Олещук Петро Миколайович, доцент кафедри полі&shy;тичних наук Київського національного університету імені Тараса Шевченка: &laquo;Новітні політичні технології інформа&shy;ційного впливу&raquo; (23.00.02 - політичні інститути та про&shy;цеси). Спецрада Д 26.001.41 у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка МОН України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова праця

на правах рукопису

ОЛЕЩУКА ПЕТРА МИКОЛАЙОВИЧА

УДК 323.23.07(02)

ДИСЕРТАЦІЯ

НОВІТНІ ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

23.00.02 – політичні інститути та процеси

Подається на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,

результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Олещук П.М.

Науковий консультант: Малкіна Ганна Миколаївна, доктор політ. наук, доцент

КИЇВ – 2019

ЗМІСТ стор.

Вступ 17

Розділ 1. Теоретичні засади дослідження політичних технологій 26

1.1. Основні підходи до розуміння політичних технологій 26

1.2. Форми реалізації політичних технологій інформаційного

впливу

50

Розділ 2 Особливості іміджевих політичних технологій 72

2.1. Технологія побудови політичного іміджу на

харизматичних засадах

72

2.2. Наративні іміджеві технології в політиці 95

Розділ 3 Місце медійних політичних технологій у здійсненні

інформаційного впливу

118

3.1. Медійні технології безпосереднього політичного впливу 118

3.2. Медійні технології формування політичного дискурсу 151

Розділ 4 Інформаційний вплив за допомогою політичних інтернеттехнологій

188

4.1. Технології політичної комунікації у мережі Інтернет 188

4.2. Інтернет-технології політичної мобілізації 211

Розділ 5 Інформаційні політичні технології прямої дії 256

5.1. Особливості сучасних технологій прямої політичної дії 256

5.2. Технології, засновані на інтеграції дії та комунікації в

політиці

271

Розділ 6 Лобіювання як політична технологія інформаційного

впливу

294

6.1. Особливості лобіювання як інформаційно-комунікативної

технології

294

6.2. Новітні політичні технології лобіювання 313

Висновки 331

Список використаних джерел 336

Додатки 367

ВИСНОВКИ

Аналізновітніхполітичнихтехнологійінформаційноговпливудаєзмогу

зробитинаступніосновнівисновки

Політичнітехнологіїякособливийтипсоціальнихтехнологійє

сукупністюприйомівтапідходівдлявпливунаполітичнийпроцесзметою

досягненнявизначенихзаздалегідьцілейЗасвоїмзмістомпоняттяполітичні

технологіїохоплюєвеськомплексзасобівуправлінняполітичнимипроцесами

щовключаютьяквпливнасуспільнусвідомістьзадопомогоюінформаціїтакі

процедурирозробкитаухваленняполітичнихрішеньполітичногоаналізу

політичногоуправлінняЦеобумовлюєнаявністьдвохосновнихгруп

політичнихтехнологійщосуттєвовідрізняютьсяякзазмістомтакіза

способамиреалізаціїЗокремаадміністративноуправлінськіполітичні

технологіїописуютьорганізаціюроботиорганівдержавноївладитаінших

політичнихструктурщохарактеризуютьсячіткоюорганізацієювизначеними

засадамифункціонуванняієрархічністюВодночасіншимтипомполітичних

технологійєтехнологіїінформаційноговпливущозаснованіна

опосередкованомуформуваннігромадськоїдумкизметоюдосягнення

політичнихцілейлегітимаціявладивпливнаелекторальнийвибірполітична

мобілізаціягромадянзабезпеченнягромадськоїпідтримкиполітичнихрішень

Усвоючергуновітніполітичнітехнологіїінформаційноговпливуєформою

реалізаціїполітичнихтехнологійзаумовінформаційногосуспільстващо

характеризуєтьсяінтенсифікацієюполітичноїкомунікаціїтазростаннямролі

новітніхзасобівмасовоїполітичноїкомунікаціїсередякихособливемісце

займаємережаІнтернет

Різновидомновітніхтехнологійінформаційноговпливуєіміджеві

технологіїщоздійснюютьвпливнагромадськудумкушляхомстворення

особливогоінформаційногоконструкту–політичногоіміджуОстаннійє

ідеалізованимобразомполітикаабополітичногооб’єктащоєвідображенням

уінформаційномупросторіреальногополітичногоявищаСучаснііміджеві

технологіїспрямованінатеабистворитивраженнящополітикєносієм

екстраординарнихрисФактичновсвоїйсутностісучаснііміджевітехнології



покликанігенеруватихаризмудляполітикаякафактичноєпсевдохаризмою

тобтоінформаційнотехнологічнимконструктомдляздійсненняполітичного

впливу

Особливістюновітніхіміджевихтехнологійуполітицієтещо

створенийдляодногополітичногосуб’єктаіміджможепереноситисянаінших

суб’єктівурамкахтехнологіїполітичногофранчайзингуДанаполітична

технологіяінформаційноговпливуозначаєщостворенийодинразіміджможе

бутизалученийдляіншогополітикачерезперенесенняуформіприєднання

дополітичноїсилиабовзаємноїпідтримкиВідповідноіміджпопулярного

політикаабополітичноїпартіїможебутивикористанийменшпопулярним

політикомякийдонихприєднаєтьсяіодержитьчастинупопулярностічерез

подібнізв’язкиЗавдякифранчайзингувиникаєсвоєріднеінформаційнеполе

щовпливаєнаполітикушляхомперенесеннярисконкретногополітичного

діячанаполітичнупартіюабонаіншогополітика

Однієюзуніверсальнихполітичнихтехнологійінформаційноговпливу

усучаснійполітицієствореннянарративнихбіографічнихрозповідейуяких

політикгероїзуєтьсянаповнюєтьсяпривабливимиполітичнимирисамиасаме

йогожиттянабуваєвиразнихполітичнихрисщообґрунтовуютьполітичні

претензіїнавладуПолітичнийнаратив–зв’язанататематичнооб’єднана

політичнарозповідьпризначенадляпублічноїрепрезентаціїпевноїідеї

комплексуідейВодночаснаративнепростевідображенняжиттєвихподійа

повинензабезпечитиінформаційнийвпливнасуспільнусвідомістьзавдяки

томущобіографіяполітикаслугуєпідкріпленнямтаілюстрацієюпевних

ключовихполітичнихідейТобтобіографіяперетворюєтьсянаінформаційне

повідомленнящомаєвпливатинагромадськудумку

Особливимрізновидоммедійнихтехнологійінформаційноговпливуу

політицієдискурсивнітехнологіїщопокликанізабезпечитиполітичнийвплив

непростошляхомпоширенняпевноїінформаціїачерезстворенняметакомунікативногофеномену–дискурсущобудевпливатинакомунікацію

шляхомвизначенняїїпараметрівДискурсивніполітичнітехнології



інформаційноговпливуспрямованінатеабивизначитиключовітемидовкола

якихібудерозвиватисяполітичнадискусіявсуспільствіПрицьомусамітеми

виступаютьобмежувальнимирамкамидлявисловлюванняполітичнихідейі

концепційщосуттєвообмежуєможливостідлявпливутихполітичнихсилі

політиківякіперебуваютьпозаобговореннямбазовихполітичнихтем

Особливістюсучаснихполітичнихтехнологійінформаційноговпливує

активневикористаннямережіІнтернетяккомунікативногосередовища

Інтернетхарактеризуєтьсянаступнимиособливостямиможливістьпрямого

контактуізаудиторієютадиверсифікаціїінформаціїособистіснийхарактер

політичноїкомунікаціїможливістьвиходунаспецифічнуаудиторію

полегшенийхарактерзворотноїреакціїшвидкістьпоширенняінформації

Найголовнішаособливістьмережевихкомунікаційуполітиці–їхпрямий

характерВідповідноцеозначаєщополітикитаорганидержавноївлади

маютьможливістьпрямоїанеопосередкованоївзаємодіїзгромадянами

ВисокийпотенціалмережіІнтернетєіусферіполітичнихтехнологій

інформаційноговпливузметоюмобілізаціїгромадянЗокрематакіресурсияк

сервісмікроблогівтасоціальнімережіперетворюютьсянамеханізми

політичноїмобілізаціїуперіодреволюційнихподійщообумовленоважкістю

контролюцихмережзбокудержавитаможливістюсамоорганізаціїгромадян

черезпрямукомунікаціюумережіЯкінструментполітичноїмобілізації

соціальнімережітаблогосферадозволяютьвизначатитемиполітичної

комуінкаціїстворюватиальтернативніканалипоширенняінформації

забезпечуватипрямувзаємодіюучасниківполітичнихрухівВякостіпротидії

небажанійдлявладиполітичніймобілізаціїможутьвикористовуватисяяк

традиційнізасобизаборонаабообмеженнядоступудомережіІнтернеттакі

нетрадиційнізасміченняінформаційнихканалівперемиканняувагистворення

тапоширеннянеправдивоїінформації

Вякостіінформаційногозасобуполітичноговпливуможевиступатиі

діяабомасоваакціящопокликаніпривертатиувагутадоноситипевне

інформаційнеповідомленняОсобливістюсучаснихполітичнихтехнологій



інформаційноговпливущоорієнтованінамобілізаціюгромадянєїхтісна

інтегрованістьізмережевимикомунікаціямищонайбільшповновідображено

утехнологіїфлешмобуОстаннійємасовоюакцієющоорганізовується

черезмережуІнтернеттапередбачаєучастьнепов’язанихуреальномужитті

людейтаспрямовананапровокативнийвпливнасуспільнусвідомість

Насампередфлешмобєзасобомполітичногопозиціонуваннящодозволяє

певнійсоціальнійгрупіорганізуватисяумережітавиразитивласнупозицію

Частозаумовтискувладинаопозиційнийрухсамефлешмобяканонімна

віртуальнатанесерйознаакціяєєдиноюможливістюзаявитипросебе

Високийрівеньконкуренціївінформаційномуполіпримушує

організаторівмасовихзаходівшукатиможливостідляувиразненнякомунікації

шляхоморганізаціїоригінальнихівидовищнихакційдочислаякихналежать

перформанситахеппенінгиякітакожєтехнологіямиінформаційноговпливу

задопомогоюорганізаціїмасовихакційДанімасовітеатралізованідійства

покликаніпривертатиувагуподаватипевніполітичніідеїворигінальнійі

видовищнійформіставатипідставоюдляподальшогообговоренняу

політичномудискурсівизначатиполітичнітемидляпорядкуденногоУмовою

організаціїспецифічнихмасовихакційєпровокативністьзмістутаформи

домінуваннявізуальноїскладовоїякаповиннавідображатиусобізміст

легкістьсприйняттятазапам’ятовуваннявідповіднихакційПерформансита

хеппенінгиякполітичнітехнологіїінформаційноговпливудозволяють

привертатиувагугромадськостідопевнихполітичнихтемабопроблем

здійснюватидеконструкціюідеологічнихзасадполітичногорежимушляхом

висміюваннятадемонстраціїйогоабсурдностіпоширюватипевніполітичні

ідеїувиглядіяскравихтавиразнихобразів

Особливоюформоюсучаснихполітичнихтехнологійінформаційного

впливуєтехнологіїлобіюваннящоздійснюютьцілеспрямованийтискна

органивладинезметоюзахопленнявладиабоїїствердженняазметою

створенняумовдляухваленняпотрібнихпевнійгрупітискуполітичнихрішень

ЦейтискможездійснюватисяякунезаконнийтакіузаконнийспосібВ



останньомувипадкувінпереважнозасновуєтьсянаінформаційномуобміні

міжгрупоютискутапредставникамиполітичноїелітищоздійснюєтьсяу

виглядідопомогивухваленніполітичнихрішеньнаданніінформаційноаналітичногосприянняінформаційноготискуОсновнимметодомпублічного

лобіюванняєпереконаннятобтоаргументаціяпозиціїсуб’єктівлобіювання

Особливістьпублічноголобіюванняполягаєвйогозмагальнійосновіяка

передбачаєведеннядискусіїміжагентамирізнихгрупзпротилежними

інтересаминаприкладпредставниківпрацівниківіроботодавців

Специфічноюформоюпублічноголобіюванняєскеруваннядоорганіввлади

відкритихписьмовихзверненьізпопереднімизборомпідписівпідними

Інформаційнийвпливздійснюванийуходілобіюванняможебутияк

прямимуформінаданняпевноїінформаціїпредставникамполітичноїелітиз

метоюспонукатиїхдоухваленняпевнихрішеньтакінепрямимколи

інформаційнийвпливспершуздійснюєтьсянагромадськудумкуадалівже

тискгромадськостівикористовуєтьсяякінструментдосягненнянеобхідного

результатуВідіншихполітичнихтехнологійінформаційноговпливутехнології

лобіюваннявідрізняютьсяцілямисуб’єктамитазасобамиреалізації

Суб’єктамилобіюваннявиступаютьгрупитискущореалізуютьусфері

політикиконкретніінтересиатомунезалученіуполітичнийпроцеспостійно

Якщоувипадкумедійнихтехнологійосновнимресурсомвиступаєдоступдо

медіатоувипадкулобіювання–цепрофесійніконтактилобістівякіі

виступаютьканаламидонесеннянеобхідноїінформаціїОсобливістюновітніх

технологійполітичноголобіюванняєтещоінформаційнийтискможебутияк

прямимчерезпрямувзаємодіюзполітичноюелітоюзметоюухваленняпевних

рішеньтакіопосередкованимчерезтискзбокугромадськоїдумкиКрімтого

умежахсучаснихтехнологійлобіюванняпрямийтанепрямийтискчасто

взаємодоповнюютьсятапосилюютьефектвідвпливунадержавніінституції