

ПАРТІЙНА СИМВОЛІКА ЯК КОМУНІКАЦІЙНИЙ КОМПОНЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ В УКРАЇНІ

Лісовська М.М.

*аспірантка кафедри політології
Волинського національного університету імені Лесі Українки*

Будь-які комунікаційні процеси містять в якості складової символи. Створений штучно символічний простір доповнив та поглибив розуміння реальної дійсності. Символ володіє потужним комунікаційним потенціалом. Він може нести в собі та ефективно надавати адресату значно глибший зміст, ніж будь-який інший знак. Сучасне суспільство характеризується збільшенням ролі інформаційно-знакових компонентів, у тому числі і партійної символіки. На сучасному етапі партійна символіка є однією з ланок, за допомогою якої відбувається взаємодія між суспільством та владними суб'єктами, і є компонентом формування політичної свідомості громадян.

Партійна символіка є носієм інформації. Із масовою свідомістю можна працювати тільки за допомогою комунікативної одиниці, кода, яким є символ. Ще Ю. Лотман стверджував, що “символ і в плані вираження, і в плані змісту завжди являє собою деякий текст” [1, с. 301].

Символи, як знаки, тісно пов'язані із цінностями, які впливають на формування політичної свідомості. Семантика символу характеризується наявністю ціннісного змісту. Цінності є такими, без яких неможливо уявити як політичну діяльність і сферу політики в цілому, так і діяльність політичних партій зокрема. Передусім, символи є засобом актуалізації цінностей у складі партійних ідеологій. Чітко семантика символу простежується у випадку із серпом і молотом у комуністичної партії. У ньому присутнє не тільки значення відданості ідеям праці, соціальної справедливості та захисту пригноблених, а й послідовності, вірності принципам і незмінності ціннісної орієнтації [2]. Яскравим прикладом є символіка БЮТ. Червоне серце на білому тлі несе в собі такі характерні для українського народу цінності, як любов, відкрите серце, світлі помисли. Сьогодні, навіть ненавмисне поєднання цих кольорів та червоне серце одразу викликають асоціації з символікою даної партії. Це є прикладом конструктивної комунікативної дії

символів, оскільки вдало обрана символіка є об'єднуючим фактором політичної сили та електорату.

Характерною ознакою партійної символіки є її динамізм. Вона змінюється разом з іміджем партії, з її діями, успіхами та невдачами. Яскравим прикладом цього явища є символіка політичної партії “Наша Україна”. Символіку “помаранчевого” блоку тривалий час прикрашала підкова. Підкова, перевернута донизу, в народній міфології це емблема щастя. Проте іноді доводиться зустрічати трактування перевернутої підкови як символу поразки: нібито якщо підкова донизу, то щастя виливається. Можливо саме такі міркування вплинули на зміну партійної символіки “Нашої України”, а можливо – поразка В. Ющенко на президентських виборах 2004 року. І це не нова символіка, це повернення до тієї символіки, яка вже була у партії, і вона, на думку членів партії, була для них успішною, знаковою. На партійній символіці збережений оранжевий фон, проте замість відомої з 2004 року підкови на ній зображені жовта і синя смуги та сонце, що сходить над ними [3]. Колір прапора у політичної сили – помаранчевий. І досі для багатьох громадян України він символізується із боротьбою і перемогою, для інших – з не виправданими надіями.

Використання комунікативного потенціалу партійної символіки здатне як підвищити статус, популярність та конкурентоспроможність політичної сили, так і знівелювати її позиції на політичній арені. Наприклад, партійна символіка вплинула значною мірою на втрату електорату на президентських виборах 2010 року А. Яценюка, лідера “Фронту змін”. Партія “Фронт змін” запропонувала власну символіку у нових для української політики кольорах – хакі. Представники даної політичної сили стверджували, що цей колір – лише віддзеркалення ситуації в державі, а стиль чітко демонструє, в якому стані опинилася наша країна.. За оптимізм і світле майбутнє потрібно боротися, тому зараз – “усе для фронту”. Однак, ні стилістика, ні колірне вирішення, ні девіз партії не знайшли відгуку і підтримки у громадськості. Своєрідна “воєнізація” символіки мала неприродний вигляд стосовно її лідера. Вона була визнана невдалою та агресивною. Тому, нещодавно мілітарна символіка “Фронту змін” була змінена на світло-зелену [4, с. 15].

У порівнянні з візуальними символами ще більший інтерес викликають особистість лідера політичної сили, його слова та фразеологізми, які також виконують функції символів і володіють усіма їх ознаками. Зміст таких висловів зазвичай виявляється більш стійким

до впливу соціальних змін. Так, одні й ті ж демократія і патріотизм у якості слів-символів можуть використовуватися навіть політичними опонентами задля задоволення власних інтересів. Тому вже самі по собі вони стають наріжним каменем у політичній боротьбі. Значення символів у таких випадках не змінюється радикально, але наповнюється новими значеннями та відтінками значень. Символи ринок або толерантність (разом із цінностями, що стоять за ними) характерні, в основному, для демократичних переконань, трудящі – для комуністичних [2].

Яскравим прикладом, який демонструє особистість партійного лідера як символу, є Юлія Тимошенко. У політичній свідомості громадян України чітко сформувався образ берегині, матері або навіть матері нації. Партія “Сильна Україна” позиціонує себе з лідером С. Тігіпком, який є її ключовим символом, і поширює інформацію про себе у назві – партія Сергія Тігіпка “Сильна Україна”.

Крім формування політичної свідомості населення, партійна символіка застосовується для посилення впливу і збільшення кількості прихильників та активістів політичної сили, для залучення населення до орбіти своєї діяльності, особливо під час передвиборчих кампаній, і для згуртування власних рядів, мотивації вже існуючих партійних кадрів.

Таким чином, партійна символіка є об’єднавчою ланкою між системою цінностей з одного боку та цільовою аудиторією політичної комунікації – з іншого. Комунікативна дія партійних символів проявляється у здатності партій, політичних діячів впроваджувати власні оцінки та бачення подій, процесів і явищ у суспільну свідомість, намагаючись сформувати громадську думку й спрямувати електоральну активність населення у потрібному для політичних сил напрямку.

1. Мальована Ю. Г. *Комунікативний аспект політичної символіки / "Гілея: науковий вісник": Збірник наукових праць. – К., 2010. . – Вип. 32. – С. 300 – 308.*
2. Омелін М. *Символи в контексті політичної комунікації / М. Омелін. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://omelin.ru/index.php?option=com_content &task=view&id=26&Itemid=37](http://omelin.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=26&Itemid=37). – Назва з екрану.*
3. *Офіційний сайт партії Наша Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.razom.org.ua/> – Назва з екрану.*
4. Романов А. *Рейтинг політичних невдач / А. Романов // Weeklyua. – 2010. – № 2. – С. 14 – 19.*