

**Ярошенко В. М.,**  
к. політ. н., доцент,  
Чорноморський державний університет імені Петра Могили,  
м. Миколаїв, Україна  
**Присяжненко І. О.,**  
Чорноморський державний університет імені Петра Могили,  
м. Миколаїв, Україна

---

## **СИМВОЛІЧНА ПОЛІТИКА ТА СИМВОЛИ В ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ: АСПЕКТИ ВПЛИВУ**

*У статті висвітлено основні підходи до трактування природи символічної політики. Особливу увагу приділено розгляду специфіки використання засобів символізації в умовах медіатизації політичної дійсності, що невідмінно зростає. Аналізуються засоби маніпулятивного використання символічної політики з урахуванням впливу на індивідуальну та масову політичну свідомість.*

**Ключові слова:** символічна політика; символ; інформаційне суспільство; засоби масової комунікації.

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток інформаційного суспільства та засобів комунікації актуалізує проблематику дослідження символічної політики. Це, у свою чергу, вимагає ретельного аналізу характеру та впливу символів в умовах медіатизації політичної дійсності. Політика набуває не просто символічного характеру, символічна дійсність перетворює сферу політики на сферу виробництва символів. Ці тенденції дедалі більше зумовлюють пошуки нових теоретико-методологічних підходів до визначення впливу символів на процеси конструювання та відтворення політичного життя в умовах інформатизації дійсності.

**Аналіз досліджень і публікацій** показує, що символічна політика належить до наукових тем, які почали активно обговорюватись саме в західній політичній науці. Вітчизняна політологія долучилась до активного вивчення цієї проблематики порівняно нещодавно. Серед західних та вітчизняних науковців, що займались дослідженням символічних складових у контексті їх функціонування та відтворення в межах інформаційно-комунікативного простору варто зазначити С. Барматова, П. Бергера, В. Бурлачука, Е. Гідденса, Ю. Качанова, Ю. Краснокутську, Р. Кобба, Т. Лукмана, В. Панюту, В. Полянську, С. Поцелуєва, Ч. Елдера та інших.

Дослідження зазначених авторів свідчать про розширення наукового осмислення інформаційно-комунікативних чинників політичних процесів, зокрема поглибленого розуміння ролі засобів масової комунікації у процесах символічного відтворення світу політики.

Отже, символічна політика набуває нового виміру та специфічних характеристик функціонування в інформаційно-комунікативному просторі. З огляду на це, **метою статті** є визначення впливу засобів символізації на індивідуальну та масову політичну свідомість громадян в умовах медіатизації політичної дійсності, що невідмінно зростає.

**Виклад основного матеріалу.** Символи виступають невід'ємним атрибутом політики. Головною особливістю символів є нескінченна кількість внутрішніх значень, що реалізуються в зовнішніх проявах. Це сприяє тому, що символ передає інформацію миттєво, минаючи всі перешкоди для її критичного осмислення реципієнтами. Виходячи з цього, слід зазначити, що політичні символи – потужний ретранслятор у дискурсивних практиках взаємодії політичних акторів, зокрема представників влади, громадян та суспільства.

Символічний досвід охоплює різноманітні сфери уявлень, цінностей, традицій, норм поведінки окремого індивіда та групи. Символічна політика як особливий вид політичної комунікації формується на основі різних засобів – мас-медійних продуктів, артефактів, ідеологічних конструктів, політичних меседжів. Усі вони утворюють складний конструкт символічного середовища. Так, на думку вітчизняного науковця С. Поцелуєва, символічна політика спрямована не на раціональне осмислення, а на навіювання стійких смислів за рахунок інсценування візуальних ефектів [6, с. 62]. Отже, символічна політика – це не тільки дія з використанням символів, але й дія, що сама виступає як символ.

Описуючи сучасну політичну сферу, Е. Прилукова зазначає, що соціально-політичні процеси дедалі більше переносяться до віртуального простору – простору телебачення та Інтернету. У свою чергу, політика перетворюється на сферу «виробництва політики» [7]. Фактично відбувається репрезентація політики, в основі якої лежить медійний образ на основі використання символів.

Акцентують увагу на вивченні символів у політичній сфері Р. Кобб та Ч. Елдер зазначаючи, що вивчення політичного символізму сприяє пошукам зв'язку між різними рівнями аналізу, тобто допомагає виявити теоретичні зв'язки між макро- та макрорівнями поведінки [8]. Політичні символи допомагають регулювати відносини індивіда та політичної системи.

Саме комунікативний потенціал символу пов'язаний із такими його властивостями, як ретроактивність щодо культурного досвіду індивіда (як окремого індивіда та як масової людини водночас) і проактивність щодо тексту медіаповідомлення, який сприймається. Завдяки символічній ретроактивності індивід виявляє себе в певній успадкованій культурній традиції. Символічна складова значно полегшує процедуру декодування медіаповідомлень, адже актуалізує спільне смислове поле. Отже, застосування символів як словесних засобів певною мірою нівелює проблему множинності інтерпретацій. У такому сенсі символ виступає важливим чинником керованості й контрольованості сприйняття повідомлень. Власне, у цьому і виявляється така його властивість, як проактивність, а отже, і технологічність символу як комунікаційного інструмента.

Важливо розглянути низку властивостей символу, які дозволяють йому функціонувати у сфері комунікативних технологій:

- інформаційна компресія – властивість символу в стислому вигляді передавати значні масиви інформації. Символи здатні накопичувати значення протягом історії свого існування й передавати їх реципієнтові в лаконічній формі. Логотип є прикладом того, як стиснення плану означального (лаконічна графічна конфігурація) відбувається за збереження плану означуваного (історія бренду, його УТП);

- прецедентність – унаслідок частотної повторюваності, тиражування в медіапросторі символи набувають характеру знайомих інформаційних елементів. Унаслідок комунікаційної підтримки рекламні імена (вербальні торговельні знаки, назви партій, мас-медіа, фестивалів) швидко стають загальноживаними символами, стрімко входять у повсякденне життя споживачів. Символи безпосередньо пов'язані з інтертекстуальністю комунікаційних повідомлень;

- конвенціональність – зв'язок між планом означуваного та планом означального в символі є результатом суспільного консенсусу. Вербальний/візуальний знак виникає внаслідок «домовленості» між рекламодавцем та його цільовою аудиторією про спосіб його прочитання;

- атрактивність – здатність виступати комунікаційним засобом керування увагою реципієнта. Символ виступає сигналом для впізнавання бренду подальшої реконструкції у пам'яті реципієнта його історії;

- адаптивність – через спрощення і категоризацію соціальних явищ символи адаптують інформацію до сприйняття масовою свідомістю;

- інтеграційний потенціал – здатність символів об'єднувати нації, спільноти, групи людей. Соціальними символами можуть виступати національні герби, гімни, видатні постаті, бренди, унікальні продукти, визначні технічні й технологічні досягнення тощо;

- проактивність – здатність символу включати реципієнта у вертикальний контекст культури й виступати його навігатором у сприйнятті текстів;

- ретроактивність – здатність символу активізувати у свідомості реципієнта смисли, передбачені інтерпретаційним полем його функціонування [1].

У сучасному науковому дискурсі символічна політика як засіб впливу розглядається в контексті легітимації влади. Так, наприклад, С. Поцелуєв зазначає, що символічна політика зумовлює свідоме використання естетично-символічних ресурсів влади для її легітимації та зміцнення за рахунок створення символічних «ерзаців» (сурогатів) політичних дій та рішень [6, с. 62]. Такий підхід існує в межах фокусування на цілеспрямованих діях політичних акторів в інформаційно-комунікативному просторі. Саме символічна складова пов'язується з конструюванням політичними елітами символів задля впливу на індивідуальну та масову свідомість.

Українська дослідниця В. Полянська вказує, що символічна політика є видом політики, який діє в царині політичної свідомості та спрямований на конструювання і підтримання легітимності влади на рівні довіри до її інститутів і персон. Вона реалізується через субституції (підміна політичної дійсності на політичну реальність у свідомості громадян), відтворення існуючого кредитування або суспільного договору в символічних діях, нагнітання «чогось» (підміна політичної реальності та шантаж політичної свідомості маніпулятивними засобами), відтворення харизматичного права на легітимну владу [5]. У межах цього підходу зміст символічної політики прямо пов'язаний із формуванням довіри до політичної влади.

Поряд із цим використання символів у політиці не може обмежуватись лише виробництвом ідеологічних конструкцій. Символічна політика використовується більшим колом учасників, політичних акторів, які використовують символи для змін настроїв суспільства. Із розвитком інформаційної мережі Інтернет господарюючій верхівці все складніше контролювати канали інтерпретації соціальної реальності.

Отже, в умовах зростання впливу інформаційного середовища та ролі засобів масової комунікації у взаємодії між суспільством та владою символічна політика набуває суперечливих характеристик. Наприклад, використання символів лише задля формування позитивного іміджу влади; як наслідок, існує «розходження» між символічною складовою та реальними діями влади, що пов'язується з негативними тенденціями. Однак виокремлюють і позитивні аспекти впливу, такі як консолідація суспільства, спрощення артикуляції інтересів, політичне просвітництво громадян. Використання символічної політики можливе і «знизу», як зворотний

вплив на владу. Однією з форм символічної політики «знизу» можна розглядати феномен політичних акцій протесту, наприклад Майдан в Україні. Майдан співвідноситься з характеристикою символічної політики – «дія, що виступає як символ».

Символічна політика складається зі взаємопов'язаних технологій трансформації та присвоєння символічного капіталу суб'єктами політичної влади. Технології символічної політики пов'язують політичні та соціально-політичні інститути з політико-культурними структурами, що визначають поведінку індивіда стосовно структури розподілу політичної влади та режиму її здійснення. Так, за визначенням В. Полянської, символічна політика є системою політичних технологій, серед яких можна виділити політичну міфологізацію, політичну ритуалізацію та політичну номіналізацію [5].

Політичний міф за змістом для суб'єкта політичного управління є критерієм, за яким народ легітимізує політичний порядок, політичний режим та окремих лідерів, та за цими ж критеріями суб'єкт політичного управління може відтворити політичний міф, перш за все засобами політичної комунікації. Складовими політичного міфу є політичний час та простір, політичні персонажі, символи влади, архетипи, сюжет.

Політичний ритуал як структурний елемент символічної політики втілює політичний міф за допомогою відтворення відповідного міфологічного часу і простору (специфічними технологіями є політичні свята, політичні ігри, державний церемоніал, масові публічні акції, мітинги, демонстрації тощо). Політичний ритуал є публічним утіленням політичної міфології в символічних діях через морально-емоційне отождолення учасників ритуалу з героями минулого, сучасності та майбутнього, а також систематизацію найважливіших соціальних процесів.

Нарешті, політична номіналізація простору політичного дискурсу як технологія символічної політики означає використання мови як політичної дії, сугестивного потенціалу комунікації та специфічну ритуалізацію суджень, що впливають на конструювання відповідних понять та на свідомість узагалі.

У цьому контексті варто розглянути форми прояву символічної політики за німецьким політологом Т. Мейером. Зокрема, науковець виокремлює чотири знакові форми прояву символічної політики («ерзац-політики»):

– «ерзац-акції», тобто цілеспрямоване створення та поширення політичних ілюзій. Так, на думку українського дослідника В. Бушанського, в Україні подібні символічні акції зазвичай проявляються в залученні політиків до певних подій, коли заздалегідь відомо, що вони набудуть суспільного резонансу: кандидат у депутати бере участь у першотравневих маніфестаціях, покладає вінки до пам'ятника Шевченку, першого вересня парламентарії навідуються до шкіл тощо. Тобто символічні акції мають на меті створення позитивного іміджу;

– «символічне законодавство»: продукування законодавчих норм, котрі об'єктивно неможливо виконувати. До групи символічних нормативно-правових актів норм відносять законодавчі колізії,

неприйнятні законопроекти, так звані «риторичні міражі»;

– «символічна персоналізація»: створення іміджу. Політик має бути мудрим, чесним, справедливим, освіченим, добрим сім'янином, любити тварин, займатися спортом тощо. Усі ці риси громадськість прагне побачити в людині, що визначатиме її життя. Сумнівно, що таку ідеальну людину можна знайти не лише на політичному олімпі, а взагалі в природі. Тому й стають усі поспіль докторами наук, фотографуються у спортзалах, з'являються на публіці з коханими дружинами та маленькими дітками;

– «символічна ідеологізація»: розглядається в контексті політичного фундаменталізму. Використовується логіка політичної боротьби, її змагальність, те, що іменується «політичною грою», невблаганно спонукає партійних ідеологів вигадувати нездоланні суперечності, котрі штучно розмежовували б політичне поле [2].

Ця класифікація акцентує увагу на символічних складових політичного процесу у значенні відсутності реального підґрунтя політичних дій. Символічні акції, законодавство, персоналізація, ідеологізація розглядаються з точки зору маніпулятивного потенціалу заради досягнення мети політичними акторами.

Широкого розповсюдження має застосування «ерзац-акцій» (або символічних акцій) в українській політиці. Найбільше зростання активності цього виду символічної політики припадає на передвиборчі перегони. У такому контексті використовується також «символічна персоніфікація». Адже саме через організацію та участь у символічних акціях кандидат має змогу «сконструювати» персональні риси активності, небайдужості до вирішення нагальних проблем. Наприклад, аналіз інформаційно-комунікативного поля електронних засобів масової інформації містить чималу кількість статей із заголовками: «Кандидат у депутати разом із волонтерами передали миколаївським десантникам радіостанції та очисники води», «Кандидат у депутати привітав учителів із професійним святом», «Кандидат продовжує допомагати медичним закладам Миколаївщини», «Кандидат у мери привітав жінок з Днем матері», «Кандидат допомагає мешканцям облаштовувати двори та сквери міста».

Прикладом яскравої «символічної акції» можна назвати велопробіг, який було приурочено до 225-ї річниці Миколаєва та в якій узяв участь чинний мер міста. Демонстрація здорового способу життя, допомоги мешканцям, привітання зі святами слугують приводом позитивних зображень у просторі ЗМІ. Отже, використання символів та символічної політики є дієвим інструментом технології політичного процесу.

У свою чергу, «символічне законодавство» – також досить потужний механізм конструювання «потрібних» думок та поглядів у цільовій аудиторії. Зареєстровані законопроекти стають інформативним приводом для численних публічних обговорень. Наприклад, зареєстрований ще 12 січня 2012 р. Проект закону про внесення змін до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» (щодо відкритості та гласності органів місцевого самоврядування) досі

залишається на стадії розгляду комітетами Верховної Ради. Всеукраїнська асоціація органів місцевого самоврядування «Асоціація міст України» у своєму висновку щодо цього законопроекту зазначила, що його положення не можуть бути реалізовані на практиці. Однак символічний статус законопроекту залишається, що дає змогу використовувати посилання на законопроект у публічному дискурсі без внесення змін та доопрацювання ініціаторами.

Характеристика останнього виду символічної політики за Т. Меєром – «символічної ідеологізації» – має історичне коріння. Саме використання принципу «володарюй та пануй» співвідноситься із цим поняттям. Для українського суспільства «символічна ідеологізація» проявила себе в питаннях мовної політики. Надмірне акцентування суспільної уваги довкола мовної проблеми та закону «Про засади державної мовної політики» розмежовують політичне поле, створюють напругу «політичної гри» в суспільстві.

Цікавою формою «символічної політики» виступає семантична політика – оперування символами у сфері політичної мови. За президентства В. Януковича одним із найбільш вживаних символів став символ реформ. Спекуляції на термінології дозволили не лише перекопати частину суспільства в проведенні позитивних перетворень, але й повсякчас лякати чиновників невідворотністю відповідальності за провал цих же таємничих реформ. Насправді ж, гучним словом «реформи» декорували будь-які законодавчі ініціативи незалежно від їх спрямування та отриманих результатів.

Аналіз інформаційно-комунікативного поля в цей період свідчить про високий ступінь використання слова «реформи» політиком: «Янукович: реформи – річ непопулярна», «Янукович в черговий раз розпорядився негайно прискорити реформи», «Янукович: реформи виконано на 35 %, і це саботаж», «Янукович пообіцяв правоохоронцям реформи» тощо. Це також стосується так званих адміністративної (звільнення частини державних службовців), пенсійної (підвищення пенсійного віку), судової та низки інших «реформ».

Дійсно, інтенсивний розвиток та вдосконалення інформаційних технологій, створення Інтернет та інших інтерактивних електронних засобів масової комунікації значно вплинули на природу сприйняття індивідом інформації. Наприклад, Дж. Меровітц, застосовуючи ситуаційний підхід до аналізу форм соціальних комунікацій, стверджує, що аудіовізуальні мас-медіа своїм впливом на уявлення, емоції та переживання індивідів позбавляють їх відчуття фізичного середовища, тобто того простору, в якому вони є членами певних соціальних груп [3, с. 46-47]. Як наслідок, фізичні структури, що колись диференціювали суспільство на різні просторові сектори для взаємних контактів, тепер втратили своє соціальне призначення.

Репрезентація інформації проходить за допомогою свідомості індивіда, тобто за умови залучення знань, почуттів, досвіду. Мета маніпуляційного впливу правильно – показати повідомлення з урахуванням постановки камери, технічної зміни «зображення»,

людське втручання (сценарист, режисер, монтажер, коментатор). Також інформаційні технології сприяють створенню нового соціального простору, без традиційних просторово-часових характеристик.

Новітні засоби трансляції інформації сучасними «технотелемедіумами» та інноваційна архітектоніка інформаційного простору, впливаючи на «соціальний ареал життя особистості», який визначають як «систему усталених, повторюваних, ієрархізованих зв'язків: економічних, соціальних, політичних, культурних, духовних» [4], сприяють переосмисленню індивідуального та групового досвіду індивідів, продукуючи в них нові соціальні очікування та модифікуючи саму структуру їхніх суспільно значущих інтересів, цінностей, пріоритетів політичного і соціального життя та співвідношення між особистими та громадянськими цілями.

Сучасна символічна політика багато в чому зобов'язана своїм масовим впливом на суспільство візуальному дискурсу. Цей специфічний дискурс розгортається у вигляді репрезентативних символів, які не претендують на істинність або хибність, але виявляються для мільйонів людей основним джерелом інформації про навколишній світ. С. Поцелусв зазначає про підпорядкованість символів змістам та законам естетичного впливу на індивіда. Інформація або повідомлення виступають, у першу чергу, як естетична інформація [6]. Саме пріоритетність візуального дискурсу зменшує важливість характеристик логічності та послідовності інформації, безпосередньо осмислення побаченого. Більшого впливу набувають не тексти або аргументи, а яскраві символи та кадри, що легко запам'ятовуються.

На підтвердження тези про важливість та впливовість візуального дискурсу можна зазначити наявність стійких асоціацій кольорів та символів із політичними силами та подіями. Відтак «кольорові революції» мають конкретні асоціативні символи залежно від країни: Грузія – «революція троянд», кольори – червоний та білий; Киргизія – «тюльпанова революція», кольори – помаранчевий та жовтий; Україна – «помаранчева революція», символи – сонце, помаранч; Югославія – «бульдозна революція», кольори – білий та чорний. Навіть, у назвах «кольорових революцій» присутній символізм. Серед символів українського Майдану 2014 р. одним із найстійкіших є символ «Небесної сотні». Символ «Небесної сотні» використовується у назвах вулиць та площ, літературі, кінематографі, скульптурі тощо. Візуальний та семіотичний дискурси символів та символічної політики акцентують увагу на образному мисленні.

Отже, символічна політика являє собою особливий вид політичної комунікації. Символічна політика використовує характеристики впливу символів на індивідуальну та масову свідомість громадян. З огляду на стрімкий розвиток процесів інформатизації, символічна політика активно ретранслюється за допомогою засобів масової комунікації. Особливий інформаційно-комунікативний простір зумовлює набуття нових характеристик та форм символічної політики. Символами виступають мовні та візуальні засоби, та навіть політичні дії та реакції. Символічна

політика виступає специфічним виміром політичних явищ, що має негативні або позитивні наслідки, які, у першу чергу, залежать від мети ретрансльованих символів. Отже, сутність символічної політики розкривається через визначення основних функцій символу, які розкривають інструментальну роль символу у політиці. Політичні символи мають певну ієрархію та логіку, що здатна відносити ідею, дію до системи політико-культурних цінностей у контексті процесу політичної комунікації в умовах певної політичної культури.

**Перспективи подальших досліджень.** Подальших розробок потребує аналіз механізмів конструювання символічної політики з урахуванням специфіки каналу ретрансляції. Особливе значення має середовище, або простір дії, символічної політики, адже від цього залежить характер візуалізації символічних дій. Перспективним дослідження представляється висвітлення конкретних форм символічної політики як особливого виду ретрансляторів політичних символів. Це, у свою чергу, дозволить розкрити конструктивний потенціал символічної складової політики.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бутиріна М. Символ як інструмент прикладних соціально-комунікаційних технологій / М. Бутиріна // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). – С. 396–401.
2. Бушанський В. Близк та злиденність символічної політики [Електронний ресурс] / В. Бушанський // Віче. – 2008. – № 23. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/1244/>.
3. Землянова Л. Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы / Л. М. Землянова // М. : Изд-во МГУ. – 1995. – 271 с.
4. Краснокутська Ю. Засоби масової комунікації та символічна політика: аспекти впливу / Ю. Краснокутська // Сучасне суспільство: політичні науки, соціальні науки, культурологічні науки. – 2012. – Вип. 1. – С. 14–19.
5. Полянська В. Символічна політика: сутність, структура, умови реалізації [Електронний ресурс] / В. Полянська // Політичний менеджмент. – 2004. – № 3. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=26&c=360>.
6. Поцелуев С. Символческая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме / С. Поцелуев // Политические исследования. – 1999. – № 5. – С. 62–75.
7. Прилукова Е. Природа символической политики [Електронний ресурс] / Е. Прилукова // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 5 (13). – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/priroda-simvolicheskoy-politiki>.
8. Cobb R. The political uses of symbolism. [Електронний ресурс] / R. Cobb, Ch Elder. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-simvolov-v-politike>.
9. Meyer T. Die Transformation des Politischen / T. Meyer. – Frankfurt/Main, 1994. – 275 p.

**В. Н. Ярошенко,**

*Черноморский государственный университет имени Петра Могилы,  
г. Николаев, Украина*

**И. А. Присяженко,**

*Черноморский государственный университет имени Петра Могилы,  
г. Николаев, Украина*

## СИМВОЛИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И СИМВОЛЫ В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ

*В статье освещаются основные подходы к трактованию природы символической политики. Особое внимание уделяется рассмотрению специфики использования средств символизации в условиях усиливающейся медиатизации политической действительности. Анализируются способы манипулятивного использования символической политики с учетом влияния на индивидуальное и массовое политическое сознание.*

**Ключевые слова:** *символическая политика; символ; информационное общество; средства массовой коммуникации.*

**V. Yaroshenko,**  
*Petro Mohyla Black Sea State University,*  
*Mykolayiv, Ukraine*  
**I. Prisyazhenko,**  
*Petro Mohyla Black Sea State University,*  
*Mykolayiv, Ukraine*

## **SYMBOLIC POLITICS AND SYMBOLS IN INFORMATION AND COMMUNICATION SPACE: ASPECTS OF THE IMPACT**

*Modern development of the information society and communications research issues updated symbolic politics. This, in turn, requires a careful analysis of the nature and impact of symbols in terms of mediatization of political reality. Politics becomes not merely symbolic, symbolic reality transforms the political sphere to the sphere of production characters. These trends lead to increasing search for new theoretical and methodological approaches to determine the impact on the process of designing characters and play politics in terms of informational reality.*

*The research problems of symbolic politics expands scientific understanding of information and communication of the political process, including an in-depth understanding the role of the media in the process of symbolic play world of politics.*

*Thus, symbolic politics takes on a new dimension and the specific characteristics of the operation in information and communication space. So, the purpose of this article is to determine the impact the symbolization on the individual and mass political consciousness of citizens in an increasingly mediatization political reality.*

*Symbols are the inherent part of the policy. The main feature of symbols is an infinite number of internal values, implemented in external manifestations. This ensures that the symbol conveys information instantly without going through all the obstacles to its critical thinking recipients. Therefore, it should be noted that political symbols – powerful repeater in the discursive practices of interaction of political actors, including government officials, citizens and society.*

*Symbolic experience spans a variety of areas ideas, values, traditions, norms of behavior of the individual and the group. Symbolic politics as a special kind of political communication is based on various means – mass media products, artifacts, ideological constructs, political messages. Thus, symbolic politics is not only the effect of the use of symbols, but the action itself stands as a symbol.*

*Thus, in terms of the growing influence of the information environment and the role of the media in the interaction between society and government policy becomes more symbolic. For example, the use of symbols for the purpose of forming a positive image of the government as a result there is a «difference» between the symbolic and the real part of the authorities. This effect associated with negative trends. However, distinguish and positive aspects such as the consolidation of society, simplify articulation interests, political education of citizens because of using symbolic politics.*

**Keywords:** *symbolic politics; symbol; information society; mass communication.*

**Рецензенти:** *Семенченко Ф. Г., д. політ. н., професор, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон;*

*Бобіна О. В., к. і. н., доцент, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв.*