партії виникають на основі різного роду груп інтересів та громадських організацій: профспілкових, релігійних, промислових, фінансових та ін..

Для сучасних політичних партій є характерними чотири основні ознаки, які відрізняють партійну організацію від громадської:

1. Метою будь-якої політичної партії є завоювання та утримання влади, в той час, як різного роду групи тиску та групи інтересів мають на меті збільшення свого впливу на суб'єкти владних відносин у сфері прийняття політичних рішень.

2. Наявність певної ідеологічної платформи, яка є задокументованою у партійних програмах. В межах партійних програм декларуються цілі, які партія перед собою ставить, цінності яких партія дотримується та плани, які партія планує реалізувати у разі завоювання влади.

3. Наявність соціальної бази партії. Тобто підтримка партії з боку народу або його певної частини. Програмні документи зазвичай регламентують виразником і захисником чиїх інтересів вони є. Але на сучасному етапі, не всі партії декларують це ясно і чітко. Ставлячи на меті забезпечення масовою підтримкою своїх цілей, вони маскують свою соціальну орієнтацію та заявляють, що вони є виразниками інтересів усіх соціальних верств та класів.

4. Наявність організаційної структури. Завдяки чіткій структурованості та розгалуженості, партійна організація є стабільною та стійкою до зовнішніх змін. Своєю стабільною організаційною структурою та наявністю чіткого плану дій, політичні партії відрізняються від різного роду громадських рухів.

Саме організаційна структура партії визначає процедуру прийняття партійних рішень на різних її рівнях [21, с. 25].

Найбільш примітивною формою добровільного об'єднання слід вважати клієнтелу, згуртовану навколо патрона, вождя. Цілі, переслідувані її членами, як правило, виключно корисливі, отже, і стимули до об'єднання суто матеріальні. Вся влада в клієнтелі належить лідерам, і тільки вони вільні представляти свої спільноти в зовнішньому світі. Тому типом представництва, найбільше властивим клієнтелі, є патронаж [21, с. 38]. Звичайно ж, за умов формування клієнтелі взаємодія груп інтересів у внутрішньопартійній комунікації майже не можлива, перш за все, це пов'язано з повною залежністю політичної партії від рішень лідера (вождя) партії.

Далі за ступенем організаційної розвиненості вирізняється ієрархічна структура. У якомусь сенсі цю форму можна вважати великою клієнтелою, проте є і серйозні відмінності. Якщо зв'язок між патроном і клієнтом має особистий характер, то в ієрархічній структурі відносини між вищим і нижчим інстанціями значно знеособлені, функціональні. Конструкція ієрархічної структури допускає можливість заміни майже будь-якої її ланки, вона досить незалежна від людей, її складових. У цьому головна перевага ієрархічної структури перед клієнтелою, існуючої лише до тих пір, поки її стрижень (патрон) дієздатний [21, с. 39]. На противагу клієнтелі, порядки в якій встановлюються ватажком, ієрархічна структура живе за статутом. Цей статут надає вищій інстанції найбільш широкі повноваження, але одночасно регламентує, а значить, і обмежує їх.

Громадянській спілці, на відміну від ієрархічної структури, притаманна не вертикальна (панування-підпорядкування), а горизонтальна (рівноправна) модель відносин. Члени громадянської спілки, громадяни, що не залежні один від одного в силу своєї відносної самодостатності. Разом вони сходяться заради якоїсь спільної справи, чітко відокремленої від їх приватного життя. Громадянська спілка живе за законами, виробленим

самими громадянами. До того ж, в останніх є інструменти контролю за лідером, за тим, наскільки сумлінно він слідує встановленим спільно правилам. Серед цих інструментів – виборність посадових осіб, їх регулярні звіти перед зборами громадян та ін. Таким чином на перший план виходять міркування солідарності: в публічній сфері панують спільні інтереси, розпізнати і позначити, які покликане притаманне кожному члену спільноти почуття громадянського обов'язку, а останнє оформляється в певну ідеологію, більш-менш «насичену» залежно від конкретних історичних умов. Як і клієнтели, так і ієрархічні структури, громадянські спілки захищають інтереси тільки своїх членів.

Запропонована автором система може передбачати дихотомічні випадки розвитку внутрішньопартійної комунікації між групами інтересів всередині партії: 1) нижчий ступінь соціальності: партія представляє собою клієнтелу, партійна еліта та прості члени партії відгороджені один від одного високими соціальними бар'єрами; 2) вищий ступінь соціальності: партія представляє собою клуб однодумців, відмінності між провідними і відомими не соціальні, а індивідуальні, виборці і рядові члени партії цілком самостійні і беруть активну участь у політичному житті.

На думку українського дослідника А. Кройтора, однією із головних небезпек у діяльності політичних партій виступає їх перетворення на інструмент реалізації інтересів порівняно невеликого кола осіб, що здійснюють безпосереднє партійне керівництво партійної еліти. У такому випадку пересічні члени партій фактично позбавляються впливу на прийняття партійних рішень, реалізацію партійної програми та політики, процедуру висування кандидатів у депутати різних рівнів та ін. [25, с. 284]. Політична теорія відзначається перманентною увагою до таких груп (правлячі верстви, аристократія, еліта, політичний клас, номенклатура, олігархія та ін.) та її ролі у політичних процесах щодо розвитку та інституціоналізації політичних партій, досліджуючи проблеми ротації політичних еліт, конституційно-правові, інституційні, функціональні,



комунікативні та процесуальні основи взаємодії партійних еліт [25, с. 290].

У середині політичних партій можливе ведення внутрішньопартійної боротьби за владу між групами інтересів. Методи внутрішньопартійної боротьби між керівництвом партії та контрелітою залежать від типу правлячої еліти партії, типу політичного режиму, рівня політичної культури та ін. Доволі часто методи внутріпартійної боротьби тісно пов'язані з певним рівнем партійної (внутрішньопартійної) етики та партійної дисципліни. Поняття партійної етики доволі дискусійне і невизначене. Це пов'язано з тим, що його пов'язують з поняттям «партійної моралі». Визнаючи необхідність і базовість цієї категорії, теоретики і практики у всьому світі дотепер не припиняють дискусію з цієї теми [54, с. 20].

Партійна дисципліна – неодмінна умова організованості і дієздатності партії, важлива умова виконання партійними організаціями вимог програми, статуту, рішень партійних органів. Партійна дисципліна як одна з організаційних основ партії, тісно пов'язана з її базовими керівними організаційними принципами.

Український дослідник О. Титаренко стверджує що «Партійна дисципліна – неодмінна умова організованості та конкурентоспроможності партій, наріжна умова виконання партійними організаціями вимог програми, статуту, рішень партійних органів і партійної моралі. Особливого значення набуває партійна дисципліна в період боротьби за владу, за її обстоювання і зміцнення. Партія може успішно виконати свою роль лише в тому випадку, якщо в ній панує міцна свідома партійна дисципліна і коли її керівний центр є владним авторитетним органом з широкими повноваженнями, що користуються загальною довірою членів партії і безпартійних мас. Природа партійної дисципліни – свідома дисципліна. Тільки свідома дисципліна може бути дійсно дієвою, ідейною та принциповою.

Партійна дисципліна будується на системі суворих і прозорих дисциплінарних заходів, аж до вигнання з партії. Система дисциплінарних заходів – це обов'язковий елемент внутрішньопартійної культури. Без

партійної свідомої дисципліни будь-яка партія приречена» [54, с. 17].

У ряді країн світу існує та активно функціонує інститут імперативного мандату. Імперативний мандат представляє собою одну з найбільш жорстких форм партійної дисципліни, яка представляє собою законодавчо закріплену можливість відкликання депутата, якщо його дії у парламенті суперечать цінностям та програмі діяльності партії, від якої він обраний.

Серед видів порушення депутатами партійної дисципліни у науковій літературі виділяють наступні:

- голосування всупереч рішенням партії;
- утримання від голосування в той час, як партія займає принципову позицію з деяких питань;
- надання пресі критичних коментарів та написання статей, що піддають критиці діяльність партії;
- публічне висловлення думок, що суперечать діяльності партії та партійної ідеології в цілому.

У разі порушення партійної дисципліни з боку члена парламенту, партійне керівництво може застосувати у відношенні до порушника ряд санкцій. Серед яких можна виділити: відмову у фінансуванні та підтримці на наступних виборах, позбавлення підтримки з боку регіональних партійних осередків, позбавлення допомоги у роботі на окрузі з боку партійних структур та ін.

У парламентських системах Великобританії, Австралії, Канаді тощо парламентська партія призначає особливу людину для підтримки дисципліни у партії, так званого «батога» (англ. «whip»). Його обов'язки – слідкувати за присутністю депутатів на засіданнях та їхнім голосуванням у згоді з партійною позицією, «служувати рупором рядових членів», доносити до керівництва партії можливі заперечення партійців щодо партійної політики, сприяти партійній згуртованості тощо.

У деяких інших демократіях, де існує традиційно сильний зв'язок між виборцями округу і їхніми депутатами (наприклад, де вибори за змішаною

чи мажоритарною компонентою), партійна дисципліна може бути не надто строгою. Так, у США (Конгресі та Палаті Представників) для депутатів є можливість вільно вести переговори між собою за підтримку того чи того законопроекту. Це робить систему достатньо вразливою до впливу лобістів і груп зі спеціальними інтересами [47].

У демократіях закон ніколи не регулює партійну чи фракційну дисципліну і не зобов'язує депутатів голосувати так або інакше. Це – внутрішнє питання партій і фракцій. Тим не менш, партія може застосувати до порушника партійної дисципліни різні санкції.

Як свідчить політична практика, у стійких парламентських демократіях голосування всупереч рішенням партії є рідкісним випадком, але якщо такі випадки і мають місце, то санкції з боку партійного керівництва виступають більшою мірою неформальним інструментом. У деяких випадках порушники партійної дисципліни можуть бути підтриманими з боку локальних партійних осередків та виборцями на округах, що може спричинити розкол партійної організації.

Що стосується української політичної практики, то тут варто зазначити, що в умовах відсутності інституту імперативного мандату, партійна дисципліна дуже часто є порушеною з боку членів партійних фракцій. У разі порушення партійної дисципліни, депутата можуть виключити з фракції, але позбавити депутатського мандата партійні органи не мають права. Рішення партійних структур можуть бути лише рекомендаційними і носити виключно моральний характер. Також треба зазначити, що депутати, які є членами певних партій, але обрані до парламенту не за партійними списками, а за мажоритарними округами, несуть моральну відповідальність виключно перед своїми виборцями, а не партійними структурами. Єдине, що в змозі зробити партійні структури, так це розпочати збір підписів за відкликання цього депутата в межах певного округу. Українські політичні реалії свідчать про те, що коли в межах парламенту відбувається процес формування правлячої коаліції,

представники провладних фракцій, дуже часто застосовують неформальний комунікативний інструментарій по відношенню до депутатів опозиційних фракцій, або депутатів обраних за мажоритарними округами з метою залучення їх до правлячої більшості.

Що стосується комунікативного аспекту взаємодії політичної партії з партійними фракціями у місцевих радах, то політична практика свідчить, що абсолютна більшість провідних українських партій, які мають широке представництво у місцевих радах в той же час мають суттєві недоліки у процесах локального партійного будівництва. Локальні партійні організації, які формують виборчі списки на місцевих виборах, дуже часто будуються на основі регіональних бізнес угруповань, які не мають стійкої ідеологічної та партійної приналежності, в багатьох випадках центральне керівництво партій передає у «користування» свої регіональні відділення в обмін на спонсорську підтримку, т. зв. «партійний франчайзинг». Після виборів та процесів формування фракцій у місцевих радах, депутати від даних партій можуть діяти у суперечності з ідеологічною та програмною лінією партії, шляхом вступу до коаліцій які формують ідеологічно та програмно полярні фракції, синхронно голосувати з певних питань з своїми ідеологічними опонентами та ін. В якості прикладів можна навести створення коаліції між «БЮТ», «НСНУ» та «Блоком Наталії Вітренко» у Дніпропетровській обласній раді, після виборів 2006 року, створення неформальної коаліції між «Самопоміччю» та «Опозиційним блоком» у Миколаївській міській раді, після виборів 2015 року [33] та ін. Як на центральному рівні, так і на локальному, партійні структури не можуть позбавити депутатського мандата представників партії, які діють всупереч партійним принципам. Партійні структури лише можуть виключити з власних лав та депутатської фракції. Тобто в цьому контексті партії наділені виключно моральним інструментарієм.

У стійких парламентських демократіях партійна дисципліна виступає в ролі самодисципліни, коли члени партії дотримуються фундаментальних

цінностей та ідеології партії.

Будь-яка партія є вертикальним утворенням, яке може вдало функціонувати лише за умов чіткої дисципліни та послідовності дій.

У цьому контексті було б доцільним розглянути інтегративну теорію партійних цілей та партійних змін, авторами якої є американські дослідники К. Джанда та Р. Хармел. Згідно з даною теорією, будь-які внутрішньопартійні зміни, такі як прийняття нової програми, внесення змін до статуту та ін. призводять до структурних, ідеологічних та функціональних змін, які потребують значних ресурсних витрат (фінансових, організаційних, медійних). Виходячи з цієї гіпотези, ці дослідники стверджують, що партії будуть змінюватися тільки під тиском, який спричиняє на них або зовнішнє середовище, або внутрішньополітичні обставини. Також ці дослідники зазначали, що партійне керівництво припускає зміни тільки у двох випадках, по-перше, коли керівництво оцінить переваги змін відносно витрачених ресурсів, по-друге, – коли керівництво буде впевнене, що ці зміни будуть сприяти зміцненню її влади в партії. Виходячи з того, що більшість змін в партіях ініціюється партійним керівництвом, то партійні реформи повинні бути ціле мотивованими, тобто мати на меті досягнення цілей, які поставлені партійною програмою. В іншому випадку партійні реформи можуть бути мотивовані владою і мати на меті зміцнення позицій партійного керівництва.

Цілі, які ставить перед собою партія, досягаються різними засобами та потребують змін у різних напрямках.

Партіям, які націлені на цілемотивовані реформи, необхідно в першу чергу звернути увагу на зміни програми, статуту, стратегії, тактики та платформи. В свою чергу партії, які націлені на зміцнення влади партійного керівництва, будуть приймати новий статут та коригувати норми партійного життя.

У процесі внутрішньопартійної взаємодії між різними групами інтересів рішення в політичній партії приймаються шляхом досягнення компромісу між внутрішньопартійними групами впливу, задля задоволення

інтересів якнайбільшої кількості рядових членів партії [77].

Виходячи з критеріїв мотивації на зміни в партії, К. Джанда та Р. Хармел типологізують партії наступним чином:

- партії для пошуку голосів;
- партії для пошуку державних посад;
- партії для просування власних функціонерів, ціллю яких є задоволення потреб партійного керівництва;
- партії, головною цінністю яких є демократичність внутрішньопартійних процедур, для задоволення потреб партійних активістів.

Узгодження інтересів груп в середині політичної партії обґрунтовується тим, що жодна з груп інтересів не може домінувати в партійному процесі оскільки не забезпечує представництва інтересів більшості членів партії, а тому і неможлива концентрація влади в руках партійного лідера та його групи. Таким чином, представники плюралістичної концепції демократії заперечують можливість «олігархізації партій» [7, с. 48].

Якщо звернутися до європейського досвіду, то у 1949 р. у ФРН було ухвалено Основний закон, в якому вперше встановлювався обов'язок політичних партій дотримуватися внутрішньої демократії. На охорону свободи усередині партії безпосередньо спрямовано абз. 1 ст. 21, відповідно до якого внутрішня організація партії має відповідати демократичним принципам [29, с. 17]. Норму було включено з метою уникнути повернення до тоталітарної системи. Це положення не обмежує свободу партій в сенсі змістовного начала їх внутрішньої організації, а навпаки, прагне встановити і гарантувати свободу всередині партій і в такий спосіб забезпечити свободу політичного процесу в його зародку.

Німецькі вчені зазначають, що ст. 21 Основного закону ФРН безсумнівно не допускає ухвалення внутрішньопартійних рішень за принципом вождизму, обрання суворо централізованої організаційної форми, яка не визнає місцевих союзів, успадковування партійних посад, усунення

окремих членів від участі у виборах [20]. Демократичні принципи сьогодні також становлять підґрунтя організації і діяльності партій відповідно до вимог, сформульованих в основних законах Італії, Іспанії, Греції, Албанії, Андорри, Вірменії, Франції, Румунії, Чехії, Португалії [29, с. 17].

В Україні, на відміну від інших європейських країн, майже не висуваються вимоги до внутрішнього устрою політичних партій. Лише формально статuti українських політичних партій передбачають активну участь нижчих ланок партійної організації у виробленні партійної політики. В такий спосіб можна стверджувати, що головний напрям комунікаційних процесів у форматі «лідери партії – члени партії» відбувається зверху вниз на національному, регіональному та місцевому рівнях. Це стосується і комунікації в напрямку «центр – регіональні та місцеві організації»: рішення приймає центр, а думка регіональних та місцевих партійних організацій не береться до уваги [65, с. 180].

У Керівних принципах регулювання діяльності політичних партій, ухвалених Венеціанською комісією на 84 пленарній сесії (Венеція, 15-16 жовтня 2010 р.), зазначено, що завдяки важливій ролі, котру відіграють політичні партії як актори демократії, деякі держави-члени ОБСЄ мають законодавчі вимоги, аби певні внутрішні функції партії були демократичними за природою. Зазвичай таке регулювання обмежується вимогою, аби партії були прозорими в ухваленні рішень і зверталися до думки членів партії при визначенні партійного керівництва і кандидатів [18, с. 88 ].

Внутрішні норми, що регулюють функціонування органічної структури, також повинні керуватися принципами ясності і прозорості та забезпечувати ефективний зв'язок між функціональними підрозділами та тематичними секціями, що діють на різних географічних рівнях. Велике значення має зв'язок між центральним керівництвом партії та організаціями на регіональному і місцевому рівнях, які мають основне значення для взаємодії партії з громадянським суспільством і участі громадян у місцевому

суспільному житті [41].

О. Нідермайер виділяє моделі внутрішньопартійної демократії. Партійна модель, що базується на економічній теорії демократії являє собою зміну внутрішньопартійної демократії на міжпартійну демократію. Оскільки активна участь членів партії у внутрішньому партійному житті та залученні нових членів розглядається як дисфункція, то партійне керівництво намагається уникнути цього за рахунок централізації партійної структури. Це дає змогу суттєво зекономити засоби, не допустити обмеження свободи партійного керівництва і сприяє ефективній діяльності партійної організації.

Модель демократії, спрямована на забезпечення працездатності політичної системи: ядро партій становить конкуруюча між собою партійна еліта. В той же час члени партії не беруть участі у формуванні внутрішньопартійної політики, а тільки забезпечують легітимацію партійної еліти шляхом внутрішньопартійних виборів і контролю за діяльністю обраних представників.

Модель, що спирається на реальну участь партійної бази у формуванні партійної політики: внутрішньопартійне волевиявлення формується знизу вгору, орієнтуючись на партійну базу. Звичайні члени партії беруть реальну, а не формальну участь в ухваленні внутрішньопартійних рішень на будь-якому рівні організації [36, с. 25-30].

Такий варіант прийняття партійних рішень з боку партійної еліти обґрунтовується тим, що жодна з груп інтересів не може домінувати в партійному процесі оскільки не забезпечує представництва інтересів більшості членів партії, а тому і неможлива концентрація влади в руках партійного лідера та його групи.

Слід зазначити, що процес олігархізації партії та кулуарності в процесі прийняття рішення партійною елітою є об'єктивним на певних етапах історичного розвитку. Проте у процесі подальшого становлення плюралістичної демократії, а також внутрішньопартійної боротьби між групами інтересів всередині партії можливий процес зростання рівня



демократії в партійних структурах та підвищення рівня залученості рядових членів партії до процедури прийняття партійних рішень.

Яскравим свідченням процесу демократизації внутрішньопартійної взаємодії є впровадження «праймеріз» (внутрішньопартійні вибори) у США. До початку ХХ століття вибір кандидата в Президенти США від партії здійснювався її делегатами – елітарною частиною партії, і представляв собою закритий кулуарний процес без залучення рядових членів партії. Проте вже на початку ХХ століття було організовано прямі вибори до Сенату США (1913 р.). В результаті внутрішньопартійної боротьби було запроваджено праймеріз під час висування кандидатів від Республіканської партії на виборах до Сенату (за ініціативою Роберта Ла Фолетта, губернатора штату Вісконсін) [25, с. 293].

Праймеріз були покликані обмежити владу партійного апарату («олігархії») та посилити вплив рядових членів партії на процес висування кандидатів. Партійна еліта висувала кандидатів на основі таких критеріїв, як впливовість в суспільстві, здатність ефективно провести виборчу кампанію та харизматичність. Праймеріз примусили політичних акторів здобувати підтримку не в середовищі партійної еліти, а серед рядових членів партії. Це підвищило суспільно-політичну роль партій в цілому, сприяло демократизації політичної системи.

На сьогодні процедура праймеріз активно проводиться в деяких країнах Латинської Америки та Європи. Наприклад, Аргентині та Уругваї процедура праймеріз є обов'язковою для усіх політичних партій. При цьому в Аргентині законодавчо закріплена участь виборців у праймеріз, санкцією за неучасть у цьому заході є штраф [23].

Праймеріз з участю безпартійних також проводили деякі політичні сили у Великобританії, Канаді та Франції.

Лейбористська партія у Великобританії застосовує систему рейтингового голосування, яка являє собою ранжування виборцями кандидатів залежно від їх вподобань. У праймеріз на виборах мера Лондона

могли брати участь члени Лейбористської партії, афілійовані з нею профспілки, в той час, як безпартійні прихильники цієї політичної сили повинні були сплатити певний внесок [35].

Що стосується Консервативної партії Великобританії, то для того, щоб стати кандидатом від партії, перш за все потрібно стати так званим ППК – перспективним парламентським кандидатом. Для реєстрації кандидата потрібно бути членом партії не менше, ніж 3 роки. У випадку, якщо досвід і рекомендації кандидата відповідають вимогам, то його запрошують на Раду парламентської оцінки. Далі кандидат повинен сплатити внесок у розмірі 250 фунтів стерлінгів на проведення заходу. У межах цієї процедури передбачається проходження інтерв'ю з провідними членами партії та депутатами від партії з метою оцінки компетентності кандидата. Серед найбільш важливих якостей, які повинні бути притаманні майбутньому кандидату, виділяють комунікативні здібності кандидата, інтелект, лідерські якості, стійкість, мотивацію, переконання та інші цінності. У випадку успішного інтерв'ювання кандидата вносять до Затвердженого списку парламентських кандидатів від партії. Претендент надсилає резюме та заповнює заяву до локальних партійних комітетів, які шукають кандидатів з пропозицією балотуватися від їхнього округу. Далі кандидат має підготувати презентацію та пройти інтерв'ю, яке передбачає відповіді на питання місцевих партійних активістів. Як доводить практика, часто доводиться подавати документи до різних партійних осередків, які знаходяться у різних частинах Великобританії. Після успішного завершення інтерв'ю кандидата затверджують на сесії локальної партійної організації шляхом голосування простою більшістю [1].

У Франції відкрита процедура праймеріз, у якій брати участь можуть не тільки члени партії, вперше була проведена соціалістами у 2011 році. У Франції, так як і у Великобританії, безпартійні виборці, які виявили бажання взяти участь у праймеріз, повинні були зробити певний грошовий внесок. У процедурі взяли участь 3 мільйони виборців. Переможцем вважався той, хто

набрав більше 50 відсотків голосів, інакше проводиться другий тур[5].

Також процедура праймеріз набула активного використання в Італії. З 2004 року праймеріз проводиться на регіональному рівні, а з 2005 року процедура набула загальнодержавного рівня. Вона являє собою відкриті вибори, які ініціюють партійні коаліції.

У 2007 році вперше було проведено праймеріз в Росії. «Єдина Росія», яка в російській партійній системі посідає місце партії-гегемона, провела внутрішньопартійне голосування для висунення кандидатів на вибори до Державної Думи. Згодом аналогічна процедура була застосована перед виборами Президента РФ, які відбулися в березні того ж року. Але треба зазначити, що в умовах відсутності фракцій та груп інтересів всередині партійної структури партії-гегемона та побудови структури вождистського типу процедура праймеріз носила декларативний характер і не мала характеру змагання ідей та платформ всередині партійної структури [61].

Що стосується України, то процедура праймеріз не є закріпленою у національному законодавстві. У разі законодавчого закріплення процедури вона буде залежати від специфіки існуючої на цей момент виборчої системи, яка буде передбачати проведення праймеріз при формуванні партійних списків, так і у процесі висунення кандидатів у мажоритарних округах. Спроби провести праймеріз у процесі висунення кандидатів у багатьох випадках носили відверто маніпулятивний характер та спричиняли розкол партійних структур. Серед головних причин невдач процедури праймеріз в Україні можна виділити, по-перше, відсутність законодавчих норм, які регулюють цю процедуру. По-друге, для проведення цієї процедури потрібно створювати спеціалізовані виборчі комісії, які б чітко контролювали процеси попереднього голосування. По-третє, проблема джерела фінансування цієї процедури. В українському експертному середовищі немає єдиної думки стосовно державного чи партійного фінансування праймеріз [58].

В якості висновку можна зазначити, що використання процедури праймеріз в Україні має ряд труднощів, які притаманні країнам з

перехідними партійними системами. В Україні поки не існує єдиного розуміння та єдиної системи проведення праймеріз. Також майбутнє цієї процедури залежить від готовності партійних керівників до реальної внутрішньопартійної демократії.

Отже, можна зробити висновок, що процедура праймеріз є одним з важливіших елементів внутрішньопартійної демократії. Трансформація цієї процедури у вигляді участі в ній безпартійних громадян значно розширює комунікаційні можливості партійної організації.

У цьому контексті також доцільним було б згадати наявність гендерних квот при прийнятті партійних рішень. Так, наприклад, Виконавчий комітет Демократичної партії Техасу (США) вніс до свого статуту положення, згідно з яким, висування делегатів на партійний з'їзд повинно відображати співвідношення чисельності чоловіків та жінок в цьому окрузі або штаті. Аналогічним чином Демократична партія США вимагає дотримання гендерного балансу у складі делегацій до національних з'їздів. Республіканська партія США також рекомендує своїм локальним комітетам висувати гендерно-збалансовані делегації[63, с. 28]. Лейбористська партія Великобританії своїми партійними документами передбачає, що під час участі у партійній конференції афільовані з цією партією організації повинні включати до своїх делегацій пропорційну кількість жінок від їх наявності в цій організації. Також Лейбористська партія обіцяла докласти зусиль, для того, щоб при організації своїх щорічних зібрань у кожній делегації було 50% жінок, а якщо призначається лише один делегат, то їм як мінімум кожен другий рік повинна бути жінка.

Партійні документи «Союзу 90/Зелені» (Німеччина) та Австрійської партії зелених передбачають, що у партійному списку повинно бути не менше ніж 50% жінок. Соціалістична робітничка партія Іспанії ставить своєю метою досягнення квоти у 40% для жінок у списках своїх кандидатів. Аналогічні цілі мають соціал-демократичні партії Німеччини та Австрії. Згідно зі статутами Християнсько-соціальної народної партії Люксембурга,

Християнсько-демократичного союзу Німеччини та Австрійської народної партії не менше третини партійного списку повинні складати жінки. Партія миру та демократії Туреччини встановила внутрішньопартійну квоту, згідно з якою 40% місць у списках кандидатів від партії на національних та місцевих виборах повинні належати особам тієї статі, яка є найменш репрезентованою. Аналогічним чином вчинила і Республіканська партія Туреччини, яка встановила квоту для жінок у розмірі не менше ніж 33% місць у списках кандидатів [76].

Ліберальна партія Канади вимагає, щоб, направляючи делегатів з правом голосу на щорічні загальні збори, партійна організація кожного округу повинна гарантувати рівень мінімальної участі для представників обох статей. У складі делегації з 18 учасників повинно бути не менше 4 жінок, 4 чоловіків і 4 осіб молодших 25 років.

У ряді європейських країн, таких як Сербія, Португалія, Франція, Хорватія, Ірландія, Італія та Грузія державне фінансування політичних партій залежить від забезпечення гендерної рівності серед кандидатів.

Що стосується України, то 8 жовтня 2015 року у виборчому законодавстві з'явилась норма закону, яка передбачає, що якщо партії за результатами виборів мають у своєму складі не більше двох третин однієї статі, їм належить додаткове фінансування у розмірі 10% щорічного об'єму державного фінансування статутної діяльності політичних партій, яка розподіляється рівномірно між політичними партіями. У межах українських політичних реалій, це означає, що не менше третини обраних депутатів в партії повинні складати жінки. За результатами парламентських виборів 2014 року, тільки партія «Самопоміч» мала показник у 36% обраних депутатів-жінок [8].

Змагання між партіями під час виборів і можливість груп інтересів вільно формулювати свої погляди є ключовими ознаками моделі плюралістичної демократії, що встановлюють надійний зв'язок між пануючими та підлеглими. Для цих інститутів характерним є високий рівень

внутрішньої відповідальності, за якого лідери політичних груп підзвітні їх рядовим членам.

Слід зазначити, що партійне керівництво (еліта) не схильне до демократизації внутрішньопартійних відносин через побоювання втратити свій вплив в партії. Але слабка внутрішньопартійна комунікація, недопущення рядових членів партії до прийняття партійних рішень та закритість партійної еліти не сприяє розвитку політичної партії.

Не відкидаючи аргументів на користь централізації партійного керівництва, слід розглядати діяльність внутрішньопартійних еліт з погляду легітимності їх функціонування. Адже демократизація партійної структури покликана, перш за все, збільшити рівень легітимності рішень прийнятих партійним керівництвом.

«Внутрішньопартійна демократія» – це термін, що описує широкий спектр методів, які забезпечують доступ рядових членів партії до внутрішньопартійного обговорення, ухвалення рішень та кадрової політики партії. Внутрішня демократія в політичній партії означає, що партія колегіально встановлює публічні правила і процедури, які регламентують кадрову політику і порядок ухвалення рішень, аби уникнути узурпації влади окремими лідерами або вузькою групою осіб. Німецький дослідник партійних процесів Райнер Ліннеманн, вважає що важко визначити «демократичні принципи», але він дає визначення «внутрішнього устрою» партії – «організація процесів формування внутрішньопартійної волі [38]. Питання внутрішньопартійної демократії безпосередньо пов'язане з організаційною структурою партії, оскільки саме вона визначає ступінь участі членів партії в ухваленні рішень, що стосуються партійних питань, проблем, програм. Внутрішньопартійна демократія надає партійним структурам і організаціям різних рівнів право самостійно ухвалювати рішення без втручання керівних органів.

Основними принципами внутрішньопартійної демократії є виборність керівних органів; періодична звітність керівництва перед рядовими членами

партії; колегіальність у роботі керівних органів; персональна відповідальність кожного члена партії за виконання обов'язків та доручень; верховенство з'їзду партії як вираження волі всієї партії; демократичність на етапі обговорення і дисциплінованість у виконанні рішень після його прийняття; критика знизу догори; гласність і публічний характер дій. Ці принципи регулюють внутрішнє партійне життя та діяльність партії, визначають права та обов'язки партійних організацій та членів партії, забезпечують існування партії як організованого цілісного політичного механізму [69, с.11].

Таким чином внутрішньопартійні комунікації, які формуються в політичних партіях в сучасному світі, багато в чому визначають основні принципи функціонування політичної та партійної системи. Політичні партії у своїй внутрішній структурі мають різні політичні групи інтересів та тиску, які в різній мірі справляють вплив на політичну діяльність партії. Групи інтересів всередині партії борються за домінування у внутрішньопартійних відносинах. Строкатість та різноманітність структур партії забезпечує більшості членам можливість реального вибору між конкуруючими елітарними групами, а наявність політичної конкуренції в середині партії забезпечує реалізацію принципів партійної демократії та перетворення політичної партії у ієрархічну авторитарну структуру (на кшталт клієнтели).

Процес відбору партійних еліт та їх боротьба за владу на загальнодержавному рівні не можливі без залучення рядових членів до цієї боротьби, що є основним критерієм розвитку внутрішньопартійної демократії і демократизації політичної системи. Фактично система праймерізів частково демонструє на практиці розуміння внутрішньопартійної демократії та розвитку системи внутріпартійної комунікації між групами інтересів.

## **2.2. Складові системи внутрішньопартійної комунікації: особливості формування та функціонування**

Практика сучасної внутрішньопартійної боротьби за владу, регулювання порядку створення і діяльності, а також визначення завдань, функцій і прав політичних партій у сучасних умовах, наукові й теоретичні обґрунтування їх необхідності – усе це, безсумнівно, становить собою актуальну політичну проблему.

Сутність комунікаційних процесів полягає у передачі, переміщенні та обігу політичної інформації. З її допомогою передається політичний досвід, знання, координуються зусилля людей, відбувається їх політична соціалізація і адаптація, структурується політичне життя. Характер політичної комунікації у суспільстві, рівень її розвитку визначається в більшій мірі станом загальної та політичної культури. Важливими передумовами оптимального розвитку політичної комунікації є інтелектуальна свобода, демократична політична культура, свобода засобів масової інформації від владних структур.

Стійкість глобального інформаційного суспільства ґрунтується на стимулюючих розвиток людини демократичних цінностях, таких як вільний обмін знаннями і інформацією, взаємна толерантність і повага до особливостей інших людей [60].

Аналізу діяльності політичних партій, формування демократичних механізмів внутрішньопартійних відносин у процесі взаємодії влади та громадянського суспільства присвячені праці таких вчених, як Г. Ашин [2], Р. Арон [46], П. Бурдьє [6], Л. Вайтхед [80], Д. Волдрон [9], А. Вілдавські [81], О. Гаман-Голутвіна [11], О. Дегтярьов [12], Ф. Закарія [16], Т. Карозерс [74], Г. Колбеч [19], Н. Мотрошилова [32], А. Пшеворський [78], Д. Растоу [48], О. Тоффлер [57], А. Шедлер [79], Т. Шмачкова [67], Ф. Шміттер [68] та ін.



Концептуальні основи дослідження діяльності демократизації внутрішньопартійної взаємодії у контексті посткомуністичних політичних трансформацій представлені у роботах таких дослідників, як О. Балакірева [3], А. Білоус [4], В. Денисенко [13], В. Журавський [15], І. Кресіна [24], Ю. Левенець [27], В. Лісовського [28], Н. Морарь [30], І. Павленко [40], М. Примуш [44] О. Радченко [45], М. Рибачук [43], О. Ситник [49], М. Томенко [56], Л. Шкляр [66], Ю. Якименко [70], Л. Ярошенко [72] та ін.

Кожна політична система розгортає власну мережу політичної комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається одночасно з політичними структурами. Однак існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства та рівнем розвитку структур політичної комунікації. Останній визначається як технічним рівнем передавання інформації, так і базовою ідеологією політичної системи.

Звичайно, комунікація життєво необхідна політичній системі. Політичний аналіз має враховувати проблеми інформації та політичної комунікації в поєднанні з іншими проблемами, як це робиться в межах функціональної концепції дослідження політичної сфери суспільства [31, с. 330].

Аналіз генезису і подальшої еволюції теоретичних моделей політичної комунікації як когнітивних конструкцій, що сприяють розкриттю і осмисленню каузальних зв'язків між процесами і явищами інформаційного впливу і взаємодії у сфері політики призводить до висновку про прояв стійкої тенденції поступового заміщення односпрямованої, уніполярної комунікації формами інформаційного обміну, що припускають наявність зворотного зв'язку між учасниками політико-комунікаційних процесів.

В умовах становлення інформаційного суспільства політична комунікація здійснюється вже не тільки по вертикалі – між «керівниками» і «керованими»: сучасний рівень технологічної оснащеності соціуму, одним з показників якого виступає стрімке поширення Інтернету, що дає можливість практично будь-якому індивіду вільно створювати і поширювати власні

інформаційні продукти, безсумнівно, виступає фактором, що сприяє диверсифікації комунікаторів, зростанню інтенсивності горизонтальних комунікаційних потоків, виникненню і розвитку мережевих інтерактивних структур, що охоплюють і сферу політики [55].

Розвиток засобів комунікації виступає одним з факторів, що роблять в історичному контексті істотний вплив на перетворення соціально-політичної дійсності. Починаючи з епохи Середньовіччя та Нового часу і аж до наших днів цей вплив пов'язується з постійним підвищенням рівня доступності відомостей про події та процеси, що відбуваються у сфері політики. Однак стрімке зростання використання новітніх комунікаційних технологій супроводжується збільшенням ступеня інформаційного ризику як наслідку досягнення небувалої прозорості в діяльності соціально-політичних інститутів, і в плані контролю за поведінкою і діями окремих індивідів.

В умовах розвитку сучасних інформаційних технологій, важливе місце займає використання мережі Інтернет в межах комунікаційної діяльності політичних партій.

В межах нашого дослідження найбільш доцільним було б виділити наступні складові системи внутрішньопартійної комунікації:

- напрями внутрішньопартійної комунікації;
- інформаційні потоки в межах цілісної партійної структури;
- можливості партійної структури реагувати на виклики зовнішнього середовища;
- людські та інформаційні ресурси партійної організації в контексті внутрішньої комунікації;

Ефективність цих складових суттєво залежить від організаційної структури політичних партій. В межах нашого дисертаційного дослідження виділяємо централізовані, децентралізовані та мережеві типи партійних структур.

Централізовані партійні структури являють собою тип організаційної структури, в умовах якого компетенція низових партійних організацій є

суттєво обмеженою, а всі важливі рішення, які визначають стратегічні та тактичні кроки партії, приймаються центральним керівництвом.

Для цього типу організаційних структур притаманний виключно вертикальний тип комунікаційної взаємодії всередині партійної структури. В якості прикладу централізованої партійної структури можна навести Консервативну партію Великобританії та ряд інших партій консервативного спрямування у багатьох країнах світу. Для цього типу партійних структур є характерною обмежена кількість векторів комунікації, які являють собою синтез вертикальних зв'язків та неформальної складової, яка є характерною для будь-якого типу організаційної структури. Інформаційні потоки в умовах цього типу організаційної структури відрізняються високим ступенем обробки повідомлень різного типу та швидкістю руху інформації всередині вертикального каналу комунікації. Інформаційні потоки в межах централізованої партійної структури носять переважно директивний та організаційний характер. Органи центрального керівництва займаються підготовкою матеріалів, необхідних для здійснення своєї діяльності локальними партійними активістами. Завданням цих потоків є донесення до локальних партійних організацій наказів та директив центрального керівництва, в свою чергу локальні партійні організації надають центральному керівництву ряд аналітичних документів, метою яких є висвітлення політичного становища на локальному рівні. Швидкість декодування повідомлень в межах цієї організаційної структури є високою, тому що центральні органи партії зосереджують у собі суттєвий аналітичний та організаційний ресурс, що дозволяє своєчасно та правильно обробляти повідомлення, які надходять з боку структурних елементів. Формальні та неформальні взаємовідносини у централізованих партійних структурах регулюються численними документами директивного та формалізованого характеру, які мінімізують можливості створення різного роду груп тиску, груп інтересів, партійних фракцій, що є надійним захистом від дій «розкольніцького» характеру. Що стосується рівня вмотивованості

партійних функціонерів та активістів, то для цього типу організаційної структури є характерним використання синтезу ідеологічної, статусної та фінансової мотивації. Комунікативний аспект мотивації обмежується локальним рівнем.

Децентралізовані структури в свою чергу передбачають більш широкі повноваження для локальних партійних організацій і навіть допускають наявність фракцій та різних груп тиску та інтересів у власних рядах. Цей тип організаційної структури поєднує як вертикальний, так і горизонтальний напрям внутрішньопартійної комунікації. В якості прикладу децентралізованих партійних структур можна навести Демократичну та Республіканську партію США. Для цих партій є притаманним толерантне ставлення до проявів різних поглядів у власних колах, а регіональні партійні організації є незалежними від національних партійних комітетів при організації виборів до Конгресу. Як зазначалося вище, для цього типу партійних структур є характерним поєднання вертикального, горизонтального та неформального напрямку комунікації, що зумовлено наявністю певної «автономізації» для локальних партійних комітетів. Для цього типу є характерним передача певних повноважень від центральних органів партійного керівництва на місця, що зумовлює побудову комунікативної взаємодії між структурними елементами партії, які знаходяться на одному рівні ієрархії.

Що стосується інформаційних потоків, які циркулюють всередині децентралізованих партійних структур, то тут треба звернути увагу на те, що відповідальність за достовірність наданих відомостей розподілена між центральними та локальними партійними структурами. Інформаційні потоки в межах цього організаційного типу можуть бути директивними, але локальні партійні комітети можуть заперечувати або частково виконати накази центральних органів; організаційні, але локальні партійні організації мають право на внесення змін до програмних та статутних положень партії; аналітичні, коли центральні партійні органи направляють на локальний

рівень певний аналітичний продукт, в свою чергу локальні організації можуть вносити до них певні корективи, ґрунтуючись на регіональних політичних реаліях; довідкові інформаційні потоки передбачають створення певних матеріалів, які призначені для безпосередньої діяльності партійних функціонерів та активістів, в межах децентралізованої партійної структури, ці повноваження передаються на локальний рівень. Що стосується швидкості обробки повідомлень, то для цього типу партійних структур є характерним те, що більшість інформаційного контенту залишається на локальному рівні, центральні партійні структури отримують лише інформацію, яка констатує певний стан речей. Що стосується регулювання формальних та неформальних відносин всередині партійної структури, то цей тип передбачає наявність певного плюралізму думок та дій, але в межах існуючого партійного статуту. Що стосується типу мотивації партійних функціонерів та активістів, то для цього типу є характерним поєднання ідеологічної, комунікативної, фінансової та статусної мотивації.

М. Дюверже стверджує, що централізація та децентралізація мають безліч форм. Можна виділити чотири основні типи децентралізації: ідеологічну, локальну, соціальну та федеральну. Ідеологічна визначається рівнем автономії різних течій та фракцій в межах певної партійної структури. Локальна визначається тим фактом, що місцеві керівники виділяються з відповідного місцевого середовища, діють самостійно, наділені широкими повноваженнями, мало залежать від центральних партійних структур та всі ключові рішення приймають самі. Соціальна децентралізація представляє собою автономізацію певних соціально-професійних класів всередині партійної структури та в наданні корпоративним секціям значних повноважень (робітники, інтелігенція, студентська молодь, ветерани). Що стосується федеральної децентралізації, то цей тип є характерним для країн з федеративною формою правління, перенесений і на функціонування партійних структур. Це можна спостерігати у процесі дослідження політичних партій Швейцарії, які побудовані за децентралізованим

кантональним принципом. Для національних груп, які не можуть відстояти свої інтереси на федеральному рівні, важливим аспектом стає використання політичних партій для досягнення цих цілей.

Деякі партії зберігають традиційні організаційні структури і використовують можливості Інтернет як вторинний ресурс діяльності, інші набувають нових конфігурацій під впливом мережевої взаємодії, а треті взагалі організуються як мережеві партії [73, с. 430].

Що стосується мережевих партійних структур, то в сучасній політичній науці не існує єдності у підходах до визначення партійних структур, які організовані в мережі Інтернет. Деякі дослідники називають їх кіберпартіями, інші – онлайн-партіями, а треті – мережевими партійними організаціями. Російський дослідник Л. Сморгунов, аналізуючи подібного роду структури, пише, що кіберпартії представляють собою досить різноманітні за своїми ідеями, формами організації, засобами діяльності та формами активності. В умовах сучасних політичних реалій вони позиціонують себе на протигагу існуючим традиційним партійним структурам. Їх не влаштовують фундаменталістські ідеології сучасних партій, їх організаційна громіздкість, входження їх лідерів в політичний істеблішмент та корупція партійних еліт. Всі ці партії заявляють про свій зв'язок з демократією, яка має бути безпосередньою та йти «знизу». Учасники цих партійних структур дотримуються того принципу, що вирішенню проблем, які нагромаджуються в суспільстві, заважає громіздкий та неефективний механізм представницької демократії та багатоступінчатий механізм прийняття політичних рішень в державі. У структурному відношенні кіберпартії представляють собою мережеві організації, які будують свою діяльність шляхом створення платформ для мережевої взаємодії організацій, рухів, зацікавлених груп та окремих індивідів [50, с. 25].

У період медіатизації та інтернетизації політики відбулася трансформація традиційних та поява нових організаційних форм партійних структур. Ці процеси включають в себе не тільки модернізацію та

професіоналізацію основних політичних партій, але й відкриває шлях до появи нових структур, які мають на меті завоювання політичної влади, а також і до нових форм агітації [50].

В якості прикладу можна навести такі успішні мережеві структури як Піратська партія в Німеччині та Рух п'яти зірок Беппе Грілло в Італії. Піратська партія викликала зацікавлення з боку медіа, цим самим привернувши увагу до своєї діяльності з боку молодих активістів. Фактором успіху Руху п'яти зірок Беппе Грілло став перехід межі між політикою та комедією без допомоги традиційних засобів масової комунікації, з боку яких спостерігалось ігнорування цього руху. Ця партійна структура знаходиться на перетині між різними моделями та концепціями демократії, має горизонтальні структурні елементи, але процес прийняття рішень в ньому є вертикальним. Партія не має чіткого ідеологічного забарвлення та поєднує в собі різні електоральні групи [75].

Також в якості прикладів успішних мережевих партійних структур можна навести Онлайн-партію Канади, яка зараз має назву «Партія звітності, компетентності та прозорості». Ця політична партія позиціонує себе як єдину федеральну силу, яка дозволяє кожному зареєстрованому виборцю впливати на процеси партійного будівництва та побудови платформи, незалежно від політичних поглядів, вона надає своїм членам право голосувати та коментувати безпосередньо за кожним аспектом партійної діяльності, а також гарантує підзвітність обраних представників [75].

На сучасному етапі мережеві партійні структури почали відігравати більш важливу роль у політичному просторі, що і підтверджують результати останніх виборів у Європі. Рух Беппе Грілло на виборах до італійського парламенту підтримало близько чверті виборців. Піратська партія Німеччини закріпила свій успіх на регіональному рівні, отримавши 387 мандатів представницьких органі муніципалітетів. Партія «За кращу Угорщину» на виборах до Національних зборів, здобула підтримку більш ніж 20% виборців. Партія «Твій рух», яка раніше мала назву «Рух Палікоти»,

отримала 10% голосів виборців на виборах до сейму Польщі у 2011 році.

Що стосується українських політичних реалій, то тут треба зазначити, що для української партійної системи є характерним домінування партійних структур централізованого типу (ПП «Блок Петра Порошенка», ПП «Батьківщина», ПП «Народний фронт», ПП «Радикальна партія Олега Ляшка» та ПП «Опозиційний блок»). Для цих структур є характерним або наявність одного харизматичного лідера, або над цими організаціями здійснюють керівництво певні групи лідерів, які виконують роль їх основних спікерів. Також можна відзначити наявність тенденцій децентралізації в межах окремих партійних проектів (ПП «Об'єднання САМОПОМІЧ»). Це виражається у тому, що ініціативні групи на локальному рівні можуть створювати партійні осередки без впливу на ці процеси з боку центрального партійного керівництва. Але практика показує, що в результаті такої децентралізації, локальні партійні осередки можуть відхилятися від програмних та статутних положень партії, що виражається у вступі до коаліцій з конкуруючими партіями, залежності від більш організованих партійних структур та встановленням контролю над локальною партійною організацією з боку ключових партій. Що стосується мережевих партійних структур, то в межах вітчизняної партійної системи вони не відіграють значної ролі. Зазвичай ці структури є афілійованими з відомими блогерами, громадськими активістами та представниками певних суспільно-політичних рухів локального рівня. Ці структури відрізняються відсутністю чіткої ідеологічної доктрини, чітких програмних положень та формалізованої статутної документації.

Отже, поява та стрімке зростання мережевих партійних структур є результатом антиелітарних настроїв та зниження ролі традиційних політичних партій у країнах Європи та Північної Америки. Онлайн – партії надають своїм виборцям можливість реалізовувати свої інтереси, використовуючи віртуальні форми політичної участі.

Побудова мережевих партійних структур має свої переваги у



порівнянні з традиційними партійними структурами як централізованого, так і децентралізованого типу. Серед переваг цього типу партійної структури можна виділити наступні: суттєва економія матеріальних ресурсів для побудови партійної структури; надійність засобів залучення широких верств населення, так як представляє собою синтез неформальних зв'язків та опори на переконання людей; дозволяє встановити оптимальну ступінь співвідношення між підконтрольністю окремих партійних структур (яка надає можливість керівництва ними з центру) та їх автономністю (яка дає можливість прийняття рішень на місцях і дозволяє ініціативність з боку окремих членів); являє собою технологію, яку можна застосувати як при організації взаємодії центральних та регіональних відділень партії, так і при організації роботи конкретного штабу на будь-якому рівні партійної структури.

На думку багатьох вчених, саме поширення анти-елітарних настроїв та зниження ролі традиційних партійних структур є загрозою для існування інституту представницької демократії.

Сучасна демократія функціонує переважно у представницькій формі, тому дослідження демократизації внутрішньопартійної взаємодії у політологічному дискурсі глибоко пов'язані із діяльністю політичних партій щодо формування політичних еліт та політичного класу, громадянського суспільства, участю у виборчих кампаніях, процесі прийняття політичних рішень [26, с. 180].

Отже, 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).

Що стосується блоків партій, то, залежно від ситуації чи аспекту дослідження, комунікацію між партіями-учасницями блоку можна розглядати як міжпартійну, або ж внутрішньопартійну [64, с. 222].

Горизонтальні 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 [31, с. 331].

Діагональні комунікації у партіях здійснюються між особами, які перебувають на різних рівнях ієрархії (наприклад, між територіальними та штабними підрозділами, коли штабні служби партії, розташовані у столиці, керують виконанням певних функцій у регіонах).

На цей час зросла роль внутрішньопартійної комунікації, зокрема, в таких напрямках як «партія – регіональна організація», «партія – місцева організація», «партія – кандидат», «кандидат – місцева організація», «кандидат – регіональна організація» [31, с. 332].

Неформальні комунікації у політичних партіях не передбачені організаційною структурою. Водночас вони відіграють подекуди вирішальне значення. Адже саме у ході неформальних комунікацій формуються групи впливу з їхніми лідерами, приймаються важливі рішення, обговорюються перспективні партійні коаліції чи вихід з останніх.

Слід зазначити, що внутрішньопартійна та міжпартійна комунікація відрізняються як предметом, так і використовуваними каналами. На думку О. Шиманової, предметом внутрішньопартійної комунікації виступають: партійні цінності, партійна ідеологія, програма діяльності партії, передвиборча програма партії, критерії формування виборчих списків, співпраця з іншими політичними утвореннями, розподіл повноважень між елементами організаційної структури, а предметом міжпартійної комунікації зазвичай є критерії формування блоків, альянсів, коаліцій, міжпартійна співпраця чи протистояння, законотворча та нормотворча діяльність, проведення спільних акцій. Основними каналами внутрішньопартійної комунікації є з'їзди, збори, партійні ЗМІ, неформальні канали; в той же час офіційні переговори і зустрічі, кулуарні домовленості, засоби масової

інформації – це найпоширеніші канали міжпартійної комунікації.

На взаємини і рух інформації всередині партії впливають наступні чинники: організаційна структура партії, стан та рівень внутрішньопартійної демократії; статут, партійний список і програма партії, що одночасно можуть виступати предметом як внутрішньопартійної, так і міжпартійної комунікації. Окрім того, статут – це документ, що формалізує існуючу організаційну структуру партії.

Особливу роль у внутрішньопартійній комунікації, що впливає з організаційної структури партії, відіграють взаємини між елементами організаційної структури (центр – регіональні (місцеві) осередки, осередки між собою), між керівництвом партії та парламентською фракцією (якщо партія представлена в парламенті), між окремими партійними групами.

Основним ресурсом внутрішньопартійної комунікації є наявність людських ресурсів, яка виражається у наявності мережі прихильників та активістів цієї партійної організації. Для повноцінного функціонування даного елемента важливим питанням є вмотивованість цих індивідів.

У межах дисертаційного дослідження було виділено чотири типи вмотивованості партійного активу:

- ідеологічна мотивація, яка представляє собою спектр ідей та ілюзій які ця категорія індивідів поділяє;
- комунікативна мотивація ґрунтується на отриманні певного спектру благ нематеріального характеру, уособленням чого є можливість просування певних проектів у разі завоювання партією влади;
- фінансова мотивація, є характерною для перехідних суспільств і виражається в отриманні партійними працівниками та активістами певної матеріальної винагороди за виконання певного обсягу організаційної роботи;
- статусний тип мотивації, передбачає гіпотетичну можливість зайняття державних посад активістами та прихильниками, у разі завоювання партією влади.

Особливу увагу також треба приділити циркуляції інформації

всередині партійної структури та управління інформаційними потоками в партійній організації.

Як зазначено вище, інформація в цьому контексті циркулює горизонтальними, вертикальними, діагональними та неформальними каналами.

Що стосується інформаційних потоків, то в межах дослідження нами було виділено наступні типи інформаційних потоків за ступенем спрямованості всередині партійної структури:

- директивні, які представляють собою накази або розпорядження центральних органів партійного керівництва;
- організаційні інформаційні потоки, завданням яких є створення статуту, певних правил внутрішньопартійної дисциплін та реалізації внутрішніх партійних директив;
- аналітичні, які полягають у створенні різного роду оглядів, доповідей, створенні аналітичного продукту, дослідженні динамічних показників внутрішньопартійних процесів;
- довідкові, завданням яких є створення матеріалів, які розраховані на залучення прихильників, членів партії, активістів та виборців. Довідкові інформаційні потоки мають на меті мобілізуючу функцію;
- технічні, завданням яких є створення документації, яка регулює використання матеріальних цінностей партії.

Доволі важливою частиною внутрішньопартійної комунікації виступають форми взаємодії політичної партії та її парламентської фракції. М. Дюверже охарактеризував три можливі варіанти взаємодії парламентської фракції та керівництва партії: домінування фракції над партією, відносна рівновага між парламентарями і керівниками партії, та домінування партії над фракцією. Система цих взаємовідносин, окрім того, детермінується типом виборчої системи. Оскільки пропорційна система передбачає формування виборчого списку, то кандидати, включені до нього, залежні від партійного керівництва, яке фактично його формує. В той же час,

мажоритарна виборча система навпаки надає обраним депутатам певну свободу дій [14, с. 108].

Політика, яку проводить фракція в межах парламенту, не завжди узгоджується з рішенням партії. Тому можна говорити про певну автономію фракції відносно керівних органів партії. Партії, в яких саме парламентська фракція визначає напрямки партійної діяльності і формує партійну політику, називаються гнучкими [62, с. 54].

Дослідження партійної діяльності у процесах політичних трансформацій має включати аналіз внутрішньопартійної комунікації. Без політологічного вивчення внутрішньопартійних відносин, методів партійної боротьби між групами впливу в середині партії неможливо представити повноцінну картину процесу демократизації політичної системи.

### **2.3. Внутрішньопартійна демократія як чинник формування системи внутрішньопартійної комунікації в сучасній Україні**

Політичні партії виникали і розвивались насамперед на основі принципів виборності, політичного плюралізму і представництва соціальних інтересів. У політичній науці під терміном «представництво» маємо на увазі делегування повноважень певною групою осіб чи партією конкретній особистості, організації, органу для того, щоб відстояти свої інтереси в структурах влади.

Принципи представництва і виборності представників різних соціальних груп в законодавчі чи інші органи влади поставили питання про інструменти і засоби політичної реалізації цих принципів. В якості таких інструментів поступово в усіх сучасних індустріально розвинутих країнах утворились політичні партії.

До того ж, важливо врахувати формування не тільки ідеї партії як інструмента реалізації політичного процесу. Наслідком цього було визнання законності різних інтересів у суспільстві, що зумовило визнання законності політичних інструментів в особі партій, які покликані представляти ці інтереси в системі влади. Це стало проявом принципу політичного плюралізму. Цей принцип разом з принципами представництва і виборності посадових осіб до органів влади забезпечував виборцям можливість вибору між альтернативними політичними курсами і лідерами, що покликані представляти виборців, які виступають за ту чи іншу альтернативу [53, с. 25].

За спостереженнями М. Дюверже, передвибори ніколи не бувають чистими, тому вплив керівників партії проявляється на всіх етапах праймерізу. Ступінь втручання партій у висування кандидатів дуже різна. «Юридична монополія партії на висування кандидатів менш важлива, ніж монополія фактична: наявність незалежних кандидатів – порожня формальність, якщо у звичайних умовах одні тільки партійні кандидати мають шанси на успіх», – вважає М. Дюверже [14, с. 416].

«Праймеріз» дослівно в перекладі з англійської означає «первинні», але у виборчій практиці так називають попередні вибори. Тобто праймеріз – це система внутрішньопартійного голосування, за підсумками якого відбираються кандидати, висунуті далі партією на всенародні вибори. У США така практика використовується ще з 1862 р. [22]. Введення процедури праймеріз – не тільки важливий етап у розвитку партії, а й всієї політичної системи. Введення цієї процедури впливає на демократизацію партії, збільшення рівня внутрішньопартійної конкуренції. Це, у свою чергу, дозволяє провести оновлення кадрів всередині партії і налагодити більш якісний відбір людей, а значить, і висунути більш сильних кандидатів, створити більш конкурентоспроможний список на виборах різних рівнів [17, с. 66].

Політична партія є добровільним самоврядним об'єднанням громадян, створюваним за їх власною ініціативою для спільної реалізації цілей і

завдань, відстоювання власних уявлень на розвиток суспільства. Разом з тим це один з базових інститутів політичної системи суспільства, що сприяє відтворенню та ротації політичної еліти. Партії є сполучною ланкою між державою і громадянами, забезпечують цілісність і стійкість політичної системи. Існування політичних партій в рівній мірі неможливо як без суспільства з його різноманітними інтересами, агрегування і представництво яких здійснюють партії, так і без держави, яка уособлює публічну владу в суспільстві.

Д. Чижов, досліджуючи політичні партії як елемент громадянського суспільства, прийшов до висновку, що партію як інститут політичної участі громадян в значній мірі характеризує ступінь внутрішньопартійної демократії [59]. Ця категорія є найважливішою при оцінці ефективності механізму функціонування політичних партій як інституту громадянського суспільства. Саме ступенем її присутності визначається здатність політичної партії бути елементом представницької демократії.

Під формами забезпечення внутрішньої демократизації політичних партій частіше за все розуміється достатньо широкий спектр методів, які забезпечують доступ рядових членів партії до внутрішньопартійного обговорення, ухвалення рішень та кадрової політики партії. Внутрішня демократія в політичній партії означає, що партія колегіально встановлює публічні правила і процедури, які регламентують кадрову політику і порядок ухвалення рішень, аби уникнути узурпації влади окремими лідерами або вузькою групою осіб. Як зазначає німецький дослідник партійних процесів Р. Ліннеманн, важко визначити «демократичні принципи», але він надає визначення «внутрішнього устрою» партії як «організації процесів формування внутрішньопартійної волі» [38]. Питання внутрішньопартійної демократії безпосередньо пов'язане з організаційною структурою партії, оскільки саме вона визначає ступінь участі членів партії в ухваленні рішень, що стосуються партійних питань, проблем, програм.

Від того, наскільки внутрішня структура партійної організації дозволяє прориватися імпульсам суспільних потреб, що виражаються в позиціях низових партійних ланок, залежить, в кінцевому рахунку, наскільки та чи та політична партія може відтворювати і вирішувати проблеми громадянського суспільства. По суті, внутрішня структура політичної партії – це «редуктор громадської думки, який переробляє і перетворює інтереси тих чи тих груп інтересів, відображає стан суспільної свідомості і в підсумку визначає позиції і дії політичної партії» [59, с. 62]. При цьому ефективність здійснення цього процесу буде визначатися тим, наскільки до вироблення партійних рішень будуть підключені рядові члени партії, наскільки колегіально ці рішення приймаються.

Особливостями модернізації політичної системи виступає виникнення альтернативних форм участі у внутрішній структурі політичної партії, що реалізується в діяльності численних груп, що виступають з політичними ініціативами. Такі групи виникають кожний раз, коли відбувається збій у функціонуванні парламентської демократії, і в процесі прийняття рішення не враховують внутрішньопартійні інтереси. У США число комітетів політичної дії переважило за 4000. Рухи громадянських ініціатив в Німеччині і нові політичні рухи такого роду в інших європейських країнах завдають, поряд з партіями, істотний вплив на формування політичної волі суспільства [34, с. 278]. Проте їхня діяльність носить зазвичай тимчасовий характер. Коли проблема, що виникла, виявляється виконаною, рухи втрачають підтримку громадськості.

Партії стають більш гнучкими, прагнуть отримати підтримку профспілок, жіночого, молодіжного, кооперативного, екологічного рухів, розширити свою соціальну базу. Під егідою партій створюються різні позапартійні союзи, рухи і клуби, розширюється співпраця зі всілякими неполітичними громадськими об'єднаннями.

Еволюція партій неминуче веде і до більш терпимого ставлення до інакомислення у власних рядах, межа якої встановлюється тільки основними



програмними цілями. Деякі партії за своєю структурою перетворюються, по суті, у федерацію фракцій. Так, наприклад, Австрійська народна партія (700 тис. членів) включає Союз господарів (великі промисловці і аграрії), Союз робітників і Селянський союз [34, с. 281].

Демократичність та рівень модернізації партійної структури визначається рівнем взаємодії виборця та кандидата, рядового члена партії та партійною елітою. Ситуація може ускладнюватися наявністю закритих виборчих списків партій кандидатів у депутати. На думку І. Павленко, фактично, виборець голосує за політичних лідерів партії та політичну ідеологію, але не впливає на список кандидатів у депутати. Більше того, досить опосередкований вплив на цей список мають і рядові члени самих партій [39, с. 177].

Законодавство України майже ніяк не регулює внутрішнє життя партій. Як наслідок, варіації на тему організації структури партії, взаємовідносин між її частинами досить значні. Первинні (низові) та регіональні осередки серед засобів впливу на вищі партійні органи мають лише: 1) розгляд та оцінку запропонованих керівництвом партійних документів та стратегій; 2) делегування своїх представників на загальнопартійні з'їзди, де вони мають право голосу; 3) внесення пропозицій щодо кандидатів у народні депутати України [39, с. 178]. Але список кандидатів затверджує з'їзд партії. При цьому, чітко процедура формування списків кандидатів у депутати не прописана ні у статутних документах політичних партій, ні на законодавчому рівні.

Говорячи про внутрішньопартійну демократію в межах сучасних українських політичних партій найбільш доцільним є аналіз їх статутних документів, а саме тієї їх частини, яка регламентує процеси прийняття внутрішньопартійних рішень. Для аналізу статутної документації нами були обрані політичні партії, які за результатами парламентських виборів 2014 року отримали парламентське представництво та мають статутні документи у відкритому доступі, а саме ПП «Блок Петра Порошенка» [42], ПП

«Об'єднання САМОПОМІЧ» [37], та ПП «Батьківщина» [10].

Аналізуючи цю документацію, можна зробити узагальнені висновки, що кожна з вищеперерахованих партійних структур, передбачає що:

1. Члени партії мають право:

- обирати та бути обраними до усіх виборних органів партії;
- брати участь у голосуванні з усіх питань партійного життя;
- вільно висловлювати власні погляди на будь-яких партійних заходах;
- одержувати інформацію про діяльність партії та її органів, про діяльність структурних підрозділів партії та їх органів;
- звертатися з питаннями, пропозиціям, заявами в будь-які органи партії, та одержувати відповіді, по суті, свого запиту;
- брати участь у діяльності та заходах, що проводяться партією;
- оскаржувати рішення та дії керівних органів партії до вищих керівних органів партії, у тому числі і до з'їзду партії;
- звертатися до контролюючих органів партії, обласних, місцевих та первинних партійних організацій за захистом своїх порушених, оспорюваних або невизнаних прав члена партії;

2. Члени партії зобов'язані:

- дотримуватися статуту партії;
- усіляко сприяти реалізації партійної програми;
- брати участь у діяльності партійних організацій різних рівнів;
- сплачувати членські внески у визначеному статуту розмірі;
- особисто виконувати і сприяти реалізації рішень керівних органів партії;
- у межах своєї компетенції брати участь у проведенні виборчих кампаній, які проводяться партією та її організаціями;
- не вчиняти дії, що дискредитують партію, членів партії та керівні органи партії.

У реальності, за умови розірваності між регіональними партійними осередками, коли члени партії є мало знайомими один з одним і з діяльністю

інших регіональних структур ініціатива висування кандидатів від регіонів у кандидати у депутати ВР є прерогативою керівного органу партії. Місцеві партійні осередки фактично виявляються замкнутими у діяльності на своєму регіональному рівні і мають дуже слабкі, та, часто, умовні, можливості впливу на загальну партійну політику.

Як наслідок, не керівництво партії залежить від місцевих партійних осередків, а місцеві партійні осередки, які проводять основну роботу з партійного будівництва, популяризації своєї партії та агітації за неї під час виборів, є фактично залежними від керівництва партії та його розпоряджень. Вони не формують партійну політику, а рухаються за визначеним керівництвом курсом.

У той же час у статутах деяких партій дуже широкі повноваження надаються керівним органам (Політраді, Політвиконкому, Раді партії) [39, с. 179]. Тільки в деяких випадках передбачено, що керівні органи партій складаються із врахуванням регіонального представництва.

Зокрема припинення діяльності первинних організацій відбувається, іноді, за рішенням з'їзду, але часто таке право надається і керівним виконавчим органам.

Партія, побудована за авторитарним чи тоталітарним типом, не спрямовує свої дії на реалізацію демократичних принципів. До засад внутрішньопартійної демократії відносять: виборність керівних органів, періодичність проведення з'їздів (конференцій), порядок ухвалення рішень, недопущення дискримінації в політичних партіях за національними, расовими, статевими, освітніми, релігійними та іншими ознаками, права і обов'язки членів партії. К. Хессе наголошує, що мета правової регламентації щодо внутрішньої демократії полягає у такому: не обмежити свободу партій (у сенсі їхньої внутрішньої організації), а навпаки, встановити і гарантувати свободу всередині партій і у такий спосіб забезпечити свободу політичного процесу в його зародку [29, с. 10]. На особливу увагу в цьому контексті заслуговує положення щодо створення партійного арбітражу для вирішення

спорів партії чи її територіальних організацій з окремими членами партії, а також дискусій про тлумачення та застосування статуту партії. При цьому члени арбітражних органів не можуть перебувати на службі в партії чи її територіальних організаціях; вони є незалежними і не пов'язані жодними вказівками.

Забезпечення правовими засобами утвердження демократичних принципів внутрішньої побудови політичних партій у державах з тоталітарним минулим є особливо актуальним, оскільки в умовах нерозвиненого громадянського суспільства законодавець має взяти на себе основну роль у протистоянні політичним силам, орієнтованим на формування вождистських партій недемократичного типу. Неважко передбачити, що законодавче закріплення демократичних принципів внутрішньопартійного життя дехто може розцінити як обмеження прав партії [29, с. 11]. Проте насправді йдеться про обмеження свавілля партійної бюрократії та захист прав рядових членів партії.

Політична партія може вважатися демократичною за умови дотримання таких вимог:

- децентралізація партійної діяльності, делегування: баланс між керівними функціями у центрі та на периферії, визначення і розмежування повноважень; виборні механізми формування керівних органів;

- демократичні механізми ухвалення рішень, інклюзивність: внутрішньопартійні рішення ухвалюються колегіально (шляхом голосування або консенсусу); рішення із загальних питань ухвалюються з урахуванням позиції місцевих осередків, існує можливість «низової ініціативи»; рішення місцевих питань стосуються компетенції локальних осередків;

- прозорість у роботі з ресурсами: локальні осередки та рядові члени мають доступ до фінансової інформації тією мірою, якою це не загрожує інтересам партії;

- підзвітність: керівництво партії та її центральні органи складають і надають партії регулярні звіти з політичної діяльності організаційних та

фінансових питань; діють контрольно-ревізійні органи [38, с. 13].

Організаційна структура українських партій не відповідає сучасному розумінню партії як політичного підприємства в умовах функціонування конкурентного політичного ринку, а скоріше нагадує напівтіньову, напівзакриту структуру для обслуговування інтересів вузьких кіл бізнесових та політичних угруповань. Завдяки цим обставинам можна сформулювати такі характерні риси структури українських партій:

- переважання принципів авторитарного або демократичного централізму у внутрішньопартійному житті;
- поєднання представницьких, арбітражних та виконавчих функцій на рівні партійного керівництва;
- відсутність фахового партійного апарату, який би володів сучасними політичними технологіями;
- відсутність партійних фракцій, які б стимулювали внутрішньопартійну конкуренцію, та цивілізованого механізму формування партійного лідерства;
- спрощений (неринковий) механізм політичної мотивації, який робить успіх політичної кар'єри залежним здебільшого від клієнтелістських стосунків з партійними лідерами, а не від заслуг перед партією;
- непрозорий механізм розподілу партійних фінансів;
- залежність партійних лідерів від владних та олігархічно-кланових структур [38, с. 20].

Таким чином, процеси модернізації політичної системи визначаються ефективністю демократизації традиційних політичних інститутів. В умовах демократії політичні партії визначають всю систему представництва інтересів, а також справляють визначальний вплив на стабільність функціонування політичної системи.

Внутрішньопартійна структура, яка створюється в більшості політичних партій визначає особливості політичної системи. Наявність або відсутність внутрішньопартійної демократії, ступінь взаємодії центральних

та місцевих структур політичної партії яскраво демонструє систему представництва інтересів, яка створюється в суспільстві.

В Україні політичні партії частіше за все відзначаються авторитарним, або навіть тоталітарним стилем формування партійної структури. Не дивлячись на те, що формально основоположні рішення в українських політичних партіях приймаються на партійних конференціях, основна влада належить партійній еліті, яка формується у вигляді політрад та ін. Така модель взаємодії всередині політичних партій та кулуарна (закрита) форма висунення кандидатів від партії на виборах впливає на формування певної форми політичної культури в українському суспільстві, що призводить до недовіри до партійних та політичних структур.

## **Висновки до розділу 2.**

У даному розділі розглянуто структурно типологічні засади процесів внутрішньопартійної комунікації. Розглянуто світовий досвід внутрішньопартійної комунікації та специфіку застосування даного досвіду в рамках української партійної системи, виявлено особливості формування та функціонування елементів внутрішньопартійної комунікації та досліджена проблематика внутрішньопартійної демократії як чинника формування системи внутрішньопартійної комунікації. В межах цього розділу, досліджувані процеси внутрішньопартійної комунікації проектуються також і на українську партійну систему та політичну дійсність в цілому.

У межах першого підрозділу досліджено проблематику внутрішньопартійної комунікації у контексті розвитку та трансформації партійних систем різних країн світу, досліджено особливості внутрішньопартійної взаємодії та законодавче регулювання внутрішньопартійних процесів (партійної дисципліни, ієрархічної структури,

процесів прийняття рішень, внутрішньопартійних виборів, гендерних та інших квот) у різних країнах світу. Окремо досліджено процеси становлення партійної системи України та окреслено перспективні напрями трансформації внутрішньопартійної взаємодії в межах вітчизняної партійної системи.

Другий підрозділ присвячено елементам системи внутрішньопартійної комунікації. В якості висновку можна зазначити, що особливості формування та функціонування цих елементів залежить від організаційного типу партійної структури. В рамках нашого дисертаційного дослідження нами було виділено три типи організаційної структури політичних партій: централізовані, децентралізовані та мережеві (які є принципово новим типом організаційної структури). Для кожного з цих типів характерна особлива система внутрішньопартійної взаємодії. Централізований організаційний тип суттєво обмежує компетенцію низових партійних структур, децентралізований – дозволяє більш широкі повноваження для локальних партійних організацій, а мережевий взагалі будується на локальній взаємодії і головним інструментом комунікації в умовах цього типу є використання інформаційних технологій.

Отже, мережевий тип організаційної структури (який має особливі елементи системи внутрішньопартійної взаємодії) на сучасному етапі розвитку партійних систем отримує все більшу популярність у багатьох країнах світу. Також важливим елементом внутрішньопартійної комунікації в межах цього підрозділу, окреслено взаємодію партійної організації та партійної фракції у парламенті. Цей аспект взаємодії може мати три форми: домінування фракції над партією, відносна рівновага між парламентарями і керівниками партії, та домінування партії над фракцією. В межах кожної з цих форм використовуються особливі елементи внутрішньопартійної взаємодії.

Третій підрозділ було присвячено проблематиці дослідження процесів внутрішньопартійної демократії, як одного з чинників внутрішньопартійної

комунікації. Під формами забезпечення внутрішньої демократизації політичних партій частіше за все розуміється достатньо широкий спектр методів, які забезпечують доступ рядових членів партії до внутрішньопартійного обговорення, ухвалення рішень та кадрової політики партії. Внутрішня демократія в політичній партії означає, що партія колегіально встановлює публічні правила і процедури, які регламентують кадрову політику і порядок ухвалення рішень, аби уникнути узурпації влади окремими лідерами або вузькою групою осіб. Еволюція партій неминуче веде і до більш терпимого ставлення до інакомислення у власних рядах, межа якої встановлюється тільки основними програмними цілями, в межах цього дослідження нами були побудовані критерії згідно з якими політичну партію можна вважати демократичною.

Окремо досліджено проблематику розвитку демократичних внутрішньопартійних взаємовідносин в межах української партійної системи і з'ясовано, що існуючі типи організаційних структур політичних партій сучасної України не відповідають сучасному розумінню партії як політичного підприємства в умовах функціонування конкурентного політичного ринку, а скоріше нагадують напіввітнізову, напівзакриту структуру для обслуговування інтересів вузьких кіл бізнесових та політичних угруповань.

Отже, внутрішньопартійна структура, яка створюється в більшості політичних партій визначає особливості політичної системи. Наявність або відсутність внутрішньопартійної демократії, ступінь взаємодії центральних та місцевих структур політичної партії яскраво демонструє систему представництва інтересів, яка створюється в суспільстві.

Для ефективності внутрішньопартійної комунікації потрібна якісна взаємодія усіх структурних елементів політичної партії. Ця взаємодія досягається шляхом правильного використання наявного у певної партійної структури інструментарію до якого можна віднести:

1. Використання демократичного централізму у партійному житті;



2. Розмежування представницьких, арбітражних, виконавчих та інших функцій партійного керівництва;
3. Наявність фахового партійного апарату, який володіє сучасними технологіями внутрішньопартійної взаємодії;
4. Наявність цивілізованого механізму формування партійного лідерства та наявність всередині партійної структури різного роду фракцій та груп впливу, які повинні стимулювати внутрішньопартійну конкуренцію;
5. Формування прозорого механізму розподілу партійних фінансів та зменшення залежності партійної організації від бізнесових кіл.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Бабинська Н. А як у них? Світові парламентські практики / Н. Бабинська, А. Константинівська, О. Рибій, А. Бондарчук. – К.: Опора, 2016. – 80 с. – Режим доступу: [http://radaprogram.org/sites/default/files/publications/yak\\_u\\_nyh-svitovi\\_parlamentski\\_praktyku\\_2016\\_rik\\_drukovana\\_versiya.pdf](http://radaprogram.org/sites/default/files/publications/yak_u_nyh-svitovi_parlamentski_praktyku_2016_rik_drukovana_versiya.pdf).
2. Ашин Г.К. Критика современных буржуазных концепций лидерства / Г.К. Ашин. – М.: Мысль, 1978. – 136 с.
3. Балакірева О.М. Соціальні настрої та електоральні орієнтації населення України: квітень 2011 р. / О.М. Балакірева, Д.А. Дмитрук // Український соціум. – 2011. – № 3. – С. 183–202.
4. Білоус А.О. Політико-правові системи: світ і Україна: Навч. посібник / А.О. Білоус. – К.: Асоціація молодих укр. політологів і політиків, 2000. – 200 с.
5. Бунин И. Праймериз во Франции: история и современность / И. Бунин // Политком.RU. – 2016. – Режим доступу: <http://politcom.ru/21268.html>.
6. Бурдьє П. Социология политики / П. Бурдьє; пер. с англ. – М.: Sosio-

Logos, 1993. – 336 с.

7. Бусова Н.А. Делиберативная модель демократии и политика интересов / Н.А. Бусова // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 45–58.

8. Виртосу І. Гроші партій. Гендерна квота депутатів / І. Виртосу // Українська правда. – 2016. – 16 листопада. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/11/16/220145/>.

9. Волдрон Д. Теоретичні засади лібералізму / Д. Волдрон // Лібералізм: Антологія / Упоряд.: О. Проценко, В. Лісовий. – К.: Смолоскип, 2002. – С. 64–83.

10. Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина». Статут. – Режим доступу: <https://ba.org.ua/statut/>.

11. Гаман-Голутвина О.В. Российские партии на выборах: картель «хватай всех» / О.В. Гаман-Голутвина // Полис. – 2004. – № 1. – С. 22–24.

12. Дегтярев А.А. Основы политической теории: Учеб. пособие / А.А. Дегтярев Ин-т «Открытое о-во». – М.: Высш. шк., 1998. – 239 с.

13. Денисенко В. Політична інтеракція в контексті комунікативної раціональності / В. Денисенко // Вісник Львівського університету. Сер.: Філософсько-політологічні студії. – 2013. – Вип. 3. – С. 63–76.

14. Дюверже М. Политические партии / М. Дюверже; пер. с фр. Л.А. Зиминой. – М.: Академический проект, 2000. – 558 с.

15. Журавський В.С. Становлення і розвиток українського парламентаризму (теоретичні та організаційно-правові проблеми) / В.С. Журавський. – К.: Парламентське вид-во, 2002. – 344 с.

16. Закария Ф. Возникновение неолиберальных демократий / Ф. Закария; пер. с англ. А. Смирнова // Логос. – 2004. – № 2 (42). – С. 55–70.

17. Караваев А. Внутрипартийное голосование (праймериз) как фактор развития демократии в современной России (на примере Алтайского края) / А. Караваев // Власть. – 2012. – № 11. – С. 65–70.

18. Кодекс належної практики щодо політичних партій: Ухвалений Венеціанською Комісією на 77 пленарній сесії на основі коментарів пана К.

Клоза Монтеро, Ж-К. Кольяра // Вибори та демократія. – 2010. – № 1. – С. 84–120.

19. Колбеч Г. Політика: Основні концепції в суспільних науках / Г. Колбеч; пер. з англ. О. Дем'янчука. – К.: Вид. дім «КМ Академія», 2004. – 128 с.

20. Конституционное (государственное) право зарубежных стран: Общая часть / рук. авт. колл. и отв. ред. Б.А. Страшун. – 4-е изд., обновл. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2010. – 896 с.

21. Коргунюк Ю.Г. Эволюция организационных форм политических партий и современная представительная демократия / Ю.Г. Коргунюк // Полития. – 2004. – № 1. – С. 25–69.

22. Королева М.С. Праймериз: путь к демократии. Российская теория и практика / М.С. Королева // Трибуна молодого ученого: актуальные проблемы науки глазами молодежи – 2014: Сб. материалов III Междунар. студенческой электронной научно-практической конференции 15 июля 2014 г. / отв. ред. А.А. Челтыбашев. – Мурманск: АНО АЦНИЭ, 2014. – С. 152–158.

23. Корченкова Н. Российские праймериз примерили к мировым / Н. Корченкова // Коммерсантъ. – 2016. – № 90. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2995705>.

24. Кресіна І. До питання про визначення поняття громадянського суспільства і української революції 2004 року / І. Кресіна // Політичний менеджмент. – 2004. – № 6. – С. 3–10.

25. Кройтор А.В. Внутрішньопартійна взаємодія через призму теорій політичних еліт / А.В. Кройтор // Актуальні проблеми політики: зб. наук. праць. – Одеса, 2014. – Вип. 51. – С. 283–296.

26. Кройтор А. В. Внутрішньопартійна демократія з точки зору теорії партійних еліт / А. Кройтор // Всеукраїнська науково-практична конференція «Політичні парадигми розвитку ХХІ століття: аналітичні рамки та конфігурації сучасної політики». – Луганськ, 15 березня 2013 року. – С. 176-

183.

27. Левенець Ю. Теорія коаліційних урядів: світовий досвід та українська практика / Ю. Левенець, Г. Зеленько, О. Фісун // Політичні проблеми сучасної України: наук. доп. – К.: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2012. – С. 39–69.

28. Лісовський В.М. Політична і партійна ідеологія українського суспільства: різновекторність та перспективи розвитку / В.М. Лісовський // Наукові праці [Чорноморського держ. ун-ту ім. П. Могили]. Сер.: Політологія. – 2012. – Т. 178, вип. 166. – С. 56–58.

29. Мануйлов Є.М. Внутрішньопартійна демократія: філософський аналіз / Є.М. Мануйлов, М.В. Толочко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Сер.: Філософія, філософія права, політологія, соціологія: зб. наук. праць. – Х.: Право, 2013. – № 1 (15). – С. 9–22.

30. Морарь М.В. Партійне лідерство у політичних процесах сучасної України: автореф. дис. ... д-ра політ. наук: 23.00.02 / М.В. Морарь; Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2013. – 31 с.

31. Морарь М.В. Політична комунікація в іміджмейкерстві партійного лідера / М.В. Морарь // Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип. 81. – С. 329–333.

32. Мотрошилова Н.В. О современном понятии гражданского общества / Н.В. Мотрошилова // Вопросы философии. – 2009. – № 6. – С. 29–30.

33. Мэра Николаева Сенкевича обвинили в сращивании с «Оппоблоком» / Интернет-издание «Мой город». – 2016. – Режим доступа: <https://mycity.mk.ua/news/273270>.

34. Никоненко С.А. Политические партии как институт политической организации гражданского общества / С.А. Никоненко // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2011. – Вып. 10 (102). – С. 278–282.

35. Никонова Л.И. Праймериз: фрагменты конституционного опыта современных государств / Л.И. Никонова // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – № 3 (82). – С. 74–77.
36. Нідермайєр О. Внутрішньопартійна демократія / О. Нідермайєр // Політичні партії в демократичному суспільстві. – К., 2001. – С. 23–40.
37. Об'єднання «Самопоміч». Статут. – Режим доступу: <http://samopomich.ua/wp-content/uploads/2016/08/statut-party.pdf>.
38. Основні процедури внутрішньопартійної демократії. Аналітичний огляд / підг.: С.Г. Конончук, О.А. Ярош. – К.: Укр. незалежний центр політ. досл., 2012. – 44 с.
39. Павленко І.А. Стратегія внутрішньої демократизації політичних партій в Україні / І.А. Павленко // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 2 (3). – С. 175–182.
40. Павленко І. Ідеологічні трансформації провідних політичних партій України / І. Павленко // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 1 (6). – С. 13–19.
41. Павленко І.А. Інститут внутрішньопартійної демократії як чинник формування ефективної моделі державної влади / І.А. Павленко // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 4 (9). – С. 16–23.
42. Партія «Блок Петра Порошенка». Статут. – Режим доступу: [http://solydarnist.org/?page\\_id=941](http://solydarnist.org/?page_id=941).
43. Рибачук М.Ф. Політичні партії у виборчому процесі 2004 року / М.Ф. Рибачук // Вибори Президента України-2004: проблеми забезпечення та захисту виборчих прав громадян України: зб. / редкол.: М.М. Рябець (голова) та ін. – К.: Фонд сприяння демократичним виборам, 2005. – С. 62–78.
44. Примуш М. Партійне будівництво. Міфологія і генезис / М. Примуш // Віче. – 2005. – № 3. – С. 34–36.
45. Радченко О. Технологія партійного будівництва: Теорія і практика / О. Радченко. – Луганськ: Райдуга, 2007. – 160 с.
46. Арон Р. Демократия и тоталитаризм / Р. Арон; пер. с фр. Г.И.

Семенова. – М.: Текст, 1993. – 303 с.

47. Рибій О. Як у нас та як у них? Партийна дисципліна / О. Рибій // Рада. – 2015. – Режим доступу: <https://rada.oporaua.org/mapa-kontaktiv/5347-a-yak-u-nykh-partiyna-dystsyplina>.

48. Ростоу Д. Избранное / Д. Ростоу; пер. с англ. – М.: Политика. 2002. – 323 с.

49. Ситник О. Характеристика ідеології сучасних українських націоналістичних партій: теоретико-методологічний аспект / О. Ситник // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. – 2011. – № 3. – С. 116–128.

50. Сморгунов Л.В. Сетевые политические партии / Л.В. Сморгунов // Полис. – 2014. – № 4. – С. 21–37.

51. Тимченко М.М. Мережева організація як новий тип функціональної структури політичних партій / М.М. Тимченко // Evropský politický a právní diskurz. – 2017. – Svazek 4, 2. vydání. – P. 37–41.

52. Тимченко М.М. Особливості політичної взаємодії груп інтересів у внутрішньопартійних комунікаційних процесах / М.М. Тимченко // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Філософія, соціологія, політологія. – 2015. – № 5 (27). – С. 107–114.

53. Тимченко М.М. Основні форми розвитку внутрішньої демократизації політичних партій в умовах модернізації політичної системи / М.М. Тимченко // Грані. – 2015. – № 12/1 (128). – С. 25–30.

54. Титаренко О.М. Партийна етика та партийна дисципліна як фактор вирішення соціально-політичних конфліктів / О.М. Титаренко. – Х.: Цифрова друкарня № 1, 2013. – 78 с.

55. Тома Ю.П. Коммуникативное поле политических партий: региональный аспект / Ю.П. Тома // Актуальные проблемы современной науки и образования: Сб. научн. трудов аспирантов и соискателей. – Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2010. – С. 35–41.

56. Томенко М. Партийна еліта України / М. Томенко, В. Олійник. – К.:

Логос, 2000. – 204 с.

57. Тофлер О. Проблемы власти на пороге XXI века / О. Тофлер; пер. с англ. // Свободная мысль. – 1992. – № 2. – С. 113–120.

58. Чи можливо й чи доцільно в Україні запровадження інституту «праймеріз» на мажоритарних виборчих округах? // Агенція новин Firtka.if.ua. – 2012. – Режим доступу: <http://firtka.if.ua/?action=show&id=18464>.

59. Чижов Д.В. Российские политические партии: между гражданским обществом и государством / Д.В. Чижов. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2008. – 222 с.

60. Чорна Н.В. Тенденції в розвитку політичної комунікації в інформаційному суспільстві / Н.В. Чорна, Т.Г. Авксентьева // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Сер.: Питання політології. – 2010. – № 888. – С. 46–52.

61. Что такое праймериз «Единой России»? // Русская служба Би-би-си. – 2016. – Режим доступа: [http://www.bbc.com/russian/russia/2016/04/160412\\_united\\_russia primaries](http://www.bbc.com/russian/russia/2016/04/160412_united_russia primaries).

62. Шведа Ю.Р. Теорія політичних партій і партійних систем: навч. посібник / Ю. Шведа. – Л.: Тріада плюс, 2004. – 528 с.

63. Шведова Н.А. Женщины в США: механизм гендерного равенства / Н.А. Шведова // Женщина в российском обществе. – 2007. – № 4. – С. 22–53.

64. Шиманова О.В. Чинники функціонування внутрішньопартійної комунікації / О.В. Шиманова // Вестник СевГТУ. Сер.: Политология. – Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2011. – Вып. 123. – С. 220–226.

65. Шиманова О. Выборчі списки як індикатор внутрішньопартійної комунікації (на прикладі виборчої кампанії 2006 р.) / О. Шиманова // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2009. – Вип. 21. – С. 180–184.

66. Шкляр Л. Політична реформа та її вплив на систему державного управління / Л. Шкляр, Я. Каспрук // Проблеми трансформації системи

державного управління в умовах політичної реформи в Україні : матеріали наук.-практ. конф., 31 травня 2006 р. – К.: Вид-во НАДУ, 2006. – Т. 1. – С. 170–172.

67. Шмачкова Т.В. Мир политических партий / Т.В. Шмачкова // Полис. – 1992. – № 1–2. – С. 226–233.

68. Шмиттер Ф. Неокорпоративизм / Ф. Шмиттер; пер. с англ. // Полис. – 1997. – № 2. – С. 14–22.

69. Щедрова Г.П. Специфіка партійних механізмів регулювання політичної конкуренції еліт / Г.П. Щедрова // Політологічні записки. – 2013. – № 2. – С. 5–17.

70. Якименко Ю.В. Громадська думка як фактор еволюції партійної системи України / Ю.В. Якименко // Політологічний вісник. – 2010. – Вип. 46. – С. 310–319.

71. Якименко Ю. Партійна система України: динаміка і чинники змін / Ю. Якименко // Центр Разумкова. – 2015. – Режим доступу: [http://old.razumkov.org.ua/ukr/article.php?news\\_id=1246](http://old.razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=1246).

72. Ярошенко Л.В. Сутність та особливості політичної модернізації / Л.В. Ярошенко // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Сер.: Філософія. Політологія. – 2006. – Вип. 76–79. – С. 178–181.

73. Bordignon F. Five Stars and a Cricket. Beppe Grillo Shakes Italian Politics / F. Bordignon, L. Ceccarini // South European Society and Politics. – 2013. – Vol. 18, № 4 (December). – P. 427–449.

74. Carothers Th. The End of the Transition Paradigm / Th. Carothers // Journal of Democracy. – 2002. – Vol. 13, № 1. – P. 5–21.

75. Clarke A. Governments and citizens getting to know each other? Open, closed, and big data in public management reform / A. Clarke, H. Margetts // Policy & Internet. – 2014. – Vol. 6, № 4. – P. 393–417.

76. Global Database of Quotas for Women / International IDEA, University of Stockholm and the Inter-Parliamentary Union. – Access mode: <http://www.quotaproject.org/>.



77. Janda K. Restructuring the Party System in Central Europe / K. Janda // Paper Prepared for the International Simposium. – 1994. – Vol. 19 (November). – P. 1–3.

78. Przeworski A. Democracy and the Market: Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America / A. Przeworski. – Cambridge: Cambridge University Press, 1991. – 210 p.

79. Schedler A. The Logic of Electoral Authoritarianism / A. Schedler // Electoral Authoritarianism: The Dynamics of Unfree Competition / A. Schedler (ed.). – Boulder: Lynne Rienner, 2006. – P. 1–23.

80. Transitions from Authoritarian Rule. Comparative perspectives / G. O'Donnell, Ph.C. Schmitter, L. Whitehead (eds.). – Baltimore; London: The John Hopkins University Press, 1991. – 190 p.

81. Wildavsky A. Choosing Preferences by Constructing Institutions: A Cultural Theory of Preference Formation / A. Wildavsky // The American Political Science Review. – 1987. – Vol. 81, № 1. – P. 3–22.

### РОЗДІЛ 3.

## НАПРЯМИ ТА КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОПАРТІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МЕЖАХ ПОЛІТИЧНОГО ПОЛЯ УКРАЇНИ

### 3.1. Комунікаційна взаємодія політичної партії та органів державної влади

Дослідження комуникативної складової взаємодії політичних партій та органів державної влади ще не знайшло свого всебічного вивчення у сучасній політичній науці. Більшість вітчизняних і зарубіжних досліджень присвячено лише окремим аспектам та рівням взаємодії політичних партій та органів державної влади.

А. де Токвіль та Дж. Ст. Міль [31] вважали, що виключно держава є виразником народного суверенітету та загальної волі суспільства, а політичні партії в цьому контексті грають виключно негативну роль та не можуть претендувати на посередницьку роль. Ф. Бекон [48] та Е. Берк [5] навпаки відзначали позитивну роль політичних партій у процесах державотворення. Вони вважали, що політичні партії є природним утворенням, яке виникло у процесі боротьби різних політичних сил за владу та робили наголос на тому, що існуюча на той час королівська влада має використовувати політичні партії як знаряддя боротьби з власними опонентами. М. Дюверже вважав політичні партії необхідною інституцією представництва, в контексті того, що окрема персона не може брати безпосередню участь в управлінні державою та не має права керувати іншою людиною без її згоди. Виходячи з цього, інтереси окремого індивіда в системі державної влади повинні бути представлені політичними партіями, які наділені відповідним правом [16].

Для зарубіжних досліджень цього аспекту взаємодії, було характерним розмежування державної політики та управління державою, політичні

процеси були пов'язані з функціонуванням парламенту, а процеси управління державою із діяльністю органів виконавчої влади і ці обидва компоненти розглядались як нейтральні відносно політичних партій, як правлячого, так і опозиційного типу. Засновником цього підходу був В. Вільсон, який розглядав політичні партії лише в контексті впливу на процес прийняття політичних рішень в межах парламенту, виконавча влада в межах цього підходу розглядалася лише як «система органів і установ, призначених реалізовувати рішення політичної влади» [14].

Серед вітчизняних дослідників проблематикою місця політичної партії у процесах взаємодії з органами державної влади займалися Т. Зінченко [19], К. Ісаєв [21], С. Топалова [46], І. Артеменко [2] та ін.

Е. Афонін стверджує, що в умовах світової політичної модернізації, політичні партії стали найважливішою складовою політичного потенціалу державної влади, специфіка якої визначається особливостями розробленого партіями політичного курсу [3].

І. Артеменко робить наголос на тому, що діяльність політичних партій стає визначальним фактором функціонування, як нормативного, так і виконавчого компоненту органів державної влади. Парламентські партії, визначаючи політичну стратегію розвитку держави, створюючи відповідну законодавчу базу, забезпечують реалізацію нормотворчого компонента. Впливаючи на формування і функціонування виконавчої влади, здійснюючи контроль за її діяльністю за допомогою відповідних парламентських механізмів, партії стають інструментом реалізації влади, забезпечують функціонування виконавчого компонента [2].

Треба звернути увагу на те, що місце політичних партій в межах політичної системи суспільства є детермінованим. Ця детермінованість проявляється у тому, що політична партія є одночасно елементом громадянського суспільства і складовою державного механізму.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що інтегрованість партій до механізму державної влади наділяє їх властивостями каналу двостороннього

зв'язку між державою та громадянським суспільством. Громадянське суспільство є зацікавленим у державній підтримці власних ініціатив через участь політичних партій у системі владних відносин.

Комунікаційний канал між державою та політичними партіями передбачає синтез політичною партією, імпульсів, які надходять з боку громадянського суспільства. В подальшому вони трансформуються у специфічну політичну мову, яку виражено в програмах, гаслах, ідеологічних настановах, що в подальшому формує імідж політичної партії. Виходячи з того, що головним завданням політичної партії є завоювання та утримання політичної влади, інструментом виконання цього завдання є участь партії у формуванні органів державної влади, шляхом участі у формуванні представницьких органів влади шляхом виборів. Саме представницькі органи державної влади є ареною реалізації партійних інтересів та партійного впливу на інші органи державної влади, які їм підзвітні.

Завданням органів державної влади є правильна інтерпретація меседжів, які надходять з боку політичних партій та подальшою реакцією у вигляді певних управлінських рішень.

З метою впливу на прийняття управлінських рішень з боку органів державної влади політична партія може використовувати такі змістові конструкції меседжів:

1. спонукаючи до дії чи бездіяльності ( партія вимагає від органів державної влади зробити рішучі кроки у певних сферах або партія закликає органи державної влади не втручатися в певні процеси);

3. інформаційні ( партія надає органам державної влади певні інформаційні продукти або вимагає від органів державної влади надати певну інформацію);

4. директивні (партія як цілісна структура підтримує або опонує прийняттю певних рішень з боку органів державної влади);

5. фактичні (представники партії зайняли певні посади або надання представникам опозиційних партій певних контролюючих функцій у системі

органів державної влади).

Що стосується проблематики кодування інформації у процесах комунікаційної взаємодії між політичною партією та органами державної влади, то тут можна спостерігати широкий діапазон використання різного роду кодів. В якості прикладу кодів цього напрямку комунікації можна навести: письмові слова, усні конструкції, інтонацію, тембр голосу та певні жести. Треба звернути увагу на те, що правильне кодування (з боку політичної партії) є одним з головних факторів побудови повідомлення, яке буде правильно декодовано з боку органів державної влади, які у цьому контексті виступають як одержувачі.

У цьому контексті також є доцільним звернути увагу на особливості каналів передачі інформації у контексті взаємодії політичних партій та органів державної влади.

Для передачі інформації, яка може носити як аудіальний, так і візуальний характер, найбільш доцільно використовувати цілий спектр каналів, серед яких можна виділити передачу мови, передачу письмових матеріалів, використання можливостей сучасних інформаційно-комунікаційних засобів (відеострічки, відеоконференції, розсилки запрошень, прес-релізів та пост-релізів). Також треба звернути увагу на те, що в межах цього типу комунікації можуть використовуватись як офіційні, так і неофіційні канали. Проблематика вибору каналів в цьому випадку залежить від місця політичної партії в межах політичної системи. У випадку коли партія є правлячою, можуть використовуватися як формальні, так і неформальні канали комунікації з органами державної влади, метою чого є лобістська діяльність та реалізація програмних положень партії шляхом використання ресурсів держави. Опозиційні партії в свою чергу користуються переважно офіційними каналами комунікації з органами державної влади з метою висвітлення своєї діяльності у цьому напрямі. Неофіційні канали використовуються лише з метою отримання взаємної вигоди з мінімальними репутаційними ризиками, які може викликати цей

напряму комунікації.

Ефективність каналів цього напряму комунікації може визначатися ступенем залучення політичної партії до реалізації проектів загальнодержавного та локального значення; підтримки партійних проектів з держави; надання певної матеріальної, організаційної та інформаційної підтримки діяльності політичної партії з боку органів державної влади та ін. Суттєвим аспектам цього типу комунікаційної взаємодії є ідеологічні та програмні положення політичної партії. Ці два компоненти є індикаторами, завдяки яким органи державної влади оцінюють можливості інтеграції певної політичної партії до цього типу комунікаційного процесу. Якщо ідеологічні та програмні положення збігаються з політичними цінностями існуючих на цей момент органів державної влади, то процес комунікації є успішним. У випадку, коли політична партія дотримується протилежних ціннісних позицій та озвучує меседжі опозиційного характеру, процес комунікації буде потребувати участі посередників. Якщо політична партія знаходиться на антидержавних та антисистемних позиціях, то цей тип комунікації є неможливим.

Що стосується проблематики дослідження зворотного зв'язку в межах цього комунікаційного процесу, то ефективність зворотного зв'язку може визначатися ступенем реакції з боку органів державної влади на діяльність політичної партії. У разі відсутності будь-якої реакції з боку органів державної влади партійні функціонери повинні займатися удосконаленням технологічного інструментарію партійної комунікації.

Якщо цей тип комунікації є ефективним, то політична партія може виконувати ряд функцій у системі державної влади, серед яких можна виділити наступні:

**1. кадрову**, яка представляє собою делегування політичною партією своїх активістів до органів державної влади, у випадку якщо партія є опозиційною, активісти даної партії займають посади контрольно-наглядового характеру;

**2. консультативно-дорадчу**, ця функція передбачає участь політичних партій в обговоренні певних проблем локального або загальнодержавного характеру, шляхом участі у роботі громадських рад, які створені при органах влади центрального та локального рівнів;

**3. мобілізуючу**, що має можливості політичних партій мобілізувати своїх активістів для підтримки (у випадку, якщо партія є провладною) або засудження (у випадку опозиційності партії) певних управлінських кроків з боку органів державної влади центрального або локального рівня.

Важливим аспектом комунікаційної взаємодії між політичними партіями та органами державної влади є існуючий в країні політичний режим. В межах політичної теорії політичні режими поділяється на демократичні та недемократичні. До недемократичних типів політичного режиму більшість дослідників відносить тоталітарні та авторитарні політичні режими. Для тоталітарного режиму є характерним існування монопартії, яка є невід'ємною складовою державного механізму, та представляє собою одержавлену структуру. Авторитаризм хоч і передбачає формальну багатопартійність, але комунікативна взаємодія органів державної влади відбувається лише з однією партією, яка і складає основу існуючого режиму. Демократичний режим в свою чергу гарантує усім політичним партіям свободу політичної участі, але водночас характер комунікативної взаємодії органів державної влади між правлячими та опозиційними партіями відрізняється за рядом сутнісних характеристик.

Суттєвим чинником процесу комунікативної взаємодії між державою та політичною партією є форма державного правління. В умовах існування президентської республіки (РФ, США, Франція та ін.) інституціоналізація відносин між державою та політичними партіями є достатньо слабкою, що зумовлено суттєвим обмеженням повноважень політичних партій у процесах формування представницьких органів влади. В якості прикладу можна навести особливості комунікації між державною владою та політичними партіями у США. В межах американської політичної системи можна

спостерігати, що партії не беруть участі у формуванні органів виконавчої влади та несуть виключно моральну відповідальність за дії або бездіяльність президента США. Активність американських партій спостерігається лише в умовах виборчих кампаній, а в міжвиборчий період вони займаються лише питаннями організаційного характеру. Парламентська діяльність у межах Конгресу та Сенату у питаннях визначення та реалізації державного курсу є також обмеженою. В свою чергу у парламентських республіках (Україна, Німеччина, Італія, Польща) та у парламентських монархіях (Іспанія, Великобританія, Швеція, Нідерланди) політичні партії наділені правом формування виконавчої вертикалі влади, шляхом створення парламентських коаліцій. Це призводить до того, що лідер парламентської коаліції де-факто наділений як законодавчими, так і виконавчими повноваженнями. Виходячи з цього, політичні партії несуть повну відповідальність за визначення та реалізацію державного курсу.

Що стосується України, то в межах парламентсько-президентської республіки, політичні партії мають суттєвий вплив на формування виконавчої вертикалі влади шляхом створення парламентських коаліцій. Але водночас на локальному рівні, цей тип комунікативної взаємодії є малоефективним, що зумовлено високим ступенем централізації існуючих в Україні партійних структур. Також однією з найголовніших проблем взаємодії політичних партій та органів державної влади в Україні, є те, що як центральні, так і локальні органи влади хоч і залучають партійні структури до участі у різного роду наукових конференціях та дорадчих радах, але вироблені в процесі цієї взаємодії документи мають виключно консультативно-дорадчий та рекомендаційний характер.

Що стосується локальної взаємодії політичних партій та органів державної влади і місцевого самоврядування, то в межах вітчизняної політичної науки цю проблематику розглядали О. Батанов [4], С. Лукаш [27.], Д. Лук'янов [26], Ю. Ключковський [23], М. Ставнійчук [44] та ін.



Розглядаючи процеси комунікації між регіональними осередками політичних партій та локальними органами державної влади та місцевого самоврядування, варто зазначити, що кожен локальний орган влади та місцевого самоврядування здійснює організаційне забезпечення цієї комунікативної взаємодії. У системі виконавчих органів локального рівня існують певні структурні підрозділи (управління з питань внутрішньої політики, департаменти зв'язків з громадськістю та ін.). Але українська політична практика свідчить, що ця взаємодія відбувається лише з політичними партіями, які мають представництво у цьому органі влади та місцевого самоврядування, також ця взаємодія відбувається переважно на рівні великих міст. Основною компетенцією локальних партійних організацій є вивчення та вирішення проблем територіальних одиниць у межах, яких вони здійснюють свою діяльність. Для ефективного вирішення локальних проблем є необхідною комунікативна взаємодія між локальними партійними осередками та органами влади відповідного рівня.

Український дослідник П. Любченко виділяє наступні функції, які виконують локальні осередки політичних партій у процесах взаємодії з локальними органами державної влади та місцевого самоврядування:

- залучення громадян до участі в управлінні локальними справами;
- посередницька роль між громадянами та владою;
- акумулювання ідей розвитку відповідних адміністративно-територіальних одиниць;
- здатність та готовність взяти участь у виборах і формуванні виконавчих органів місцевих рад з метою здійснення своїх програмних положень;
- політична відповідальність за дії посадових осіб місцевого самоврядування, призначених за квотою цих партій;
- здійснення громадського контролю та аудиту за діяльністю посадових осіб локального рівня;
- вплив на прийняття управлінських рішень локальними органами

влади;

- розвиток політичної свідомості та політичної культури громадян;
- дотримання вимог толерантного спілкування з опонентами, раціонального вирішення соціальних суперечностей та ін. [28, с. 92].

Але в межах української політичної реальності, ми можемо спостерігати, що абсолютна більшість провідних українських партій, не приділяє належної уваги процесам партійного будівництва на місцях, що уособлюється у неналежному кадровому забезпеченні локальних організацій та локальних партійних фракцій, відсутності належної інформаційної та організаційної роботи локальних партійних організацій, що призводить до того, що партійні функціонери та місцеві депутати, які представляють одну й ту ж саму партію в різних регіонах, висловлюють діаметрально протилежні позиції стосовно взаємодії з локальними органами влади, також для локальних партійних організацій характерні розколи, вплив бізнес-структур та адміністративний тиск з боку органів влади.

Також варто зазначити, що в межах української політичної системи дуже поширеними є випадки, коли обрані міські та селищні голови представляють одну партію, а більшість депутатів представницьких органів влади є членами ідеологічно полярних політичних партій. Конфлікт між цими двома елементами системи місцевого самоврядування призводить до того, що опозиційні фракції, які мають більшість у певному представницькому органі можуть висловити недовіру селищному або міському голові, в іншому випадку селищний або міський голова працює над розколом цих партійних об'єднань. Це часто призводить до того, що система місцевого самоврядування в межах певного регіону стає неефективною.

Повернення пропорційної виборчої системи на локальному рівні, зумовило те, що локальні партійні організації формують свій партійний актив на адміністративних засадах, ці засади уособлюються у процесах комунікації з посадовими особами місцевого самоврядування, які розраховують на своє кар'єрне зростання у випадку посилення впливу та розширення

представництва цієї партії. В цьому випадку робота локальних партійних осередків зводиться до організації певних заходів локального рівня (семінари, свята, концерти та ін.) в той час, як робота серед електоральних мас не проводиться, або проводиться на неналежному рівні.

Отже, завданням політичних партій у процесі комунікаційної взаємодії з органами державної влади є правильний вибір каналів передачі інформації та адекватна реакція на імпульси, які надходять з боку органів державної влади. Від ефективності цього напряму комунікації залежить ступінь залучення політичних партій до формування та реалізації державної політики на локальному та загальнодержавному рівні та місці політичної партії в політичній системі в цілому. У межах демократичної політичної системи, політичні партії чинять комунікативний вплив на органи державної влади шляхом участі у формуванні представницьких органів влади, при формуванні органів виконавчої влади вплив політичних партій переходить у неформальну площину.

### **3.2. Особливості процесів комунікації політичної партії з інститутами громадянського суспільства**

У першу чергу треба звернути увагу на те, що невід'ємною складовою функціонування демократичної політичної системи є політична участь громадян шляхом об'єднання у політичні партії та суспільно-політичні рухи. Основною відмінністю між політичними партіями та суспільно-політичними рухами є те, що суспільно-політичні рухи не мають на меті завоювання та утримання влади. Також на відміну від політичних партій, у суспільно-політичних рухів відсутня формальна внутрішня ієрархія, фіксоване членство та документи, які регулюють процеси внутрішньої та зовнішньої комунікації цих структур. Головним завданням даного типу організацій є захист та

реалізація інтересів різних соціальних та професійних груп, шляхом привернення уваги органів влади до своїх проблем. Одним з головних інструментів впливу суспільно-політичних рухів на органи державної влади є участь їх представників у діяльності політичних партій, які в цьому контексті стають каналом комунікації між суспільно-політичними рухами та державою.

Проблематикою дослідження ролі суспільно-політичних рухів у політичній діяльності займалися як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники. Серед зарубіжних дослідників можна виділити Г. Блумера [7], Є. Вятра [9], Ю. Габермаса [51], Е. Фрома [18] та ін. Серед українських дослідників можна виділити О. Корнієвського [24], В. Кулика, О. Голобуцької [25] та ін. Але треба зробити наголос на тому, що в сучасній науковій літературі, поки що немає системного розгляду особливостей формування та комунікативної взаємодії суспільно-політичних рухів та партійних структур.

Англійський дослідник суспільно-політичних рухів Е. Гідденс запропонував наступну типологію суспільно-політичних рухів: реформаторські, трансформативні, рухи порятунку та альтернативні [10].

Є. Вятр досліджуючи розвиток та процеси трансформації суспільно-політичних рухів виділяв наступні стадії:

1. Незадоволення індивідами існуючим станом речей і поява потреби в діях, що є передумовою виникнення руху, метою якого є відстоювання певних соціальних, професійних або політичних інтересів.

2. Об'єднання індивідуальних прагнень політичного, соціального та професійного характеру що уособлюється у артикуляції існуючих вимог.

3. Реалізація завдань, які ставить собі це об'єднання.

4. В умовах коли проблема є вирішеною або якщо її вирішити неможливо, це об'єднання припиняє свою діяльність [9, с. 285].

Представники теорії нових суспільно-політичних рухів, до яких можна віднести А. Мелучі та Ю. Хабермаса, стверджували що розвиток демократії має вирішальний вплив на становлення суспільно-політичних рухів. Сучасні

суспільно-політичні рухи згідно цієї теорії є зосередженими на новому спектрі проблем та нових аспектах соціальних конфліктів [42].

Дослідник об'єднань цього типу П. Штомпка, вважає що суспільно політичні рухи мають наступні складові:

1. Колективність індивідів, які діють спільно та консолідовано;
2. Метою колективних дій є зміни в суспільстві, при чому ця мета сприймається учасниками однозначно;
3. Колективність є відносно дифузною та характеризується низьким рівнем формальної організації;
4. Діяльність цих рухів має високий ступінь стихійності та немає застиглої форми.

Отже, в межах підходу П. Штомпки цей тип об'єднань представляє собою вільно організовані колективи, які діють в неінституціоналізованій формі, метою чого є досягнення певних змін в суспільстві [53].

Серед ресурсів, якими володіють об'єднання цього типу, у межах політичної теорії виділяють наступні:

1. організаційні;
2. інформаційні (наявність комунікативної мережі зовнішнього та внутрішнього типу);
3. стратегічні (наявність чіткого плану дій);
4. соціальні (можливість консолідувати навколо себе певні соціальні групи).

Один із представників теорії мобілізації соціальних ресурсів Н. Лін також додає до цих ресурсів багатство, владу та статус, а обсяг соціального капіталу актора, а в цьому контексті ми розуміємо під цим актором певний суспільно-політичний рух, обраховується як сума цих ресурсів у власності тих, з ким актор має прямі або опосередковані обов'язки [62].

На сучасному етапі ми можемо спостерігати появу та динамічний розвиток принципово нового типу суспільно-політичних рухів, що обумовлено стрімким розвитком принципово нових форм комунікації, які

полегшують процеси міжособистісної взаємодії між індивідами з подальшим об'єднанням їх у різного роду групи соціального, професійного та політичного характеру. Також цей етап розвитку форм діяльності цього типу об'єднань характеризується відмовою від формальних та бюрократичних форм організації на користь гнучкості, новим формам мобілізації з використанням нових засобів комунікації.

Політичні партії є зацікавленими у розширенні власної соціальної бази за рахунок вузько спрямованих суспільно-політичних рухів, які побудовані за соціальним або професіональним принципом. У межах політичних партій ці об'єднання виступають як своєрідні «групи тиску» та «групи інтересів». В цьому контексті доцільно згадати концепцію груп інтересів, яка була запропонована американським політологом А. Бентлі. Згідно з даною концепцією, політика є процес взаємодії та боротьби організованих у певні групи людей задля досягнення свої цілей та інтересів. Групи інтересів – це «добровільні організації, які створені для вираження та представництва інтересів їх членів у взаємовідносинах з іншими групами та політичними інститутами, так і безпосередньо всередині організацій» [34]. У цьому контексті політичні партії і виступають одним з цих інститутів.

У контексті цього типу комунікаційної взаємодії, варто зазначити, що суспільно-політичні рухи у межах взаємодії з політичними партіями можуть займатися лобістською діяльністю. Цей тип діяльності передбачає безпосередню взаємодію представника цих груп інтересів з партійними функціонерами, які чинять безпосередній вплив на прийняття партійних рішень (формування виборчих списків, підготовка законопроектів, участь у коаліціях, перехід до опозиційної діяльності) шляхом використання як офіційних каналів та структур, так і використовуючи неформальну складову комунікації (зустрічі, консультації, телефонні переговори, кулуарні домовленості).

У межах комунікаційного процесу політичних партій з суспільно-політичними рухами використовуються меседжи як вербального та і

невербального характеру. У процесі цього напрямку комунікації, меседжи представляють собою основну думку, яку партія хоче донести до суспільно-політичних рухів з метою залучення їх до співпраці або спонукання на певні дії.

У процесі цього напрямку комунікації можуть використовуватись наступні типи меседжів:

1. спонукаючи до дії (коли політична партія пропонує об'єднати зусилля тим суспільно-політичним рухам, які поділяють цінності партії)

2. інформаційні (коли політична партія робить наголос на певних програмних положеннях, які спрямовані на підтримку певних соціально-професійних груп)

3. фактичні (коли партія заявляє, що навколо її передвиборчої програми об'єдналися конкретні суспільно-політичні рухи).

Що стосується специфіки кодування інформації, то основним завданням відповідальних за партійну комунікацію осіб є правильний підбір сегментно детермінованих (орієнтованих на конкретні соціально-професійні групи) вербальних та візуальних образів, метою яких є прийняття правильного рішення з боку суспільно-політичних рухів. У цьому контексті в якості кодів можуть виступати письмові та усні слова, які мають на меті здійснення емоційно забарвленого впливу на суспільно-політичні рухи. Отже, для цього напрямку комунікаційної взаємодії, кодування покликане трансформувати ідеї, які надходять з боку партійних структур у систематичний набір кодів, які виражають їх цілі у відношенні до суспільно-політичних рухів.

Канали передачі інформації для цього типу комунікативної взаємодії слугують як засоби подачі інформації аудіального та візуального характеру. Цей напрям комунікації передбачає використання усього спектру каналів як формального, так і неформального типу. Якщо офіційні канали передбачають відкриту взаємодію політичних партій та суспільно політичних рухів з метою лобювання певних групових інтересів та розширення політичної участі та

представництва, то неофіційні канали мають на меті розповсюдження чуток або кулуарних домовленостей, які мають на меті досягнення консенсусу у певних аспектах цього напряму комунікації, або тиску на одну зі сторін комунікації.

Що стосується процесів зворотного зв'язку для цього типу комунікаційної взаємодії, то перед політичною партією постає завдання отримати з боку суспільно-політичних рухів, саме ту реакцію, на яку вона розраховувала. У разі позитивної реакції з боку об'єкта комунікації, можна стверджувати що цей напрям комунікації є ефективним. Під ефективністю тут слід розуміти співвідношення між витраченими на цей процес ресурсами та ступеню відповідності меті отриманої реакції з боку суспільно-політичних рухів в цілому, або того сегменту цього об'єднання, який здійснює безпосередній вплив на прийняття політичних рішень.

Отже, можна зазначити, що у межах комунікаційної взаємодії політичних партій та суспільно політичних рухів, ці об'єднання застосовують наступні інструменти взаємодії з партійними структурами:

1. включення своїх кандидатів до виборчих списків та виконавчих органів влади сформованих партіями;
2. фінансова, організаційна та інформаційна підтримка політичних партій;
3. здійснення ряду агітаційно-пропагандистських заходів через формально позапартійні та поза політичні структури;
4. підтримка суспільно-політичними рухами певних політичних партій або афілійованих з ними кандидатів на виборах;
5. стратифікація партійної структури шляхом створення внутрішньопартійних груп за інтересами;
6. участь у розробці законодавчих та нормативних актів шляхом взаємодії з парламентською фракцією політичної партії;
7. участь у акціях які організовуються певними партіями (страйки, пікети, блокування та ін.).



У цьому контексті політичні партії у процесі взаємодії з суспільно-політичними рухами виступають індикатором становлення громадянського суспільства, виступаючи у ролі посередника між різними соціально-професійними групами та органами державної влади.

Ефективність цього напряму комунікації вимірюється ступенем залучення представників соціально-професійних груп до реалізації програмних положень партії у межах представницьких органів влади, ступенем інтеграції представників цих об'єднань до органів виконавчої влади та підтримці партійних проектів з боку суспільно-політичних рухів. В залежності від того, яку кількість представників громадянського суспільства, політична партія зможе залучити до реалізації програмних положень та інтегрувати в межі партійної структури, залежить розширення соціальної бази політичної партії та її кінцевий електоральний результат.

Окремо треба звернути увагу на особливості комунікативної взаємодії між політичними партіями та суспільно-політичними рухами в межах української політичної системи. Можна спостерігати що існуючи в нашій країні суспільно політичні-рухи можна поділити на ті, що реалізують свої політичні інтереси в межах комунікативної взаємодії з провідними політичними партіями та впливають на формування та реалізацію програмних засад партій (профспілки, соціально-професійні об'єднання, молодіжні та студентські організації). Інші ж намагаються активно дистанціюватися від партійних структур та здійснювати моніторинг діяльності ключових політичних партій за певними критеріями (недержавні та неурядові організації, експертні спілки).

Отже, політичні партії виступають ретранслятором меседжів, які надходять з боку громадянського суспільства і є спрямованими на органи державної влади. Без розвитку та стратифікації партійної структури та комунікації з інститутами громадянського суспільства не існує демократії. Цей тип комунікації покликаний створювати необхідну конкуренцію, яка є невід'ємною складовою демократичного розвитку плюралістичного типу.

У межах українського політичного поля інститути громадянського суспільства (суспільно-політичні рухи, громадські організації, неурядові організації та ін.) беруть участь у комунікативній взаємодії з політичними партіями у двох вимірах, а саме:

- делегують своїх активістів до передвиборчих списків політичних партій;
- здійснюють моніторинг перебігу передвиборчої кампанії та виконання політичними партіями свої програмних засад.

У першому випадку ми можемо спостерігати, коли політичні партії створюють або об'єднують навколо власної структури певні громадські організації які розділяють ідеологічні засади партії. Ці організації можуть бути молодіжного, культурного, національного або професійного спрямування. В якості прикладу можна навести входження представників курултаю кримськотатарського народу (М. Джемільєв, Р. Чубаров) та деяких представників ГО «Чесно» (С. Заліщук) до виборчих списків БПП, делегування ГО «Демократичний альянс» своїх представників до виборчих списків партії «Громадянська позиція» та ін.

У другому випадку, громадські організації мають грантову підтримку, ціллю, якої є моніторинг за перебігом виборчих перегонів та виконання переможцями свої передвиборчих програм. До цього типу громадських організацій можна віднести ГО «Опора», ГО «Комітет виборців України», ГО «Чесно» ті ін. Об'єднання такого типу займаються: аналізом виборчого законодавства з подальшим виробленням рекомендацій щодо його удосконалення; проводять навчання членів виборчих комісій та спостерігачів; займаються комунікативною діяльністю з електоратом. Проте, політична практика свідчить, що зростаюча активність громадянського суспільства має менш потужний вплив, ніж адміністративний тиск. Також можна сказати, що у ряді випадків, діяльність даних НУО є залежною та заангажованою.

У цьому контексті також доцільно згадати про громадські організації,

які займаються менеджментом, консультуванням та PR- супроводженням політичних партій в межах виборчих кампаній. Завданням цих об'єднань є створення видимості підтримки політичної партії з боку «незалежних» суспільно-політичних рухів. Ці організації можуть озвучувати меседжи спрямовані на неформальну підтримку певних політичних сил, оприлюднювати соціологічні данні сприятливі для певних політичних сил та в якості спостерігачів на виборах, виконувати функцію підтримки даних сил.

Отже, процес комунікації між політичними партіями та суспільно-політичними рухами представляють собою одну з найважливіших складових побудови демократичної партійної системи та громадянського суспільства в цілому.

У якості висновку можна зазначити, що ефективність комунікації між політичними партіями та суспільно-політичними рухами визначається за ступенем залучення представників певних соціально-професійних груп до політичної діяльності в межах партійної структури та розширення соціальної бази партії за рахунок залучення суспільно-політичних рухів.

### **3.3. Міжпартійна комунікативна взаємодія: українська практика під час парламентських кампаній**

При дослідженні процесів комунікаційної взаємодії між політичними партіями потрібно звернути увагу на те, що цей тип взаємодії є визначальним при створенні передвиборчих блоків, створенні парламентських коаліцій, спільної опозиційної діяльності та координації зусиль в умовах передвиборчих кампаній.

Для міжпартійного аспекту комунікації є характерним використання великого спектру меседжів, метою яких є залучення союзних або конкурентних партійних структур до певних аспектів взаємодії або

протистояння. В умовах цього процесу комунікації використовується певний інформаційний контент який виражено у наборі сигнальних, змістовних конструкцій та символічних значень для конкуруючих або союзних партійних структур з метою викликати певні дії з їх сторони або бездіяльність по відношенню до партії-комунікатора. Змістом цього аспекту комунікаційної взаємодії може бути певний спектр фактів, ідей, поглядів, емоцій та ін.

Меседжи міжпартійної комунікації можуть мати як вербальний, так і невербальний характер. Вербальні меседжи у цьому контексті можуть представляти собою певні тексти та виступи спрямовані на конкурентні або союзні партійні структури. Невербальні меседжи в свою чергу можуть виражатися у вигляді певних зображень покликаних викликати у цих партійних структур певну реакцію.

Меседжи характерні для цього типу комунікації можна розділити на такі групи:

1. спонукаючи до дії ( партія пропонує об'єднання навколо певних цінностей; партія пропонує створення виборчого блоку або парламентської коаліції; партія закликає до переходу в опозицію)

2. інформаційні (партія повідомляє союзні або конкурентні партійні структури про наявність у неї певних ресурсів; партія розсилає відкриті листи до конкурентних та союзних структур з певними вимогами)

3. директивні ( партія приймає рішення про підтримку певного виборчого блоку, кандидата або парламентської коаліції; партія приймає рішення про часткову або повну передачу своїх квот іншим партійним структурам)

4. фактичні (оприлюднення політичною партією певної документації, яка регламентує процес створення виборчих блоків, парламентських коаліцій або принципів спільної опозиційної діяльності).

Кодування інформації в цьому контексті комунікації представляє собою перетворення ідеї яка надходить від партії - комунікатора у

повідомлення, одержувачем якого є конкурентні або союзні партійні структури, що має на меті отримання реакції або її відсутність. На цьому етапі комунікації основним завданням є вибір правильних каналів як формального так і неформального типу.

Що стосується спектру каналів цього типу комунікації, то варто зазначити, що в умовах міжпартійної взаємодії використовуються формальні, неформальні, прямі та опосередковані канали.

Формальні канали передбачають офіційне здійснення інформаційної взаємодії між керівними органами партії локального та центрального рівня. Неформальні канали в свою чергу оперують неофіційною або таємною інформацією, яка є недоступною для рядових членів партії та активістів, складовими неформального комунікаційного каналу в цьому контексті може бути також поширення певних чуток, метою яких є здійснення впливу на партійні структури, які в цьому контексті є одержувачами інформації. Прямі канали комунікації передбачають рух інформації безпосередньо від партії - комунікатора до партійних структур, які в цьому контексті є одержувачем певної інформації. Опосередковані канали в свою чергу передбачають наявність партій-посередників у випадках, коли між основними суб'єктами між партійної комунікації існують певні розбіжності ідеологічного або світоглядного характеру. Партія-посередник в даному випадку грає роль стабілізатора міжпартійних відносин, і використовується при потребі створення широкої коаліції, яку складають партії диференційованого ідеологічного забарвлення.

Що стосується процесів зворотного зв'язку, то змістовним аспектом тут є отримання політичною партією реакції з боку партій, які у цьому аспекті виконують роль одержувачів інформації. Ефективність цього типу зв'язку уособлюється у можливостях політичної партії об'єднати навколо своїх програмних цілей близькі партії та блоки, що виражено у отриманні «прохідних» місць у межах передвиборчого блоку, ключових посад в межах коаліційних домовленостей та відсутності конкурентів у межах сегменту

електорального поля.

Створення передвиборчих блоків представляє собою комунікаційну діяльність двох або більше партій з метою спільного висунення кандидатів або списку кандидатів на виборах до представницьких органів влади центрального та локального рівня. Визначальним аспектом при створенні передвиборчих блоків є законодавчі норми та особливості виборчої системи певних країн. Політична практика свідчить, що у будь-якому електоральному об'єднанні цього типу розподіл ролей є нерівноцінним, в межах цього об'єднання присутні партії, які наділені значними матеріальними, фінансовими, організаційними та інформаційними ресурсами, які справляють визначальний вплив на прийняття рішень з боку інших гравців, які в межах цього об'єднання виконують роль статистів та відповідають за другорядні напрями виборчої кампанії та організаційної роботи.

Створення парламентських коаліцій є процесом добровільного об'єднання двох або більше партій для досягнення певних політичних цілей в межах парламенту. Цей тип комунікації між політичними партіями використовується у випадку, коли жодна з політичних партій не має абсолютної більшості місць у парламенті. У цьому випадку об'єднання декількох парламентських фракцій отримує можливість створення коаліційного уряду та проводити через парламент певні закони, поправки та в деяких випадках змінювати Конституцію країни. Парламентські коаліції існують в країнах, для яких є характерним те, що жодна партія не має абсолютної більшості місць у парламенті. До таких країн можна віднести Бельгію, Німеччину, Данію, Італію, Туреччину, Норвегію, Швецію, Україну та ін.

Проблематика створення коаліцій знайшла своє всебічне вивчення у межах політичної теорії.

М. Дюверже першим запропонував типологію партійних коаліцій. В межах своєї теорії він описав рушійні сили об'єднання партій у коаліції, парламентські та виборчі партійні коаліції, дослідив специфіку відносин між

членами коаліцій [16, с. 411].

Американський політолог У. Райкер використовував у методології дослідження створення коаліцій теорію раціонального вибору та ігор. Згідно з У. Райкером, актори будуть створювати коаліції виключно на основі принципу оптимальної величини. Ця модель створення коаліції отримала назву «мінімальної величини коаліції». Цей дослідник в межах запропонованої моделі стверджував, що прибуток для її учасників буде максимальним в межах цієї конфігурації. Такий тип коаліцій отримав назву «виграшного» [64].

М. Лайзерсон висунув гіпотезу, що при збільшенні кількості учасників коаліції кожний учасник буде намагатися увійти до коаліції з найменшою кількістю учасників. Вчений стверджував, що у процесі цього типу комунікації трьом учасникам переговорів буде значно легше домовитися, ніж в умовах наявності п'яти або шести учасників [61]. В межах політичної теорії такий принцип створення коаліцій отримав назву «принцип угоди».

Р. Аксельрод вперше в межах політичної теорії запропонував «ідеологічний» чинник формування коаліції, стверджуючи що політичні партії будуть намагатися створювати коаліції використовуючи «ліво-право» ідеологічну шкалу [55]. Цей тип створення партійних коаліцій отримав назву «мінімально поєднаної виграшної коаліції».

А. де Сван, доповнюючи теорію Р. Аксельрода, запропонував «теорію політичного простору», яка ґрунтується на тому, що політичні партії оцінюють майбутню коаліцію з точки зору сприйняття політичних цінностей майбутнього коаліційного уряду.

Отже, за допомогою різних моделей можна прогнозувати склад учасників та пояснити поведінку політичних партій у процесі формування парламентських коаліцій, що дозволяє всебічно дослідити цей тип міжпартійної комунікації.

Міжпартійна комунікація у процесі спільної опозиційної діяльності полягає у процесі протистояння офіційним органам влади з метою критики

стратегії та тактики правлячих кіл, контролю за діяльністю виконавчих органів влади, розгляду та прийняття законів та прийняття певних політичних рішень. Комунікація опозиційних партій та консолідація політичних сил цього спрямування може нести конструктивний та демократичний потенціал, уособленням якого є поява нових суспільно значущих ідей, самореалізації певних соціально-професійних груп, які не знайшли свого місця у існуючій системі владних відносин та ін. У більшості країн традиційно виділяють два типи опозиційних партій: системний та позасистемний. Перші у своїй діяльності відштовхуються від визнання непорушності основних політичних, економічних та соціальних інститутів суспільства, розходження з діючою владою проявляються тільки у виборі інструментарію досягнення загальних стратегічних цілей. Другі представляють собою радикальні політичні партії або суспільно політичні рухи, завданням яких є часткове або повне заперечення існуючої системи політичних цінностей, дискредитацію наявних політичних інститутів з подальшою делегітимацією інститутів державної влади.

Процес комунікації між політичними партіями у процесі опозиційної діяльності передбачає спільну та скоординовану діяльність політичних партій, спрямовану на критику існуючого в країні політичного режиму та контроль за діяльністю органів влади, які його уособлюють.

Ю. Шведа стверджував, що основним завданням опозиційних політичних партій є підготовка до наступних парламентських виборів. Реалізується це завдання одразу ж після закінчення попередньої виборчої кампанії і ведеться перманентно до початку наступної. Основною діяльністю є гостра та безкомпромісна критика правлячої партії поєднана з пропагандою власної програми. Незважаючи на демагогічний характер такого виду діяльності, вона слугує реалізації основної мети політичної партії – приходу до влади.

Позапарламентська опозиційна діяльність політичних партій також чинить суттєвий вплив на прийняття рішень правлячими колами. В цьому



контексті варто загадати масові маніфестації, акції протесту, мітинги та страйки, які завжди є в арсеналі опозиційних сил, і які можуть зумовити навіть політичну кризу чи відставку правлячого кабінету [52].

Також одним з головних завдань політичної партії є монополізація опозиційної діяльності та консолідація навколо своїх програмних положень якомога більшої кількості партій та суспільно-політичних рухів з метою мобілізації протестного електорату. Формами такої монополізації може бути створення «тіньових урядів», паралельних центрів впливу та інших коаліційних структур опозиційного спрямування. В подальшому ці структури можуть трансформуватися у потужні виборчі блоки. У виборчому законодавстві ряду країн не допускається створення виборчих блоків. Ця проблема вирішується шляхом інтеграції окремих політичних партій та суспільно-політичних рухів до організаційної структури найбільш організованої політичної партії, яка і стає ядром нового опозиційного об'єднання. Політична практика свідчить, що монополізація опозиційної діяльності в межах демократичних політичних систем є неможливою в силу того, що між опозиційними політичними партіями та суспільно-політичними рухами існують розбіжності ідеологічного та світоглядного характеру, що призводить до фрагментації «протестного» електорального поля.

Що стосується партійної комунікації в умовах виборчої кампанії, то перед правлячими та опозиційними партіями постає завдання консолідації навколо своєї структури менш організованих партій та суспільно-політичних рухів з метою недопущення розпорошення свого сегменту електорату. Як правлячі, так і опозиційні партії намагаються використовувати технології розпорошення електорального поля конкурентів і найбільш ефективною технологією є створення технічних партій, які для однієї з сторін виступають як «партії-сателіти», а для інших – як «партії конкуренти». Ці партійні організації відрізняються слабкою організаційною структурою, але мають у наявності суттєві інформаційні та фінансові ресурси для того, щоб озвучувати меседжи та цінності, метою яких є розкол електорального поля

основної конкуруючої партії.

Окремо треба звернути увагу на розвиток міжпартійної комунікації в рамках української політичної системи. Досліджуючи запропоновані нами форми міжпартійної комунікації, можна зазначити що:

1. українське законодавство забороняє створення передвиборчих блоків і дозволяє участь у виборах до представницьких органів влади виключно політичним партіям. Ця проблема вирішується тимчасовим злиттям двох або більше політичних партій у єдину партійну структуру, що позиціонується в межах передвиборчої кампанії як блок, але де-юре є цілісною партійною структурою;

2. створення парламентської коаліції з подальшим формуванням виконавчої вертикалі влади формалізовано законодавчими нормами згідно з якими право на формування коаліції мають виключно парламентські фракції а не окремі депутати чи групи. Фракції у більшості випадків не є монолітними утвореннями і ряд депутатів які є членами цих фракцій нерідко займають позицію, яка суперечить позиції фракції, що ставить під загрозу функціонування виконавчої вертикалі влади. Тому фракції, які складають коаліцію нерідко вступають у неформальну комунікаційну взаємодію з окремими депутатами, які не входять до складу коаліції;

3. опозиційна діяльність в межах української політичної системи не є формалізованою певними законодавчими нормами і призводить до архаїчності самого інституту опозиції. Також треба зазначити, що процеси комунікації між українськими політичними партіями опозиційного спрямування як в межах парламентської, так і в межах непарламентської діяльності є суттєво обмеженими наявністю розбіжностей ідеологічного та світоглядного спрямування.

Отже, можна зазначити, що у всіх вищеперерахованих формах міжпартійної комунікації можна виділити такі типи партійних структур з якими мусить взаємодіяти політична партія як впродовж виборчої кампанії, так і в міжвиборчий період:

1. Технічні партії (займаються підтримкою одного з ключових учасників виборчих перегонів, озвучують радикальні меседжи у відношенні до конкурентів, використовують чорні PR- технології та досить часто мають схожу назву та схожі програмні положення своїх конкурентів, що має на меті створення дезорганізації у лавах конкурентів. Також завданням цих партій є передача або продаж квот у виборчих комісіях одному з ключових учасників виборчих перегонів, що має на меті вплив та маніпуляцію результатами волевиявлення електорату. Комунікація з цим типом партійної організації здійснюється виключно за неформальними каналами і офіційно заперечується.

2. Партії-сателіти (представляють собою «м'яку опозицію» існуючому правлячому режиму в умовах існування системи з «партією-гегемоном» або ж взагалі є елементом формальної багатопартійності в умовах існування авторитарних політичних режимів. В умовах демократичного політичного режиму, перед «партіями-сателітами» постає завдання підтримки діяльності ключових партій в умовах виборчих кампаній)

3. Партнерські партії (цей тип партій не створює конкуренції на електоральному полі одній з ключових партій, за що отримує певну матеріальну, організаційну та інформаційну підтримку з боку цього учасника в умовах виборчої кампанії. В подальшому ця партія стає партнером цьому учаснику, шляхом спільної участі у формуванні коаліційного уряду або участі у опозиційній діяльності).

4. Конкурентні партії (представляють собою партійні структури, які претендують на ключове місце в існуючій партійній системі. Об'єднують навколо своїх програмних положень інші, менш організовані партійні структури та суспільно-політичні рухи, з метою перемоги на виборах та подальшому формуванню виконавчих органів влади, або монополізації опозиційної діяльності).

У свою чергу ефективність комунікативної взаємодії на міжпартійному рівні визначається можливостями політичної партії об'єднати навколо

власних програмних цілей інші політичні партії в межах виборчого блоку, парламентської коаліції та опозиційної діяльності як парламентського, так і непарламентського типу.

Для дослідження процесів міжпартійної комунікативної взаємодії в рамках українського політичного поля, нами були обрані процеси комунікації між політичними партіями упродовж парламентських кампаній 2007, 2010 та 2014 років.

У 2007 р. в межах домовленостей між президентом України В. Ющенком та прем'єр-міністром В. Януковичем були призначені дострокові парламентські вибори, метою яких був вихід з існуючої на той час політичної кризи [66].

Майбутні парламентські перегони мали пройти за існуючою на той час пропорційною виборчою системою, яка передбачала проведення виборів виключно за закритими партійними списками.

У процесі реєстрації передвиборчих списків партій, Центральною виборчою комісією України було зареєстровано 21 передвиборчий список партій та блоків.

За результатами виборчих перегонів, бар'єр у 3% пододало 5 партій та блоків, а саме Партія регіонів (ПР), яка отримала 175 місць, Блок Юлії Тимошенко (БЮТ) який отримав 156 місць, блок «Наша Україна – Народна самооборона» (НУ-НС) з результатом у 72 місця, Комуністична партія України (КПУ) отримала 27 місць та Блок Литвина, який отримав 20 місць у парламенті.

ПР та КПУ представляли собою монолітні партійні об'єднання з жорсткою централізацією. В свою чергу БЮТ представляв собою об'єднання з трьох політичних партій, а саме: ВО «Батьківщини» (ядро об'єднання), партії «Реформи і порядок» та Української соціал-демократичної партії. Блок НУ-НС в свою чергу складався з 9 партійних об'єднань, а саме: Громадянської партії «ПОРА», Європейської партії України, Народного Руху України, Народного союзу «Наша Україна» (ядро об'єднання), Партії

захисників вітчизни, Партії Християнсько-Демократичного союз, Партії «Вперед, Україно!», Української народної партії та Української республіканської партії «Собор». Блок Литвина склався лише з двох партійних об'єднань, а саме: Народної партії (ядро об'єднання) та Трудової партії України.

Ідеологічно близькі блоки, такі як БЮТ та НУНС почали роботу над створенням парламентської коаліції з метою подальшого формування уряду. Ця коаліція нараховувала 228 мандатів та була досить нестійкою, що призводило до використання неформального комунікативного механізму по відношенню до партій, які формально не були членами коаліції з метою ситуативного ухвалення рішень.

Однією з головних проблем існування даного об'єднання, було перманентне протистояння між двома фракціями, які склали коаліцію (фракція БЮТ була орієнтована на свого лідера Ю. Тимошенко, яка на той час очолювала Кабінет міністрів України) в свою чергу фракція НУ-НС значною частиною орієнтувалась на Секретаріат Президента України та на свого почесного голову В. Ющенка, який на той час обіймав посаду Президента України.

Неефективність цієї коаліції спричинила те, що восени 2008 року утворився неформальний міжфракційний союз між БЮТ та ПР, який уособлювався у синхронних голосуваннях з ключових питань, НУ-НС в свою чергу заявив про свій вихід з коаліції. Ця коаліція мала неформальний характер, тому де-юре коаліції в парламенті не існувало, що давало змогу Президенту України розпустити парламент.

Зрештою після декількох раундів коаліційних переговорів була утворена коаліція яка складалась з БЮТ, частини блоку НУ-НС та блоку Литвина (лідера якого було обрано головою Верховної Ради України). Дане об'єднання отримало назву «Коаліція національного розвитку, стабільності та порядку» і формально проіснувало до весни 2010 року.

Що стосується парламентської виборчої кампанії 2012 року, то

аналізуючи аспекти міжпартійної комунікативної взаємодії треба звернути увагу на ряд встановлених законодавчих особливостей, а саме:

- повернення до Конституції 1996 року, згідно якої Україна отримала президентсько-парламентську форму правління;
- перехід до змішаної виборчої системи, яка передбачала обрання половини кількісного складу парламенту за закритими партійними списками, інша половина обиралася за мажоритарними округами;
- встановлення прохідного бар'єру у розмірі 5%;
- заборона на участь у парламентських перегонах блоків політичних партій.

Процеси міжпартійної комунікації уособлювались у об'єднанні партійних структур з метою унеможливлення «розпорошення» цільового електорату.

Опозиційні партії, такі як ВО «Батьківщина» та ПП «Фронт змін» провели успішні переговори стосовно створення об'єданого передвиборчого списку, згодом до них приєднались ще ряд партійних структур, а саме: «Народний рух України», «Народна самооборона», «За Україну», «Реформи та порядок» та партія «Громадянська позиція». В кінцевому результаті, на базі ВО «Батьківщина» було утворено єдину партійну структуру.

У провладному партійному таборі також відбулись об'єднавчі процеси, які були уособлені у розпуску політичної партії «Сильна Україна» та рекомендації членам цієї партії вступати до лав Партії регіонів. Колишнього лідера «Сильної України» було обрано заступником голови Партії регіонів та членом Політради даної партії [45].

У подальшому процеси міжпартійної комунікації уособлювались у домовленостях про майбутню співпрацю у парламенті нового скликання та ряду домовленостей стосовно висування єдиних кандидатів у мажоритарних округах. Такі домовленості були досягненні між ВО «Батьківщина» та ВО «Свобода». Партія «УДАР» (Український демократичний альянс за реформи) зробила заяву, про те що у парламенті нового скликання, вона не буде брати

участь у коаліційних домовленостях з Партією регіонів та КПУ. Також партія «УДАР» наголосила, про наявність пунктів присяги для членів партії, згідно яких члени партії зобов'язуються не співпрацювати з Партією регіонів [22].

Для участі у виборчих перегонах, ЦВК було зареєстровано 22 політичні партії.

За результатами виборів (як за партійними списками, так і за мажоритарними округами), Партія регіонів отримала 186 мандатів, ВО «Батьківщина» дійшла до фіналу з результатом у 105 мандатів, 40 мандатів отримала партія «УДАР», Комуністична партія України та ВО «Свобода» отримали 32 та 37 мандатів відповідно. Інші партії отримали незначне представництво у мажоритарних округах.

Виходячи з того, що опозиційні партії не отримали більшості мандатів у парламенті нового скликання, було сформовано коаліцію до якої увійшли Партія регіонів, КПУ та низька депутатів обраних за мажоритарними округами.

Після подій Євромайдану та Революції гідності відбулось руйнування даного коаліційного об'єднання, та переформатування коаліції внаслідок розколу провладних фракцій.

Вже на початку 2014 року було створено коаліційне об'єднання, яке отримало назву «Європейський вибір», ядром цього об'єднання стали фракція ВО «Батьківщина», «УДАР», ВО «Свобода» та ряд депутатських груп які склались з депутатів обраних за мажоритарними округами. Метою цієї коаліції було створення дієздатного та стабільного уряду.

У кінці липня 2014 року, коаліцію покинули фракція «УДАР», ВО «Свобода» та група «Економічний розвиток», що призвело до розпаду коаліції та запустило механізм дострокових парламентських виборів.

Що стосується процесів міжпартійної комунікації в умовах цієї виборчої кампанії, то тут потрібно звернути увагу на те, що традиційні партійні структури, внаслідок подій Євромайдану та Революції гідності, або

остаточно втратили свій політичний вплив, або зазнали суттєвих трансформацій.

У серпні 2014 року відбувся розкол у лавах ВО «Батьківщина», частина партійної структури збереглась за її багаторічним лідером Ю. Тимошенко, інша частина приєдналася до новоствореної партії «Народний фронт» (НФ).

Партія регіонів фактично припинила своє існування та розкололася на декілька партійних структур, частина з яких згодом утворила «Опозиційний блок».

На базі ПП «Солідарність» та партії «УДАР», було утворено потужну партійну структуру, яка отримала назву «Блок Петра Порошенка» (БПП).

Громадське об'єднання «Самопоміч», ПП «Воля» та представники батальйону «Донбас» утворили єдиний виборчий список.

Процеси міжпартійної комунікації також уособлювались у домовленостях стосовно висування кандидатів у мажоритарних округах. «Народний фронт» зазначив про існування 11 округів, де БПП та ВО «Батьківщина» повинні затвердити єдиних кандидатів [33].

ВО «Батьківщина» після ряду консультацій з партіями-союзниками прийняла рішення зняти з реєстрації своїх кандидатів у 7 округах.

Загалом Центральною виборчою комісією для участі у виборчих перегонах було зареєстровано 29 політичних партій.

За результатами виборів як за партійними списками, так і за мажоритарними округами, депутатські мандати були розподілені наступним чином: Блок Петра Порошенка – 132 мандати, Народний Фронт – 82 мандати, Самопоміч – 33 мандати, Опозиційний блок – 29 мандатів, Радикальна партія – 22 мандати та «Батьківщина – 19 мандатів. Решту мандатів отримали представники дрібних партій та безпартійні самовисуванці обрані за мажоритарними округами.

Одразу ж після обрання нового складу парламенту було оголошено про створення коаліції яка мала налічувати понад 300 депутатів, що давало їй змогу вносити зміни до Конституції.



У кінці листопада 2014 року, п'ять парламентських фракцій, а саме, БПП, НФ, ВО «Батьківщина», «Самопоміч» та «Радикальна партія» підписали коаліційну угоду про створення у парламенті коаліції, під назвою «Європейська Україна». Це коаліційне об'єднання, на початку свого існування налічувало 302 депутати [50].

У вересні 2015 року коаліцію покинула Радикальна партія [29], у лютому 2016 року з коаліції вийшло ВО «Батьківщина»[12], також наприкінці лютого лави коаліції полишила фракція «Самопоміч» [13]. Але не зважаючи на ці тенденції коаліція за участю БПП, НФ та окремих депутатів продовжує своє існування.

Отже, в якості висновку можна зазначити, що абсолютна більшість українських політичних партій, при побудові передвиборчих блоків, парламентських коаліцій або опозиційних альянсів намагається захопити лідируючі позиції у своїй електоральній та парламентській ніші. Беручи участь у процесах міжпартійної комунікації, перед кожною політичною партією постає завдання збереження існуючих та примноження майбутніх політичних дивідендів.

### **3.4. Комунікативна взаємодія з електоратом як напрям зовнішніх партійних комунікацій: огляд інструментарію на прикладі місцевих виборів в Україні**

Процеси комунікативної взаємодії між політичною партією та електоратом можна поділити на два періоди:

1. комунікація в процесі виборчої кампанії;
2. комунікація у період між виборчими кампаніями.

До форм безпосередньої комунікації між політичною партією та електоратом в процесі виборчої кампанії може бути:

1. організовані та сплановані заходи (мітинги, зустрічі, висунення кандидатів, участь виборців у процедурі праймеріз та ін.);
2. зустрічі з трудовими колективами ( є можливим в умовах правильно побудованої комунікаційної взаємодії політичної партії та суспільно-політичних рухів функціонуючих за професіональними принципом);
3. зустрічі за місцем проживання;
4. створення клубів за інтересами (метою цієї форми комунікації є залучення якомога найбільшої кількості представників певних соціальних та професіональних груп, в якості прикладу можна привести створення на базі партійної структури певних осередків які будуть займатися проблематикою студентської молоді, людей пенсійного віку, ветеранів, робітників підприємств та ін.).

Для забезпечення належного стану комунікації між політичними партіями та електоратом, партійні структури використовують широкий спектр меседжів, які виражені у вигляді певної інформації вербального та невербального характеру яка має на меті викликати певну реакцію з боку цільових електоральних груп.

У цьому контексті комунікації меседжи можна розділити на наступні види:

- 1. спонукаючи до дії** (коли партія відкрито або неформально пропонує широкому спектру електоральних груп залучитися до реалізації певних партійних проектів спрямованих на захист політичних інтересів даних груп);
- 2. інформаційні** ( висвітлення політичною партією напрямів роботи з певними електоральними групами з метою залучення інших груп цього типу; презентація політичною партією проектів які спрямовані на захист інтересів певних груп);
- 3. директивні** ( безпосередня участь партійної структури у керівництві проектами які реалізують певні електоральні групи; менеджерська підтримка

даних проектів з боку партійних структур);

**4. фактичні** (формалізація відносин політичної партії з електоральними групами шляхом поширення заяв про співпрацю з певних питань).

Наступною складовою, є вибір правильного каналу комунікації з певними електоральними групами. З метою підвищення ефективності цього напряму комунікації вищезазначені меседжи повинні бути правильно закодовані. Система кодів повинна бути зрозумілою з боку одержувача, в цьому контексті одержувачами виступають певні електоральні групи. Найпоширенішим кодом для цього напряму комунікації виступають певні письмові та усні словотвірні конструкції.

Важливою складовою є залучення різних електоральних груп до процесів створення та обговорення виборчої програми, статуту партії, залучення до процесів висунення кандидатів, побудови системи зворотного зв'язку за допомогою партійної преси, участі представників громадськості у тематичних круглих столах, дискусійних клубах організованих на базі партійної структури та ін.

Першочерговим завданням для політичної партії є дослідження електорального ринку з метою виявлення та диференціації цільових електоральних груп, які в подальшому повинні трансформуватися у соціальну базу партії. Цільові електоральні групи в цьому контексті є об'єктом партійної комунікації.

Поява електорального ринку була обумовлена залученням до партійної та електоральної діяльності широких мас людей, посиленню суспільної стратифікації та диференціації, розвитку нових інформаційно-комунікативних технологій, нових засобів агітації та пропаганди. Всі перераховані фактори зумовили потребу у ринковій побудові та подальшій сегментації великих електоральних груп. В цьому контексті виборці трактуються як покупці, які реагують на певні рекламні конструкції та передвиборчі гасла, і, подібно до того, як покупці обирають товар, виборці

обирають певні партії ґрунтуючись на основі певних вподобань.

С. Пшизова трактує електоральний ринок, як механізм поєднання політичного попиту та пропозиції, місце зустрічі тих, хто виробляє політику та тих, хто її споживає. Цей ринок формується у поєднанні з розвитком інститутів представницької демократії [39, с. 120].

Г. Хейл вважає, що партії в умовах електорального ринку грають роль виробника послуг, які допомагають кандидату вигравати голоси, а кандидати виступають в ролі споживачів цих послуг.

Пропозиція в межах цього типу ринкових відносин зумовлюється кількістю учасників, які беруть участь у виборчій кампанії. Ці учасники наділені певним якісними характеристиками та конкурентно взаємодіють у відповідності до певних правил, які встановлює ринок. Для аналізу політичного ринку в межах демократичної політичної системи, яка передбачає наявність двох або більше акторів, найбільш доцільною є ідентифікація даних акторів за такими індикаторами як ідеологія, місце в системі владних відносин, позиція з ключових питань та ін.

Окремим аспектом цього типу комунікації потрібно виділити **емоційну складову** яка безпосередньо впливає на поведінку електоральних груп в межах електорального ринку.

В. Римський вважав електоральну поведінку системою взаємопов'язаних реакцій, дій або бездіяльності громадян, які здійснюються з ціллю пристосування індивідів до політичних виборів [40].

В. Бунь трактує електоральну поведінку як політичні пріоритети виборців які виражені ними в ході голосувань на виборах та референдумах. Дана дослідниця вважає що електоральна поведінка представляє собою певний процес а не закінчену дію. Поведінка виборця на її думку передбачає обов'язковість систематизації інформації з подальшим прийняттям певних рішень, вибору того чи іншого кандидата або політичного рішення. [8]

Першою фундаментальною працею в межах якої було досліджено електоральну поведінку, можна вважати «Політичну картину Західної

Франції в період Третьої Республіки», автором якої був А. Зігфрід. В межах даної роботи було виділено чотири групи факторів, які чинять вплив на електоральну поведінку. Серед яких виділено:

1. особливості країни;
2. соціальна структура;
3. релігійні вподобання;
4. зовнішнє середовище [65].

Цей вчений у своїй праці робив намагання побудувати логічні зв'язки між електоральною поведінкою та низькою об'єктивних факторів економічного, політичного, географічного та культурного факторів людського існування.

Ф. Гогель, доповнюючи теорію А. Зігфрида, зазначав, що також одним з найважливіших факторів електоральної поведінки є вплив соціально-структурного характеру, тобто вплив типу поселення [36].

Більшість дослідників стверджує, що цей підхід до дослідження електоральної поведінки носить суто описовий характер та не дозволяє дослідити просторові зміни у електоральній поведінці.

На сьогодні у межах політичної теорії виділяють три підходи, які дозволяють дослідити фактори електоральної поведінки:

1. Соціологічний підхід, головним представником якого був американський дослідник П. Лазарсфельд. Досліджуючи матеріали президентських виборів 1948 року, він прийшов до висновку, що електоральна поведінка визначається не свідомими політичними уподобаннями, а приналежністю до великих соціальних груп. Кожна з цих соціальних груп забезпечує стабільну електоральну базу для певної партії. Такий тип поведінки отримав назву «експресивний». С. Ліпсет та С. Роккан доповнюючи дану теорію, виділили чотири типи конфліктів, які чинять вирішальний вплив на електоральну поведінку. Це конфлікти за векторами: центр-периферія, держава-церква, місто-село, роботодавці-робітники. Кожний з цих конфліктів є фактором суспільної диференціації та підтримки певних партій та кандидатів [63].

2. Соціально-психологічний підхід виник як емпірично адекватне доповнення соціологічного підходу. Основним представником цього підходу є Е. Кемпбелл. В межах соціально-психологічного підходу, об'єктом солідаризації виступає не певна соціальна група а партія. Представники даного підходу стверджували, що електоральна поведінка індивідів формується у процесі ранньої соціалізації. Виражається це у схильності до підтримки певної партії, ґрунтуючись на тому, що цю партію підтримують члени сім'ї або і більш далекі предки. Подібний тип електоральної поведінки отримав назву «партійної ідентифікації», яка є важливою індивідуальною цінністю та нерідко може суперечити індивідуальним інтересам. Емпіричним обґрунтуванням даного підходу, є проведені у США дослідження, які засвідчили що виборці, які психологічно тяжіють до певних політичних партій, не приділяють уваги тому, наскільки це відповідає дійсності. Недоліки цього підходу проявилися у 60-70 рр. ХХ ст., коли в результаті досліджень було з'ясовано, що у більшості розвинених ліберальних демократіях почався відхід виборців від традиційних партійних структур та почав нівелюватись зв'язок між класовою приналежністю та електоральною поведінкою [37]

3. Раціонально-інструменталістський підхід, основним представником якого був Е. Даунс, робить наголос на тому, що «кожний громадянин обирає ту партію, яка може принести йому певні вигоди, на відміну від інших». У своїй основній праці яка мала назву «Економічна теорія демократії» він водночас стверджував що основну роль в даних оцінках грають також ідеологічні уподобання [56]. Це трактування електоральної поведінки суперечило емпіричним дослідженням, які свідчили про низький рівень заангажованості масових електоральних груп. М. Фіорина, доповнюючи цю концепцію, стверджував що «зазвичай у електоральних груп в наявності лише один вид відносно «твердих» даних: вони знають як їм жилося при цій адміністрації. Їм не потрібно детально знати економічну або зовнішню політику діючої адміністрації, щоб робити висновки про результати цієї

політики» [57]. Ця теорія «економічного голосування» отримала своє емпіричне підтвердження на основі американських та західноєвропейських електоральних даних.

Також варто зазначити, що у сучасних політологічних дослідженнях з'явилися тенденції дослідження впливу соціального середовища на електоральну поведінку. В результаті цього виділяють ще когнітивний підхід, який базується на врахуванні принципів інтеграції інформаційного впливу та когнітивних особливостей виборців. Представниками цього підходу були Р. Харкфельд, Д. Заллер та ін. Наприклад, Д. Заллер стверджував, що політична еліта, невід'ємною складовою якої є і партійна, має можливість поширювати не тільки інформацію, але і вигідні для неї оцінки та судження. Цей вплив є обумовлений тим, що значна частина електорату не в змозі критично аналізувати політичну інформацію. Але в той же час у свідомості індивідів проходять деякі ментальні та психологічні процеси, які є індивідуальними. І саме від цих процесів залежить сприйняття індивідами певної політичної інформації, яку поширює еліта [30].

Розвиток інформаційно-комунікативних технологій сприяв новому теоретичному осмисленню факторів впливу на електоральну поведінку. Американський дослідник у сфері інформаційно-комунікативних технологій Е. Тофлер робив наголос на тому, що «нова інформаційна хвиля принесе з собою власні уявлення про світ, зі своїми засобами використання часу, логіки та причино-наслідкових зв'язків [47].

Отже, можна стверджувати, що на характер електоральної поведінки та емоційну складову прийняття електорального рішення можуть сприяти такі фактори як партійна ідентифікація, класова свідомість, орієнтація на певні ідеологічні та ціннісні характеристики, та можливість отримання певних преференцій як матеріального так і не матеріального характеру.

Комунікацію між політичними партіями та електоральними групами можна розділити на три типи **каналів**: шляхом використання неформальних каналів комунікації; шляхом залучення засобів масової інформації та через

бізнесові структури.

Використання неформальних каналів у процесі комунікації між політичною партією та електоральними групами побудовано на неофіційних відносинах між партійною структурою та електоральними групами. Цей канал передбачає великий об'єм аудиторії та низьку ступінь достовірності інформації. Партійні структури можуть навмисно поширювати певні чутки, для того щоб дослідити реакцію ключових електоральних груп на неї. Також процеси даного типу комунікаційної взаємодії мають на меті орієнтацію електоральних груп в системі політичних процесів та явищ, сформувати відношення до них та вплинути на електоральну поведінку задля голосування у відповідності з очікуваннями партійної структури.

Будь-який суб'єкт політичної системи, а в цьому випадку мова йде про політичні партії, будує свої відносини з суспільством за допомогою ЗМІ. Процеси медіатизації та інтернетизації політики спричинили зростання ступеню публічності партійної та політичної діяльності, політичні партії в свою чергу адаптували свою публічну складову спираючись на формат діяльності ЗМІ, метою чого є отримання сигналів електоральними групами які надходять з боку партійних структур, які в цьому контексті виступають як комунікатори. Російський дослідник І. Засурський стверджував, що медіатизація політики представляє собою «Процес, при якому політичне життя, переміщується до символічного простору засобів масової інформації» [17, с. 29].

О. Соловйов стверджував, що слід розрізняти маркетингові та не маркетингові форми організації дискурсів в умовах медіатизації політичного простору. До маркетингових форм даний дослідник відносив піар, політичну рекламу та інші «м'які засоби», немаркетингові форми складаються з безпосередньо агітації та пропаганди. При цьому використання обох форм комунікації не залежить від існуючого в країні політичного режиму та принципу організації влади, комбінація обох форм є універсальною рисою комунікації у сучасному світі. Він робив наголос на тому, що навіть в умовах



існування демократичного політичного режиму, існує необхідність поширення цінностей, які мають на меті забезпечення виживання того чи того політичного актора, надання певної спрямованості політичному процесу, встановленню дієвого механізму контролю за настроєм певних соціальних аудиторій та демонізації іміджу ключових політичних супротивників, передбачають існування способів підтримки комунікації які мають пропагандистський характер [43].

Засоби масової інформації виконують роль інструменту діалогу між політичними партіями та суспільством. Політичні партії в умовах цього типу комунікації використовують широкий інструментарій ЗМІ. Будь-яка політична партія, яка претендує на здобуття високої електоральної підтримки використовує широкий спектр ЗМІ, до якого можна віднести телебачення, радіоканали, друковані матеріали та можливості мережі Інтернет. У процесах комунікації між політичними партіями та електоральними групами використовуються як партійні так і позапартійні ЗМІ. Партійні ЗМІ у даному контексті крім агітаційної функції, виконують також функцію зворотного зв'язку.

Отже, в межах нашого дисертаційного дослідження ми виділяємо наступні типи традиційних ЗМІ, які політичні партії використовують у процесах комунікації з електоральними групами:

1. Друковані ЗМІ (газети, журнали та друкована агітаційна продукція);
2. Радіоканали;
3. Телебачення;
4. Інтернет-технології.

Використання друкованих ЗМІ у процесах партійної комунікації є однією з традиційних форм взаємодії політичної партії та електоральних груп. Кожна політична партія, яка претендує на електоральний успіх та ключове місце в межах існуючої партійної системи використовує два типи друкованих ЗМІ. Перший представляє собою сукупність газет, журналів та інших друкованих видань метою яких є інформування електоральних груп

щодо процесів партійної діяльності як на зовнішньому, так і на внутрішньому напрямі. Дані видання розповсюджуються як в умовах виборчих кампаній так і у між виборчий період. Метою даних видань є постійна присутність політичної партії в інформаційному полі електоральних груп, для того щоб мати певний показник впізнаваності, лояльності і в подальшому популярності. Використання другого типу є характерним для різних етапів виборчої кампанії. Для даного типу друкованих ЗМІ характерно використання разом з піар-технологіями великої кількості агітаційно-пропагандистського продукту, що має на меті чинити безпосередній вплив на електоральну поведінку. Складовою другого типу є наявність публікацій агітаційного та піар характеру у ЗМІ, які позиціонують себе, як незалежні або позаполітичні, даний тип неформального інформаційного впливу з використанням такого виду комунікації, має назву «джинса».

Що стосується використання радіоканалів у процесах комунікації між політичними партіями та електоральними групами, то треба звернути увагу що радіоканали є найбільш ефективним, традиційним засобом комунікації аудіального типу. Політичні партії зазвичай не мають власних радіочастот і тому використовують приватні або державні радіоканали для комунікації з електоральними групами. Законодавство ряду країн регламентує доступ політичних партій до використання державного радіоефіру з метою агітаційної діяльності, або діяльності яка висвітлює діяльність партії. Використання приватних радіоканалів відбувається на комерційній основі та на правах реклами.

Використання телебачення з метою комунікації партійних структур з електоральними групами обумовлено тим, що засоби телекомунікаційного зв'язку поєднують у собі як аудіальний так і візуальний тип інформаційного впливу. К. Юнг зокрема зазначав, що колективне позасвідоме прагне до візуалізації, і підсвідомість людини сприймає світ за допомогою образів, а не слів. За переконанням Юнга, саме підсвідомість найбільше впливає на процес прийняття усіх важливих рішень, в тому числі і політичних [54, с. 344].

Використання телебачення політичними партіями з метою комунікації з електоральними групами є одним з найбільш дієвих засобів агітації та пропаганди. Як в рамках виборчої кампанії, так і у між виборчий період, використання засобів телекомунікаційного зв'язку покликано висвітлювати діяльність партійної структури з використанням інструментарію агітації та пропаганди. Як і у випадку з радіоканалами, законодавство ряду країн регламентує використання засобів телекомунікаційного зв'язку у передвиборчій боротьбі. Органи державної влади надають політичним партіям право висвітлювати свою позицію з використанням можливостей телебачення, які мають на меті агітацію та висвітлення партійної позиції з певних питань. Приватні телеканали в свою чергу забезпечують висвітлення даної діяльності на комерційних засадах та правах реклами. Також треба звернути увагу на те, що телебачення, як і інші традиційні засоби масової комунікації, може чинити опосередкований вплив на електоральну поведінку індивідів використовуючи знову ж таки, так звану «джинсу», яка представляє собою оплачену з боку партійних структур інформацію яка використовує технології «м'якого впливу» на політичну свідомість та прийняття електорального рішення.

На сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікативних технологій особливе місце займає використання можливостей мережі Інтернет, а зокрема технологій SMM-маркетингу.

Треба звернути увагу, що використання політичними акторами можливостей мережі Інтернет сприяє створенню або корегуванню іміджу партійного лідера або політичної партії в цілому, просуванню партійного бренду, поширенню певної інформації, яка має на меті мобілізацію електорату. Також однією з найважливіших функцій мережі Інтернет, є можливість краудфандингу, тобто збору коштів на підтримку своєї діяльності серед своїх прихильників, що дозволяє значно знизити тиск фінансово – промислових груп на процеси формування виборчих списків, висування кандидатів в одномандатних виборчих округах, формування виборчих блоків

та парламентських коаліцій та комунікаційну стратегію політичної партії в цілому. Партійну комунікацію з використанням мережі Інтернет, в рамках якої одержувачем інформації виступають електоральні групи можна розділити за принципом інструментарію на:

1. використання партійних сайтів;
2. використання можливостей SMM.

Якщо партійні сайти функціонують вже доволі тривалий час, то технології використання SMM почали розвиватися відносно недавно.

Social media marketing (SMM) представляє собою окремий напрям політичного маркетингу сутність якого полягає у просуванні партійного бренду шляхом використання соціальних платформ, найпопулярнішими з яких є Facebook, Вконтакте, Twitter та інші.

Дослідженню доцільності та ефективності використання SMM приділяли увагу такі вчені як М. Грановеттер [59], Д. Ноук [60], Л. Фріман [58] та ін. Ці вчені поклали початок формуванню теорії соціальних мереж. На сьогоднішній день аналіз соціальних мереж та їх ефективності є одним із провідних напрямків дослідження у сучасній соціології, політології, інформатиці, теорії масових комунікацій тощо.

Паралельного розвитку набув напрям, пов'язаний з дослідженням ролі та можливостей Інтернету як складової підвищення демократичності політичного процесу. Представниками даного напрямку, були такі вчені як Б. Гаріс, Р. Літан, Дж. Хопкінс, Д. Іванов [20] та ін..

Серед вітчизняних дослідників даної проблематики, можна виділити О. Горошка [11], С. Денисюк [15], О. Дубаса [41], Г. Остапенко [35] та ін.. Ці дослідники у своїх працях стверджують, що на сьогоднішньому етапі розвитку політичного процесу неможливо ігнорувати потенціал Інтернет – технологій у процесах функціонування та демократизації політичних інститутів.

На думку Г. Агафонової, головне для ефективного SMM — це якісний контент, тобто власне наповнення, зміст сторінки в соціальних мережах.

Професійно підготовлений матеріал викликає довіру користувачів, а це, у свою чергу, сприятиме поширенню цієї інформації серед усіх членів співтовариства. За допомогою маркетингу у соціальних мережах можна популяризувати партійний бренд, сформувати політичне співтовариство, підвищити рейтинг, сформувати позитивний імідж, просунути партійного лідера, а також налагодити систему збору пожертв на користь політичної партії [1].

Для підвищення використання цього каналу комунікації політичної партії з електоральними групами найбільш доцільним є:

1. наповнювати сторінки соціальних мереж, інформацією, яка може викликати значний інтерес серед користувачів даної мережі, інакше увага виборців буде розпорошена на певні незначні події;

2. використовувати механізми зворотного зв'язку, які уособлені у відповідях на запитання користувачів даної мережі з боку партійного керівництва, партійних функціонерів та партійних активістів;

3. використовувати інформацію яка відповідає формату соціальних мереж а не дублювати інформацію яка розміщена на офіційних партійних сайтах, формат соціальних мереж передбачає проведення вебінарів, флеш - мобів, відео конференцій, соціологічних опитувань та онлайн - голосувань з певних питань;

4. використовувати можливості краудфандингу з метою зниження впливу бізнес-кіл та фінансово промислових груп.

Отже, можна зазначити, що комунікація політичних партій з використанням соціальних мереж є невід'ємною складовою зовнішньої партійної комунікації.

Що стосується комунікації політичної партії з електоральними групами, де посередницьку функцію виконують бізнес структури або фінансово-промислові групи, то варто зазначити що дані об'єднання можуть мобілізувати для партії суттєві електоральні ресурси. Також це значно спрощує процеси партійної комунікації, коли партія може будувати

комунікативну стратегію з представниками даних груп а не з окремими індивідами. Треба звернути увагу що значна частина працездатного населення працює у комерційному секторі та представляє собою певну спільність, яка є значним електоральним ресурсом для політичних партій.

Використання корпоративного ресурсу у процесах комунікації політичних партій з електоральними групами полягає у впливі керівництва підприємств на електоральну поведінку підлеглих з використанням як примусового так і добровільного інструментарію, що має на меті підтримку даною електоральною групою певної політичної партії. Цей тип мотивації є характерним для країн з перехідною політичною та партійною системою. Логічним продовженням даного типу партійної комунікації є перетворення впливових фінансово-промислових угруповань на партійні структури з метою завоювання ними політичної влади. У більшості випадків ці структури будуються не за ідеологічним а за організаційним принципом, метою якого є найбільш ефективна репрезентація інтересів бізнесових кіл.

В іншому випадку, фінансово-промислові угруповання з метою посилення свого політичного впливу та зайняття лобістською діяльністю надають політичним партіям електоральну, фінансову, організаційну та інформаційну підтримку в обмін на захист власних інтересів в межах існуючої політичної системи. Електоральна підтримка уособлюється у цілеспрямованому впливі на електоральну поведінку та прийняття електорального рішення працівниками певного підприємства, керівництво якого є афілійованим з певною політичною партією. Фінансова підтримка представляє собою надання матеріальної підтримки для організаційних витрат партії пов'язаних з виборчою кампанією та функціонуванням партійної структури. Організаційна підтримка має на меті допомогу партійним структурам у вигляді підбору керівних кадрів та відповідальних осіб як на локальному, так і на центральному рівні. Інформаційна підтримка полягає у використанні можливостей афілійованих з певними фінансово-промисловими угрупованнями ЗМІ на користь певної політичної партії.

Ефективність використання трьох вищезазначених каналів комунікації вимірюється за допомогою функціонування системи зворотного зв'язку. Система зворотного зв'язку дозволяє проаналізувати співвідношення витрачених у процесі даного типу комунікації ресурсів з отриманим результатом, який в свою чергу вимірюється за допомогою проведення соціологічних опитувань, фокус-груп та в кінцевому вигляді електоральних результатах.

Також важливим чинником, який визначає ступінь ефективності комунікації між політичними партіями та електоральними групами є існуюча в країні виборча система, яка регламентує процедуру формування центральних та локальних органів влади представницького типу. В умовах мажоритарної виборчої системи комунікатором виступає певний кандидат який в свою чергу у більшості випадків є афілійованим з певними партійними структурами. В умовах цієї системи роль партійної структури є допоміжною у процесі комунікації між кандидатом та електоральними групами. В свою чергу в умовах пропорційної виборчої системи, місце політичної партії є первинним у процесі комунікації з електоральними групами і в рамках цієї системи комунікатором виступає саме партійна структура.

Що стосується комунікації політичної партії з електоральними групами у міжвиборчий період, то треба розуміти що даний період використовується партійними структурами для підвищення власної готовності до виборчої кампанії. Для даного періоду є характерним залучення широких електоральних мас до: процесу побудови або розширення партійної структури; створення, обговорення або внесення змін до партійної програми; консолідації навколо партійної структури представників ключових бізнесових кіл та фінансово-промислових угруповань; вироблення стратегічних та тактичних завдань партійної структури в умовах майбутньої виборчої кампанії; проведення соціологічних опитувань, фокус-груп та підготовці аналітичних документів з метою дослідження політичного ринку;

створення ініціативних груп, метою яких є робота над підготовкою референдумів локального або загальнодержавного характеру. Період між виборчими кампаніями займає важливе місце в процесах партійного будівництва. В хронологічних рамках даного періоду є можливою удосконалення та оптимізація партійної структури що дозволяє підготувати її до умов виборчої кампанії які динамічно змінюються.

Якщо звернутися до української політичної практики, то ми можемо побачити ряд закономірностей у процесі комунікації політичних партій з електоральними групами. Серед даних закономірностей можна виділити:

- проведення зустрічей з виборцями за місцем проживання або на виробництві, локалізованому в межах певного округу;
- використання традиційних засобів масової комунікації регіонального рівня (газети, телебачення, радіо);
- проведення соціологічних досліджень та фокус груп, дослідження локального електорального ринку;
- побудову мережі прихильників та активістів з подальшим використанням у агітаційних заходах;
- з поширенням мережі Інтернет почалось активне просування партійних брендів, використання контекстної реклами набуло активного поширення в рамках виборчих кампаній локального рівня.

Що стосується неформальної комунікативної взаємодії, то до її інструментів можна віднести спроби прямого та непрямого підкупу виборців, використання адміністративного та матеріального ресурсів на користь певних політичних сил та ін. Ці процеси прямо чи опосередковано мають місце в умовах кожної виборчої кампанії.

У межах нашого дослідження ми розглянемо основний комунікативний інструментарій українських політичних партій з електоратом, на прикладі місцевих виборів в Україні 2006, 2010 та 2015 років.

Для місцевих виборів 2006 року було встановлено пропорційну виборчу систему, на всіх рівнях крім виборів сільських та селищних рад.



Дана система сприяла тому, що депутати місцевих рад, від обласного до районного рівня, обиралися за закритими партійними списками, тому комунікація відбувалась здебільшого між виборцями та партійними структурами, а не окремими кандидатами локалізованими в межах певного округу. Але незважаючи на це, виборці здебільшого орієнтувались на конкретні персоналії, ніж на партійні структури. Це було зумовлено тим, що абсолютна більшість загальнонаціональних партій не змогли реалізувати задачі партійного будівництва на локальному рівні. Досить поширеними були випадки, коли регіональні партійні осередки комплектувалися представниками бізнес-кіл, для яких бізнес-ідентифікація превалювала над ідентифікацією партійною та ідеологічною. Це призвело до того, що у ряді місцевих рад різних рівнів було сформовано коаліції між ідеологічно полярними партійними фракціями.

Місцеві вибори 2010 року характеризувались зміною виборчої системи з пропорційної на змішану.

Для цієї виборчої кампанії стала характерною деідеологізація партійних структур. Цей процес уособлювався внутрішньопартійними дискусіями не навколо програмних засад партій, а навколо прохідних місць у передвиборчих списках, що призводило до електоральних розколів, коли виборці які були орієнтовані на певні персоналії відмовлялись підтримувати партію яка не задовольнила їх потреб у процесі формування передвиборчих списків.

Також, враховуючи те, що кандидати в депутати місцевих рад мали право не подавати власні передвиборчі програми, це призвело до поширення популістських тенденцій у процесі комунікації з електоратом. У процесі передвиборчої агітації, кандидати зосереджувались здебільшого на привабливих для електорату емоційно забарвлених гаслах, в той час як стратегічне бачення локальних проблем регіонів у них було відсутнім. Це уособлювалося у критиці центральних органів влади та привертання електоральної уваги до глобальних а не локальних проблем (критика

окремими кандидатами від опозиційних сил представників центральної влади, актуалізація мовного питання та питання вступу до НАТО з боку провладних партій та кандидатів).

Треба зазначити, що використання адміністративного тиску, також не стало винятком в умовах даної виборчої кампанії. Це уособлювалось у залученні держслужбовців до агітаційних заходів з боку провладної Партії регіонів, прямого або опосередкованого підкупу виборців, використання комунальних ЗМІ у агітаційних цілях та тиску на електорат з боку державних чиновників локального рівня.

Активну участь у цій виборчій кампанії приймали також НУО, частина з них займалась аналітичним супроводженням та висвітленням виборчої кампанії, інша частина приймала участь у балотуванні до локальних представницьких органів, третя частина відкрито працювала на певні політичні сили.

В якості висновку можна зазначити, що зміна виборчого законодавства на локальному рівні, сприяла тому, що половина депутатів місцевих рад яка була обрана за партійними списками не мала стійкого комунікативного каналу з електоратом який локалізований в межах певного округу[32].

Що стосується чергових місцевих виборів 2015 року, то тут в першу чергу треба зазначити про запровадження змін до законодавства, які уособлювались у:

- впроваджені нової виборчої системи, згідно якої місцеві ради (за винятком сільських та селищних) обираються за пропорційною системою відкритих списків, а вибори міських голів за мажоритарною системою відносною (для міст з населенням менше 90 тис. чол.) та абсолютної (для міст з населенням більше 90 тис. чол.) більшості.

- утворення (в межах політики децентралізації) нових адміністративно-територіальних одиниць (об'єднаних територіальних громад);

- внаслідок збройного конфлікту, в Україні з'явилися нові категорії

територій - окуповані, прифронтові та ін.

- поява нової соціальної структури українського суспільства - внутрішньо переміщених осіб, статус яких вимагав правового регулювання.

Що стосується безпосередньо агітаційних процесів, то згідно проміжного звіту ГО «Опора», лише 12 партій вели активну агітаційну кампанію, із них лише 6 вели агітаційну кампанію більше, ніж у третині областей України [38].

Передвиборчі програми ключових політичних партій, отримали низьку оцінку серед експертного середовища. Експерти зазначали, що у передвиборчих програмах ключових учасників виборчих перегонів переважали примітивні агітаційні технології, які не несли в собі програмного підходу до проблем регіонального розвитку. Так, наприклад за оцінкою експертів ГО «Комітет виборців України», близько 80% передвиборчих кампаній і програм політичних партій можна вважати «беззмістовними» [6].

Як і у рамках виборчої кампанії 2010 року так і в рамках виборчих перегонів 2015 року, політичні партії використовували програмні положення та передвиборчі гасла, які не належали до компетенції відповідних органів місцевого самоврядування (АТО, мирні переговори, комунальні тарифи, створення професійної та контрактної армії та ін.). За результатами опитування, яке було проведено фондом «Демократичні ініціативи», особисті якості кандидата переважали його партійну приналежність - 57% проти 34% відповідно.

Також згідно з опитуванням цього фонду, було виявлено, що кандидати уникали безпосереднього контакту з електоратом, активно використовуючи ЗМІ як основний канал комунікації. Лише 6% виборців отримували інформацію безпосередньо від кандидата. В свою чергу 50% виборців отримували інформацію через роздаткові матеріали, через зовнішні рекламні носії – 38%, з центральних телеканалів – 37% та через регіональні ЗМІ – 35%. [49]. Отже внаслідок активного використання ЗМІ у комунікації з електоратом, особисті якості стали головним чинником у процесі вибору, що

є однією з причин розчарування у електоральному рішенні у найближчій перспективі.

Маніпулювання виборчими списками, не стало винятком і для виборчої кампанії 2015 року. Дане маніпулювання полягає у тому, що велику частину списків очолювали народні депутати України, які мали великий рівень впізнаваності та підтримки, на відміну від своїх однопартійців на місцях. Одазу ж після отримання мандатів, народні депутати України від них відмовлялися і депутатами ставали кандидати які були розташовані далі по списку. Іншим різновидом даного маніпулювання є відмова певної частина новообраних депутатів від мандатів на користь колег, які здобули гірший результат у територіальних округах та не були обраними. У такий спосіб, ідея виборчої системи з відкритими списками, метою якої було збільшення впливу виборців на формування представницьких органів локального рівня - була знівельована.

Новообрані депутати представницьких органів локального рівня 2015 року, не стали винятком у процесах формування міжфракційних союзів на особистих а не на програмних чи ідеологічних засадах. Зафіксовано ряд випадків співпраці та синхронного голосування фракцій які мають полярні ідеологічні та програмні засади. Важливо також зробити наголос на тому, що в умовах запровадження цієї виборчої системи, утворилася колізія стосовно закріплення депутатів в межах певних округів, що руйнує комунікативний канал між політичними партіями та локалізованим електоратом. Одним з суттєвих недоліків даної системи є те, що деякі округи мають декілька депутатів обраних від даної місцевості, а деякі – жодного.

Отже, можна зазначити, що ключовим напрямом комунікації між політичною партією та електоральними групами є комунікація у період виборчої кампанії. Комунікація у цей період передбачає застосування усього наявного інструментарію політичної партії, метою якого є залучення найбільш високої кількості електоральних груп для підтримки партійної структури в умовах виборчої кампанії. Інструментами залучення цих груп є

інформація яка поширюється шляхом використання неформальних каналів комунікації, інформація, яка передається шляхом використання ЗМІ та інформація яка поширюється посередниками у цій комунікаційній взаємодії, у ролі посередників найбільш доцільно було б обрати певні соціально-професійні середовища. У свою чергу комунікація у міжвиборчий період носить переважно підготовчий характер, метою якого є аналіз та дослідження існуючого в межах даної політичної системи електорального ринку та дослідження поведінки цільових електоральних груп в межах даного ринку. Комунікація між партійними структурами та електоральними групами у міжвиборчий період в цьому контексті покликана для завоювання та відстоювання певної електоральної ніші в межах електорального ринку, підтримці та розвитку існуючої партійної структури, створення мережі активістів, прихильників та афілійованих з даною структурою електоральних груп, метою якого є їх «безперервне» застосування для участі у виборчих кампаніях. Комунікації з електоральними групами потрібна приділятися суттєва увага, тому що відсутність надійних каналів з електоральними групами може мати негативні наслідки в умовах позачергових або дострокових виборчих кампаніях.

### **Висновки до розділу 3.**

У межах першого підрозділу нами було розглянуто особливості комунікативної взаємодії політичних партій та органів державної влади. У процесі дослідження цього напрямку комунікації нами були розглянуті основні підходи зарубіжних та вітчизняних дослідників, які детермінують місце та роль політичних партій у системі владних відносин, ця детермінованість обумовлена тим, що політична партія є одночасно елементом громадянського суспільства та державного механізму. В цьому

контексті основним завданням політичної партії є посередницька комунікативна місія між органами державної влади та інститутами громадянського суспільства. В свою чергу завданням органів державної влади є правильна інтерпретація меседжів, які надходять з боку партійних структур, у певні управлінські рішення, метою яких є підвищення ефективності цього типу комунікації. В межах цього підрозділу нами були окреслені типи меседжів які використовує політична партія у процесах комунікації з органами державної влади. Наступним моментом є проблематика правильного кодування інформації та підбір каналів для підвищення ефективності даного типу комунікаційної взаємодії. Виходячи з особливостей ролі та місця політичних партій в межах державного механізму та політичної системи в цілому обумовлено використання формального та неформального типу каналів. Виходячи з цього, нами були запропоновані критерії ефективності каналів для цього напрямку комунікативної взаємодії. Ефективність у цьому контексті може вимірюватися ступенем залучення партійної структури для реалізації проектів загальнодержавного та локального значення та ступенем залучення органів державної влади до реалізації партійних проектів, певну реакцію, дію або бездіяльність, що і визначається системою зворотного зв'язку. В межах дослідження ефективності даного типу комунікативної взаємодії нами були виділені функції які може виконувати політична партія в рамках системи державної влади. Також в межах цього підрозділу нами було зазначено що ефективність даного напрямку комунікації суттєво залежить від ідеологічних та програмних засад політичної партії. Комунікація може вважатися ефективною коли ідеологічні та програмні цінності політичної партії співпадають з цінностями державної влади, які домінують у певний відрізок часу. Також найбільш важливими чинниками ефективності даного типу комунікації можна вважати існуючу в країні форму правління та політичний режим, окремо розглянуто вплив форми правління та типу політичного режиму на стан комунікативної взаємодії політичних партій та органів

державної влади в Україні. Отже, в процесі написання даного підрозділу, ми дійшли висновків, що від ефективності даного напрямку комунікації залежить ступінь залучення політичних партій до формування та реалізації державної політики на локальному та загальнодержавному рівні та місці політичної партії в політичній системі в цілому. У межах демократичної політичної системи, політичні партії чинять комунікативний вплив на органи державної влади шляхом участі у формуванні представницьких органів влади, при формуванні органів виконавчої влади вплив політичних партій переходить у неформальну площину. В умовах недемократичних політичних режимів роль політичних партій є суттєво обмеженою і в цьому контексті вони перестають бути ланкою між громадянським суспільством та органами державної влади. В умовах недемократичних режимів, політична партія виконує виключно роль соціальної, політичної та організаційної підтримки даного типу режимів.

Другий підрозділ дисертаційного дослідження присвячено дослідженню проблематики комунікативної взаємодії між політичними партіями та суспільно-політичними рухами, також в межах цього розділу нами було розглянуто між партійний аспект комунікаційної взаємодії. Зроблені висновки свідчать, що у процесі цього типу комунікації використовується широкий спектр меседжів, з їх подальшим кодуванням та підбору каналів. Що стосується процесів зворотного зв'язку, то ефективність цього типу комунікації визначається за ступенем відповідності витрачених на даний процес ресурсів - отриманим кінцевим результатам, які полягають у ступені консолідації різного роду громадських об'єднань соціального, політичного та професійного характеру навколо програмних цілей певної політичної партії, інтеграції даних об'єднань в рамки партійної структури та можливостями політичних партій до репрезентації інтересів даних об'єднань. Зазначено, що в даному контексті політична партія допомагає суспільно-політичним рухам будувати свою комунікативну стратегію не тільки з партійною структурою, але і з органами державної влади, політична партія

виступає свого роду ретранслятором даних меседжів. При написанні даного підрозділу окремо було досліджено особливості комунікативної взаємодії політичних партій та суспільно-політичних рухів в рамках української політичної системи.

Друга частина цього підрозділу присвячена дослідженню процесів між партійної комунікації. В межах дисертаційного дослідження нами була застосована схема яка описує даний тип комунікативної взаємодії. У контексті нашого дослідження нами було запропоновано три напрями між партійної комунікації: створення передвиборчих блоків, формування парламентських коаліцій та процеси комунікації з метою консолідованої опозиційної діяльності, також було розглянуто специфіку даних процесів в рамках політичних систем різних країн світу, в тому числі і України. Було розглянуто та опрацьовано великий масив теоретичних матеріалів за авторством українських та зарубіжних дослідників які описують ці напрями міжпартійної комунікації. Виявлено, що для даного типу комунікації є характерним наявність наступного типу партійних структур з якими політична партія повинна мати стійкий зв'язок: технічні партії, партії-сателіти, партнерські партії та конкурентні партії. Досліджуючи процеси між партійної комунікації, ми дійшли висновків, що ефективність даного напрямку комунікації, можна визначити можливостями політичної партії об'єднати навколо власних програмних цілей інші політичні партії в рамках виборчого блоку, парламентської коаліції та опозиційної діяльності як парламентського так і непарламентського типу, з метою перемоги на виборах або монополізації опозиційної діяльності.

У межах третього підрозділу нашого дисертаційного дослідження розглянуто проблематику комунікації політичних партій з електоральними групами та велику увагу приділено інструментарію даної комунікації. Перш за все даний тип партійної комунікації було диференційовано за періодичністю, яку ми розділили на комунікативні дії в умовах виборчої кампанії та у між виборчий період. Комунікація політичної партії з



електоральними групами у міжвиборчий період представляє собою підготовчий характер до комунікативних дій в умовах виборчої кампанії і розглянута у відповідному контексті. Складовими партійної комунікації з електоральними групами у між виборчий період є процеси дослідження електорального ринку, вивчення електоральної поведінки та підбір інструментів до залучення цільових електоральних груп з метою підтримки ними партійної структури. Для дослідження проблематики та специфіки електорального ринку та вивчення електоральної поведінки нами було опрацьовано великий масив спеціалізованої літератури з даної проблематики, основу якого становлять праці зарубіжних та українських дослідників.

Для дослідження процесів даного типу комунікації нами було виділено форми безпосередньої комунікації з подальшим дослідженням інструментарію даного напрямку партійної комунікації. В подальшому нами досліджено даний тип комунікативної взаємодії з використанням критеріїв запропонованих в нашій схемі. Важливе місце приділено дослідженню каналів даного типу комунікації. У цьому контексті нами були виділені наступні канали: неформальні; шляхом залучення ЗМІ та шляхом впливу на електоральні групи через бізнесові структури. Виявлено, що використання неформальних каналів слугує для визначення реакції електоральних груп на певні дії або бездіяльність партійної структури. В свою чергу використання ЗМІ у процесах даного типу комунікації передбачає правильний підбір інструментарію та вироблення цілісної комунікативної стратегії.

У процесі написання даного підрозділу, ЗМІ були диференційовані на: друковані; радіоканали; телебачення та можливості мережі Інтернет. Для кожного виду ЗМІ нами були розглянуті особливості застосування в рамках процесів даної комунікативної взаємодії, при дослідження можливостей мережі Інтернет, нами було виділено такий інструмент як SMM (Social media marketing), метою якого є залучення широких електоральних мас шляхом використання соціальних мереж. В якості окремих факторів, які чинять вплив на стан комунікації політичних партій з електоральними групами, нами було

також виділено існуючі в рамках національних політичних систем форми правління, виборчі системи та політичні режими. Для кожного з цих складових є характерним свій тип партійної комунікації з електоральними групами. Отже можна підсумувати що комунікація між політичними партіями та електоральними групами як у процесі виборчої кампанії та і у між виборчий період є невід'ємним чинником функціонування демократичної політичної системи. Комунікація у процесі виборчої кампанії передбачає залучення великої кількості цільових електоральних груп, шляхом використання широкого спектру каналів. Комунікація у між виборчий період носить здебільшого підготовчий до виборчої кампанії характер і передбачає застосування широкого інструментарію дослідження електорального ринку, особливостей електоральної поведінки, залученням цільових електоральних груп до формування стратегічних та тактичних завдань політичної партії та підготовці партійної структури до динамічних та стрімко змінюючись обставин виборчої кампанії.

## ЛІТЕРАТУРА:

1. Агафонова Г.С. Доцільність використання SMM у оптимізації функціонування політичних партій в Україні / Г.С. Агафонова // Політологічні записки. – 2013. – № 7. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap\\_2013\\_7\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2013_7_10).
2. Артеменко І.В. Парламентська діяльність політичних партій в Україні: державно-управлінський аспект / І.В. Артеменко // Публічне адміністрування: теорія та практика. – 2012. – Вип. 2. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp\\_2012\\_2\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2012_2_10).
3. Афонін Е.А. Попереднє слово / Е.А. Афонін // Політичні партії як суб'єкт формування політико-управлінської еліти в умовах політичної

модернізації: навч. посібник. – К.: Парламентське вид-во, 2008. – С. 4–5.

4. Батанов О.В. Територіальні громади та політичні партії: механізм взаємодії в політичній системі суспільства / О.В. Батанов // Часопис Київського ун-ту права. – 2004. – № 3. – С. 30–38.

5. Бёрк Э. Размышления о революции во Франции / Э. Бёрк; пер. с фр. // Социс. – 1991. – № 9. – С. 121–124.

6. Близько 80% кандидатів йдуть на місцеві вибори без конкретних програм – КВУ // Новини УНІАН. – 2015. – 9 листопада. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/politics/1148280-blizko-80-kandidativ-ydut-na-mistsevi-vibori-bez-konkretnih-program-kvu.html>.

7. Блумер Г. Коллективное поведение / Г. Блумер // Американская социологическая мысль. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 168–215.

8. Бунь В. Вплив інституційних факторів на електоральну поведінку / В. Бунь // Формування органів влади як результат виборчого процесу 2006: Матеріали міжрегіональної науково-практичної конференції, Львів, 17 червня 2006 року / уклад. А. Романюк, Л. Скочиляс. – Л.: ЦПД ЛНУ ім. І. Франка, 2006. – С. 22–28.

9. Вятр Е. Социология политических отношений / Е. Вятр; пер. с польск. – М.: Прогресс, 1979. – 228 с.

10. Гідденс Е. Соціологія / Е. Гідденс; пер. з англ. – К.: Основи, 1999. – 726 с.

11. Горошко О.І. Становлення інформаційного суспільства як фактор трансформації гендерного дискурсу / О.І. Горошко // Вісник Міжнар. Слов'янського ун-ту. Сер.: Соціол. науки. – 2008. – Т. 11, № 1. – С. 6–11.

12. Гройсман оголосив на засіданні ВР про вихід фракції «Батьківщина» з коаліції // Інтерфакс-Україна. – 2015. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/political/325746.html>.

13. Гройсман поінформував про документи «Самопоміч» щодо виходу фракції з парламентської коаліції // Інтерфакс-Україна. – 2016. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/political/325920.html>.

14. Гурне Б. Державне управління / Б. Гурне; пер. з фр. В. Шовкуна. – К.: Основи, 1993. – 165 с.
15. Денисюк С.Г. Комунікативні Інтернет-технології в сучасному виборчому процесі / С. Г. Денисюк // Соціум. Наука. Культура: матеріали восьмої Міжнародної науково-практичної конференції, 24-26 січня 2012. – К.: ТК Меганом, 2012. – С. 57–60.
16. Дюверже М. Политические партии / М. Дюверже; пер. с фр. – М.: Академический Проект, 2000. – 538 с.
17. Засурский И.И. Масс-медиа Второй республики / И.И. Засурский. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1999. – 190 с.
18. Здравомыслова Е.А. Парадигмы и модели социологии общественных движений / Е.А. Здравомыслова // Социология общественных движений: концептуальные модели исследования, 1989–1990 / ред. В.В. Костюшев. – Москва; С.-Петербург: ИС РАН, 1992. – 172 с.
19. Зінченко Т.В. Політичні партії як суб'єкт влади / Т.В. Зінченко // Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова. Сер.: Соціологія, політологія. – 2009. – Т. 14, вип. 13. – С. 513–519.
20. Иванов Д.Г. Политический PR в Интернете: российские реалии / Д.Г. Иванов // Интернет-маркетинг. – 2002. – № 4. – С. 6–14.
21. Ісаєв К.А. Політичні партії в системі державної влади / К.А. Ісаєв // Державне будівництво. – 2009. – № 2. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2009\\_2\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2009_2_42).
22. Кличко: Мы готовы сотрудничать с Партией регионов // Корреспондент.net. – 2012. – Режим доступу: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/1378777-klichko-my-gotovy-sotrudnichat-s-partiej-regionov>.
23. Ключковський Ю.Б. Проблеми реформування місцевого самоврядування в Україні / Ю.Б. Ключковський // Голос України. – 2005. – 29 липня.
24. Корнієвський О. Молодіжний рух та політичні об'єднання в

сучасній Україні / О. Корнієвський, В. Якушик. – К.: Київське братство, 1997. – 130 с.

25. Кулик В. Молода Україна: сучасний організований молодіжний рух та неформальна ініціатива / В. Кулик, Т. Голобуцька, О. Голобуцький. – К.: Центр досліджень проблем громадянського суспільства, 2000. – 457 с.

26. Лук'янов Д.В. Політичні партії в системі взаємодії громадянського суспільства та держави (роль та правове регулювання) / Д.В. Лук'янов. – Х.: Право, 2007. – 320 с.

27. Лукаш С.Ю. Політичні партії в системі взаємовідносин держави і народу в Україні: конституційно-правовий аспект / С.Ю. Лукаш // Проблеми законності: Респ. міжвід. наук. зб. / Відп. ред. В.Я. Тацій. – Х.: Нац. юрид. акад. України, 2001. – Вип. 50. – С. 34–50.

28. Любченко П.М. Політичні партії як елемент громадянського суспільства та їх вплив на розвиток місцевого самоврядування / П.М. Любченко // Проблеми законності: Респ. міжвід. наук. зб. / Відп. ред. В.Я. Тацій. – Х.: Нац. юрид. акад. України ім. Я. Мудрого, 2009. – Вип. 100. – С. 91–100.

29. Ляшко оголосив про вихід фракції Радикальної партії з коаліції // Дзеркало тижня. – 2015. – 1 вересня.

30. Малащенко И.В. Изучение электорального поведения населения: сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий / И.В. Малащенко // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-elektoralnogo-povedeniya-naseleniya-sravnitelnyy-analiz-zarubezhnyh-i-otechestvennyh-teoriy>.

31. Милль Дж. О свободе / Дж. Милль; пер. с англ. А. Фридмана // Наука и жизнь. – 1993. – № 11. – С. 10–15; № 12. – С. 21–26.

32. Місцеві вибори – 2010. Пульс країни / відп. ред. А. Когут, К. Сідаш. – К.: Лабораторія законодавчих ініціатив, 2011. – 228 с.

33. «Народный фронт» назвал округа, в которых нужен единый кандидат // LB.ua. – 2014. – Режим доступа:

[https://lb.ua/news/2014/10/11/282281\\_narodniy\\_front\\_nazval\\_kruga.html](https://lb.ua/news/2014/10/11/282281_narodniy_front_nazval_kruga.html).

34. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / М. Олсон; пер. с англ. Е. Окороченко. – М.: Фонд Экономической Инициативы, 1995. – 165 с.

35. Остапенко Г. Інформаційно-комунікаційне середовище мережі Інтернет як засіб соціалізації студентської молоді / Г. Остапенко // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 1. – С. 41–44.

36. Охременко И.В. Электоральное поведение: теория вопроса / И.В. Охременко. – Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. ун-та, 2002. – 52 с.

37. Паппи Ф.У. Политическое поведение: мыслящие избиратели и партийные системы / Ф.У. Паппи // Политическая наука: новые направления / под ред. Г. Гудина, Х.-Д. Клингеманна. – М.: Вече, 1999. – С. 262–280.

38. Проміжний звіт за результатами спостереження ОПОРИ на місцевих виборах 25 жовтня 2015 р. – Режим доступу: <http://www.oporaua.org/news/news/9257-promizhnyj-zvit-zarezultatamy-sposterezhennja-opory-na-miscevyh-vyborah-25-zhovtnja-2015-r>.

39. Пшизова С.Н. Политика как бизнес: российская версия / С.Н. Пшизова // Полис. – 2007. – № 2. – С. 119–121.

40. Римский В.Л. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан / В.Л. Римский // Решение есть всегда: Сб. трудов Фонда ИНДЕМ / ред.–сост.: Г. Сатаров, Д. Шмерлинг, Т. Кузнецова. – М.: Фонд ИНДЕМ, 2001. – С. 251–259.

41. Дубас О. Роль мас-медіа у формуванні ціннісної системи суспільства / О. Дубас // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2009. – Вип. 16. – С. 242–248.

42. Смелзер Н.Дж. Проблемы социологии. Георг-Зимелівські лекції, 1995: праці / Н.Дж. Смелзер; пер. з англ. В. Дмитрук. – Л.: Кальварія, 2003. – 128 с.

43. Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А.И. Соловьев // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–19.

44. Ставнійчук М.І. Актуальні питання вдосконалення виборчого законодавства щодо участі політичних партій у виборчому процесі / М.І. Ставнійчук // Віче. – 2003. – № 3 – С. 4–11.

45. Тігіпко став заступником глави Партії регіонів // Українська правда. – 2012. – 17 березня. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2012/03/17/6960857/>.

46. Топалова С.О. Політичні партії як суб'єкти державної влади: компаративістський аналіз: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / С.О. Топалова; Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2004. – 210 с.

47. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер; пер. с англ. – М.: АСТ, 2002. – 776 с.

48. Трунов А.А. Фрэнсис Бэкон и новое понимание политических идей / А.А. Трунов // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по материалам XXVI междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013. – С. 6–14.

49. Україна напередодні виборів: жовтень 2015 // Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. – Режим доступу: [http://dif.org.ua/modules/pages/files/1445427317\\_3798.doc](http://dif.org.ua/modules/pages/files/1445427317_3798.doc).

50. Усі п'ять партій підписали коаліційну угоду // УНІАН. – 2014. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/politics/1012037-usi-pyat-partiy-pidpisali-koalitsiynu-ugodu.html>.

51. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность: Московские лекции и интервью / Ю. Хабермас. – М.: Academia, 1995. – 252 с.

52. Шведа Ю.Р. Теорія політичних партій і партійних систем: навч. посібник / Ю. Шведа. – Л.: Тріада плюс, 2004. – 528 с.

53. Штомпка П. Социология социальных изменений / П. Штомпка; пер. с англ. под ред. В.А. Ядова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 416 с.

54. Юнг К.Г. Коллективное бессознательное / К.Г. Юнг // Хрестоматия по философии: учеб. пособие / сост. П.В. Алексеев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2007. – С. 342–346.

55. Axelrod R. Conflict of Interest: A Theory of Divergent Goals with Applications to Politics / R. Axelrod. – Chicago: Markham Publishing Comp., 1970. – 216 p.
56. Downs A. An Economic Theory of Democracy / A. Downs. – N.Y.: Harper & Brothers, 1957. – P. viii, 310.
57. Fiorina M. Retrospective Voting in American National Elections / M. Fiorina. – New Haven: Yale University Press, 1981. – 288 p.
58. Freeman L.C. Centrality in Social Networks: Conceptual Clarifications / L.C. Freeman // Social Networks. – 1979. – Vol. 1, № 3. – P. 215–239.
59. Granovetter M.S. The strength of weak ties / M.S. Granovetter // American Journal of Psychology. – 1973. – Vol. 78, № 6. – P. 1360–1380.
60. Knoke D. Network Analysis / D. Knoke, J. Kuklinski. – Beverly Hills: SAGE Publications, 1982. – 96 p.
61. Leiserson M. Factions and Coalitions in One-Party Japan: An Interpretation Based on The Theory of Games / M. Leiserson // American Political Science Review. – 1968. – Vol. 62, № 3. – P. 221–235.
62. Lin N. Social Resources and Instrumental Action / N. Lin // Social Structure and Network Analysis / P.V. Marsden, N. Lin (eds.). – Beverly Hills: Sage, 1982. – P. 131–145.
63. Lipset S.M. Cleavage Structures, Party System, and Voter Alignments: An Introduction / S.M. Lipset, S. Rokkan // Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives / S.M. Lipset, S. Rokkan (eds.). – New York: Free Press, 1967. – P. 1–67.
64. Riker W. The Theory of Political Coalitions / W. Riker. – New Haven; London: Yale University Press, 1962. – 300 p.
65. Siegfried A. Tableau politique de la France de l'Ouest sous la Troisième République / A. Siegfried. – Paris: A. Colin, 1913. – xxviii, 536 p.
66. Ukraine leaders agree on poll date // Press office of President Victor Yushchenko. – 2007. – Access mode: <http://web.archive.org/web/20070906124644/http://www.president.gov.ua/en/news>



[/data/1\\_16140.html](#).

## ВИСНОВКИ

Процеси партійної комунікації ще залишаються малодослідженою проблемою у межах сучасної політичної науки. Незважаючи на те, що політичні партії активно взаємодіють з іншими елементами політичної системи та будують систему взаємовідносин всередині партійної структури, важко говорити про комплексне дослідження цих процесів. Навіть на сучасному розвитку політичної теорії, не існує єдиного та цілісного бачення ролі даних процесів у безпосередній діяльності політичних партій як у межах виборчої кампанії, так і в міжвиборчий період. На сучасному етапі відсутній консенсус стосовно місця, ролі та інструментарію внутрішньопартійних та зовнішньопартійних відносин в межах політичної системи. В контексті цього дисертаційного дослідження нам вдалось відповісти на деякі з цих питань, здійснити теоретико-методологічний аналіз даних процесів, зафіксувати і дослідити їх прояви та інструментарій, виділити їх форми та напрями, їх взаємодію з іншими політичними інститутами, процесами та явищами, в умовах постійної трансформації партійних структур та політичної системи в цілому.

Основні результати нашого дисертаційного дослідження можна умовно поділити на декілька груп.

1. Під час аналізу великого масиву вітчизняної та зарубіжної літератури з обраної проблематики виникла необхідність у дослідженні партійних комунікацій в межах комплексу сучасних аналітичних підходів. Зокрема, партійні комунікації було диференційовано на внутрішні та зовнішні, з подальшою розробкою критеріїв та напрямів даних аспектів партійної комунікації. У процесі систематизації розглянутих підходів та існуючих теорій, вдалося сформулювати авторське визначення партійних комунікацій, відповідно до якого – це процес передачі інформації всередині партійної організації та передачі повідомлень для зовнішніх користувачів.

Цей процес спрямовано на отримання параметрів ефективного управління партійною структурою та формування прийнятної та бажаної публіци, що має на меті оптимізацію варіантів досягнення сукупності стратегічних та тактичних цілей. Основним критерієм ефективності партійних комунікацій є спроможність партійної структури адекватно реагувати на виклики як зовнішнього так і внутрішнього характеру в умовах, які динамічно змінюються. До умов внутрішнього характеру можна віднести: диференціацію партійного середовища за принципами інтересів та розбіжностей у поглядах на стратегічні та тактичні завдання партійної структури; відсутність мотивації партійних працівників; появу фракцій та груп, які діють всупереч статутним та програмним положенням політичної партії. До умов зовнішнього характеру можна віднести: тиск на партійні структури з боку органів державної влади центрального та локального рівня, шляхом перешкоджання безпосередній діяльності; створення негативного іміджу партійної структури з боку деяких ЗМІ, суспільно-політичних рухів або конкуруючих партійних структур; втрата партійною структурою впливу на ключові електоральні групи або поява конкурентів на цільовому електоральному полі та ін.

2. У межах політичної науки сформувалося декілька підходів до дослідження ролі та місця партійних комунікацій в системі політичної комунікації. У межах дисертаційного дослідження нам вдалося детально розглянути та проаналізувати особливості дослідження партійних комунікацій з позицій структурного, системного та порівняльного підходів.

Окремо були проаналізовані та систематизовані критерії та напрями як внутрішнього так і зовнішнього аспекту партійної комунікації. Серед найпоширеніших критеріїв для дослідження процесу зовнішньої партійної комунікації стали: меседжи у відношенні до одержувачів інформації; специфіка кодування інформації; емоційна складова; канали передачі інформації; специфіка дослідження зворотного зв'язку. Напрямами цього аспекту комунікації є взаємодія партійних структур з зовнішніми акторами, в

рамках нашого дисертаційного дослідження нами були виділені такі зовнішні актори як: органи державної влади, суспільно-політичні рухи, політичні партії та електоральні групи. В свою чергу для процесів внутрішньопартійної комунікації були запропоновані дещо інші критерії, а саме: кількість та ефективність векторів комунікації; відповідність засобів комунікації інформаційним потокам; швидкість обробки та проходження повідомлень; інструменти регулювання формальних та неформальних відносин всередині партійної організації; ступінь вмотивованості партійних працівників та активістів.

Досліджуючи та аналізуючи систему внутрішньопартійної комунікації, ми прийшли до висновків, що розвиток та трансформація внутрішньопартійних взаємовідносин, залежить від низки чинників, серед яких виділено: існуючу в країні законодавчу базу, яка регулює цю проблематику; традиції внутрішньопартійної демократії; будову ієрархічної партійної структури; процедуру внутрішньопартійних виборів; наявність національних, професіональних, соціальних, гендерних та інших квот.

3. Суттєвий вплив на процеси внутрішньопартійної комунікації чинить організаційна структура партії. Для централізованих, децентралізованих та мережевих партійних структур є особливим свій тип внутрішньопартійної комунікації. Для партійних структур централізованого типу є характерним обмеження впливу низових та локальних партійних організацій на прийняття рішень. Децентралізовані структури характеризуються наданням більш широких повноважень локальним організаціям у процесі прийняття рішень. Принципово новим типом є мережеві партійні структури які суттєво розширили свій вплив у багатьох країнах світу. Для даного типу є характерним заперечення традиційних механізмів формування партійної структури та побудова партійної організації за принципом надання виключних прав локальним організаціям та координація дій цих організацій за допомогою інструментарію сучасних засобів інформаційно-комунікативної взаємодії. Також окремо розглянуто процеси взаємодії

партійної структури та парламентської фракції, яка є афілійованою з даною партією. Досліджуючи процеси даного типу взаємодії, ми дійшли висновків, що процеси цього типу внутрішньопартійної комунікації залежать від особливості політичної культури, виборчої системи, існуючих політичних традицій та інституціоналізації партійних структур. Виходячи з вищезазначеного, можна спостерігати три типи даної взаємодії: домінування парламентської фракції на партійними структурами; відносна рівновага у відносинах між парламентарями та партійними функціонерами; підзвітність членів парламенту – партійним структурам.

У контексті дослідження процесів внутрішньопартійної комунікації неможливо було уникнути питання демократизації партійної структури та процесів демократизації прийняття рішень. В межах дисертаційного дослідження нами було розглянуто основні форми забезпечення внутрішньої демократизації політичних партій. До форм внутрішньопартійної демократизації нами було віднесено широкий спектр методів, завдяки яким є можливим доступ рядових членів партії до процесів обговорення, ухвалення рішень, кадрових питань та участі у розробці документів, які регулюють діяльність партійної структури (програма, статут). У процесі дослідження цієї проблематики, ми прийшли до висновків, що внутрішня демократія в межах партійної структури, означає що ключові процеси які відбуваються в середині політичної партії будуються за принципом колегіальності, також це явище покликано нівелювати можливості однієї особи або певної групи узурпувати владу в партії. Політична практика свідчить, що еволюція партійних структур неминуче призводить до плюралізму у внутрішньопартійних відносинах, межі якого регламентуються виключно програмними цілями.

Політичні партії сучасної України у своїй більшості не відповідають критеріям демократичності та знаходяться в цьому сенсі на перехідному етапі. Для провідних партійних структур сучасної України є характерною напівтіньова, напівзакрита структура яка покликана обслуговувати інтереси

вузьких кіл бізнесових та політичних угруповань.

4. У межах дисертаційної роботи, зовнішній аспект партійної комунікації розглянуто у контексті взаємодії політичної партії з рядом ключових елементів політичної системи, а саме: органами державної влади; суспільно-політичними рухами; електоральними групами та процесом між партійної комунікації. У процесі дослідження цього напрямку комунікативної взаємодії, ми дійшли висновків, що політична партія у процесі взаємодії з вищевказаними елементами політичної системи, виконує ряд функцій які дозволяють їй чинити вирішальний вплив на процес прийняття рішень з боку органів державної влади; залучати широкі соціально-професійні групи до політичної діяльності; будувати ефективну систему взаємовідносин з іншими партійними структурами, метою чого є створення передвиборчих блоків, парламентських коаліцій та консолідованої опозиційної діяльності. В свою чергу процес зворотного зв'язку можуть полягати у: залученні політичної партії до діяльності органів державної влади та прийнятті політичних рішень; залученні до лав політичної партії та підтримці партійної структури з боку представників суспільно-політичних рухів; участь найбільшої кількості партійних структур у процесах між партійної взаємодії, що може виражатися у створенні передвиборчих блоків та коаліцій, парламентської взаємодії та спільної опозиційної діяльності; підтримки політичної партії, та її програмних цілей з боку найбільшої кількості цільових електоральних груп.

Розглядаючи процеси комунікації між політичною партією та органами державної влади, ми дійшли до висновків, що ефективність цього типу комунікації проявляється у ступені залучення політичної партії до формування та реалізації державної політики на локальному та загальнонаціональному рівні. Якщо існуюча в країні політична система є демократичною, то політичні партії чинять комунікативний вплив на органи державної влади, шляхом участі у діяльності їх представницької складової та формуванні виконавчої. Також в межах нашого дослідження нами було виділено три основні функції які політична партія виконує у системі органів

державної влади. А саме: **кадрову** (яка має на меті делегування партійних активістів до органів державної влади); **консультативно-дорадчу** (участь політичної партії у обговоренні певних проблем локального та загальнодержавного характеру, шляхом участі у певних громадських та консультативних заходах організованих органами влади); **мобілізуючу** (яка полягає у консолідації партійного середовища з метою підтримки певних кроків органів державної влади загальнодержавного або локального рівня).

Під час дослідження процесів комунікативної взаємодії політичної партії з суспільно-політичними рухами ми дійшли висновків, що політична партія виступає для суспільно-політичних рухів суттєвим важелем впливу на органи державної влади. Цей тип об'єднань має на меті посилити власну участь у процесах реалізації програмних положень політичних партій, інтеграції власних представників до партійних структур з метою подальшої участі у роботі представницьких органів влади та впливу на органи влади та ін. Отже, можна зробити висновок, що політичні партії грають роль ретранслятора меседжів, які надходять з боку представників громадянського суспільства об'єднаних у суспільно-політичні рухи з метою здійснення впливу на органи влади. Комунікація політичних партій з інститутами громадянського суспільства є визначальним аспектом у процесі демократизації суспільних відносин.

Міжпартійний аспект комунікації може бути ефективним у разі можливості політичної партії об'єднати навколо своїх програмних положень та інших механізмів, якомога найбільшу кількість партійних структур союзного та сателітського типу. У процесі нашого дисертаційного дослідження нами було виділено такі типи партійних структур - одержувачів інформації як технічні, сателітські, партнерські та конкурентні. Стосовно форм даного типу комунікації нами було виділено: створення передвиборчих блоків, створення парламентських коаліцій, консолідація опозиційної діяльності. У процесі розгляду даних форм було опрацьовано великий масив літератури яка висвітлює проблематику даних форм комунікації. Доведено,

що для здійснення цих форм комунікації може використовуватись як формальний так і неформальний комунікативний інструментарій. Отже, можна сказати що критеріями ефективності даного типу комунікації можна вважати: отримання партією «прохідних» місць у рамках передвиборного блоку, або взагалі стати основою цього передвиборчого об'єднання; отримання партійними функціонерами посад в системі органів виконавчої влади у результаті коаліційних домовленостей в рамках парламенту; можливістю політичної партії консолідувати навколо себе більш дрібні та організаційно розвинені партійні структури з метою спільної опозиційної діяльності у парламентській та непарламентській площині. Ефективна міжпартійна комунікація є запорукою зменшення ідеологічної поляризації в рамках політичної системи та є надійним механізмом формування владної вертикалі як на представницькому, так і на виконавчому рівні.

У межах дослідження комунікативної взаємодії політичних партій та електоральних груп, нами були диференційовані хронологічні межі даного типу комунікації, а саме на комунікацію з електоральними групами у між виборчий період та безпосередньо у процесі передвиборчої кампанії. Для кожного з цих періодів нами були виділені відповідні етапи, форми та складові. У процесі нашого дисертаційного дослідження нами було розглянуто фактори, які впливають на поведінку електоральних груп, фактори формування та функціонування електорального ринку, можливості партійних структур у процесі дослідження електоральної поведінки та електорального ринку в цілому. Ці фактори розглянуті в контексті емоційної складової партійної комунікації з цільовими електоральними групами. Для дослідження цього типу комунікації, нами було досліджено три основних канали, які використовує політична партія у процесах комунікації з електоральними групами, серед яких ми виділили: **неформальні канали** (метою яких є оперування певними чутками, інформаційними продуктами та кроками які не мають офіційного підтвердження, але мають на меті дослідження реакції цільових електоральних груп на ті чи інші стратегічні та



тактичні кроки партійної структури); **ЗМІ** (цей канал є ключовим у процесах комунікації політичної партії з електоральними групами, тому що завдяки використанню традиційних та сучасних інформаційно-комунікативних засобів політична партія чинить вирішальний вплив на процеси прийняття електорального рішення з боку електоральних груп. В межах дисертаційного дослідження нами детально розглянуто вплив різних видів ЗМІ аудіального, візуального та аудіо-візуального характеру на електоральну поведінку індивідів з метою підтримки певних партійних структур); **корпоративний ресурс** ( вибір даного каналу обумовлено тим що значна частина працездатних індивідів які наділені виборчим правом є зайнятою в приватному секторі і представляє собою значний електоральний ресурс, що і обумовлює вплив політичних партій на комерційні структури з метою підтримки на виборах, з боку представників даних структур. Доведено що поєднання даних каналів сприяє найбільш повному охопленню цільових електоральних груп що виражається у високих електоральних показниках політичної партії в умовах виборчої кампанії.

Таким чином підводячи підсумок можна сказати, що ефективність партійної структури в умовах трансформації політичної участі та процесів партійного будівництва, вирішальним чином залежить від ефективності використання як внутрішнього, так і зовнішнього комунікативного інструментарію. Сучасні електоральні виклики які стоять перед політичними партіями обумовлюють постійний пошук нових форм взаємодії партійної структури з зовнішніми акторами, метою чого є розширення електоральної бази, побудова мережі прихильників та активістів, оптимізація партійної структури та формалізованої партійної документації до рамок існуючої інституціональної системи. Внутрішньопартійна комунікація в свою чергу дозволяє партійній структурі отримати гнучкість та можливість відповідати на виклики зовнішнього середовища, яке зазнає стрімких трансформацій. Побудова ефективною внутрішньої структури є ключовим аспектом партійного будівництва. Від ступеня демократизації внутрішньопартійних

відносин та пошуку нових форм внутрішньопартійної взаємодії залежить привабливість політичної партії для цільових електоральних груп, які в подальшому можуть трансформуватися у мережу партійних активістів та прихильників. Для побудови ефективної внутрішньої партійної структури необхідним є вироблення інструментарію який регламентує участь рядових партійних активістів у процесі прийняття політичних рішень, участь у виробленні програмних засад, стратегічних та тактичних засад політичної партії. Важливішим аспектом внутрішньопартійної комунікації також є вибір правильного типу мотивації партійного активу, прихильників партії та партійних функціонерів. Використання цього механізму дозволяє підготувати партійну структуру до агресивних, та динамічних умов електоральних перегонів. Ефективна внутрішня структура політичної партії є необхідною для будь якого типу організаційної структури політичної партії.

Результати дослідження які представлені в цій роботі покликані сформулювати комплексне уявлення про процеси партійної комунікації як невід'ємної складової процесів партійного будівництва та функціонування партійної організації, уявлення про зовнішній та внутрішній аспект взаємодії політичної партії з зовнішніми політичними акторами та власними структурними елементами. На основі отриманих результатів, автору вдалося виявити та систематизувати джерела, форми, напрями, критерії, особливості процесів партійної комунікації та її ролі у будівництві та функціонуванні партійної структури.

Перспективними напрямками дослідження партійно-комунікативних процесів можна вважати:

1. поглиблення вивчення світового досвіду законодавчого регулювання процесів внутрішньої та зовнішньої партійної комунікації;
2. дослідження оптимізації механізмів побудови мережевих партійних організацій, що дозволить зробити процеси партійного будівництва менш ресурсозатратними;
3. дослідження можливостей використання технологій SMM для

оптимізації процесів партійної комунікації та створення принципово нового комунікативного середовища;

4. використання можливостей франчайзингу при побудові партійної структури та оптимізації ресурсів;

5. вивчення особливостей електорального ринку та факторів, які чинять вплив на електоральну поведінку індивідів;

6. дослідження проблематики оптимізації використання партійних ЗМІ в умовах виборчих кампаній, оптимального формату та каналів комунікації;

7. можливості використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій для побудови мережі партійних активістів та прихильників;

8. особливостей законодавчого регулювання комунікативної взаємодії політичних партій та інших елементів політичної системи, ролі та місця політичної партії в даній системі відносин;

9. можливості трансформації ролі та місця суспільно-політичних рухів у процесах партійного будівництва;

10. трансформації інституту партійного членства в умовах медіатизації та інтернетизації політичної участі та впливу цих процесів на формування партійних структур;

11. дослідження сучасних зарубіжних концепцій які обґрунтовують роль та місце політичних партій в умовах інформаційного суспільства.

Перспективним завданням партійної комунікації у сучасній Україні повинен стати пошук шляхів гармонізації внутрішньої та зовнішньої складових комунікації політичної партії, що дозволить оптимізувати ресурсне забезпечення партій в умовах максимізації одержуваних результатів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Г.С. Доцільність використання SMM у оптимізації функціонування політичних партій в Україні / Г.С. Агафонова // Політологічні записки. – 2013. – № 7. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap\\_2013\\_7\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2013_7_10).
2. Арон Р. Демократия и тоталитаризм / Р. Арон; пер. с фр. Г.И. Семенова. – М.: Текст, 1993. – 303 с.
3. Артеменко І.В. Парламентська діяльність політичних партій в Україні: державно-управлінський аспект / І.В. Артеменко // Публічне адміністрування: теорія та практика. – 2012. – Вип. 2. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp\\_2012\\_2\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2012_2_10).
4. Афонін Е.А. Попереднє слово / Е.А. Афонін // Політичні партії як суб'єкт формування політико-управлінської еліти в умовах політичної модернізації: навч. посібник. – К.: Парламентське вид-во, 2008. – С. 4–5.
5. Ашин Г.К. Критика современных буржуазных концепций лидерства / Г.К. Ашин. – М.: Мысль, 1978. – 136 с.
6. Бабинська Н. А як у них? Світові парламентські практики / Н. Бабинська, А. Константинівська, О. Рибій, А. Бондарчук. – К.: Опора, 2016. – 80 с. – Режим доступу: [http://radaprogram.org/sites/default/files/publications/yak\\_u\\_nyh\\_svitovi\\_parlamentski\\_praktyky\\_2016\\_rik\\_drukovana\\_versiya.pdf](http://radaprogram.org/sites/default/files/publications/yak_u_nyh_svitovi_parlamentski_praktyky_2016_rik_drukovana_versiya.pdf).
7. Балакірева О.М. Соціальні настрої та електоральні орієнтації населення України: квітень 2011 р. / О.М. Балакірева, Д.А. Дмитрук // Український соціум. – 2011. – № 3. – С. 183–202.
8. Батанов О.В. Територіальні громади та політичні партії: механізм взаємодії в політичній системі суспільства / О.В. Батанов // Часопис Київського ун-ту права. – 2004. – № 3. – С. 30–38.
9. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у

глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.

10. Бёрк Э. Размышления о революции во Франции / Э. Бёрк; пер. с фр. // Социс. – 1991. – № 9. – С. 121–124.

11. Білоус А.О. Політико-правові системи: світ і Україна: Навч. посібник / А.О. Білоус. – К.: Асоціація молодих укр. політологів і політиків, 2000. – 200 с.

12. Близько 80% кандидатів йдуть на місцеві вибори без конкретних програм – КВУ // Новини УНІАН. – 2015. – 9 листопада. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/politics/1148280-blizko-80-kandidativ-ydut-na-mistsevi-vibori-bez-konkretnih-program-kvu.html>.

13. Блумер Г. Коллективное поведение / Г. Блумер // Американская социологическая мысль. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 168–215.

14. Бунин И. Праймериз во Франции: история и современность / И. Бунин // Политком.RU. – 2016. – Режим доступу: <http://politcom.ru/21268.html>.

15. Бунь В. Вплив інституційних факторів на електоральну поведінку / В. Бунь // Формування органів влади як результат виборчого процесу 2006: Матеріали міжрегіональної науково-практичної конференції, Львів, 17 червня 2006 року / уклад. А. Романюк, Л. Скочиляс. – Л.: ЦПД ЛНУ ім. І. Франка, 2006. – С. 22–28.

16. Бурдьє П. Социология политики / П. Бурдьє; пер. с англ. – М.: Sosio-Logos, 1993. – 336 с.

17. Бусова Н.А. Делиберативная модель демократии и политика интересов / Н.А. Бусова // Вопросы философии. – 2002. – № 5. – С. 45–58.

18. Вебер М. Политика как призвание и профессия / М. Вебер // Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 643–706.

19. Виртосу І. Гроші партій. Гендерна квота депутатів / І. Виртосу // Українська правда. – 2016. – 16 листопада. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/11/16/220145/>.

20. Волдрон Д. Теоретичні засади лібералізму / Д. Волдрон //

Лібералізм: Антологія / Упоряд.: О. Проценко, В. Лісовий. – К.: Смолоскип, 2002. – С. 64–83.

21. Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина». Статут. – Режим доступу: <https://ba.org.ua/statut/>.

22. Вятр Е. Социология политических отношений / Е. Вятр; пер. с польск. – М.: Прогресс, 1979. – 228 с.

23. Гаман-Голутвина О.В. Российские партии на выборах: картель «хватай всех» / О.В. Гаман-Голутвина // Полис. – 2004. – № 1. – С. 22–24.

24. Гідденс Е. Соціологія / Е. Гідденс; пер. з англ. – К.: Основи, 1999. – 726 с.

25. Горошко О.І. Становлення інформаційного суспільства як фактор трансформації гендерного дискурсу / О.І. Горошко // Вісник Міжнар. Слов'янського ун-ту. Сер.: Соціол. науки. – 2008. – Т. 11, № 1. – С. 6–11.

26. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / И. Гофман; под ред. Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой; вступ. статья Г.С. Батыгина. – М.: Институт социологии РАН, 2003. – 752 с.

27. Гриценко О. Суспільство, держава, інформація / О. Гриценко. – К.: РВЦ «Київський університет», 2001. – 165 с.

28. Гройсман оголосив на засіданні ВР про вихід фракції «Батьківщина» з коаліції // Інтерфакс-Україна. – 2015. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/political/325746.html>.

29. Гройсман поінформував про документи «Самопоміч» щодо виходу фракції з парламентської коаліції // Інтерфакс-Україна. – 2016. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/political/325920.html>.

30. Гурне Б. Державне управління / Б. Гурне; пер. з фр. В. Шовкуна. – К.: Основи, 1993. – 165 с.

31. Даль Р. О демократии / Р. Даль; пер. с англ. А.С. Богдановского; под ред. О.А. Алякринского. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 208 с.

32. Дегтярев А.А. Основы политической теории: Учеб. пособие / А.А. Дегтярев Ин-т «Открытое о-во». – М.: Высш. шк., 1998. – 239 с.

33. Денисенко В. Політична інтеракція в контексті комунікативної раціональності / В. Денисенко // Вісник Львівського університету. Сер.: Філософсько-політологічні студії. – 2013. – Вип. 3. – С. 63–76.
34. Денисюк С.Г. Комунікативні Інтернет-технології в сучасному виборчому процесі / С. Г. Денисюк // Соціум. Наука. Культура: матеріали восьмої Міжнародної науково-практичної конференції, 24-26 січня 2012. – К.: ТК Меганом, 2012. – С. 57–60.
35. Доган М. Сравнительная политическая социология / М. Доган, Д. Пеласси; пер. с англ. – М.: Соц.-полит. журн., 1994. – 272 с.
36. Дубас О. Роль мас-медіа у формуванні ціннісної системи суспільства / О. Дубас // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2009. – Вип. 16. – С. 242–248.
37. Дюверже М. Политические партии / М. Дюверже; пер. с фр. – М.: Академический Проект, 2000. – 538 с.
38. Журавський В.С. Становлення і розвиток українського парламентаризму (теоретичні та організаційно-правові проблеми) / В.С. Журавський. – К.: Парламентське вид-во, 2002. – 344 с.
39. Закария Ф. Возникновение неолиберальных демократий / Ф. Закария; пер. с англ. А. Смирнова // Логос. – 2004. – № 2 (42). – С. 55–70.
40. Засурский И.И. Масс-медиа Второй республики / И.И. Засурский. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1999. – 190 с.
41. Здравомыслова Е.А. Парадигмы и модели социологии общественных движений / Е.А. Здравомыслова // Социология общественных движений: концептуальные модели исследования, 1989–1990 / ред. В.В. Костюшев. – Москва; С.-Петербург: ИС РАН, 1992. – 172 с.
42. Зінченко Т.В. Політичні партії як суб'єкт влади / Т.В. Зінченко // Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова. Сер.: Соціологія, політологія. – 2009. – Т. 14, вип. 13. – С. 513–519.
43. Иванов Д.Г. Политический PR в Интернете: российские реалии / Д.Г. Иванов // Интернет-маркетинг. – 2002. – № 4. – С. 6–14.

44. Исаев Б.А. Практическая партология: Генезис партий и партийно-политических систем / Б.А. Исаев. – С.-Пб.: ИД «Петрополис», 2010. – 514 с.

45. Ісаєв К.А. Політичні партії в системі державної влади / К.А. Ісаєв // Державне будівництво. – 2009. – № 2. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2009\\_2\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2009_2_42).

46. Калмыков А.А. Четвертая политическая сила / А.А. Калмыков // Вестник РГГУ. Сер.: Политология. Социально-коммуникативные науки. – 2012. – № 1. – С. 21–28.

47. Канджемі Дж.П. Психологія сучасного лідерства: Американські дослідження / Дж.П. Канджемі. – М.: Когіто-Центр, 2006. – 288 с.

48. Караваев А. Внутрипартийное голосование (праймериз) как фактор развития демократии в современной России (на примере Алтайского края) / А. Караваев // Власть. – 2012. – № 11. – С. 65–70.

49. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні» / Л.Д. Климанська. – Л.: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2007. – 332 с.

50. Кличко: Мы готовы сотрудничать с Партией регионов // Корреспондент.net. – 2012. – Режим доступу: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/1378777-klichko-my-gotovy-sotrudnichat-s-partiej-regionov>.

51. Ключковський Ю.Б. Проблеми реформування місцевого самоврядування в Україні / Ю.Б. Ключковський // Голос України. – 2005. – 29 липня.

52. Кодекс належної практики щодо політичних партій: Ухвалений Венеціанською Комісією на 77 пленарній сесії на основі коментарів пана К. Клоза Монтеро, Ж-К. Кольяра // Вибори та демократія. – 2010. – № 1. – С. 84–120.

53. Колбеч Г. Політика: Основні концепції в суспільних науках / Г. Колбеч; пер. з англ. О. Дем'янчука. – К.: Вид. дім «КМ Академія», 2004. – 128 с.



54. Конституционное (государственное) право зарубежных стран: Общая часть / рук. авт. колл. и отв. ред. Б.А. Страшун. – 4-е изд., обновл. – М.: НОРМА: ИНФРА-М, 2010. – 896 с.

55. Коргунюк Ю.Г. Эволюция организационных форм политических партий и современная представительная демократия / Ю.Г. Коргунюк // Полития. – 2004. – № 1. – С. 25–69.

56. Корнієвський О. Молодіжний рух та політичні об'єднання в сучасній Україні / О. Корнієвський, В. Якушик. – К.: Київське братство, 1997. – 130 с.

57. Королева М.С. Праймериз: путь к демократии. Российская теория и практика / М.С. Королева // Трибуна молодого ученого: актуальные проблемы науки глазами молодежи – 2014: Сб. материалов III Междунар. студенческой электронной научно-практической конференции 15 июля 2014 г. / отв. ред. А.А. Челтыбашев. – Мурманск: АНО АЦНИЭ, 2014. – С. 152–158.

58. Корченкова Н. Российские праймериз примерили к мировым / Н. Корченкова // Коммерсантъ. – 2016. – № 90. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2995705>.

59. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – Киев; С.-Петербург; Москва: Издательский дом «Вильямс», 1998. – 354 с.

60. Кравченко Н.П. Цели и задачи спецкурса «Государственный политический маркетинг в СМИ» / Н.П. Кравченко // Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды: сб. материалов Всеросс. науч.-практ. конф. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008.

61. Кресіна І. До питання про визначення поняття громадянського суспільства і української революції 2004 року / І. Кресіна // Політичний менеджмент. – 2004. – № 6. – С. 3–10.

62. Кройтор А.В. Внутрішньопартійна взаємодія через призму теорій політичних еліт / А.В. Кройтор // Актуальні проблеми політики: зб. наук.

праць. – Одеса, 2014. – Вип. 51. – С. 283–296.

63. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок / Ч.Х. Кули; пер. с англ. под ред. А.Б. Толстова. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 320 с.

64. Кулик В. Молода Україна: сучасний організований молодіжний рух та неформальна ініціатива / В. Кулик, Т. Голобуцька, О. Голобуцький. – К.: Центр досліджень проблем громадянського суспільства, 2000. – 457 с.

65. Левенець Ю. Теорія коаліційних урядів: світовий досвід та українська практика / Ю. Левенець, Г. Зеленько, О. Фісун // Політичні проблеми сучасної України: наук. доп. – К.: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2012. – С. 39–69.

66. Лісовський В.М. Політична і партійна ідеологія українського суспільства: різновекторність та перспективи розвитку / В.М. Лісовський // Наукові праці [Чорноморського держ. ун-ту ім. П. Могили]. Сер.: Політологія. – 2012. – Т. 178, вип. 166. – С. 56–58.

67. Лукаш С.Ю. Політичні партії в системі взаємовідносин держави і народу в Україні: конституційно-правовий аспект / С.Ю. Лукаш // Проблеми законності: Респ. міжвід. наук. зб. / Відп. ред. В.Я. Тацій. – Х.: Нац. юрид. акад. України, 2001. – Вип. 50. – С. 34–50.

68. Лук'янов Д.В. Політичні партії в системі взаємодії громадянського суспільства та держави (роль та правове регулювання) / Д.В. Лук'янов. – Х.: Право, 2007. – 320 с.

69. Любченко П.М. Політичні партії як елемент громадянського суспільства та їх вплив на розвиток місцевого самоврядування / П.М. Любченко // Проблеми законності: Респ. міжвід. наук. зб. / Відп. ред. В.Я. Тацій. – Х.: Нац. юрид. акад. України ім. Я. Мудрого, 2009. – Вип. 100. – С. 91–100.

70. Ляшко оголосив про вихід фракції Радикальної партії з коаліції // Дзеркало тижня. – 2015. – 1 вересня.

71. Малащенко И.В. Изучение электорального поведения населения:

сравнительный анализ зарубежных и отечественных теорий / И.В. Малащенко // Вестник Брянского государственного университета. – 2014. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-elektoralnogo-povedeniya-naseleniya-sravnitelnyy-analiz-zarubezhnyh-i-otechestvennyh-teoriy>.

72. Мануйлов Є.М. Внутрішньопартійна демократія: філософський аналіз / Є.М. Мануйлов, М.В. Толочко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Сер.: Філософія, філософія права, політологія, соціологія: зб. наук. праць. – Х.: Право, 2013. – № 1 (15). – С. 9–22.

73. Матвеев Р.Ф. Политические системы и партии / Р.Ф. Матвеев // Политические системы современной России и послевоенной Германии: Сб. материалов российско-германского «круглого стола». – Волгоград: Принт, 2005. – С. 108–130.

74. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ. М.А. Майорова]. – М.: Дело, 1997. – 704 с.

75. Меркотан К.П. Проблема багатопартійності в контексті концепцій демократичних трансформацій / К.П. Меркотан // Освіта регіону: Політологія. Психологія. Комунікації. – 2009. – № 1. – С. 39–46.

76. Місцеві вибори – 2010. Пульс країни / відп. ред. А. Когут, К. Сідаш. – К.: Лабораторія законодавчих ініціатив, 2011. – 228 с.

77. Миллер Дж. Планы и структуры поведения / Дж. Миллер, Е. Галантер, К. Прибрам. – М.: Прогресс, 1964. – 239 с.

78. Милль Дж. О свободе / Дж. Милль; пер. с англ. А. Фридмана // Наука и жизнь. – 1993. – № 11. – С. 10–15; № 12. – С. 21–26.

79. Михельс Р. Социология политической партии в условиях демократии / Р. Михельс // Диалог. – 1990. – № 3. – С. 55–60; № 5. – С. 81–86; № 7. – С. 74–78; № 9. – С. 49–53; № 11. – С. 56–62.

80. Морарь М.В. Політична комунікація в іміджмейкерстві партійного лідера / М.В. Морарь // Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип. 81. – С. 329–333.

81. Морарь М.В. Партийна комунікація як різновид політичної комунікації / М.В. Морарь // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер.: Філософія. Політологія. – 2011. – Вип. 102. – С. 37–41.

82. Морарь М.В. Парти́йне лідерство у політичних процесах сучасної України: автореф. дис. ... д-ра політ. наук: 23.00.02 / М.В. Морарь; Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2013. – 31 с.

83. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии / Е.Г. Морозова. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 1999. – 247 с.

84. Морозова Н.А. Коммуникации в организации: комплексный подход / Н.А. Морозова // Современные технологии управления. – 2011. – № 9 (9). – Режим доступа: <http://sovman.ru/article/0902/>

85. Моска Г. Правящий класс / Г. Моска; пер. с англ. и примеч. Т.Н. Самсоновой // Социс. – 1994. – № 10. – С. 187–198.

86. Мотрошилова Н.В. О современном понятии гражданского общества / Н.В. Мотрошилова // Вопросы философии. – 2009. – № 6. – С. 29–30.

87. Мэра Николаева Сенкевича обвинили в сращивании с «Оппоблоком» / Интернет-издание «Мой город». – 2016. – Режим доступа: <https://mycity.mk.ua/news/273270>.

88. «Народный фронт» назвал округа, в которых нужен единый кандидат // LB.ua. – 2014. – Режим доступа: [https://lb.ua/news/2014/10/11/282281\\_narodniy\\_front\\_nazval\\_kruga.html](https://lb.ua/news/2014/10/11/282281_narodniy_front_nazval_kruga.html).

89. Никоненко С.А. Политические партии как институт политической организации гражданского общества / С.А. Никоненко // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2011. – Вып. 10 (102). – С. 278–282.

90. Никонова Л.И. Праймериз: фрагменты конституционного опыта современных государств / Л.И. Никонова // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – № 3 (82). –

С. 74–77.

91. Нідермайер О. Внутрішньопартійна демократія / О. Нідермайер // Політичні партії в демократичному суспільстві. – К., 2001. – С. 23–40.

92. Нікогосян О. Тенденції розвитку політичних партій в посткомуністичних країнах / О. Нікогосян // Віче. – 2008. – № 2. – С. 8–9.

93. Обушний М.І. До питання сутності поняття «партійна комунікація» / М.І. Обушний // Дні науки філософського факультету – 2010: Міжнародна наукова конференція (21–22 квітня 2010 року): Матеріали доповідей та виступів. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. – Ч. ІХ. – С. 81–83.

94. Об'єднання «Самопоміч». Статут. – Режим доступу: <http://samopomich.ua/wp-content/uploads/2016/08/statut-party.pdf>.

95. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / М. Олсон; пер. с англ. Е. Окороченко. – М.: Фонд Экономической Инициативы, 1995. – 165 с.

96. Основні процедури внутрішньопартійної демократії. Аналітичний огляд / підг.: С.Г. Конончук, О.А. Ярош. – К.: Укр. незалежний центр політ. досл., 2012. – 44 с.

97. Основы теории коммуникации: Учебник / под ред. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – 615 с.

98. Остапенко Г. Інформаційно-комунікаційне середовище мережі Інтернет як засіб соціалізації студентської молоді / Г. Остапенко // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 1. – С. 41–44.

99. Острогорский М.Я. Демократия и политические партии / М.Я. Острогорский. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1997. – 640 с.

100. Охременко И.В. Электоральное поведение: теория вопроса / И.В. Охременко. – Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. ун-та, 2002. – 52 с.

101. Павленко І. Ідеологічні трансформації провідних політичних партій України / І. Павленко // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 1 (6). – С.

13–19.

102. Павленко І.А. Інститут внутрішньопартійної демократії як чинник формування ефективної моделі державної влади / І.А. Павленко // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 4 (9). – С. 16–23.

103. Павленко І.А. Стратегія внутрішньої демократизації політичних партій в Україні / І.А. Павленко // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 2 (3). – С. 175–182.

104. Паппи Ф.У. Политическое поведение: мыслящие избиратели и партийные системы / Ф.У. Паппи // Политическая наука: новые направления / под ред. Г. Гудина, Х.-Д. Клингеманна. – М.: Вече, 1999. – С. 262–280.

105. Парето В. О применении социологической теории / В. Парето // Социс. – 1995. – № 10. – С. 137–145; 1996. – № 1. – С. 108–118.

106. Партія «Блок Петра Порошенка». Статут. – Режим доступу: [http://solydarnist.org/?page\\_id=941](http://solydarnist.org/?page_id=941).

107. Политическая теория в XX веке. Лео Штраус, Майкл Оукшот, Джон Ганнел и др. Антология / под ред. А. Павлова. – М.: Территория будущего, 2008. – 416 с.

108. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Москва: «Рефл-бук»; Киев: «Ваклер», 2001. – 656 с.

109. Примуш М. Партійне будівництво. Міфологія і генезис / М. Примуш // Віче. – 2005. – № 3. – С. 34–36.

110. Примуш М.В. Політичні партії: історія та теорія / М.В. Примуш. – К.: Професіонал, 2008. – 416 с.

111. Проміжний звіт за результатами спостереження ОПОРИ на місцевих виборах 25 жовтня 2015 р. – Режим доступу: <http://www.oporaua.org/news/news/9257-promizhnyj-zvit-zarezultatamy-sposterezhennja-opory-na-miscevyh-vyborah-25-zhovtnja-2015-r>.

112. Пшизова С.Н. Политика как бизнес: российская версия / С.Н. Пшизова // Полис. – 2007. – № 2. – С. 119–121.

113. Радченко О. Технологія партійного будівництва: Теорія і практика

/ О. Радченко. – Луганськ: Райдуга, 2007. – 160 с.

114. Римский В.Л. Клиентелизм как фактор электорального поведения российских граждан / В.Л. Римский // Решение есть всегда: Сб. трудов Фонда ИНДЕМ / ред.–сост.: Г. Сатаров, Д. Шмерлинг, Т. Кузнецова. – М.: Фонд ИНДЕМ, 2001. – С. 251–259.

115. Романюк. А. Функції політичної комунікації / А. Романюк // Портал «Культурологія в НаУОА». – Режим доступу: <http://kulturolog.org.ua/i-conference/2012/109-infconf2012/546-romaniuk.html>.

116. Рибачук М.Ф. Політичні партії у виборчому процесі 2004 року / М.Ф. Рибачук // Вибори Президента України-2004: проблеми забезпечення та захисту виборчих прав громадян України: зб. / редкол.: М.М. Рябець (голова) та ін. – К.: Фонд сприяння демократичним виборам, 2005. – С. 62–78.

117. Рибій О. Як у нас та як у них? Партійна дисципліна / О. Рибій // Рада. – 2015. – Режим доступу: <https://rada.oporaua.org/mapa-kontaktiv/5347-a-yak-u-nykh-partiyna-dystsyplina>.

118. Ростоу Д. Избранное / Д. Ростоу; пер. с англ. – М.: Политика. 2002. – 323 с.

119. Ситник О. Характеристика ідеології сучасних українських націоналістичних партій: теоретико-методологічний аспект / О. Ситник // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. – 2011. – № 3. – С. 116–128.

120. Смелзер Н.Дж. Проблеми соціології. Георг-Зімелівські лекції, 1995: праці / Н.Дж. Смелзер; пер. з англ. В. Дмитрук. – Л.: Кальварія, 2003. – 128 с.

121. Сморгунов Л.В. Сетевые политические партии / Л.В. Сморгунов // Полис. – 2014. – № 4. – С. 21–37.

122. Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А.И. Соловьев // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–19.

123. Ставнійчук М.І. Актуальні питання вдосконалення виборчого

законодавства щодо участі політичних партій у виборчому процесі / М.І. Ставнійчук // Віче. – 2003. – № 3 – С. 4–11.

124. Тігіпко став заступником глави Партії регіонів // Українська правда. – 2012. – 17 березня. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2012/03/17/6960857/>.

125. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю: навч. посібник / Є. Тихомирова. – К.: НМЦВО, 2001. – 560 с.

126. Тимченко М.М. Мережева організація як новий тип функціональної структури політичних партій / М.М. Тимченко // *Evropský politický a právní diskurz*. – 2017. – Svazek 4, 2. vydání. – P. 37–41.

127. Тимченко М.М. Основні критерії ефективності зовнішньопартійної комунікації / М.М. Тимченко // Гілея. Науковий вісник. – 2017. – Вип. 122 (7). – С. 362–365.

128. Тимченко М.М. Основні форми розвитку внутрішньої демократизації політичних партій в умовах модернізації політичної системи / М.М. Тимченко // Грані. – 2015. – № 12/1 (128). – С. 25–30.

129. Тимченко М.М. Особливості політичної взаємодії груп інтересів у внутрішньопартійних комунікаційних процесах / М.М. Тимченко // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Філософія, соціологія, політологія. – 2015. – № 5 (27). – С. 107–114.

130. Тимченко М.М. Процеси внутрішньої та зовнішньої політичної комунікації в сучасних партіях: основні концептуальні позиції / М.М. Тимченко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія, соціологія, політологія. – 2015. – № 4 (26). – С. 117–125.

131. Титаренко О.М. Партійна етика та партійна дисципліна як фактор вирішення соціально-політичних конфліктів / О.М. Титаренко. – Х.: Цифрова друкарня № 1, 2013. – 78 с.

132. Токвиль А. де. Демократія в Америці / А. де Токвиль; пер. с фр.; предисл. Г.Дж. Ласки. – М.: Прогресс, 1992. – 554 с.

133. Тома Ю.П. Коммуникативное поле политических партий:



региональный аспект / Ю.П. Тома // Актуальные проблемы современной науки и образования: Сб. научн. трудов аспирантов и соискателей. – Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2010. – С. 35–41.

134. Томенко М. Парти́йна еліта України / М. Томенко, В. Олійник. – К.: Логос, 2000. – 204 с.

135. Топалова С.О. Політичні партії як суб'єкти державної влади: компаративістський аналіз: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / С.О. Топалова; Харківський нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2004. – 210 с.

136. Тофлер О. Проблемы власти на пороге XXI века / О. Тофлер; пер. с англ. // Свободная мысль. – 1992. – № 2. – С. 113–120.

137. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер; пер. с англ. – М.: АСТ, 2002. – 776 с.

138. Трунов А.А. Фрэнсис Бэкон и новое понимание политических идей / А.А. Трунов // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история: сб. ст. по материалам XXVI междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013. – С. 6–14.

139. Україна напередодні виборів: жовтень 2015 // Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. – Режим доступу: [http://dif.org.ua/modules/pages/files/1445427317\\_3798.doc](http://dif.org.ua/modules/pages/files/1445427317_3798.doc).

140. Усі п'ять партій підписали коаліційну угоду // УНІАН. – 2014. – Режим доступу: <https://www.unian.ua/politics/1012037-usi-pyat-partiy-pidpisali-koalitsiynu-ugodu.html>.

141. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / Л. Фестингер; пер. с англ. – С.-Пб.: Речь, 2000. – 320 с.

142. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность: Московские лекции и интервью / Ю. Хабермас. – М.: Academia, 1995. – 252 с.

143. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас; пер. с нем. – С.-Пб.: Наука, 2000. – 380 с.

144. Черри К. Человек и информация / К. Черри; пер. с англ. – М.: Связь, 1972. – 368 с.

145. Чи можливо й чи доцільно в Україні запровадження інституту «праймеріз» на мажоритарних виборчих округах? // Агенція новин Firtka.if.ua. – 2012. – Режим доступу: <http://firtka.if.ua/?action=show&id=18464>.

146. Чижов Д.В. Российские политические партии: между гражданским обществом и государством / Д.В. Чижов. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2008. – 222 с.

147. Чорна Н.В. Тенденції в розвитку політичної комунікації в інформаційному суспільстві / Н.В. Чорна, Т.Г. Авксентьева // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Сер.: Питання політології. – 2010. – № 888. – С. 46–52.

148. Что такое праймериз «Единой России»? // Русская служба Би-би-си. – 2016. – Режим доступа: [http://www.bbc.com/russian/russia/2016/04/160412\\_united\\_russia\\_primaries](http://www.bbc.com/russian/russia/2016/04/160412_united_russia_primaries).

149. Шарло Ж. Политические партии и система политических партий во Франции / Ж. Шарло; пер. с фр. Е.В. Быковского. – 2-е изд. – М.: Изд-во Посольства Франции в Москве, 1993. – 55 с.

150. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций / В.И. Шаховский. – М.: Гнозис, 2008. – 416 с.

151. Шведа Ю.Р. Теорія політичних партій і партійних систем: навч. посібник / Ю. Шведа. – Л.: Тріада плюс, 2004. – 528 с.

152. Шведова Н.А. Женщины в США: механизм гендерного равенства / Н.А. Шведова // Женщина в российском обществе. – 2007. – № 4. – С. 22–53.

153. Шиманова О. Выборчі списки як індикатор внутрішньопартійної комунікації (на прикладі виборчої кампанії 2006 р.) / О. Шиманова // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2009. – Вип. 21. – С. 180–184.

154. Шиманова О. Партійна комунікація: дослідження у вітчизняній та зарубіжній науці / О. Шиманова // Вісник Львівського університету. Сер.: Філософсько-політологічні студії. – 2013. – Вип. 3. – С. 191–199.

155. Шиманова О.В. Політична комунікація в системі міжпартійних та внутрішньопартійних відносин в Україні: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / О.В. Шиманова; Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2009. – 18 с.

156. Шиманова О.В. Чинники функціонування внутрішньопартійної комунікації / О.В. Шиманова // Вестник СевГТУ. Сер.: Политология. – Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2011. – Вып. 123. – С. 220–226.

157. Шкляр Л. Політична реформа та її вплив на систему державного управління / Л. Шкляр, Я. Каспрук // Проблеми трансформації системи державного управління в умовах політичної реформи в Україні : матеріали наук.-практ. конф., 31 травня 2006 р. – К.: Вид-во НАДУ, 2006. – Т. 1. – С. 170–172.

158. Шмачкова Т.В. Мир политических партий / Т.В. Шмачкова // Полис. – 1992. – № 1–2. – С. 226–233.

159. Шмиттер Ф. Неокорпоративизм / Ф. Шмиттер; пер. с англ. // Полис. – 1997. – № 2. – С. 14–22.

160. Штомпка П. Социология социальных изменений / П. Штомпка; пер. с англ. под ред. В.А. Ядова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 416 с.

161. Щедрова Г.П. Специфіка партійних механізмів регулювання політичної конкуренції еліт / Г.П. Щедрова // Політологічні записки. – 2013. – № 2. – С. 5–17.

162. Эдельман М. Категоризация, восприятие и политика (Ч. 1) / М. Эдельман // Политическая лингвистика. – 2016. – № 58. – С. 244–250.

163. Юнг К.Г. Коллективное бессознательное / К.Г. Юнг // Хрестоматия по философии: учеб. пособие / сост. П.В. Алексеев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2007. – С. 342–346.

164. Якименко Ю.В. Громадська думка як фактор еволюції партійної системи України / Ю.В. Якименко // Політологічний вісник. – 2010. – Вип. 46. – С. 310–319.

165. Якименко Ю. Партійна система України: динаміка і чинники змін /

Ю. Якименко // Центр Разумкова. – 2015. – Режим доступу: [http://old.razumkov.org.ua/ukr/article.php?news\\_id=1246](http://old.razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=1246).

166. Ярошенко Л.В. Сутність та особливості політичної модернізації / Л.В. Ярошенко // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. Сер.: Філософія. Політологія. – 2006. – Вип. 76–79. – С. 178–181.

167. Almond G.A. Comparative Politics: A Developmental Approach / G.A. Almond, G. Bingham Powell, Jr. – Boston: Little, Brown & Co., 1966. – 221 p.

168. Apel K.-O. Transformation der Philosophie / K.-O. Apel. – Bd. 1. Sprachanalytik, Semiotik, Hermeneutik. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1973. – 157 s.

169. Axelrod R. Conflict of Interest: A Theory of Divergent Goals with Applications to Politics / R. Axelrod. – Chicago: Markham Publishing Comp., 1970. – 216 p.

170. Berlo D. The Process of Communications: An Introduction to Theory and Practice / D. Berlo. – San Diego: Harcourt School, 1960. – 318 p.

171. Bordignon F. Five Stars and a Cricket. Beppe Grillo Shakes Italian Politics / F. Bordignon, L. Ceccarini // South European Society and Politics. – 2013. – Vol. 18, № 4 (December). – P. 427–449.

172. Carothers Th. The End of the Transition Paradigm / Th. Carothers // Journal of Democracy. – 2002. – Vol. 13, № 1. – P. 5–21.

173. Clarke A. Governments and citizens getting to know each other? Open, closed, and big data in public management reform / A. Clarke, H. Margetts // Policy & Internet. – 2014. – Vol. 6, № 4. – P. 393–417.

174. Dance F. The Functions of Human Communication: A Theoretical Approach / F. Dance, C. Larson. – N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, 1976. – 206 p.

175. Deutsch K. The Nerves of Government Model of Political Communication and Control / K. Deutsch. – N.Y.: Collier-Macmillan, 1963. – 316 p.

176. Downs A. An Economic Theory of Democracy / A. Downs. – N.Y.: Harper & Brothers, 1957. – P. viii, 310.

177. Easton D. *A Framework for Political Analysis* / D. Easton. – Chicago: University of Chicago Press, 1965. – 150 p.
178. Eulau H. *H.D. Lasswell's Developmental Analysis* / H. Eulau // *Micro-Macro Political Analysis: Accent on Inquiry* / ed. by H. Eulau. – Chicago: Aldine, 1969. – P. 105–118.
179. Fiorina M. *Retrospective Voting in American National Elections* / M. Fiorina. – New Haven: Yale University Press, 1981. – 288 p.
180. Freeman L.C. *Centrality in Social Networks: Conceptual Clarifications* / L.C. Freeman // *Social Networks*. – 1979. – Vol. 1, № 3. – P. 215–239.
181. Hall E. *The Silent Language* / E. Hall. – N.Y.: Doubleday Co., 1959. – 240 p.
182. *Global Database of Quotas for Women* / International IDEA, University of Stockholm and the Inter-Parliamentary Union. – Access mode: <http://www.quotaproject.org/>.
183. Golosov G. *The Effective Number of Parties: A New Approach* / G. Golosov // *Party Politics*. – 2010. – № 16. – P. 171–192.
184. Granovetter M.S. *The strength of weak ties* / M.S. Granovetter // *American Journal of Psychology*. – 1973. – Vol. 78, № 6. – P. 1360–1380.
185. Janda K. *Restructuring the Party System in Central Europe* / K. Janda // *Paper Prepared for the International Simposium*. – 1994. – Vol. 19 (November). – P. 1–3.
186. Kirchheimer O. *The Transformation of the Western European Party Systems* / O. Kirchheimer // *Political Parties and Political Development* / J. LaPalombara, M. Weiner (eds.). – Princeton: Princeton University Press, 1966. – P. 177-200.
187. Knoke D. *Network Analysis* / D. Knoke, J. Kuklinski. – Beverly Hills: SAGE Publications, 1982. – 96 p.
188. Laakso M. *Number of Parties: A Measure with Application to West Europe* / M. Laakso, R. Taagepera // *Comparative Political Studies*. – 1979. – № 12. – P. 3–27.

189. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War / H. Lasswell. – London: Kegan Paul, 1927. – 268 p.
190. Lasswell H. The structure and function of communication in society / H. Lasswell // The Communication of Ideas / L. Bryson (ed.). – N.Y.: Harper and Brothers, 1948. – P. 37–51.
191. Lazarsfeld P. The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – N.Y.: Columbia University Press, 1944. – 384 p.
192. Leiserson M. Factions and Coalitions in One-Party Japan: An Interpretation Based on The Theory of Games / M. Leiserson // American Political Science Review. – 1968. – Vol. 62, № 3. – P. 221–235.
193. Lin N. Social Resources and Instrumental Action / N. Lin // Social Structure and Network Analysis / P.V. Marsden, N. Lin (eds.). – Beverly Hills: Sage, 1982. – P. 131–145.
194. Lijphart A. The Comparable-Cases Strategy in Comparative Research / A. Lijphart // Comparative Political Studies. – 1975. – Vol. 8, № 2. – P. 158–177.
195. Lipset S.M. Cleavage Structures, Party System, and Voter Alignments: An Introduction / S.M. Lipset, S. Rokkan // Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives / S.M. Lipset, S. Rokkan (eds.). – New York: Free Press, 1967. – P. 1–67.
196. Macridis R. Comparative Politics. Notes and Readings / R. Macridis, B. Brown. – Homewood: Dorsey Press, 1961. – 432 p.
197. Molinar J. Counting the Number of Parties / J. Molinar // American Political Science Review. – 1991. – Vol. 85, № 4. – P. 83–91.
198. Parsons T. The Present Status of "Structural-Functional" Theory in Sociology / T. Parsons // Social Systems and the Evolution of Action Theory. N.Y.: Free Press, 1977. – P. 100–117.
199. Przeworski A. Democracy and the Market: Political and Economic Reforms in Eastern Europe and Latin America / A. Przeworski. – Cambridge: Cambridge University Press, 1991. – 210 p.

200. Riker W. *The Theory of Political Coalitions* / W. Riker. – New Haven; London: Yale University Press, 1962. – 300 p.
201. Rokkan S. *Methods and models in comparative study of nation-building: Paper. Preparatory meeting on problems of nation-building. UNESCO, Bruxelles, 24-25 September 1967.* – 27 p.
202. Sartori G. *Parties and Party System: Framework for Analysis* / G. Sartori. – N.Y.: ECPR Press, 1976. – 368 p.
203. Siegfried A. *Tableau politique de la France de l'Ouest sous la Troisième République* / A. Siegfried. – Paris: A. Colin, 1913. – xxviii, 536 p.
204. Schramm W. *How Communication Works* / W. Schramm // *Process and Effects of Mass Communication* / W. Schramm (ed.). – Urbana: University of Illinois Press, 1954. – P. 5–6.
205. Schedler A. *The Logic of Electoral Authoritarianism* / A. Schedler // *Electoral Authoritarianism: The Dynamics of Unfree Competition* / A. Schedler (ed.). – Boulder: Lynne Rienner, 2006. – P. 1–23.
206. Shannon C.E. *A mathematical theory of communication* / C.E. Shannon // *Bell System Technical Journal.* – 1948. – Vol. 27. – № 3. – P. 379–423; № 4. – P. 623–656.
207. Ström K. *Parliamentary democracy and delegation* / K. Ström // *Delegation and Accountability in Parliamentary Democracies* // K. Ström, W.C. Müller, T. Bergman. – Oxford: Oxford University Press, 2006. – P. 55–108.
208. *Transitions from Authoritarian Rule. Comparative perspectives* / G. O'Donnell, Ph.C. Schmitter, L. Whitehead (eds.). – Baltimore; London: The John Hopkins University Press, 1991. – 190 p.
209. *Ukraine leaders agree on poll date* // Press office of President Victor Yushchenko. – 2007. – Access mode: [http://web.archive.org/web/20070906124644/http://www.president.gov.ua/en/news/data/1\\_16140.html](http://web.archive.org/web/20070906124644/http://www.president.gov.ua/en/news/data/1_16140.html).
210. Weber M. *The Theory of Social and Economic Organization* / M. Weber. – N.Y.: Free Press, 1947. – 448 p.

211. Wildavsky A. Choosing Preferences by Constructing Institutions: A Cultural Theory of Preference Formation / A. Wildavsky // The American Political Science Review. – 1987. – Vol. 81, № 1. – P. 3–22.

212. Yales J. Geneses of Organisational Communication: An Approach to Studying Communication and Media / J. Yales, W. Orlikowski // Academy of Management Review. – 1992. – Vol. 17, № 2. – P. 299–326.