

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ДНІ НАУКИ

ФІЛОСОФСЬКОГО ФАКУЛЬТЕТУ – 2011

**МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ
(20–21 КВІТНЯ 2011 РОКУ)**

МАТЕРІАЛИ ДОПОВІДЕЙ ТА ВИСТУПІВ

ЧАСТИНА 5



Редакційна колегія: **А.Є. Конверський**, д-р філос. наук, проф., чл.-кор. НАН України (голова); **С.В. Руденко**, канд. філос. наук, доц. (відп. секр.); **І.С. Добронравова**, д-р філос. наук, проф.; **В.Ф. Цвях**, д-р політ. наук, проф.; **А.М. Лой**, д-р філос. наук, проф.; **В.І. Лубський**, д-р філос. наук, проф.; **В.І. Панченко**, д-р філос. наук, проф.; **А.О. Приятельчук**, канд. філос. наук, доц.; **М.Ю. Русин**, канд. філос. наук, проф.; **П.П. Шляхтун**, д-р філос. наук, проф.; **В.І. Ярошовець**, д-р філос. наук, проф.

*Рекомендовано до друку
вченою радою філософського факультету
(протокол № 8 від 28 лютого 2011 року)*

"Дні науки філософського факультету – 2011", Міжн. наук. конф. (2011 ; Київ). Міжнародна наукова конференція "Дні науки філософського факультету – 2011", 20–21 квіт. 2011 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол. : А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. – Ч. 5. – 159 с.

Адреса редакційної колегії: 01601, Київ, вул. Володимирська, 60, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, філософський факультет; ☎ (38044) 239 31 94

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали. Рукописи та дискети не повертаються.

Секція "ТЕОРІЯ ПОЛІТИКИ"

Підсекція "ПАРТОЛОГІЯ"

A. Gaš, student of University of Zagreb, Zagreb, Croatia
anita.gas@gmail.com

REPRESENTATION OF ETHNIC MINORITIES IN POSTCOMMUNIST PARTY SYSTEMS

Political representation is a substantial factor for protecting ethnic minority rights in modern democracies. It is formally regulated through a variety of laws, acts and conventions and implemented through various institutions on local, state or regional levels. The existence of institutions such as minority councils, minority representatives and political parties and their participation in legislative bodies ensures efficient representation of the minorities and sets a basis for successful integration and the democratization of the society. Status of minority in a country is a predictor of democratic achievements and one of the criteria for European standard. Ethnic cleavages and party competition for "ethnic votes" reflect on party system.

The Republic of Croatia and the Republic of Serbia, both being new democracies and dealing with transitional problems, have adopted different approaches in regulating and implementing these rights. This paper explores these case studies and tries to give comprehensive approach on ethnic minorities' parties, election thresholds, and ways of representation in the parliament etc. Croatia is one of the success stories in parliamentary terms. Every national minority recognized by the state have their representative in the parliament. The constitutional solution for the ethnic cleavage in society, however, recognizes Serbian minority as positively discriminated, as it has three seats without contestations. Other minorities have to choose among disproportionate number of smaller minorities. Government, on the other hand, recognizes coalition potential among minority parties and tries to form coalition agreements. The example of Serbian minority party is given, as well as "strategic coalition" in the parliament between the government and representatives of national minorities.

Serbia, on the other hand, chose another way of minority representativeness. As Serbia is partitocratic system, various party-based representative ideas came to the fore. Until 2003, every political party, including those of the national minorities, used to be considered as equal. Afterwards, election

threshold for minority parties has been lowered. Effect of this system is two-fold: first, minority parties compete among themselves and make quite a negative impact on their own issues and among the electorate, causing the great volatility and, second, bigger Serbian parties make advantage and focus on coalition building potential.

V. Obućina, postgraduate student of University of Zagreb, Zagreb, Croatia
v_obucina@yahoo.com

INSTITUTIONALIZATION OF PARTIES AND PARTY SYSTEM IN POSTCOMMUNIST EUROPE

Political parties and party systems in this region are mostly newly formed and this makes the democratic transformation of communist countries special case in transition case studies. Multiparty system is the only new democratic institution, while all the others are mainly formed in the reform of communist institutions and activities. In this regard, postcommunist Europe is potential challenge to the theories of parties and party systems based on Western European experience. Main questions of institutionalization today are consolidation and stabilization of representativeness. These include: (dis)continuation of democratic movements, transformation of communist parties, emergence of the radical right parties, party organization issues and internal democracy, voters' volatility, social cleavages integrated in the parties, partyocracy, EU and NATO issues, but also anti-party tendencies.

Classical sociologist definition of institutionalization is Huntington's: "Institutionalization is the process by which organizations and procedures acquire value and stability". In literature there is still much clashes between the approach that thinks of institutionalization of party systems and institutionalization of political parties as one and the same and approach that thinks they are not. Although many scholars tend to think of political parties as component parts that form more important structure of party system, there emerges more and more new thoughts of party systems as parties as different thing and not always compatible. In that sense, some parties may be uninstitutionalized while the party system is institutionalized. Randall and Svåsand take this indication further. They understand the institutionalization of political parties as "the process by which party becomes established in terms both of integrated patterns of behaviour and of attitudes, or culture".

New parties adopted an organizational style largely resembling their counterparts in the older democracies, but their path of development and institutionalization is still sui generis. It is the historical uniqueness of these parties, as the strong movements within the society that make them specific. Geography, political systems, common history, political culture and, in a way, level of economic wellbeing, are common elements of postcommunist countries. Ethnic space, where borders were shaped without consideration of the ethnic homogeneity, was late in forging the nation (Plessner's Belayed nations). Economically, these countries were half-periphery to the western

neighbours (the West as the constant paradigm of party rhetoric). This long-standing national endangerment made a feeling of tragic and constant suffering, solitude from other nations, without solidarity and with fixed prejudices. In history these societies had non-liberal, authoritarian and totalitarian systems, with the strong xenophobic and anti-semitic elements. This heritage is still vivid today, if not in established parties on the national level, then on local levels and in opposition radical parties.

A. Petković, student of University of Zagreb, Zagreb, Croatia
antonija910@gmail.com

FINANCING POLITICAL PARTIES IN POSTCOMMUNISM

The development of party systems after the fall of Berlin wall was divergent. According to the theories of many political scientists from the region and outside of it, this is due to the origin, development and kind of communist rule in these countries. It also made specific path of party creation in new democracies, and transitional problems on that path. Many observers assumed that democracy, market economics and the rise of civil society makes liberal order instantly. They forgot on number of other variables, very essential for the development of postcommunist politics. They include legacies of communist, social and cultural cleavages, uneasy work of new institutions, and variety of new threats and challenges including authoritarianism, radicalism, corruption and organized crime. Political parties play key role in it, often regarded as indispensable to democracy. The way of their institutionalization and solving problems in the way is of key understanding how postcommunist politics works.

In this panel, we will introduce the ways of institutionalization of parties and party systems in postcommunist Europe and discuss, as case studies, three problems that are specific to this part of Europe: Financial relations between state and political parties; political representation of ethnic minorities; and the political idea of communist successor parties.

Social developments in the last several decades influence changes in political parties all over the world. One of the most obvious ones is parties losing their members and neglecting the grassroots approach, which is causing lack of funds. Most countries today support existence of political parties by funding them from national budget and gives them the opportunity to use state assets such as the property of the state.

What are the effects of this state-party relation in postcommunist democracies? There are several known effects: creating political class, nationalizing political parties, fear of centralization, weakening the opposition, weakening of smaller countries, etc. The importance of the state for political parties in general is considerable and it effects party system development and the nature of democracy. The great possibility of state funds in postcommunist Europe goes hand in hand with high level of state control over the parties and interest for state properties. In some cases it gives severe doubts on

functioning of representative democracy (for example, Croatian social liberal party HSLS got from the state 100.000 Euros, even though they currently have not a single member sitting in the Croatian Parliament).

The linkage between political parties and the state in post-communist Europe can be analysed in three different dimensions: the dependence of parties on the state, the management of parties by the state, and the parties' colonization of the state. Empirical analysis of the relationship between parties and the state in these dimensions in all contemporary electoral democracies in Eastern Europe reveals that, in general, parties in post-communist Europe are dependent on the state financially; they are extensively managed by the state; and they do not shy away from the practices of rent-seeking within the state. However, there are also some important regional variations in the predominant type of party–state linkage in the new post-communist democracies.

Campaign finance is also very important remaining question in relations between parties and the state. Impact of campaign finance restrictions and public fund availability on several measures of party institutionalization and post-communist party development are considerable.

B. Richter, student of University of Zagreb, Zagreb, Croatia
bo.richter@yahoo.com

COMMUNIST SUCCESSION PARTIES – COMMUNIST HERITAGE OR SOCIAL DEMOCRACY?

After the collapse of socialist states in Eastern Europe future of the then ruling communistic parties was challenged. Communist parties survived and started their own transition along the transition of the whole society. Some of them remained in power, and some became opposition. In new conditions ruling communistic parties changed themselves in various ways, past totalitarian and autocratic behaviour some replaced in new democratic one, and we can consider them social democratic parties (this happened in Slovenia, contrary to Serbia where ruling communistic party stayed autocratic but their agenda from communist translated to nationalist). In countries where communistic parties switched to opposition, some of them relied on old communistic doctrines and some of them accepted new democratic values and changed to social democratic parties. In most cases both happened. Major communistic party changed themselves to social democratic, but during that process many members made secession from their mother party and established new parties with old communistic agenda. In most countries secession parties stayed in shadow, like in Croatia, but in some cases like in Russia or Czech Republic) leader of opposition remain Communist party with old rhetoric (anty-system parties).

The ideological extremeness of the parties, particularly considering the economic transformation, and national differences in the experience of these transformations, are variables through which explanation of the variances across the region are explained. The experience is shown as much bigger

asset in the transformation, rather than differences in the strategies adopted by the successor parties.

The way in which communist parties transformed is based on communist transformation itself, i.e. whether communist transition was peaceful or not; whether it happened through negotiations, decisions within the communist party itself or not at all. In any case, transformed communist parties played and still play a crucial role in the formation of a strong and robust party system. However, according to the specific researches made in recent years, the more the successor party was dominated by officeholders and less reliant on a mass membership for political support in the years immediately following the transition, the more successful the party was later. Party organization seems, in the end, as more important predictor for success than declines in economy, protest votes or nostalgia for the past.

П.В. Бульдович, студ., КНУТШ, Київ
buldovych@gmail.com

ЕВОЛЮЦІЯ ПАРТІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Формування партійної системи в Україні має складний і суперечливий характер, що зумовлено низкою політико-економічних, соціокультурних, історичних тощо обставин. Наша теза полягає в тому, що вітчизняна багатопартійна система проеволюціонувала від атомізованої до "змішаної" партійної системи з поєднанням елементів атомізованої та систем обмеженого і поляризованого плюралізму, в якій час від часу з різною силою проявляються ті чи інші тенденції. У даному дослідженні будемо спиратися на використання класичної типології партійних систем, розробленої Дж. Сарторі, а також застосуємо популярні в сучасній західній науці статистичні методи аналізу для визначення деяких параметрів функціонування партійної системи в Україні.

Застосуємо спочатку наступні показники: індекс ефективної кількості партій, індекс агрегації, індекс фракційності та комплексний індекс урядової істотності [Рагозін М. Розвиток партійної системи України: кількісний аналіз / М. Рагозін // Наукові записки. – Т. № 21]. Індекс ефективної кількості партій вказує на роль і місце партій у конкретній партійній системі. Він обчислюється за формулою: $N = 1/\sum p_i^2$, де p_i – відсоток парламентських місць i -ї партії, n – кількість партій у парламенті. Межі величини індексу є від 0 до 10. На виборах до Верховної Ради України 1994 р. в парламент пройшли 15 партій, тоді як число їх ефективної кількості становило 14; на виборах 1998 р. – 9 та 11 партій відповідно; у 2002 р. – ефективне число партій дорівнювало 8; 2006 р. – 5-6; у 2007 р. (дострокові вибори) – 4 партії. Такі дані свідчать про те, що кількість партій, які відігравали суттєву роль у політичному житті, зокрема на парламентському і урядовому рівні, в Україні постійно зменшувалася. Оцінку стану наймогутнішої партії в Парламенті по відношенню до інших партій, представлених у ньому, дає так званий індекс агрегації, запропонований Л.

Маєром. Індекс агрегації Л. Маєра можна представити математичною формулою наступним чином: $A = S/N$, де A – індекс агрегації, S – процент парламентських місць, які контролюються найбільшою партією, N – кількість партій, представлених у парламенті. Межі індексу лежать у проміжку від 0 до 10. У відповідності із думкою Л. Маєра вища величина індексу агрегації означає більш концентрований вимір партійної системи, що в цілому сприяє стабілізації системи коаліційних домовленостей. У 1998-2002 рр. Даний індекс коливався в межах 3,75, тоді як у 2006 та 2007 рр. становив 8,3 і 7,8 відповідно. Це свідчить про тенденцію до збільшення стабільності системи коаліційних домовленостей, появи сильного угруповання, яке здатне великою мірою впливати на політичні процеси. Індекс фракційності ($F = 1 - \sum p_i^2$) показує можливість існування систем від досконалої однопартійної системи ($F = 0$) до системи достатньо функціоналізованої, де кожен виборець голосує за свою партію ($F = 1$). У 2002 р. цей індекс дорівнював 0,8, у 2007 р. – 0,7, що певною мірою відбилося на стабільності урядів. Якщо проаналізувати рівень урядової істотності, то отримаємо результат, за яким одна партія (а саме Партія регіонів) має найвищий індекс урядової відповідальності. Для аналізу партійних систем застосовують ще рівень поляризації – показник, який виявляє неоднорідність голосування виборців по регіонах, тобто регіональну зумовленість підтримки політичних сил. У 1998 р. показник поляризації в Україні становив 4,19 %, а в 2007 р. – 9,8 %. Це доволі негативне свідчення того, що критерієм партійної ідентичності є не соціально-економічний статус, а етнічно-релігійний та національно-культурний. Звідси пряма загроза для існування цілісної в багатьох аспектах держави. Для підтвердження вихідної тези можна також застосувати модель трикутника Нагаями, індекси влади, або впливу Шеплі-Шубіка, Беншофа тощо, за допомогою яких зайвий раз апробується наше твердження.

Отже, Україна "входить у завершальну стадію процесу структуризації політичної системи шляхом укрупнення партій і становлення двох-трьохполярної партійної системи, у якій закріплюється домінування мегапартій і ФПГ (фінансово-промислових груп – П.Б.), що стоять за ними" [Сімгномів І. В Україні формується партійна система обмеженого плюралізму: [Електронний ресурс] / І. Сімгномів. – Режим доступу: <http://www.vgolos.com.ua/politic/763.html>]. Але такі висновки потребують додаткової верифікації. Так, наразі в парламенті представлено п'ять депутатських фракцій і одна депутатська група, уряд майже на сімдесят відсотків однопартійний, у Верховній Раді фактично відсутня позасистемна опозиція, що є ознаками системи поміркованого плюралізму. З іншого боку, в органах місцевого самоврядування в окремих регіонах України провідні позиції починають здобувати радикальні політичні сили, що виступають проти системи в цілому (наприклад, ВО "Свобода"). Це, як відомо, – риса системи поляризованого плюралізму, хоча на фоні загальної неідеологічності політичних партій України важко говорити про гостре ідеологічне протистояння між ними. Нарешті, можна стверджувати і про наявність ознак атомізованої системи, виходячи з того, що деякі

впливові фракції в українському парламенті складаються з порівняно невеликих та маловпливових партій і виграють переважно завдяки кооперуванню у виборчі блоки; до того ж сама кількість партій, репрезентованих в українському політикумі, давно перетнула планку у півсотні, участь у виборах стабільно також бере чимала кількість останніх. Інша справа, яка політична роль цих партійних сил, так як більшість із них створюються в якості технічних партій-сателітів з метою "відтягування" голосів виборців у конкурентів. Реальну ж політичну вагу, вплив на перебіг політичних процесів, доступ до прийняття політичних рішень де-факто мають лише великі партії, які протягом тривалого часу володіють значним представництвом у Верховній Раді та уряді. За цими партіями, як правило, дійсно стоять великі фінансово-промислові кланово-олігархічні угруповання. Це певною мірою дає підставу робити припущення про те, що сучасна партійна система України дійсно має тенденцію до структуризації та оформлення у систему поміркованого плюралізму. Але ще раз наголосимо на тому, що це тільки тенденція, і давати остаточний діагноз зарано: сучасна партійна система в Україні функціонує у змішаному вигляді, її конфігурація інтегрує ознаки різних, зокрема перерахованих типів.

Т.В. Дяченко, студ., КНУТШ, Київ
trinitifox@mail.ru

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ УКРАЇНИ

Постійно зростаюча роль політичних партій у житті суспільства, ускладнення форм і методів їх діяльності зумовили необхідність їхньої інституціоналізації, тобто перетворення політичної партії зі звичайної асоціації громадян в повноцінний конституційно-правовий інститут. Це правове закріплення ролі та місця партій у політичній системі суспільства, регламентація порядку їх утворення і припинення діяльності, визначення їх внутрішньої структури і принципів роботи, вимог щодо ідеології і програм, врешті, порядок фінансування. Явище це порівняно нове у праві сучасних держав. В зарубіжних країнах законодавство щодо правової регламентації діяльності політичних партій почало розвиватися після Другої світової війни.

"Інституціоналізація – це об'єктивне явище, яке зумовлене необхідністю чіткого визначення принципів взаємодії основних елементів політичної системи, які виходять за рамки відносин "партія держава"" [Кафарський В.І. Політичні партії України: конституційно-правове регулювання організації та діяльності: Монографія. – К.: Логос, 2008. – С. 159].

Інституціоналізація політичних партій – це не тільки процес, але й певна властивість і стан. Як властивість – це ступінь матеріалізації партій в суспільній свідомості, унаслідок чого воно існує незалежно від своїх лідерів. Французький юрист П. Авріль розрізняє дві форми інституціоналізації: конституційну та законодавчу. Перша – це включення положень про політичні партії до конституції, друга – визнання партій законом, який одначе "в цьому випадку не передбачає визнання їх владою у

державі, а навпаки, накладає на них обов'язки." Сутність цієї концепції полягає у прагненні вивести політичні партії зі сфери дії публічного права. Розрізнення конституціоналізації та інституціоналізації партій здається штучним. Конституційне регулювання – лише одна з форм правової інституціоналізації партій [Обушний М.І., Примуш М.В., Шведа Ю.Р. Партологія: Навч. посіб. / За ред. М.І. Обвушного. – К.: Арістей, 2006. – С. 217].

Виходячи з дослідження М. Примуша, інституційно політичні партії характеризуються такими основними кваліфікаційними ознаками [Примуш М.В. Політичні партії: механізми інституціоналізації і структурної трансформації: Дис. д-ра політ. наук: 23.00.02. – Л., 2002. – С. 97–108]:

- це громадське об'єднання, головна мета якого – участь у політичному процесі заради здобуття та здійснення державної влади в рамках Конституції й чинного законодавства;
- це організація, котра об'єднує індивідів на підставі спільності поглядів, визнання певної системи цінностей, що втілюються в програмі;
- це об'єднання, що діє на постійній основі й має формалізовану організаційну структуру.

Відомим німецьким державознавцем Г.Трипелем була запропонована періодизація етапів розвитку уявлень про політичні партії, яка є загальноновизнаною в тому числі і для України:

1. Стадія протидії, протистояння, боротьби з політичними партіями – період існування абсолютистських держав аж до кінця XVIII ст. – стійка опозицією зі сторони держави до всякого політичного угруповання.

2. Стадія ігнорування партій – з кінця XVIII ст. до кінця XIX ст., коли буржуазно-ліберальні держави забезпечували умови для всякої політичної ініціативи, яка не порушувала існуючих основ політичного ладу (Україна у складі Австро-Угорської та Російської імперії, кінця XVIII ст. до кінця XIX ст.).

3. Стадія визнання і легалізації партій – період розвитку сучасних буржуазно-демократичних держав, в яких партії набирають функцій "посередника-керівника" (Правове становище політичних партій України в період боротьби за державність й встановлення та утвердження радянської влади).

4. Стадія конституційно-правової інкорпорації, специфіка і характерні особливості котрої дали суттєвий поштовх теорії і науці про партії, коли партії перетворюються в посередників між громадянським суспільством і державою (Становлення сучасного правового статусу політичних партій в Україні).

Важливим етапом правового регулювання статусу політичних партій було прийняття Закону України від 16 червня 1992 р. "Про об'єднання громадян", відповідно до якого "політичною партією є об'єднання громадян – прихильників певної загальнонаціональної програми суспільного розвитку, які мають головною метою участь у виробленні державної політики, формуванні органів влади, місцевого та регіонального самоврядування і представництво в їх складі" [Закон України "Про Об'єднання громадян" – К., 1992. – С. 2].

Визначальною рисою сучасного етапу інституціоналізації політичних партій в Україні було прийняття Конституції України 1996 р., а згодом і Закону України "Про політичні партії в Україні". Саме Основний Закон держави мав гарантувати кожному громадянину серед інших прав і свобод реалізацію права на свободу об'єднання, зокрема у політичні партії. "Політична партія – це зареєстроване згідно з законом добровільне об'єднання громадян – прихильників певної загальнонаціональної програми суспільного розвитку, що має своєю метою сприяння формуванню і вираженню політичної волі громадян, бере участь у виборах та інших політичних заходах" [Закон України "Про політичні партії в Україні". – К., 2001. – С. 2]. Віднині на конституційному рівні закріплено право громадян на свободу об'єднання у політичні партії та громадянські організації для здійснення і захисту своїх прав і свобод та задоволення політичних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів, за винятком обмежень, встановлених законом в інтересах національної безпеки та громадського порядку, охорони здоров'я населення або захисту прав та свобод інших людей.

Таким чином, у Конституції України зафіксована провідна роль політичних партій у державотворчих процесах – політичні партії є тією демократичною інституцією, яка сприяє формуванню і вираженню політичної волі громадян шляхом участі у виробленні та реалізації державної політики. Інституціоналізація політичних партій – це процес набуття партією політичної вагомості та сили, організаційної сталості та досвіду політичної боротьби у виборчих перегонках. В результаті процесу інституціоналізації політичні партії залишаючись найважливішим політичним інститутом, стають одночасно повноцінним конституційно-правовим інститутом.

А.В. Ковальов, студ., КНУТШ, Київ
andriy.kovalov@gmail.com

РЕЛІГІЙНІ ОРГАНІЗАЦІЇ У ЕЛЕКТОРАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ

Завдяки своєму значенню, як єдиної політичної організації, що за свою основну мету має здобуття, утримання та використання політичної влади, партія стає основним актором політичної системи.

На мою думку, на сьогодні тема співпраці політичних партій та інших громадських організацій та рухів є ґрунтовно дослідженою, зокрема використання професійних спілок, жіночих, чи молодіжних організацій політичними партіями у боротьбі за владу. Тема співпраці політичних партій і релігійних організацій є надзвичайно актуальною, але не дослідженою темою у сучасній партології. Релігійна організація – об'єднання віруючих, утворене з метою задоволення релігійних потреб сповідувати і поширювати віру [Шляхтун П.П. Конституційне право: словник термінів. – К.: Либідь, 2005. – С. 455].

Співпраця політичних партій та релігійних організацій є взаємовигідним процесом. Релігійна організація у політиці відіграє роль групи інте-

ресів. Політична партія заручається підтримкою релігійної організації цим самим забезпечує себе підтримкою електорату, що є послідовником цієї релігійної організації. Електорат – сукупність громадян, яким надане право брати участь у виборах певного органу, політичної партії чи конкретної особи. У перекладі з латини слова "електорат" означає "виборці" [Політологічний енциклопедичний словник / Упор.: В.П. Горбатенко; За ред. Ю.С. Шемшученка, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. – К., 2004. – С. 182]. Виборці часто звертають суттєву увагу на співпрацю політичної партії та релігійної організації. Часто також зважають на релігійні переконання лідера партій, або ж нотаблів цієї партії. Часто взаємовигідною є ця співпраця і тому, що політичні партії охоче підтримують релігійні організації фінансово, інформаційно, забезпечують своєрідне політичне шевство, опісля отримання політичної влади партія може лобіювати інтереси релігійної організації. Але ж можливо, що й релігійна організація, як група інтересів, що є підтримана владною політичною партією може стати потужним лобістом у політичному житті країни.

Дослідник Джозеф Ла Паломбара, як відомо виокремлює чотири елементи – ознаки політичної партії. Дослідник говорить, що партія – носій ідеології, або хоча б відбиває певні орієнтації людей, по – друге партія – це організація, тобто відносно тривале в часі об'єднання людей, по – третє, політична партія ставить собі за мету – завоювання, утримання та здійснення влади. Та врешті кожна політична партія прагне забезпечити себе підтримкою народу – від виборця, що голосує за неї, аж до активного членства у ній. Часто релігійна організація може виступати ідеологом партії, або її ідеологічним механізмом, тобто підсилювати своєю роботою ідеологічну платформу самої партії, виступати її спікером. Частіше за все релігійні організації є тривалішими у існуванні за політичні партії своєю підтримкою вони немовби надають солідності в очах виборців цій партії. Але існує також інша сторона медалі, – авторитет політичної партії може послабитись, якщо виборці засудять моно векторну орієнтацію керівництва політичної партії щодо тієї чи іншої релігійної організації.

У реаліях сучасної України керівництво політичних партій досить часто прибігає до союзів з релігійними організаціями, особливо у час виборчого процесу і це логічно пояснюється впливом на електорат. Релігійна організація підтримує політичну партію інформаційно та ідеологічно, впливаючи на переконання своїх послідовників.

Варто говорити про ідеологічні тенденції у союзах політичних партій та релігійних організацій, тобто політичні партії йдуть на союз з близькими їм за ідеологією релігійними організаціями. Нажаль у сучасних політичних умовах дуже часто вирішальними стає не ідеологічний чинник, а чинник корисності того чи іншого політико – релігійного союзу. Віктор Єленський, кандидат філософських наук, головний редактор журналу "Людина і світ", наприклад стверджує, що вирішальну роль у союзах політичних партій і релігійних організацій відіграє не ідеологічна складова, а якраз спільна для політичної сили і релігійної організації орієнтація на зовнішньо політичний вектор та підтримка тих, чи інших історично –

цивілізаційних установок. Так наприклад різні церковні юрисдикції православних і греко – католиків в Україні формують свої вподобання та негласні політичні союзи з партіями виходячи з позицій орієнтації тієї чи іншої партії на проросійський вектор і сповідання відповідних історико – цивілізаційних норм, чи скажімо на європейський вектор політики. [Єленський В. Церква і вибори: спогади про майбутнє // Контекст [УНЦПД]. – 2001. – Ч. 12. – С. 24–31].

Без огляду на заяви очільників релігійних організацій про недопустимість участі представників церкви, та церкви в цілому у політичному змаганні, але допоки в Україні релігійні організації будуть досить авторитетними, щоб формувати суспільну думку – доти політичні партії будуть використовувати активно дружбу з ними. Тим паче, що у самому Законі України "Про політичні партії в Україні" стаття 12, пункт 5 вказано, що політичні партії вільно можуть ідейно, організаційно та матеріально підтримувати будь – які об'єднання громадян. Дослідник політики – конфесійних відносин Віталій Перевезій аналізуючи проблему участі релігійних організацій у політичних процесах на прикладі парламентських виборів 2006 року, робить висновок, що релігійні організації попри чергову заяву про власну аполітичність, стали не лише активними суб'єктами, але й об'єктами виборчого процесу, що, на його думку, можна пояснити як чітко означеними і неоднорідними політичними процесами, так і намаганням майже усіх політичних сил використати "релігійний фактор" у електоральному змаганні [Перевезій В. Політична участь релігійних організацій як фактор конфліктогенності релігійного середовища (на прикладі виборчої кампанії 2006 р.) // Наук. записки Ін-ту політ. і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАНУ України: Зб. наук. праць. – К., 2007. – Вип. 33. – С. 154–171]. Але провідникам релігійних організацій завжди слід пам'ятати, що вони відповідальні за свою паству і мають пам'ятати про етичний аспект співпраці з політичними силами.

М.В. Морарь, докторант, КНУТШ, Київ

МІСЦЕ І РОЛЬ ПАРТІЙНИХ ЛІДЕРІВ У ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ СУСПІЛЬСТВ

Актуальність дослідження зумовлена тією стратегічною роллю, яку відіграють партійні лідери у політичних процесах. Відзначимо, що політичні процеси у трансформаційних суспільствах відбуваються динамічно, що є характерною ознакою таких суспільств. Відтак, потребує глибинного дослідження роль партійних лідерів як особистостей і їх участі в формуванні органів державної влади, проведення реформ, організацій виборів, забезпечення функціонування нових для суспільства демократичних інституцій, реалізації цивілізованого формату політичних взаємовідносин.

Україна поряд з іншими державами постсоціалістичного табору також відноситься до трансформаційних суспільств. Актуалізує звернення

до цієї проблеми, зокрема і те, що після "політреформи-2" та перетворення держави на президентсько-парламентську республіку, політична структуризація українського суспільства, підвищила відповідальність, роль і значення лідерів в суспільстві. Про це говорилося і на Всеукраїнській конференції "Політичні партії в Україні: представництво та участь" (Київ, 10 грудня 2010 року).

Зі здобуттям незалежності України вивчення політичних партій та її лідерів зайняло належне місце у політичній науці. Політологи КНУ імені Тараса Шевченка поклали початок формування вітчизняної школи партології. Університетським виданням у 2006 році вперше в Україні з'явився навчальний посібник "Партологія" за редакцією проф. М. Обушного, котрий активізує дослідження проблем партології, в тому числі і партійних лідерів. Багато цікавих ідей, що стосуються окремих аспектів даної проблеми виявлено автором у публікаціях М. Головатого, В. Литвина, М. Обушного, А. Пахарева, М. Примуша, Ф. Рудича та інші.

Глибокий дослідницький аналіз сутності партієтворення та партійного лідерства вже упродовж кількох століть здійснювався у зарубіжних школах – англійська, німецька, американська, французька тощо. Ці дослідження стосувалися і місця партійних лідерів у країнах перехідного типу. Серед сучасних західних науковців нині популярною є точка зору, відстоювана О. Реннеєм, згідно з якою партійних лідер у демократичній країні може функціонувати тільки в системі таких самих партійних лідерів політичних організацій, інших політико-ідеологічних спектрів [Ranney A. The Concept of party / A.Ranney // Political Research and political Theory. – Cambridge, 1968. – P. 11].

Партійний лідер, на нашу думку, являє собою керівника політичної партії, який репрезентує партію у політичних процесах, політичних відносинах та у політичній свідомості громадян і відповідає певним критеріям, серед яких найважливішими є такі: здатність управляти висуненням та вирішенням партійною силою своїх стратегічних планів, спрямованих на досягнення поставленої мети, тобто отримання посад в органах державної влади та реалізація власних ідеологічних настанов на практиці; вміння розробляти та забезпечувати виконання власної програми дій, висувати своїх ставлеників на ключові посади держави; наявність значних інтелектуальних, організаційних здібностей, комунікабельність, цілеспрямованість, енергійність, відповідальність за прийняті й реалізовані партією рішення.

Особливого значення перелічені характеристики партійного лідера набувають в умовах трансформаційного суспільства, коли відповідні "правила гри" у внутрішньо- та міжпартійному житті ще не є остаточно усталеними, а тому можуть бути з відносною легкістю змінені. Вміння відповідати на динамічну зміну політичних, соціальних, економічних та культурних процесів – одна із ключових характеристик представника партійного лідерства у країнах перехідного типу.

Один із представників західної наукової думки Д.М.Бернс [*Альтрих-тер Г.* Проблемы всемирной истории: Сборник статей в честь Алексан-

дра Александровича Фурсенко / Г.Альтрихтер, Б.В.Ананьин, Е.В.Анисимов, Д.М.-Г.Бернс, Н.Н.Болхвитинов. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2000. – С. 55], досліджуючи лідерство у трансформаційних суспільствах, називав його "трансформаційним лідерством". Він розрізняв наступні види лідерства у політичному процесі: а) інтелектуальне – своєрідна аналітико-нормативна відповідь на актуальні потреби суспільства; б) реформаторське – лідерство одночасне "трансдієве" за процесом і результатом і "трансформаційне" за духом; в) революційне: загальновідомі функції й цілі партійних лідерів-революціонерів; г) героїчне.

У сталих демократіях Заходу упродовж багатьох десятиліть були вироблені низка принципів участі партійних керівників у політичному процесі. Аналіз відповідних положень політичної думки дозволив стверджувати, що такими принципами можуть вважатися наступні: політичної та ідеологічної багатоманітності, конкурентності, толерантності, а також системності. Відповідь на питання, чи дотримуються ці засади в повній мірі у трансформаційних суспільствах, є скоріш за все негативною.

Не є виключенням і Україна. На переконання більшості західних політологів, тут досить чітко забезпечується ідеологічна багатоманітність партійних сил та їхніх лідерів. Партієтворення здійснюється на системній основі – це є реалізація принципу системності. Роль партійних лідерів в Україні залежить від політичної культури, толерантності, партії влади. Водночас стану справ із забезпеченням справжньої конкурентності та толерантності викликає масу запитань і критичних зауважень із боку західного співтовариства, як це мало місце у ході заяви президента Європарламенту Єжи Бузека 3 лютого 2011 р., коли європейський високопосадовець зазначив про те, що зараз в Україні відбувається абсолютно вибіркове застосування кримінального правосуддя владою. Це стосується і справи проти одного із найвпливовіших опозиційних партійних лідерів – Ю.Тимошенко [Президент Європарламенту: В Україні вибіркове правосуддя // 3 лютого 2010. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2011/02/3/5877751>].

Отже, ключовим явищем, яке визначає місце і роль партійних лідерів у політичних процесах трансформаційних суспільств є динаміка демократичних перетворень у цих країнах.

На нашу думку, на даний час (перша половина 2011 р.) в Україні відбувається другий етап структурної трансформації. Завершується політична структуризація політичного процесу, розпочата після президентських виборів 2010 р. Нині в нашій державі відбувається реформа органів державної влади та місцевого самоврядування, проходить складний етап формування цивілізованих відносин між провідною політичною партією (Партія регіонів) й опозиційними партійними силами. Від результативності цього етапу трансформації, а також від активної участі в ній лідерів усіх без виключення вітчизняних політичних партій залежить входження України до групи найбільш високорозвинених демократій.

**ТЕНДЕНЦІЯ ОЛІГАРХІЗАЦІЇ
ЯК ІМАНЕНТНА РИСА ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ:
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЙ
М. ОСТРОГОРСЬКОГО ТА Р. МІХЕЛЬСА**

Тенденція олігархізації в розвитку масових політичних організацій зараз вважається загальноновизнаною й підтвердженою історичною практикою та багатьма дослідженнями в партології. Найпереконливішим науковим аналізом даної тенденції стало дослідження Р. Міхельса, а саме його робота "До соціології партії в умовах сучасної демократії. Дослідження олігархічних тенденцій, що діють у житті груп". Мало кому відомо, що багато в чому інтерес Р. Міхельса до соціології політичних партій стимулювала книга російського вченого М. Острогорського "Демократія та політичні партії". Логічний ланцюг виявлення причин олігархічної тенденції в Р. Міхельса й М. Острогорського збігається. Якщо згадати, що М. Острогорський писав на кілька років раніше за свого німецького колеги, то висновок про вплив російського вченого напрошується сам по собі.

Тому доречним стане порівняння поглядів двох основоположників партогенезу – німецького вченого Р. Міхельса та російського дослідника М. Острогорського. Головна праця Р. Міхельса "До соціології партії в умовах сучасної демократії" присвячена безпосередньо проблемі олігархічних тенденцій у масових партіях нового типу. У ній він доводить, що демократія взагалі є нереальним та недосяжним ідеалом. Це викликано не тільки тими зовнішніми перешкодами, які пов'язані з положенням демократичних інститутів у суспільстві, але й особливостями самого механізму її розвитку.

Головною проблемою для Р. Міхельса було питання про відносини масових рухів і тих партій, які висувають за свою мету представництво їхніх інтересів. Основне протиріччя Р. Міхельса (слідом за М. Острогорським) вбачав у тому, що навіть радикально-революційні партії, котрі висувають за мету боротьбу з нерівністю, аристократизмом та олігархізмом, у своїй внутрішній структурі відтворюють як раз цю тенденцію, до того ж ще більш жорстко, ніж інші партії, з якими вони борються.

На думку Р. Міхельса, олігархічні тенденції спостерігаються у всіх організаціях, у тому числі, і в партії. Партії використовують у своїх цілях народні маси аж ніяк не збираючись повністю спиратися на них. У консервативних партіях поза періодами виборчих кампаній тенденції до олігархізації очевидні, – вважає Р. Міхельс [*Міхельс Р. Социология политических партий в условиях демократии // Диалог. – 1990. – № 9*]. А в ліберальних партіях зовнішня демократична форма легко може ввести в оману неуважного спостерігача. Наявність тенденції до олігархізації властива будь-якій установі, вона є іманентною рисою будь-якої цілеспрямованої організації.

Ключовим при аналізі цієї тенденції стає для Р. Міхельса (як і для М. Острогорського) поняття організації як єдиної можливої форми ефек-

тивної діяльності будь-якої соціальної сили, яка має певну мету. Функціонування партії й профспілок, як будь-якої організації, підпорядковане певним внутрішнім законам. Саме на матеріалі порівняльного аналізу їхньої діяльності Р.Міхельс, слідом за М.Острогорським, сформулював основні принципи соціології формальних організацій, що стала одним з центральних напрямків сучасної науки.

Обидва дослідники показали, що під впливом зовнішніх умов та необхідності оптимізації структури та функцій, економії ресурсів, що впливають з них, організація відчуває послідовну низку перебудов, спрямованих на підвищення її дієвості та конкурентоспроможності. Розширення колись однорідної та єдиної маси учасників руху на керуючу меншість та керовану більшість – це об'єктивна неминучість будь-якої організації. Наслідком цього явища і стає тенденція переходу від її демократичного устрою до ієрархічного виділення особливого професійного керівного прошарку – олігархії, який зосереджує владу й управління в своїх руках. Закономірність цієї тенденції підкреслюється основним висновком дослідження Р.Міхельса – тезою про існування "залізного закону олігархії" [*Міхельс Р. Социология политической партии в условиях демократии // Политология: хрестоматия / Сост. проф. М.А. Василик, доц. М.С. Вершинин. – М.: Гардарики, 2000. – 843 с. С. 540-550*].

Даний висновок цілком співвідноситься з уявленнями М.Острогорського про перетворення політичної партії однодумців у машину керовану "кокусом" (партійною мафією) чи партійною елітою [*Острогорский М. Демократия и политические партии. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1997. – С. 428–459*]. Багато в чому розвиваючи спостереження М.Острогорського, Р.Міхельс аналізує процес утворення партійного апарату, бюрократизацію його структур, характер влади вождя. В обох дослідників логіка розвитку соціальної структури організації перетворює вихідні, демократичні у своїй основі відношення в їхню протилежність. Чим більш розвинутою структурою володіє організація, тим більш суттєві зміни відбуваються у стосунках вождів і мас. Однак на відміну від російського вченого, що прагне знайти шляхи оптимізації цього процесу, Р.Міхельс дійшов до зовсім однозначного висновку про неможливість демократії в принципі, неминуче перетворення будь-якої демократії в тиранію. Він навіть вивів закономірність: зростання влади вождя пропорційне ступеню розвитку організації.

Порівнюючи погляди Р. Міхельса та М.Острогорського, можна дійти наступного висновку: обидва дослідники визначають однакові причини олігархічної тенденції в розвитку політичних партій, а саме:

- чисельне зростання організацій веде до створення розгалуженої структури, де з'являються провідна меншість й керована більшість. Разом зі зростанням організації зростає влада вождів;
- структура, що розширилася, вимагає певного рівня установи й політичної підготовки партійних активістів – зростає прошарок професійних політиків, функціонерів, які пройшли відповідну підготовку й мають необхідні навички політичної діяльності;

- завоювання політичної влади залежить від швидкості й ефективності партійної машини, "від здатності швидко реагувати на вимоги ситуації та забезпечувати точне виконання поставленого завдання, яке, у свою чергу, неминуче веде до олігархічної воєнізованої структури партії";
- політична пасивність, некомпетентність та індивідуальність, відсутність ініціативи мас дозволяє й змушує партійних функціонерів вести напружену агітацію й одночасно виконувати цілу низку різних функцій.

Ю.С. Мудрик, асп., КНУТШ, Київ
yurij.mudryk@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БАГАТОПАРТІЙНОСТІ У ПОЛЬЩІ В КОНТЕКСТІ ДЕМОКРАТИЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Розбудова багатопартійності в Центральній Європі розпочалася з появи громадських рухів, більшість з яких згодом трансформувалася в політичні партії. "Хартія 77" і Громадянський форум у Чехословаччині, Союз вільних демократів і Союз молодих демократів в Угорщині, "Солідарність" у Польщі – всі вони виступали за утвердження нових політичних цінностей, а саме – домінування громадянського суспільства над комуністичною бюрократичною державою [Ендрейн Ч. Сравнительный анализ политических систем. – М.: Инфра-М, 2000. – С.214].

Після 1989 р. ідеї демократичної свободи, ринкової економіки, соціальної справедливості, самовизначення та мирного співіснування почали користуватися успіхом в усьому світі. Подібні уявлення панували насамперед у тих державах, яких безпосередньо торкнувся розвал соціалістичних систем. З 1989 р. демократія як форма державного устрою набула бурхливого розвитку, що суттєво вплинуло на трансформацію існуючих в цих державах політичних партій.

Ці новостворені партії відрізняються від політичних партій країн із тривало існуючою демократією. Мають вони риси "політичних рухів" чи "політичних коаліцій", з одного боку, і риси класичних політичних партій, з іншого. Часто є вони конгломератом різномірних інтересів та груп, політичних напрямків, які об'єднуються в одне ціле дуже загальною спільною метою (наприклад боротьба за незалежність чи демократію).

Чисельні партії, які виникли в країнах Східної Європи зіштовхуються з проблемою інституалізації. Так, в Польщі на виборах 1989 р. "Солідарність" здобула майже всі місця у парламенті, однак такий успіх був швидше зумовлений антиурядовими настроями виборців, ніж особливими симпатіями до самої "Солідарності".

Процес, що відбувався у Польщі можна швидше порівняти до механізму структуризації електорату. Політичні партії виникли раніше ніж структура групових інтересів (сформувались вони на підставі функціонуючих механізмів економічного ринку), і через те шукали власної виборчої клієнтели, апелюючи фактично до всього суспільства.

Ступінь проникнення елементів тоталітаризму в польському суспільстві став вирішальним фактором виникнення масових громадських груп і рухів. Стартова ситуація, що склалася у Польщі, створила передумови для подальшого розвитку політичних партій. Суттєву роль в стабілізації партійної системи відіграло чітке окреслення зовнішньополітичних пріоритетів держави.

Конституція визначає роль і завдання політичних партій: сприяння формуванню і вираженню політичної волі громадян, участь у виборах. Відповідно до статті 11 Конституції Польська Республіка забезпечує свободу створення й діяльності політичних партій, і політичні партії створюються на принципах добровільності й рівності польських громадян з метою впливати на формування політики держави демократичними методами [Конституція Польської Республіки // http://www.rada.gov.ua/LIBRARY/catalog/law/pol_constitut.html].

Особливої уваги потребує досвід країни у формуванні коаліцій між партіями. Одна з найбільш стабільних парламентських коаліцій Фінляндії, так звана коаліція-радуга, утворена 1995 року, налічувала п'ять партій-учасниць. Завелика (з теоретичного погляду) кількість її учасників та їхня ідеологічна різноманітність абсолютно не завадили їй утримати стабільність упродовж усього терміну повноважень парламенту. Приклад Польщі у 1993–1997 роках цілковито протилежний: Лівий демократичний альянс (СЛД) і Польська партія селян (ПСЛ), які разом володіли стабільною більшістю у Сеймі (близько 66 % місць), утворили коаліцію, що давало всім підстави очікувати створення стабільного уряду. Однак за ці чотири роки у Польщі змінилося три уряди. Це пояснюється тим, що у Польщі попередня традиція створення коаліційних урядів була дуже слабкою. Відповідно, механізми створення коаліції та підтримки її стабільності функціонували лише у зародковому стані. У розвинених демократіях з тривалою історією створення стабільних коаліцій такі механізми повсякчас удосконалюються [Уроки демократії: світовий досвід для України // [http://www.icps.com.ua/files/articles/46/66/Lessons of Democracy U.pdf](http://www.icps.com.ua/files/articles/46/66/Lessons%20of%20Democracy%20U.pdf)].

На кінець 90-х років в Польщі відносно чітко сформувалися партійно-політичні спектри. Проте політичні сили не є монолітними. Всередині кожної з представлених в політичному спектрі сил існує поділ на партії, які виражають крайні і помірковані позиції.

Сучасний стан багатопартійності в Польщі можна охарактеризувати як етап стабілізації. Поширеною є думка про те, що сучасна партійна система Польщі визначена поділом між спадщиною "Солидарності" та спадщиною колишнього комуністичного істеблішменту.

За даними багаторічного моніторингу Інституту соціології НАН України, у 1994 – 1998 і 2000 роках частка членів політичних партій у Польщі складала приблизно 1-2 % усіх громадян, що зовсім не перешкоджає ефективному функціонуванню парламентської демократії [Олександр Вишняк. Від авторитарного президенціалізму до парламентської демократії // <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=70&c=1619>].

ПАРТІЙНА КОМУНІКАЦІЯ В ПОЛІТИЧНІЙ СТРУКТУРИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Однією із визначальних функцій партії є її діяльність, яка пов'язана з політичною структуризацією суспільства. Тільки кропітка та системна робота у цьому напрямку може забезпечити успіх партії у виборчому процесі, завоюванні та утриманні влади тощо. Тому кожна партія, яка претендує на такий статус повинна встановити дієві та ефективні комунікативні зв'язки зі своїми виборцями. Для цього Закон України "Про політичні партії" в Україні надав їм право використовувати як "державні, так і не державні засоби масової інформації...", а також засновувати власні засоби масової інформації" [Закон України "Про політичні партії в Україні" // Політичні партії України. В 3 т. / Уклад.: Ю. Шайгородський. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2005. – Т. 3. – С. 855]. при обговоренні та оприлюдненні як своїх програмних цілей та завдань, так і при обґрунтуванні критичної оцінки дій і рішень органів влади [Там само. – С. 859].

З метою реалізації цього права політичні партії використовують різноманітні форми та засоби комунікативних зв'язків: проводять збори та інші зустрічі з громадянами, організовують мітинги, походи, демонстрації, пікети; влаштовують публічні дебати, дискусії, "круглі столи", прес-конференції; оприлюднюють в засобах масової інформації (ЗМІ) виступи, інтерв'ю, відеофільми, аудіо- та відеокліпи, публікації та повідомлення; розповсюджують свою символіку, листівки, плакати, друковані матеріали, розміщують інформацію на носіях зовнішньої реклами; проводять концерти, вистави, спортивні змагання, різноманітні публічні заходи за підтримки партії; налагоджують діяльність громадських приймалень партії, організовують телефонні центри (телефонні лінії), листуються з виборцями, співпрацюють з об'єднаннями громадян, проводять громадські слухання, поширюють пресу, листівки; висвітлюють поточну діяльність партій за допомогою електронних засобів розповсюдження інформації тощо [Детальніше див.: *Конончук С.* Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями в контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку / *С. Конончук.* – К., 2006].

У соціогуманітаристиці партійна комунікація розглядається як один із різновидів політичної комунікації, головним призначенням якої є створення передумов для публічної політики та публічної влади через інформаційний вплив політичних акторів один на одного та оточуюче соціальне середовище (суспільство). Отже, політична комунікація як один із типів комунікації характеризується наявністю двох сторін, якими можуть виступати виборці, громадяни, формальні та неформальні групи, об'єд-

нання громадян, громадські організації, рухи, політичні партії, лобістські структури, органи державної влади і місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні та міжнародні організації, що знаходяться у суб'єктно-суб'єктних відносинах, ініціюють передачу повідомлень, що містять політичну та політично значиму інформацію, через засоби масової інформації, формальні і неформальні канали для досягнення певних політичних цілей та результатів.

Особливість партійної комунікації (на відміну від політичної) полягає в тому, що вона включає різного роду повідомлення та інформацію, що циркулює всередині партії між її структурними елементами та членами, або ж з ініціативи партії передаються особі, громадянину, групі, іншій партії політичному актору чи політичному інституту. Головне призначення партійної комунікації – забезпечення виконання статутних та програмових завдань, у тому числі і тих, що пов'язані з політичною структуризацією суспільства. У програмах ряду політичних партій України розв'язанню цього завдання приділяється належна увага. Зокрема, програма партії Української Національної Асамблеї (УНА) містить положення, у якому прямо вказується на необхідність "...послідовної політичної структуризації суспільства і парламенту, як передумови внутрішньої суспільної гармонізації інтересів" [Програма партії "Українська Національна Асамблея" // Політичні партії України: В 3 т. / Уклад. Ю. Шайгородський. – К.: Український центр менеджменту, 2005. – Т. 3. – С. 644].

У ряді програм інших політичних партій це завдання також визначається, хоч і без використання поняття "політична структуризація суспільства" проте прозоро прочитується. Зокрема "УНП, – підкреслено у програмі Української народної партії, – виступає проти космополітичних поглядів, які не сприяють консолідації суспільства ... Самообмеження людини на користь іншої людини або всієї спільноти – важливий фактор демографії. Тому ми відкидаємо індивідуальний та колективний егоїзм як негативні чинники розвитку.

...Створення партій за підтримкою тільки окремого регіону, незважаючи на їх загальнонаціональний статус, веде до регіоналізації України та загрожує її цілісності" [Програма Української Народної партії // Політичні партії України: В 3 т. / Уклад.: Ю. Шайгородський. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2005. – Т. 3. – С. 617].

Занепокоєність, що висловлюють окремі політичні партії щодо регіоналізації України як панівного фактору політичної структуризації суспільства – небезпідставна. Ця занепокоєність посилюється ще і тому, що більшість політичних партій в Україні не мають ідеологічної визначеності, проте мають пропорційну виборчу систему, а тому "... виростають як "гриби після дощу" (їх сьогодні майже 200). За таких умов стають очевиднішою проблеми політичної структуризації українського суспільства.

Підсекція
"ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА"

Н.Р. Абрамчук, студ., ПНУ ім. Василя Стефаника, Івано-Франківськ

**ПОЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ
В КОНТЕКСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ
(на прикладі м. Івано-Франківська)**

На сучасному етапі розвитку демократії в Україні, одним із основних завдань є реформування механізмів влади народу на місцях, оскільки саме місцеве самоврядування виступає виразником самодіяльності громадян. Актуальною постає проблема становлення та реалізації форм безпосередньої демократії як реальної політичної участі територіальної громади щодо вирішення повсякденних проблем.

Для наукового розуміння життєдіяльності територіальних громад важливими є теоретичні та практичні напрацювання в напрямках державного управління, муніципального права, регіональної політики, місцевого самоврядування, політичних інститутів та процесів (М.Баймуратов, О.Батанов, І.Видрін, Ю.Кириченко, В.Кравченко, А.Онупрієнко, М.Орхіз). Законотворчо, що вчені приділяють увагу аналізу функціонування територіальної громади, але тільки в межах свого предмета дослідження.

На сьогоднішній день трансформація політичної системи активізує реформування механізмів та важелів управління на державному та місцевому щаблях влади. Слід констатувати, що рівень демократії виражається у можливості включення громадян до політики, що найкраще можна проілюструвати на прикладах прямої демократії, яка здійснюється місцевими громадами.

Так, Конституція України та Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" вводять категорію "територіальна громада", розуміють під нею сукупність жителів, об'єднаних постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або добровільне об'єднання жителів кількох сіл, що мають єдиний адміністративний центр [Конституція України // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – С. 20].

Варто відзначити, що в ідеалі територіальна громада може реалізовувати свої інтереси трьома способами: шляхом безпосереднього волевиявлення, за допомогою інститутів самоорганізації (як приклад – громадські комітети) і через представницькі органи та їх виконавчі комітети. Однак, більшість з цих форм насправді не мають практичного механізму реалізації, тобто є суто декларативними. Так, рішення загальних зборів не є обов'язковими, а лише можуть враховуватися органами місцевого самоврядування в їх діяльності. Подібна ситуація склалася щодо громадських слухань, коли пропозиції, які вносяться за їх результатами, підлягають тільки розгляду органами місцевого самоврядування [До-

ля І.М. Механізми участі громади в політичному управлінні на місцевому рівні / І.М. Доля // Вісник Донецького університету, Сер. в: Економіка і право. – 2007. – Вип. 2. – С. 383–384].

Проте на практиці лише місцеві вибори та референдуми як найвищі форми безпосереднього волевиявлення територіальної громади виражають інтереси населення на місцевому рівні, що зумовлено, насамперед, законністю. В таких умовах, пройшовши процедуру муніципальних виборів, партії та мери отримують реальні важелі впливу на конструювання "своєї" політики в межах територіальної громади. Прикладом виступають місцеві вибори 2010 року, де відображалася гострота передвиборчої боротьби та кількість кандидатів на "місцеві портфелі". Так, по місті Івано-Франківську на посаду міського голови балотується 19 кандидатів, а до міської ради – 41 партія по багатомандатному окрузі (602 кандидати – за партійними списками) і 599 – по 30 одномандатних мажоритарних округах [Повні списки кандидатів в депутати до Івано-Франківської міськради // Паралелі, 13 Жовтня 2010 / Режим доступу: <http://paralleli.if.ua/news/7449.html>]. Така тенденція спричиняє задоволенню суто вузьких корпоративних інтересів партій, натомість нівелюються потреби громади.

Можна виокремити ряд чинників, які обмежують можливості впливу громадськості на місцевий політичний процес: низький рівень поінформованості громадськості стосовно існуючих механізмів їхнього впливу на процес формування, реалізації та оцінки політики; надмірна подрібненість територіальної громади (т.зв. "матрьошки місцевого самоврядування"); низький фаховий рівень працівників органів публічної влади; законодавча невизначеність територіальної основи місцевого самоврядування, надмірна централізація повноважень та ресурсів та інші [Доля І.М. Механізми участі громади в політичному управлінні на місцевому рівні / І.М. Доля // Вісник Донецького університету. Сер. в.: Економіка і право. – 2007. – Вип. 2. – С. 384].

Оскільки переважна більшість населення позбавлена правових підстав реалізації своїх прав у самоуправлінні, то першим кроком повинно бути чітке закріплення та регламентація механізмів прямої демократії у формі нормативно-правої бази. Наступним завданням виступає реальне, практичне втілення правових засад. Насамперед, важливість підкріплення рішень, прийнятих формами прямої участі громадян, органами місцевого самоврядування, тобто міськими радами та міськвиконкомами. Необхідно також використовувати інноваційні проекти, які полягають у моніторингу громадської думки щодо рішень місцевої влади (для визначення настроїв і проблем населення), створення соціальних проектів для залучення більшої частини населення громади, застосовувати та модифікувати до українських реалій – зарубіжний досвід (комісії з планування розвитку громади, практика волонтерської діяльності) [Мороз О.Ю. Територіальна громада: сутність, становлення та сучасні українські реалії / О.Ю.Мороз // Демократ. врядування: електрон. наук. фах. видання. – 2008. – Вип. 2. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeVr/2008_2/fail/Moroz.pdf].

Отже, на сьогоднішньому етапі державного будівництва постає стратегічне завдання побудови місцевого самоврядування як фундаментального та реального інституту безпосередньої демократії, оскільки тільки ефективна участь громадян на місцях сприятиме розвитку і становленню сильної держави. Для втілення поставлених завдань в політичній життєдіяльності територіальної громади м. Івано-Франківська необхідно: – викоренити закритість влади; – доопрацювати законодавчу базу для формування механізмів самоврядування; – забезпечити легітимність рішень прийнятих територіальною громадою; – здійснити інформаційну роботу серед населення для пропаганди їх прав у сфері місцевого самоврядування; – втілювати освітню функцію для підвищення компетентності громадян у вирішенні питань місцевого значення. Названі рекомендації допоможуть не тільки сформувати уніфіковані форми безпосередньої демократії, а й підвищити політичну та правову культуру населення, що виступає умовою формування дієздатної демократії та громадянського суспільства.

Н.О. Балабанова, студ., КНУТШ, Київ
tiesto4ka@gmail.com

БОРІТЬБА З КОРУПЦІЄЮ ЯК ПОЛІТИЧНА ФУНКЦІЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Зазвичай, корупцію визначають як зловживання службовим становищем в особистих цілях, використання державними посадовими особами, політичними і громадськими діячами своїх службових прав з метою особистого збагачення на шкоду державі і суспільству. Поширеними проявами корупції є хабарництво за законне і незаконне надання благ і різного роду переваг, підкуп чиновників і громадсько-політичних діячів, протекціонізм у формі висунення працівників за ознаками особистої відданості, родинних зв'язків, земляцтва тощо. Корупція має місце в умовах будь-якого державного устрою, в якому існує звеличування держави і бюрократичного апарату, який від імені держави здійснює владні функції. Позбавившись громадського контролю бюрократія стає потужним фактором соціального розшарування суспільства, деградації економічного і політичного життя, занепаду суспільної моралі. Зростаючі економічні можливості ведуть не тільки до зростання масштабів підкупу бюрократії, а й до безкарності в умовах відсутності правопорядку та неефективного судочинства [Політологічний енциклопедичний словник / Упорядник В.П.Горбатенко; За ред.. Ю.С.Шемшученка, В.Д.Бабкіна, В.П.Горбатенка. – 2-е вид., доп. І перероб. – К.: Генеза, 2004. – С. 296]. Збереження такої тенденції ставить під загрозу процес становлення правової держави і громадянського суспільства.

Громадянське суспільство і держава є взаємозалежними соціальними величинами. Для свого існування вони однаковою мірою необхідні один одному. На певному етапі суспільного розвитку держава законодавчо закріплює цивільні права тих, хто проживає на її території, сприяючи

тим самим становленню громадянського суспільства. Згодом держава починає функціонувати в умовах уже сформованого громадянського суспільства і здобуває під його впливом правовий характер. Служачи закону, вона все більш послідовно захищає права своїх громадян. У свою чергу розвиток громадянського суспільства сприяє вдосконаленню виконання державою своїх функцій. У підсумку держава і громадянське суспільство стають усе більше залежними один від одного, усе більше доповнюють один одного у своєму існуванні. При цьому кожен з них зберігає свою особливу природу і сутність.

Розглядаючи боротьбу з корупцією як політичну функцію громадянського суспільства необхідно виходити з того, що громадянське суспільство є особливим соціальним утворенням, відмінним від держави. Це саморегульована система, яка складається з соціальних, економічних, політичних та культурних складових і є політичним утворенням. Інститути громадянського суспільства (політичні партії, громадські об'єднання та рухи, органи місцевого самоврядування тощо) можуть впливати на державну політику та приймати участь у розподілі владних ресурсів з метою реалізації власних інтересів. Взаємодія громадянського суспільства з державою, як головним політичним інститутом, носить політичний характер.

Функції громадянського суспільства це – основні напрями або види його діяльності, які виражають сутність і призначення громадянського суспільства, його роль у суспільному житті. Як напрями діяльності громадянського суспільства політичні функції громадянського суспільства опосередковують собою зміст його діяльності, тобто організованих взаємодій суб'єктів та інститутів громадянського суспільства з інститутами державної влади. Метою таких взаємодій є, з одного боку – забезпечення участі або впливу (іноді примусового) на процеси утворення інститутів державної влади, прийняття ними рішень, визначення цілей, напрямів, характеру діяльності та суспільно-політичних перетворень, а з іншого боку – використання владних ресурсів та повноважень держави для реалізації цілей та задоволення соціально-політичних інтересів та потреб суб'єктів громадянського суспільства.

В умовах, коли управління державою перетворюється в монополію певних прошарків бюрократії, корупція набуває значного поширення і стає фактором соціальної деградації. За таких обставин співучасть громадськості та її голос життєво необхідні для збільшення прозорості, створення необхідних механізмів контролю та протидії, з тим щоб протидіяти спробам еліт підім'яти під себе державу. Залучення громадянського суспільства та його активне співробітництво на засадах прозорості з реформаторами у виконавчій, законодавчій та судовій гілках влади, а також у приватному секторі є необхідною умовою подолання корупції.

Встановлення дієвого управління шляхом плекання громадянських свобод, залучення широких верств суспільства до участі у прийнятті рішень, підзвітності діяльності державних інституцій; сприяння заходам щодо приборкання корупції; активне залучення приватного сектора для того, щоб послабити домінування корисливих інтересів елітних груп,

створюючи передумови для змін у державній політиці. Метою є підвищення уваги до об'єднання зусиль усього громадянського суспільства та створення потенціалу для політичних змін.

Отже, для ефективної боротьби з корупцією та розвитку всієї системи державного управління поряд адміністративною реформою та широким комплексом заходів з удосконалення економічної політики держави, суворого контролю за використанням фінансових ресурсів держави та забезпечення правопорядку і справедливого судочинства, необхідно розширювати участь громадянського суспільства у виробленні рішень на державному рівні, забезпечити свободу засобів масової інформації, забезпечити вільний доступ до інформації про діяльність державних структур.

Наявність високочутливого громадянського суспільства, можливості якого значно розширюються внаслідок використання Інтернету, сучасних методик проведення спеціальних опитувань та найостанніших досягнень в управлінській сфері є неодмінною передумовою боротьби з корупцією та іншими негативними явищами у процесі врядування. Громадянські свободи позитивно впливають не тільки на поліпшення врядування, зменшення корупції та зростання ефективності державних інституцій, але й безпосередньо на добробут населення.

К.В. Бородюк, студ., КНУТШ, Київ
eka_ukr@mail.ru

ГЛОБАЛЬНЕ ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО: ОСОБЛИВОСТІ БАЧЕННЯ

Потягом останнього десятиліття специфіка вітчизняного політологічного дискурсу визначається підвищеною увагою науковців до феномену "глобалізації", "глобального суспільства", "глобального громадянського суспільства". Попри те, що після подій 11 вересня відбулася зміна вектору досліджень західних політологів від "глобального громадянського суспільства" до особливостей взаємовідносин та взаємодії між "сильними" державами, питань тероризму, національної безпеки, саме праці західних науковців стали основою сучасних досліджень "глобального громадянського суспільства".

У західній науковій літературі можна виділити п'ять широких уявлень про сутність глобалізаційних процесів:

По-перше, багато хто прирівнює терміни "глобалізація" та "інтернаціоналізація". З цієї точки зору, "глобалізація" – це процес інтенсифікації взаємодії та взаємозалежності між країнами.

По-друге, велика кількість дослідників "глобалізацію" визначають як "лібералізацію". В такому контексті глобалістність означає "відкритий" світ, в якому ресурси можуть переміщуватися вільно, без державних обмежень.

По-третє, деякі науковці під "глобалізацією" мають на увазі "універсалізацію". В межах такого підходу "глобалізація" – становлення "мега-суспільства".

По-четверте, чимало аналітиків термін "глобалізація" вважають синонімом до терміну "вестернізація", або "американізація". Таке тлумачення ототожнює "глобалізацію" з процесами нав'язування американського способу життя всьому світу.

По-п'яте, певна кількість дослідників ідентифікують "глобалізацію" як "детиреторіалізацію". Тут глобальні відносини займають простір, що виходить за рамки території тієї чи іншої країни [*Jan Aart Scholte. Global Civil Society: Changing the World? // Режим доступу: http://wrap.warwick.ac.uk/2094/1/WRAP_Scholte_wp3199.pdf*].

Глобальне громадянське суспільство, як і глобалізація, є відносно новим поняттям, яке має низку значень. Полісемантичність поняття обумовлена суперечливими точками зору на сутність та місце даного феномену. Дві протилежні точки зору на "глобальне громадянське суспільство" представлено в роботах: "Глобальне громадянське суспільство. Щорічник" ("Global Civil Society Yearbook" Helmut Anheier, Marlies Glasius and Mary Kaldor) та "Глобальне громадянське суспільство: скептичне бачення" ("Global Civil Society: A Sceptical View" Kenneth Anderson and David Rieff).

В першій главі книги "Глобальне громадянське суспільство. Щорічник" наводиться таке визначення: "глобальне громадянське суспільство – це сфера ідей, цінностей, інституцій, організацій, мереж і приватних осіб, яка розташована між сім'єю, державою і ринком та діє поза межами національних товариств, політик та економік". Однак автори книги зазначають, що наведене визначення не є загальновизнаним, як теоретики так і практики інтерпретують категорію "глобальне громадянське суспільство" так, як їм це вигідно в тій чи іншій ситуації. Для того, щоб прояснити суть феномену "глобальне громадянське суспільство" британський політолог Х. Анхейер, голандський філософ М. Гласіус та британський економіст М. Калдор висувують три гіпотези, які є попередніми висновками щодо "глобального громадянського суспільства" та основою для подальшого його дослідження:

Гіпотеза 1: Глобальне громадянське суспільство як реальність. Перше твердження полягає в тому, що поява терміну "глобальне громадянське суспільство" відображає соціальну реальність. В 90-х роках ХХ ст. з'являється наднаціональна сфера соціальної і політичної участі в якій соціальні рухи, групи громадян та окремі громадяни беруть участь у діалозі, дебатах, переговорах, конфронтації один з одним та з різними державними суб'єктами – міжнародними, національними та локальними – та економічними суб'єктами. Розвитку глобального громадянського суспільства сприяло збільшення доступних громадянському суспільству технологічних та грошових ресурсів. Стрімке зростання кількості людей, які користуються Інтернетом та мобільними телефонами значно полегшило налагодження зв'язків та взаємодії між людьми, організаціями безвідносно до їх локалізації у світі.

Гіпотеза 2: Глобальне громадянське суспільство і глобалізація. З одного боку, глобалізація забезпечує основу для глобального громадянсь-

кого суспільства, живить його. З іншого боку, формування глобального громадянського суспільства є реакцією на глобалізацію, зокрема на поширення капіталізму. Це реакція тих, кому було відмовлено у доступі до благ глобального капіталізму, хто став жертвами процесу. Тобто один із шляхів, що веде до визначення та розуміння сутності та місця глобального громадянського суспільства є дискусія про майбутнє глобалізації.

Гіпотеза 3: Концепція глобального громадянського суспільства є нечіткою та спірною. Означена проблема виникає через те, що термін "глобальне громадянське суспільство" має як нормативний так і описовий зміст і науковцям досить складно знайти точну відповідність між ними.

Отже, в межах даної концепції постулюється існування соціальної сфери, а саме сфери глобального громадянського суспільства, яка знаходиться вище та поза національним, регіональним, локальним рівнями суспільства. Ця сфера виникає в процесі глобалізації, і одночасно її виникнення є реакцією на глобалізацію [*Helmut Anheier, Marlies Glasius and Mary Kaldor. Global Civil Society Yearbook* // Режим доступу: <http://w.lse.ac.uk/Depts/global/Publications/Yearbooks/2001/2001chapter1.pdf>].

В статті "Глобальне громадянське суспільство: скептичне бачення" американський професор міжнародного права К. Андерсон та американський політичний аналітик Д. Рієфф висувують точку зору згідно з якою термін "глобальне громадянське суспільство" є неправильним, оскільки останнє не є транснаціональним аналогом того, що ми розуміємо під поняттям "громадянське суспільство". Науковці обґрунтовують своє твердження через проведення двох аналогій. Одна з яких базується на встановленні ролей, які відіграють громадянське суспільство у демократичному суспільстві та глобальне громадянське суспільство в інтернаціональному суспільстві. Друга аналогія проводиться між типами політичних систем в межах яких діють громадянське суспільство та глобальне громадянське суспільство. В результаті науковці приходять до таких висновків: по-перше, суб'єкти глобального громадянського суспільства прагнуть бути представниками та посередниками між народами світу та різними транснаціональними інституціями, в той час як суб'єкти громадянського суспільства мають на меті лише відстоювати власні інтереси; по-друге, інтернаціональне суспільство не є демократичним, тому суб'єкти глобального громадянського суспільства позбавлені демократичного контексту, який створює громадянське суспільство та позбавляє його суб'єктів можливості та обов'язку бути представниками, або посередниками [*Kenneth Anderson and David Rieff. Global Civil Society: A Sceptical View* // Режим доступу: <http://www.lse.ac.uk/Depts/global/Publications/Yearbooks/2004/Chapter104.pdf>].

Отже, ґрунтовні дослідження західних науковців стали основою сучасного вітчизняного політологічного дискурсу присвяченого сутності глобального громадянського суспільства. Однак суперечливість викладених поглядів на феномен "глобальне громадянське суспільство" залишає без відповіді велику кількість пов'язаних з ним питань.

ГРОМАДЯНСЬКА ОСВІТА ЯК ШЛЯХ ДО РОЗБУДОВИ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУПІЛЬСТВА

На сьогодні наше суспільство перебуває в стані системної кризи. Особливо загострюються політичні, економічні, соціальні відносини. Тому так важливо дбати і про розвиток нашої державності, і про формування громадянського суспільства. В останні десятиліття стає все зрозумілішим, що основні проблеми будь-яких суспільних перетворень пов'язані, в першу чергу, з трансформацією свідомості всіх соціальних верств. Громадяни перехідних суспільств потребують вміння оцінювати конкуруючі пропозиції політики та ідей.

Важливими етапами на шляху українського суспільства до демократичної консолідації є виховання толерантності, поваги до прав людини, вміння долати стереотипи, знаходити компроміс. Знання громадянами своїх прав і обов'язків, впевненість, у можливості впливу на зміни в суспільстві, дотримання закону, критичне і незалежне мислення є основою становлення громадянського суспільства. Вагома роль у його створенні й подальшому становленні належить освіті, завдяки якій індивід має змогу одержати знання, виробити відповідні вміння та навички, наявність яких покликана забезпечити належний порядок розширення та поглиблення взаємодії між людьми. Освіта як ресурс розвитку громадянського суспільства передбачає створення можливостей для розвитку особистості як важливого чинника не лише процесу трудової діяльності, базованої на сучасних виробничих силах, а й як суб'єкта гуманних соціальних демократичних відносин. Мета громадянської освіти – сформувати особистість, якій притаманні демократична громадянська культура, усвідомлення взаємозв'язку між індивідуальною свободою, правами людини та її громадянською відповідальністю, готовність до компетентної участі у житті суспільства.

Сучасна система освіти не тільки транспортує зразки культури від покоління до покоління, з однієї сфери в іншу, але й виконує функції генератора та хранителя культурного надбання суспільства. Але, починаючи з 90-х років XX століття, в сфері освіти спостерігаються негативні тенденції. Здійснене реформування народної освіти, як свідчить досвід, не принесло бажаних результатів. Набутий до того часу досвід в освіті втрачено. Соціальна ефективність освіти (освітньої та кваліфікаційної підготовки) залежить не тільки від об'єму та якості засвоєних працівниками знань, але й від міри їх застосування, практичної реалізації та праці, і суспільної діяльності. Саме в суспільній сфері існує в сучасних умовах багато невирішених проблем, тим більше, що система освіти закладає контури глобальної ситуації XXI століття. Освіта сприймається як стратегічно важлива сфера людського життя. З одного боку, освіта визнається як головний фактор розвитку та посилення інтелектуального потенціалу нації, її самостійності та міжнародної конкурентоздатності, а

з іншого – фундаментальна умова здійснення людиною громадянських, політичних, економічних та культурних прав.

В сучасних умовах система освіти, відносно самостійна та стабільна, опинилась в протиріччі з суспільством, через зміну ним орієнтирів розвитку. Криза освіти в Україні досить глибока та багатогранна. Перебудова виховного процесу у вищій школі – важливе і складне завдання, розв'язання якого вимагає, з одного боку, пошуку і приведення в дію нових форм та методик організації виховного процесу, а з іншого – активізації традиційних видів діяльності, збереження досягнень минулого. Такого поєднання вимагає загальнопедагогічний принцип безперервності й наступності, сутність якого відносно виховання полягає в досягненні цілісності й наступності, перетворення виховання в процес, що триває впродовж всього життя.

Навчання у вищій школі повинно мати не лише освітню орієнтацію, а й обов'язкову виховну спрямованість. Навчально-виховний процес покликаний формувати в студентів високу культуру, гуманістичний і демократичний світогляд, високі моральні якості, виховувати їх громадянами – патріотами, інтелігентами, творчими й цілеспрямованими спеціалістами.

Система виховання, яка забезпечується виконанням цілей освіти і розглядається як гарант демократичності суспільного устрою та державотворення, служить ефективним засобом, за допомогою якого попереднє покоління і держава формують людей за власними аналогами. Вибір цінностей є основним питанням при визначенні змісту виховання. За правильної побудови процесу навчання, створюються умови для формування соціальних установок та ціннісних орієнтацій, тобто для прямої реалізації виховних завдань. Потреби та інтереси людини пов'язані з певною формою соціальної активності, стратегічна організація поведінки особистості – це мобілізація особистісних сил для певної соціальної активності.

Навчальний заклад – це той осередок громадянської освіти, який повинен сприяти розвитку демократичної політичної культури, формуванню громадянської компетентності, політико-правових знань, політичних умінь, гідності та відповідальності молодих людей, усвідомленню і визнанню ними демократичних принципів життя та пріоритету прав людини.

Х.О. Голинська, канд. політ. наук, асист., КНУТШ, Київ
holynska.chrystyna@yahoo.com

ГРОМАДЯНСЬКІСТЬ ЯК ВІДЧУТТЯ НАЛЕЖНОСТІ: З ІСТОРІЇ ПРОБЛЕМИ

В найзагальнішому вигляді, громадянськість можна визначати як відносини між суверенною особистістю та колективним утворенням (політичною нацією), які ґрунтуються на особливому відчутті належності індивіда до даної групи. Бути громадянином сьогодні означає більшою чи меншою мірою ідентифікувати себе із політичними інститутами, утвореними певною нацією (політичною) для захисту невід'ємних

природних прав і свобод людини. Саме такий підхід превалує у сучасних демократичних державах, які базують свої конституції на теорії суспільного договору, беручи за головний принцип віру в те, що влада створена для захисту людини та гарантування її прав, а не навпаки. Ці уявлення є достатньо поширеними та часто сприймаються як аксіоматичні, особливо в західноєвропейських державах та США. Проте, ще кілька століть назад громадянство було не правом, а привілеєм, інколи, навіть обов'язком належати до того чи іншого колективного утворення та ніколи не порушувати цей зв'язок. Еволюція громадянськості як відносин держави (політичної нації) та індивіда відбувалась у декілька етапів, виникнувши в Давній Греції, дещо вдосконалившись в Римській імперії, модифікувавшись в середньовічних містах, утвердившись на деякий час в якості концепції ліберального громадянства, та, врешті, розпочавши нову стадію розвитку в сучасному інформаційному і глобалізованому суспільстві.

Ідея громадянства виникла в давньогрецькій філософії та політичній практиці. В грецьких містах-державах вперше було впроваджено особливий статус, який відображав зв'язок певної людини із тим чи іншим полісом. Цим статусом наділялися не всі мешканці міста-держави. Для його отримання, насамперед, потрібно було відповідати ряду критеріїв: бути чоловіком, досягти певного віку, володіти майном та не бути рабом. Уже після отримання статусу вимагалась активна участь у справах громади. Тобто, саме поліс був джерелом (а не гарантом) прав і свобод, тому міг накладати і певні обов'язки, порушення яких каралось позбавленням громадянства. Це покарання було одним із найжорстокіших, оскільки ті мешканці поліса, які відповідали всім критеріям, але не були громадянами, зневажались. Важливість громадянства для мешканців давньогрецьких міст-держав дуже добре проілюстрував Аристотель, стверджуючи в праці "Політика", що той, хто не належить до полісу, є або богом, або диким звіром. Громадянство надавало можливість брати участь у житті громади, впливати на прийняття важливих рішень, обирати і бути обраним. Такий підхід сприяв формуванню особливого типу громадянськості. На той час зв'язок індивіда та політичного утворення був не добровільним, а вимушеним. Через це належність до того чи іншого полісу вважалась привілеєм і цінувалась дуже високо.

Подібна концепція громадянськості розвинулась і в Римській імперії. Тут також джерелом свободи та прав була держава, а належність до неї вважалась благом, до якого слід прагнути. Разом з тим, якщо в Давній Греції бути громадянином полісу практично нічого не означало поза межами цього полісу, то в Римській імперії статус громадянина давав особливі привілеї на великих територіях. У багатьох джерелах, навіть у Біблії, згадується фраза "Civis Romanus sum" (я є громадянин Риму), яка врятувала Апостола Павла від покарання та забезпечувала недоторканність римлян у землях варварів. Затримувати чи, тим більше, карати наділених цим статусом можна було лише після рішення суду.

Відтак, давньоримська концепція громадянськості передбачала розвинуте відчуття належності до імперії як своєрідної протофедеральної держави, яка гарантувала права та свободи і захищала своїх громадян навіть поза її межами. Громадянство було жаданим привілеєм, який цінувався дуже високо. Водночас, розміри Римської імперії не давали можливості центральним органам влади керувати всіма державними справами. Починають з'являтися перші самоврядні інституції і формується новий пласт громадянськості – відданість не лише державі, що надає права і свободи, а й місцевим органам самоврядування, які давали змогу брати активну участь у вирішенні проблем, які безпосередньо стосувалися кожного мешканця даної території.

Загалом, давньогрецька та давньоримська концепція громадянськості мають одну спільну рису – джерелом свободи та прав людини є держава і ті, хто з певних причин не має громадянства, цих прав та свобод позбавлений. А це означало, що громадянство та всі привілеї, пов'язані з ним, потрібно було "заслужити". Держава була вищою за окремого індивіда та могла вимагати виконання обов'язків, надаючи за це певні свободи і залишаючи за собою право їх відібрати.

Перші дискусії щодо того, що громадянство – не привілей, а право кожного індивіда обирати певну політичну спільноту та ідентифікувати себе із нею, розпочалися в добу Середньовіччя. Християнство, яке домінувало в той час, базується на ідеї свободи волі, яка гарантується Богом, а не тією чи іншою державою. Більш того, держава повинна діяти на основі релігійних норм і, якщо якась вимога закону суперечить християнській доктрині, людина має право не дотримуватися цього закону. Хоча на практиці громадяни, все ж, були "прив'язані" до певної держави чи міста, влада перестає бути джерелом прав і свобод. Середньовічне місто, наділене Магдебурзьким правом, було своєрідним "острівцем свободи". До наших днів дійшла відома німецька максима, яка виникла саме в той час – "повітря міста робить людину вільною". Так, будь-який слуга міг втекти від свого господаря і, якщо йому вдавалось переховуватися в місті один рік та один день, він вважався вільним та отримував статус громадянина.

Найбільш фундаментальні зміни в концепції громадянськості відбулися в епоху Просвітництва. Ідеї про те, що права та свободи належать кожній людині від народження і не можуть бути відібрані державою, вперше були висловлені британським політичним філософом Джоном Локком. Теорія суспільного договору, розвинена ним, стала основою більшості сучасних концепцій демократії. Вона базується на вірі у те, що держава створена задля гарантування прав і свобод громадян і може лише частково обмежити їх, якщо вони не підкоряються законам, становлять загрозу для суспільства або вчиняють злочин. Але, у жодному разі, це не дає достатніх підстав для позбавлення громадянства чи зневаги до людської гідності.

Погляди Дж. Локка стали основою так званої "ліберальної" концепції громадянськості, яка базувалась на теорії суспільного договору та є

однією із найпоширеніших. Протягом кількох останніх століть вона розширювалась, дозволяючи включення до категорії громадян жінок, людей різних расових та етнічних груп, мігрантів тощо. Сьогодні знову постають нові виклики, які вимагають розробки сучасних концепцій громадянськості та відповіді на ті питання, які є непосильними для ліберальної концепції. Як формується почуття належності в людини, яка народилась в сім'ї мігрантів, одружилась з громадянином іншої держави, а проживає в третій? Що означає бути громадянином в епоху Інтернету? Яким є почуття належності в глобалізованому світі? Як сформувати відчуття належності до нових незалежних демократичних держав в людей, які пережили десятиліття тоталітаризму? Як співвідноситься релігія та громадянськість в теократичних державах? Всі ці питання ще потребують відповіді.

***М.С. Гурицька, доц., Гуманітарний інститут, НАУ;
асист., Інститут журналістики, КНУТШ, Київ
racta@ukr.net***

ГРОМАДЯНСЬКА ОСВІТА ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Проблеми громадянської освіти і виховання в Україні набувають сьогодні особливу актуальність у зв'язку з усвідомленням необхідності формування громадянського суспільства. Наявність громадянського суспільства – найважливіша ознака і умова існування демократичної держави. Через економічні, історичні та політичні обставини Україна перебуває сьогодні лише на початковій стадії формування такого суспільства.

Розвиток громадянського суспільства в нашій країні відбувається під впливом багатьох зовнішніх і внутрішніх чинників, пов'язаних з нестабільними економічними, політичними і культурними процесами життєдіяльності кожної окремої людини і суспільства в цілому. Важливу роль в цьому процесі відіграють освіта і виховання як основа формування усвідомленої громадянської позиції особи. В такій ситуації важливим є формування оптимальної відповідності освітнього процесу тієї культурно-історичної ситуації, яка характерна для українського суспільства та ігнорування якої може привести до серйозних наслідків і втрат.

Громадянська освіта – це навчання людей тому, як жити за умов сучасної держави, як дотримуватися її законів, але водночас і не дозволяти владі порушувати їхні права, домагатися від неї здійснення їхніх правомірних потреб, як бути громадянином демократичного суспільства. Така освіта є потужним знаряддям демократизації суспільства.

Метою громадянської освіти є виховання громадянина, який цінує та готовий відстоювати ідеали свободи, демократичні цінності й права людини.

З огляду на важливість ідеї громадянського суспільства для розвитку демократії в глобальному масштабі, це поняття повинне лягти в основу шкільної програми. У громадянській освіті поняття громадянського суспі-

льства є не менш важливим, аніж поняття конституціоналізму, прав людини, суверенітету й інших термінів, пов'язаних з демократичним управлінням. Якщо ми хочемо, щоб наші учні могли аналізувати, розуміти і поважати демократію як у своїй країні, так і в усьому світі, вони повинні мати уявлення про громадянське суспільство, вміти оцінювати діяльність організацій громадянського суспільства і співвідносити свої знання про громадянське суспільство з іншими ключовими поняттями теорії і практики демократії. Більше того, якщо ми хочемо, щоб наші учні були готові до виконання ролі активних громадян у конституційній демократії, вони повинні володіти громадянськими навичками і цінностями, необхідними для ефективної участі в діяльності організацій громадянського суспільства.

Знання про громадянське суспільство повинні підкріплюватися громадянськими навичками і цінностями, необхідними для активної участі в суспільному житті. Тому на практичних заняттях у класі, у суспільному житті за стінами школи повинні розвиватися певні навички поведінки і якості, що підкреслюють необхідність лідерства, співпраці, довіри, толерантності, громадянськості і впевненості в собі.

Україна, перебуваючи в процесі трансформування, надзвичайно потребує досконалої громадянської освіти як потужного знаряддя політичної соціалізації, інтегрування особистості у політичну систему, зміцнення громадянського суспільства на фундаментальних засадах рівності, взаємної відповідальності й почуття власної гідності. Така освіта має допомогти людям долати політичну апатію, навчити мирними способами здійснювати політичну й громадянську діяльність, розв'язувати соціальні проблеми, виключаючи насильство. Розвиток громадянської освіти, розробка навчальних програм, навчання вчителів призведе до зміцнення громадянського суспільства в Україні, до демократизації й стабільності.

М.І. Зайдель, асп., ХНУ імені В.М. Каразіна, Харків

САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЯК ПАРТНЕРСТВО ВЛАДИ ТА БІЗНЕСУ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Партнерство влади та бізнесу в Україні є необхідною умовою розбудови і становлення ринкових структур, економічного зростання через стимулювання підприємницької активності та виведення значної частини бізнесу з тіньового сектору економіки. Введення системи саморегулювання є дієвим механізмом скорочення втручання та присутності державної влади в сфері приватного бізнесу.

Саморегулювання – це регулювання відносин в окремих сферах підприємницької та професійної діяльності на основі самоорганізації, тобто без безпосереднього втручання держави. Цінність саморегулювання полягає в тому, що владно-бізнесові взаємини розбудовуються на основі партнерства, що в свою чергу дозволяє скоротити обсяг державного втручання в розвиток бізнесу.

Ідея саморегулювання має тривалу історичну традицію. Прототипом сучасного саморегулювання були римські колегії, середньовічні гільдії

та цехи ремісників, торговців та представників єдиної професії (ткачі, чоботарі, пекарі тощо), які створювались з метою захисту інтересів своїх членів та економічного піднесення. Сучасний досвід саморегулювання в світі існує з початку XX сторіччя. Сьогодні значна частина бізнесу в країнах ЄС, США та Канаді контролюється на рівні саморегулювання. Для України ж ця практика зовсім невідома.

Саморегулювання бізнесу супроводжується обмеженням діапазону державної влади в багатьох сферах економічного життя на користь ефективного захисту інтересів підприємців, орієнтуючись таким чином на забезпечення економічного зростання. Саморегулювання є продуктом державної політики, тобто здатністю держави до самообмеження в економічній сфері. Однак, це не означає, що держава усувається від регулювання цих процесів. Як держава, так і бізнес мають певні права та обов'язки відносно один одного. За державою залишається нормативно-правове забезпечення економічної діяльності, контроль за дотриманням установлених правил, функції нагляду за дотриманням законодавства та контроль за результатами діяльності приватного сектору. Учасники ринку наділяються правами самостійної регуляції власної діяльності, встановлення стандартів і вимог до якості послуг, які змінюються в залежності від потреб ринку, та участю у нормотворчості. Система саморегулювання передбачає об'єднання максимальної кількості організацій єдиної сфери діяльності (будівництво, фермерство, туристична діяльність, ринок цінних паперів тощо) в саморегулюючі організації (СРО). До СРО як юридичної особи публічного права переходить частина державних повноважень. Система саморегулювання не замінює державне регулювання, а доповнює його, адже в повноваженнях держави залишається контроль за СРО та можливість позбавити організації статусу СРО. До компетенції держави також входить встановлення належних умов задля функціонування СРО у вигляді законодавчої бази та передачі владних управлінських повноважень задля саморегуляції в межах спеціалізації діяльності СРО. На відміну від державного втручання до бізнес-сфери, природа СРО наділяє їх більшою гнучкістю та пристосовуванням до вимог ринку та інтересів бізнесу. Саморегулювання є обов'язковим елементом ринкової економіки, де функції держави обмежуються до створення належних умов для функціонування економіки.

Характер національних відносин влади і бізнесу перебуває під тиском системних інституційних трансформацій, довготривалої демократичної модернізації та необхідністю реформування економічної системи відповідно до законів ринку. Інтенсивний розвиток підприємницької діяльності вимагає реформування системи державного регулювання підприємництва та збалансування владно-бізнесових відносин в Україні. Саморегулювання є інститутом, через який відбувається децентралізація та дебіюрократизація економічної сфери, оскільки метою запровадження СРО є витіснення системи ліцензування підприємницької діяльності. Система ліцензування передбачає утримання громіздського чиновницького апарату, що є не тільки додатковим навантаженням на держа-

вний бюджет, але й розповсюдженням корупційних схем при безпосередній взаємодії чиновника та підприємця. Ця система не встигає відповідати на запит ринку та споживача отримувати якісну, своєчасну та конкурентну послугу, а система СРО забезпечує реалізацію демократичного та прозорого управління, захищаючи інтереси своїх учасників на ринку та перед державою, створюючи сприятливе конкурентне середовище.

О.С. Крижанівська, студ., КНУТШ, Київ
Elena_kr@ukr.net

ПЕРЕШКОДИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТУ ОМБУДСМЕНА В КРАЇНАХ ЛАТИНСЬКОЇ АМЕРИКИ

Слово "омбудсмен" має шведське коріння і перекладається як "представник". Концепція "захисника народу" з'явилася у першій половині XIX століття. Швеція у 1809 році стала першою країною, у якій виник даний інститут, що мав на меті обмеження влади монархії. Парламент призначав делегата, завданням якого було отримувати скарги від громадян щодо діяльності владних органів, спрямованої проти громадянських і людських прав.

Щодо регіону Латинської Америки, то дослідники згадують про існування посади "Tlacuahuicui" ("той, хто все бачить"). Особа, що призначена на дану посаду, була наділена повноваженнями слідкувати за функціонуванням Імперської Ради. Із прибуттям іспанців на континент, було призначено "Контролера короля", який виконував функцію нагляду за діяльністю віце-королів.

Однак процес створення інституту омбудсмена і включення його в сучасні юридичні системи держав Латинської Америки припадає на 90-ті роки XX століття із початком періоду "переходу до демократії". Загальною особливістю захисників народу латиноамериканських держав, що відрізняє їх від скандинавської моделі омбудсмена, є те, що "останній покликаний контролювати адміністративний апарат, а перші – захищати права людини. Їх завдання – не просто наглядати за діяльністю уряду, але і відстоювати права кожної особи, що проживає у даній державі" [Constenla C. Latinoamérica y la experiencia del defensor del pueblo].

Конференція у Мадриді, організована у травні 1992 року виокремила кілька основних характеристик, якими володіє даний інститут:

- передумовою існування інституту омбудсмена є демократичний політичний режим;
- послуги захисника народу мають бути загальнодоступними і безоплатними для громадян, які бажають сформулювати скаргу з приводу порушення їх прав;
- ці функції мають бути закріплені у відповідному законодавчому акті;
- інститут повинен здійснювати контроль за діяльністю уряду та інших органів влади. При цьому він є цілковито незалежним від них;
- омбудсмен має бути також фінансово незалежним у своїй діяльності;

- захисник прав людини не може самостійно застосовувати юридичні норми до порушників прав людини;
- одним із його обов'язків є просвітницька діяльність щодо прав громадян відповідної держави.

Але окрім загальних рис, які мають бути притаманними інституту омбудсмена кожної країни, захисники прав народу у державах латиноамериканського регіону мають свої особливості і діяльність їх також наділена певною специфікою, яка склалася під впливом державного і політичного режимів, історичного розвитку, менталітету населення, тощо. Якщо говорити про сучасних захисників народу країн Іberoамерики, то однозначно можна стверджувати, що живеться їм не солодко. По-перше, у державах склалася така ситуація, що виконавча гілка влади є значно сильнішою за законодавчу, яка відповідає за призначення особи на посаду захисника народу. А це означає, що омбудсмену контролювати діяльність адміністрації, оголошувати на всезагал про порушення прав людини, які здійснює уряд, не просто не вигідно, а ще й ризиковано для власного життя. Існує навіть спеціальна "Обсерваторія із захисту захисників прав людини", яка щороку публікує звіти про порушення прав людини у більшості країн світу, а також про злочини проти самих омбудсменів. У країнах Латинської Америки останні є надзвичайно поширеними. "Захисники прав людини були визначені як зрадники батьківщини, олігархи і імперіалістичні маріонетки у Венесуелі і Нікарагуа. У Перу їх звинувачували у терористичній діяльності, а на Кубі їх охарактеризували як убивців і політичних повій" [*Roccatti M. Defensores de derechos humanos, atacados por doquier*]. Протидія з боку виконавчої гілки влади здійснюється у найрізноманітніших формах: від листів із погрозами, до вбивств і самих омбудсменів, і їх родин.

Захисники прав людини продовжують ставати об'єктами, в більшості країн континенту, посягань на їх свободу слова (Болівія, Чилі, Куба, Еквадор, Мексика, Нікарагуа, Венесуела), асоціацій (Куба, Венесуела), мирного зібрання або руху (Куба); також омбудсмени стають жертвами погроз (Аргентина, Болівія, Бразилія, Колумбія, Гватемала, Перу), агресії, поганого поводження і посягань на життя (Нікарагуа, Аргентина, Бразилія, Колумбія), убивств (Бразилія, Колумбія, Сальвадор, Гватемала, Мексика).

Також на шляху до відновлення справедливості у латиноамериканських державах стоїть той факт, що самі постраждалі віддають перевагу не звертатися зі своїми скаргами до омбудсменів, адже помста кривдників за оприлюднення здійснених ними порушень проти прав людини може бути страшною.

Ще однією вагомою перешкодою ефективній діяльності омбудсменів регіону Латинської Америки є недостатнє фінансування з боку держави. За подібних несприятливих умов захисники народу не можуть здійснювати необхідну кількість відвідин місць позбавлення волі. Такі візити потрібні для того, щоб мати змогу поспілкуватися з будь-якою заарештованою особою, вислухати скарги кожного і провести розслідування, у ході якого злочини проти прав затриманих людей або підтвердяться, або спростуються. Виходячи із скрутної фінансової ситуації, що склада-

ється в південноамериканських державах, омбудсмени відвідують в'язниці нечасто, а особи, що відбувають покарання мають обмежені можливості вийти з ними на зв'язок.

Наявність інституту омбудсмена є своєрідною гарантією того, що у випадку зловживання представниками виконавчої влади своїм службовим становищем, порушенням ними прав будь-якого громадянина держави, цей пересічний громадянин зможе їх відстояти, довести свою безвинність і шкоду, завдану його правам з боку посадових осіб.

Чи гарантує що-небудь наявність даного інституту у країнах Латинської Америки? Навряд-чи. Представники народу, його слуги звикли поводити себе настільки безцеремонно, безпринципно щодо тих, на благо кого вони мають працювати, що про жодні гарантії прав не може бути і мови. Як же омбудсмени можуть відстоювати інтереси інших громадян, якщо їх самих треба захищати? На ці і багато інших питань існує велика кількість відповідей. Але найголовніше те, щоб народи країн Латинської Америки більше не можна було б охарактеризувати приказкою: "За що боролися, на те і напоролися". Адже, будучи людьми запальними та імпульсивними, вони знову і знову потрапляють у ситуації, коли лідери, за яких нещодавно готові були життя віддати, стають їх запеклими ворогами.

А.Е. Москалев, асп.,
Московский гуманитарный университет, Москва, Россия
2807-70@mail.ru

МОЛОДЕЖНАЯ ОППОЗИЦИИ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОТИВОРЕЧИЯ РАЗВИТИЯ

Молодежная оппозиция в современной России – важная составляющая формирующегося гражданского общества. Можно выделить три этапа ее развития, исходя из отношений власти к оппозиционным молодежным объединениям.

1. Период стихийного создания и функционирования молодежных оппозиционных объединений (1991–1995 гг.). Особенностями этого периода были: активная политизация молодежи, создание многочисленных молодежных общественных объединений, в том числе и оппозиционных демократическим силам, пришедшим к власти, слабость нормативно-правовой базы, регламентирующей деятельность общественных объединений.

2. Период упорядочивания пространства молодежной политики и расцвета молодежной оппозиции (1995–2003 гг.). Для этого периода характерно увеличение популярности и численности левых (коммунистических и социалистических) и правых (националистических) молодежных объединений, а также повышение внимания к молодежным объединениям со стороны политических партий. Лидеры оппозиционных партий осознают, что молодежь является не только потенциальным электоратом, но может выступить и в роли активной уличной силы. Начинают появляться моло-

дежные отделения политических партий, многие из которых позже попытаются стать самостоятельным субъектом политики.

3. Период сужения "коридора возможностей" и кризиса молодежной оппозиции (2003 г. – настоящее время). Укрепление вертикали власти, включающее и изменение избирательного законодательства, в соответствии с которым представители молодежной оппозиции практически потеряли шансы попасть в федеральные органы законодательной власти, привело к отстранению молодежи от реальных рычагов влияния на политику на федеральном уровне. Среди ста ведущих политиков России, по данным "Независимой газеты", лишь Р. А. Кадыров, занимающий место во второй половине списка, может быть отнесен к группе молодежи. Доля молодежи в составе первой сотни Кадрового резерва Президента РФ не превышает 3 %.

Другой тенденцией стало изменение отношения власти и молодежной оппозиции. Она начинает восприниматься правящим политическим классом как явление враждебное и несущее в себе потенциальную угрозу. В связи с этим, получает применение практика судебных запретов деятельности оппозиционных объединений как экстремистских, например, в 2007 г. была запрещена Национал-большевистская партия, а в 2010 г. – организация "Армия воли народа". Эта тенденция ведет к "поляризации молодежного политического пространства" [Карпенко О.М., Ламанов И.А. Молодежь в современном политическом процессе России. – М.: Изд-во СГУ, 2006. – С. 102]. Авторитаризация режима привела к появлению на молодежном политическом поле оппозиционных объединений либерально-демократической ориентации, таких как "Демократическая альтернатива", "Мы", "Оборона". Изменяются и методы политической деятельности молодежной оппозиции: широкое распространение получают акции прямого действия, незаконная агитация и все более активное использование Интернет-пространства. Современному этапу развития молодежной оппозиции, свойственно сосуществование центробежной и объединительной тенденций. Практически все наиболее заметные оппозиционные объединения сталкиваются с серьезными внутренними противоречиями, приводящими к их дроблению. Но в условиях малочисленности и слабости молодежной оппозиции постоянно предпринимаются попытки создания коалиции объединений, принадлежащих к одной части политического спектра. Наиболее заметными были усилия по объединению левых молодежных сил в рамках "Молодежного левого фронта" и демократических объединений в рамках движения "Оборона". Обе эти попытки не увенчались успехом.

Вместе с тем, для современного этапа развития молодежной оппозиции свойственны противоречия, идущие в разрез с основной тенденцией сужения "коридора возможностей". В первую очередь это касается несоответствия между декларируемыми целями большинства молодежных оппозиционных объединений и их реальной политической деятельностью. В частности, оппозиционные лидеры объясняют слабость своих объединений информационной блокадой со стороны власти. Но

исследования медиа-пространства показывают, что у российской молодежи достаточно доступных информационных ресурсов для ознакомления с идеологией и деятельностью оппозиционных молодежных объединений. Большое значение как медийный канал для молодежи, особенно в столице, имеет интернет.

Правящему политическому классу выгодно поддерживать видимость существования плюрализма на молодежном политическом поле как один из атрибутов демократии. Молодежные оппозиционные объединения способны осуществлять протестные акции, но в силу своей малочисленности, нестабильности и ограниченности ресурсов, не могут оказывать реальное дестабилизирующее влияние на политическую систему. Кроме того, для большей части российской молодежи политика не является значимой ценностью. Молодежь интересуется политикой, но по данным опроса Фонда "Общественное мнение", ее нацеленность на политическую деятельность измеряется в величинах статистической погрешности, уступая целям "создания семьи, достижения успеха и материального благополучия" [Гражданское общество современной России. Социологические зарисовки с натуры. – М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2008. – С. 195]. Среди тех, для кого участие в политике все же является ценностно значимым, лишь 7 % теоретически готовы вступить в оппозиционное объединение. При этом большая часть политически активной молодежи поддерживает существующую власть. То есть малочисленность и политическая слабость оппозиционных молодежных общественных объединений в значительной степени объясняется не давлением со стороны власти, ограничивающей доступ к информационным ресурсам, а объективными причинами, среди которых и особенности системы ценностей современной молодежи.

Справедливость этого вывода может быть подтверждена в ближайшем будущем, поскольку тенденция к демократизации политической сферы, наметившаяся при президенте Д. А. Медведеве, отражается и на молодежной оппозиции, в частности, московскими властями впервые были санкционированы такие протестные мероприятия как "День гнева" и митинг в поддержку 31 статьи Конституции. Возможно, это показатели начала нового этапа в развитии молодежной оппозиции в России.

К.М. Петренко, студ., КНУТШ, Київ
Ekaterina366@gmail.com

СТУДЕНТСЬКЕ САМОВРЯДУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ

Україна як молода незалежна держава, що знаходиться на перехідному етапі розвитку, прагне до побудови демократичної, правової держави з розвинутим громадянським суспільством. Проте для реалізації наміченої мети в першу чергу необхідно створити якісну нормативно-

правову базу, адже вона є основою регуляції всіх суспільних процесів в країні. Особливо гостро нормативно-правового регулювання потребують ті сфери суспільно-політичного життя, які тільки створюються чи розвиваються. До них відноситься і такий елемент громадянського суспільства, як студентське самоврядування.

В Україні етап законодавчого оформлення студентського самоврядування був ознаменований прийняттям Закону України "Про освіту" від 23 березня 1991 р., де закладено визначення органів та прав громадського самоврядування; Закону України "Про вищу освіту" від 17 січня 2002 року, який визначає мету, завдання та основні засади діяльності органів студентського самоврядування у вищому навчальному закладі; Постанови Кабінету Міністрів України "Про затвердження Положення про державний вищий навчальний заклад" від 5 вересня 1996 року, яка містить розділ "Органи студентського самоврядування у вищому закладі освіти"; на решті Положення Міністерства освіти і науки України "Про студентське самоврядування у вищих навчальних закладах" від 03 квітня 2001 р.

Стаття 38 Закону України "Про вищу освіту" із змінами і доповненнями від 19 січня 2010 року визначає мету студентського самоврядування: "Студентське самоврядування забезпечує захист прав та інтересів осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі, та їхню участь в управлінні вищим навчальним закладом". В п.3 зазначена стаття Закону України визначає такі функції студентського самоврядування в Україні:

- прийняття актів, що регламентують організацію та діяльність органів студентського самоврядування;
- проведення організаційних, наукових, культурно-масових, спортивних, оздоровчих та інших заходів;
- сприяння працевлаштуванню осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі;
- розпорядження коштами та іншим майном, що знаходяться на балансі та банківських рахунках органів студентського самоврядування, виконують інші функції.

Необхідно зазначити, що перераховані в Законі України "Про вищу освіту" функції студентського самоврядування значно звучують його значення для сучасного українського суспільства. Не йдеться про такі важливі функції студентського самоврядування як інституту громадянського суспільства, як: представлення інтересів студентства на місцевому та державному рівнях; позитивне спрямування студентської молоді як активної соціальної групи; безпосередній вплив на розбудову громадянського суспільства в Україні тощо.

З метою організаційного та науково-методичного забезпечення впровадження студентського самоврядування у вищих навчальних закладах Міністерство освіти і науки України наказом від 03.04.01 № 166 затвердило "Положення про студентське самоврядування у вищих навчальних закладах". У даному Положенні визначається сутність студентського самоврядування, права і обов'язки студентів. "Самоврядування у вищому навчальному закладі – це самостійна громадська діяльність

студентів із реалізації функцій управління вищим навчальним закладом, яка визначається ректоратом (адміністрацією), деканатами (відділеннями) і здійснюється студентами відповідно до мети і завдання, що стоять перед студентськими колективами".

Як бачимо, зазначене вище визначення студентського самоврядування має протиріччя, характерне для всіх сучасних органів студентського самоврядування в Україні: з одного боку, це – самостійна громадська діяльність студентів, а з іншого – ця діяльність визначається адміністрацією. Таким чином, втрачається сама сутність самоврядування як самостійної діяльності. Зазначене протиріччя сприяє виникненню ряду проблем студентського самоврядування в Україні.

19 січня 2010 року Президентом України В.Ющенко було підписано Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про вищу освіту" щодо питань студентського самоврядування", який став новим кроком в проблемі законодавчого оформлення студентського самоврядування в Україні. Цей Закон визначає, що:

- студентські органи самоврядування отримали 10 %-ве представництво у вищих колегіальних органах громадського самоврядування всіх рівнів вищих навчальних закладів;
- фінансовою основою студентського самоврядування проголошено кошти, визначені Вченою радою вищого навчального закладу в розмірі не менше 0,5 відсотка коштів спеціального фонду відповідного вищого навчального закладу;
- студенти отримали право брати участь у вирішенні наступних питань (погоджувати):
 - відрахування осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі, та їх поновлення на навчання;
 - переведення осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі за державним замовленням, на навчання за контрактом за рахунок коштів фізичних та юридичних осіб;
 - переведення осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі за контрактом за рахунок коштів фізичних та юридичних осіб, на навчання за державним замовленням;
 - призначення заступника декана, проректора, які відповідають за роботу із студентами;
 - поселення осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі, в гуртожиток і виселення з гуртожитку;
 - затвердження рішень з питань студентських містечок та гуртожитків для проживання осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі.

Очевидно, згідно із новою редакцією Закону України "Про вищу освіту" повноваження органів студентського самоврядування розширилися, безперечним здобутком є отримання ними фінансування. Проте залишається і ряд невирішених питань. Зокрема, не прописані механізми отримання органами студентського самоврядування належних 0,5 відсотка від коштів спеціального фонду вищого навчального закладу. Так само незрозуміли-

ми залишаються механізми виконання органами студентського самоврядування таких повноважень, як: відрахування і переведення осіб, які навчаються у вищому навчальному закладі; призначення заступника декана, проректора, які відповідають за роботу із студентами; затвердження рішень з питань студентських містечок та гуртожитків тощо.

Таким чином, можна зробити висновок, що реформування законодавства України в сфері студентського самоврядування відбувається у позитивному для розвитку громадянського суспільства напрямку, проте досі залишається велика кількість невизначених до кінця питань, невідповідностей, прогалин. Через це, на нашу думку, українське законодавство в сфері студентського самоврядування і досі має більше декларативний характер, ніж практичний.

Т.С. Рева, асп., КНУТШ, Київ

ПРОЯВИ ПОЛІТИЧНОГО ЕКСТРЕМІЗМУ У ПРАВОВИХ ДЕРЖАВАХ

На перетині тисячоліть перед людством постало багато проблем, які охоплюють різні сфери суспільства. В наслідок інтенсивного процесу глобалізації зміцнилися зв'язки між державами та цілими політичними регіонами. Результатом цього процесу стали: з одного боку – відносна політична та економічна стабілізація на світовому рівні, а з іншого – взаємозалежність всіх суб'єктів міжнародної політики. Яскравим прикладом була світова економічна криза. Також важливими питаннями виступають міжнародний та регіональний тероризм, екологічна політика, гуманізація та демократизація світового співтовариства. Саме вирішення останнього передбачає побудову та розвиток громадянського суспільства.

Громадянське суспільство – механізм соціальної взаємодії, що складається зі сфери особистого, різноманітних об'єднань, суспільних рухів і публічної комунікації. Воно функціонує лише за умов правової держави, адже у тоталітарних та авторитарних режимах відсутня активна участь громадян у формуванні державної політики. Німецький політолог А. Альбрехт виділяє такі основні риси правової держави:

- Конституціоналізм, який вимагає, щоб діяльність держави врегульовувалася правовими нормами, зафіксованими в конституції;
- Процесуальна, формальна та матеріальна раціоналізація державної влади, покликана гарантувати дотримання державою права і закону;
- Захист інтересів громадян перед державною владою і судовий контроль за діяльністю держави;
- Державна монополія на верховну владу у політичному плані, яка передбачає втручання будь-яких кланових, корпоративних чи інших інтересів у процес формування і визначення державної волі;
- Інституціоналізований зв'язок держави із суспільством, який забезпечує можливості контролю з боку суспільства над державним апаратом;
- Пліуралізм політичної спільноти (багатопартійність), який забезпечує такий стан, коли присутність у політиці цілого спектра суспільно-

політичних та економічних інтересів стримує, обмежує "всеволодність" держави [Скрипник О.В. Соціальна, правова держава в Україні. – К., 2000. – С. 23].

Таким чином держави, які забезпечують реалізацію всіх цих рис на практиці називаються державами зі сформованим громадянським суспільством. Наприклад, до них можна віднести Сполучені Штати Америки, Великобританію, Німеччину та інші.

Не дивлячись на високий рівень громадянської освіти, політичної культури та демократичності цих суспільств у всіх них присутні так звані атавізми минулого розвитку, а саме різноманітні екстремістські угруповання, організації та рухи. Відомий англійський філософ та соціолог Р. Скритон в словнику політичної думки визначає "політичний екстремізм" як:

- взяття політичної ідеї в певних її межах, не дивлячись на негативні наслідки, що може це спричинити, аргументи і почуття спрямовані на протидію або, навіть, знищення опозиції;
- нетерпимість до всіх поглядів окрім власних;
- використання засобів ведення власної політики, яка підкреслює байдуже ставлення щодо життя, свободи й прав інших людей" [Scruton R. Dictionary of Political Thought [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.roger-scruton.com>].

Відповідно можна виділити такі його риси як:

- Нелегітимна політична діяльність, перш за все незаконне насильство. Існування та діяльність більшості екстремістських об'єднань заборонена законом. Наприклад у Німеччині відповідно до закону 1945 року заборонена Націонал-соціалістична робітничка партія Німеччини; португальський закон про заборону фашистських партій 1978 року; італійський закон про заборону неофашистської діяльності 1952 року та інші.
- Крайні форми націоналізму, расизму або соціально-класового антагонізму. Наприклад, США представлені расистськими організаціями "Ку-Клукс-Клан" та "Чорні пантери"; Великобританія нефашистською організацією "Ліга Святого Георгія"; Німеччина – "Союз товариської допомоги" (Скінхеди), "Союз вигнаних" та "Фракція Червоної Армії".
- Простота й загальнодоступність ідеології, вміння запропонувати "прості" способи й шляхи вирішення найскладніших проблем суспільного життя й переконати маси в можливості їх вдалого здійснення на практиці. Так анархістські рухи використовують у своїй агітації різні сценарії для пояснення ситуації у суспільстві. Наприклад, сценарій "лібертаристського прориву", який полягає у критиці політики великих корпорацій щодо гідності та духовного розвитку людини. Велику підтримку ідеї гуманізації великого механізму транснаціональних організацій мають серед "середнього класу". Отже, антиглобалісти застосовують цей сценарій для країн з розвинутою ринковою економікою та високим рівнем громадянського суспільства, де існує чітко сформований "середній" клас.

Таким чином, політичний екстремізм активно функціонує у сучасному світовому просторі. Він проявляється у різних формах, починаючи від закритих організацій сектантського типу закінчуючи широко розповсю-

дженими антиглобалістськими рухами. Це явище охоплює всі типи суспільств від тоталітарних, де вони носять характер офіційної політики державної влади, так як це можна було спостерігати у Радянському Союзі за часів Й.Сталіна та у нацистській Німеччині за часів А.Гітлера. Яскраво, представлені ці тенденції демократичних суспільствах як сучасна Німеччина та США, де на тлі суцільної злагоди та стабільності вони виступають дестабілізуючими силами соціуму.

К.О. Сарбаш, студ., КНУТШ, Київ
Sarbash.kate@gmail.com

РОЗБУДОВА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК ШЛЯХ ДО ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Концепція громадянського суспільства сформувалася на зорі нового часу, як усвідомлення переходу суспільства до цивілізованого стану, до встановлення між членами суспільства тісних соціальних зв'язків, які забезпечували його силу і стійкість. Теорія громадянського суспільства ґрунтується на ідеї автономності та індивідуальної свободи громадян, невтручання держави в життя громадянського суспільства. Відносини і взаємовплив громадянського суспільства і держави – цих двох підсистем єдиної суспільної системи – є визначальними у забезпеченні демократичного розвитку країни. Поступовий розвиток і зміцнення громадянського суспільства потребує досить копіткої роботи, проте саме він є реальною запорукою побудови в Україні справжньої демократії. Реалізація даного сценарію має здійснюватися у декількох напрямках одночасно. По-перше – це удосконалення механізму взаємодії суспільства і держави, що вимагає розвитку інституціональної структури демократії, розвитку і зміцнення різних форм функціонального представництва організованих інтересів у системі законодавчої та виконавчої влади; передачі частини владних повноважень місцевому самоврядуванню; створення системи незалежного суспільного контролю за державною владою. Гармонізація взаємовідносин держави і суспільства дозволить поступово обмежити державне втручання в приватне і асоціативне життя громадян. Зрештою, держава займе належне їй в умовах сучасного розвитку місце – бути функцією суспільства під його постійним і всебічним контролем. Другим найважливішим напрямком розвитку громадянського суспільства є розширення його соціальної бази, що пов'язано із створенням ефектвної системи економічних відношень, які забезпечують економічну свободу особистості та формування міцного кількісно і якісно середнього класу. Це можливо лише за умови цілеспрямованого і послідовного розв'язання таких завдань: розвитку приватної власності; визнання самостійності і рівноправності господарюючих суб'єктів, створення умов для переходу неформальної (тіньової) економіки до режиму легальної діяльності; створення привабливих для інвестицій форм господарювання; всебічної підтримки й стимулювання дрібного та середнього бізнесу; розширення інфраструктури, спрямованої на самозабезпечення населення.

Розбудова громадянського суспільства та соціальної, правової, демократичної держави у третьому десятиріччі незалежної України має отримати вичерпне соціально-економічне та ідейно-політичне підґрунтя. Створення такого підґрунтя є життєво необхідним з огляду на єдність процесів підвищення рівня життя українського народу та досягнення сучасних гуманітарних стандартів розвинутих країн Європи. Громадянське суспільство потребує і створює передумови для децентралізації державної влади шляхом передачі значної частини її функцій органам самоврядування. Воно розвивається в умовах правової держави і саме є базою для неї. Рівновага між громадянським суспільством і державою – важливий чинник стабільного демократичного розвитку, а порушення її веде до гіпертрофії владних структур, відчуженості та політичного безсилля народу. Виходячи з реальної ситуації, котра зараз склалася в Україні, слід констатувати, що розбудова громадянського суспільства вимагає здобуття статусу окремого, пріоритетного напрямку державної політики і має входити до неї як першочергове практичне завдання. Одним із вирішальних факторів побудови громадянського суспільства в Україні є самоусвідомлення особи як особи вільної. Не свавілля, а свобода є основою буття особистості в громадянському суспільстві. Концепція громадянського суспільства (за Д. Макліном) є виявом нового розуміння свободи – не як свободи вибору і здобуття, а як розбудови солідарних відносин між вільними індивідами. А звідси вчений робить висновки, що відчуття належності до громади є центральною рисою громадянського суспільства [Маклін Дж. Громадянське суспільство: свобода у новому тисячолітті // Громадянське суспільство як здійснення свободи: центрально-східноєвропейський досвід / За ред. А. Карася. – Л.: Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 1999. – С. 10–20]. Разом з тим, розвиток громадянського суспільства – це проблема, яка стоїть не стільки перед державою, скільки перед громадянами.

З точки зору інтересів громадянського суспільства, політика державотворення покликана передбачати: а) знаходження оптимуму у взаєминах громадянського суспільства і держави, що стає зараз у світі ключем до з'ясування перспектив людини і суспільства та до збагачення інструментарію міждержавного спілкування в процесі євроінтеграції. Адже діяльність громадянського суспільства спрямована на реалізацію загальних для людської цивілізації потреб особистості через доцільне у кожний конкретно-історичний момент обмеження кількості владних структур та поля їхньої діяльності; б) введення у дію механізму реалізації потенціалу громадських організацій щодо посилення продуктивності влади у сфері демократизації та соціалізації держави, а також захисту прав і свобод громадян шляхом незалежної експертизи державних рішень, участі у законотворчості, моніторингу виконання органами виконавчої влади державних рішень та дотримання міжнародних угод тощо; в) впровадження у політичну свідомість та громадську думку прагматичного розуміння характеру та функцій громадянського суспільства, корисного з точки зору реалізації як повсякденних потреб громадян, так і

довгострокових національних інтересів України з огляду на перспективу європейської інтеграції.

Тому, як висновок, багато чого буде залежати від громадянської активності людей, від їх творчої енергії, бажання і готовності відстоювати свої інтереси і права. У цілому аналіз формування громадянського суспільства дозволяє фіксувати чітку залежність цього процесу від загальних перспектив політичного розвитку України.

К.И. Стаселько, студ., БГУ, Минск, Беларусь
KirylSonca@gmail.com

ФОНД СОЦИАЛЬНОЙ КРИТИКИ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Как правила, политический капитал в поле политики зарабатывается за счет уменьшения этого самого политического капитала у оппонента. Одним из таких способов является возложить ответственность за какие-либо провалы, кризисы и т.п. на политического конкурента и презентовать себя, как единственно знающего выход из проблемной ситуации. Данный способ увеличения политического капитала практикуется как государственной властью, так и политическими, в частности оппозиционными партиями.

В этом плане различного рода социально-политические кризисы и осложнения играют роль важного инструмента борьбы в поле политики. Социально-политические кризисы формируют, своего рода, фонд социально-политической критики, который является ресурсом увеличения политического капитала, фонд который могут использовать практически любые политические силы. Данный фонд существует постоянно и, в зависимости от ситуации, может пополняться, и предоставлять большие либо меньшие ресурсы.

Решающее значение здесь имеет наиболее убедительно интерпретировать ту или иную ситуацию и возложить ответственность на политического противника. Оппозиционные партии используют данный ресурс, как правило, против государственной власти, правительства, а государственная власть, в свою очередь, либо против оппозиционных партий, либо увеличивает, в крайнем случае сохраняет, свой политический капитал, возлагая ответственность на каких-либо внешних субъектов: другие государства, ТНК и т.п.

Однако практически никогда, даже частично, ответственность не возлагается на самих социальных акторов, и только в очень редких случаях, политические силы возлагают ответственность на себя, что не удивительно, ибо это может привести к значительному уменьшению политического капитала.

Существенным аспектом здесь является то, что посредством использования ресурсов фонда социальной критики политические силы формируют модель согласно которой социальные акторы не несут ни-

какой ответственности (а ответственность возлагается исключительно на какую-либо третью сторону) и исходя из этого не обязаны проявлять хоть какую-нибудь активность. То есть задается стратегия социальной пассивности социального актора. Данная модель гласит социальному актору, что он не за что не несет ответственности и поэтому, не должен ничего предпринимать.

Эта же модель распространяется с поля политики и на другие поля, в частности, на поле культуры. Однако в поле культуры модель пассивности значительно шире. Если в поле политики формируются стратегии социально-политической пассивности, то в поле культуры данная модель, по средствам массовой культуры, закрепляется как жизненная стратегия.

Такое положение дел особенно отчетливо наблюдается в кинематографе. В популярных кинокартинах, с так называемым "happy endom", где благополучие главного героя является результатом не столько активных ответственных действий, сколько счастливого случая. Даже если у главного героя и возникают какие-либо серьезные проблемы, они непременно сами собой разрешаются.

Говоря о формировании стратегий социально-политической пассивности социальных акторов, возникает вопрос: разве не заинтересованы сами политические силы в активности социальных акторов, ведь решение тех или иных социально-политических (так, как социальная сфера непосредственно связана со сферой политики) проблем было бы более эффективным, если бы социальные акторы занимали активную позицию?

Как для государственной власти, так и для иных политических сил активная политическая позиция, активные действия социальных акторов являются крайне не желательными. Для государственной власти появление и деятельность каких-либо независимых субъектов в поле политики уже является, своего рода, посягательством на политическую власть и на монополию в решении тех или иных политических и социальных вопросов.

Для иных же политических сил, например, оппозиционных партий, активность социальных акторов, которые не могут рассматриваться как потенциальные члены партии, и как следствие прирост собственной политической массы, так же является не очень желательным. Если и стимулируется некоторая активность социальных акторов, то в основном на вступление в ряды членов данной партии и дальнейшую деятельность соответственно установленной стратегии.

Что бы понять такое нежелание следует рассмотреть сферу политики, как непосредственно связанную со сферой финансового капитала. Специфика капитала в том, что он может конвертироваться. Это относится и в отношении политических партий. Чем больше капитал политический, той или иной партии, тем больше будет, при его конвертации, капитал финансовый. То есть чем больше политический капитал партии, тем чаще она имеет возможность получать различного рода гранты, а так же заказы на лоббирование интересов той или иной компании.

Появление же в поле политики независимых субъектов, будь то социальных акторов, или же, возникших в результате их объединения,

общественных движений ведет к снижению политического капитала политических партий (по той причине, что отпадает необходимость в политической партии, как институции, представляющей и отстаивающей, интересы некой социальной группы, когда эта социальная группа сама начинает отстаивать собственные интересы) и как следствие снижению получаемого финансового капитала.

Таким образом как государственная политическая власть, так и оппозиционные ей политические силы стремятся всячески препятствовать появлению в политическом поле независимых субъектов, по средствам закрепления у социальных акторов политически пассивных стратегий, в частности используя ресурсы фонда социальной критики. То есть, если говорить точнее, то социальный фонд используется политическими силами не столько против своих политических противников, как это было сказано в начале текста, сколько против социальных акторов, с целью сохранения своей политической власти. В то время как решение конкретных социальных социально-политических проблем уходит на задний план.

***І.А. Тукаленко, канд. філос. наук, доц., КНУТШ, Київ
innet@online.ua***

ГРОМАДЯНСЬКА "ІНТЕРПАСИВНІСТЬ" АБО ПОБІЧНІ НАСЛІДКИ ТЕЛЕДЕМОКРАТІЇ

Демократична політика ab definition передбачає участь широких верств громадськості у політичних процесах. Залишимо осторонь міркування щодо реальної можливості участі багатьох у владних структурах державного рівня, звісно, за сучасних умов, репрезентативним практикам делегування альтернативи немає. Проте актуальним залишається питання наскільки адекватно виборчий механізм віддзеркалює пануючі суспільні настрої, тобто чи сприяє він формуванню репрезентативних управлінських інститутів. Та, навіть, за найсприятливішого політико-правового клімату, функціонування демократичної політичної системи не може бути зведено до виборчих процесів. Це лише одна змінна величина, якої очевидно не достатньо для виведення повномірного алгоритму. Другою базовою величиною є активність громадян у структурах громадянського суспільства та політичних інституціях.

В сучасних "кібер-суспільствах" ця давня проблема громадської активності "мутує" в контексті загальних трансформаційних перебудов цих суспільств та впливу і ролі масових медіа у них. І попри намагання політичних мислителів обернути високі технології та можливості телепростору на ефективізацію демократичних процесів, ера "теледемократії" не виправдовує покладених на неї сподівань стосовно формування компетентних мас з активною громадянською позицією. Швидше навпаки, вона породила нову соціальну одиницю, названу Ю.Габермасом *публікою* засобів масової інформації, яка піддається маніпулятивним впливам й, тим самим, знівельовує саму ідею "телепросвіти" громадськості. Та ще

більш небезпечним, ніж маніпулятивний аспект, виявився симптом латентної "деактивації" суб'єкта, який виявляє себе у всіх, занурених у "теледіалог" осіб. Телебачення, що позиціонує себе як "інтерактивне" породжує сурогат "активно-пасивної" взаємодії із "глядачем-учасником", який беручи участь безпосередньо в студійному записі чи sms-голосуванням, чи надсилаючи запитання і коментарі, або ж спілкуючись у "чат-конференціях" облудно вважає свою участь "активною". Підміну ж, якраз, і не помічено: отримуючи таку порцію "телеактиву", людина перетворюється на споживача вже "перетравленого" Іншим продукту. Тому засвоєння цього медійного "сурогату" відбувається для пересічної, не критично мислячої, людини легко та ще й з відчуттям виконаного обов'язку. "Коли Інший діє замість мене, – зазначає Славой Жижек, – *я сам дію через Іншого*" (курсив Сл. Жижека). Тож "інтерпасивність" логічно розглядається як реверсний бік "інтерактивності", який зчаста залишається непоміченим та не врахованим в аналізі медійного впливу на демократичні політичні процеси.

Пасивна участь у політиці, як форма "інтерактивного" спостереження за подіями політичного життя через масові медія задовольняє всіх: і громадян і владу. Перші отримують "порцію" катарсису у вигляді очищеного сумління (як віртуальні співучасники політичного телешоу: емоційно переживши і "насолодившись" власними обуреними коментарями) – тим самим, як начебто, виявлено їхню громадянську позицію. Другі ж розраховують на "гомеопатичний" ефект такого формату громадянської "активності", що розглядається як превентивне щеплення проти реальних активних дій. Звідси стає зрозумілою абсолютна прихильність влади і, навіть, режим повного сприяння клонуванню "Свобод слова" чи не всіма провідними українськими каналами, відтоді як було усвідомлено їхній "корисний" вплив.

Використовуючи лексику Жана Бодріяра, можна сказати, що відбувається витіснення реального знаками реального, де медійними засобами вже не намагаються створити хибну "викривлену" реальність, а вдаються до спроб імітації відсутнього, виданого за присутнє. Проте "розмножені" симулякративні "агори" (диспутні медія майданчики) ніяк не наближають нас до заґонізованих референтів демократичної політики, оскільки політична комунікація підміняється симуляцією спілкування.

В.Ф. Цвух, д-р політ. наук, проф., КНУТШ, Київ

ЛІБЕРАЛЬНА МОДЕЛЬ ГРОМАДЯНСЬКОСТІ: СУТНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА

Ліберальна модель громадянськості ґрунтується на ставленні до людини як до вільної та наділеної правами і свободами від народження. В цьому контексті всі індивіди, які є членами певної політичної спільноти (народу), є рівними, незалежно від їхнього етнічного, професійного, релігійного чи іншого статусу. Громадянськість, переконують прихильники цієї позиції, є відчуттям належності до політичної нації, і кожен індивід є,

насамперед, громадянином держави із усіма правами та обов'язками, що із цього випливають. Разом з тим, у людини, поряд із громадянськістю, формується декілька інших рівнів належності, які, власне, і ґрунтуються на їх "членстві" в багатоманітних етнічних, релігійних чи інших спільнотах. Оскільки ці групи мають свої, часто суперечливі інтереси, роль держави полягає у тому, щоб слугувати медіатором у відносинах із їх узгодження, сприяючи пошуку компромісів та запобігаючи конфліктам. Група як певне ціле може захищатися державою, якщо у цьому є потреба (наприклад, через запровадження системи квотувань або позитивної дискримінації, коли на посаду наймаються представники певної меншини). Однак, дуже важливо стежити за тим, щоб норми та правила, створені групою, не суперечили законам держави, а відчуття належності до певної групи не передбачало руйнування громадянськості як належності до політичної спільноти (нації), яка має бути пріоритетною.

Ліберальна модель громадянськості має чимало переваг. Насамперед, її можна використовувати для заохочення участі громадян у прийнятті політичних рішень на різних рівнях. Прихильники ліберальної моделі громадянськості переконують, що ті, хто наділений усіма правами і можливостями, дуже часто не помічає тих, хто цього позбавлений. Боротьба за політичні права для дискримінованих груп не була успішною до того моменту, поки не ставала дійсно масовою та небезпечною для подальшого існування того чи іншого суспільства. Тому ще однією функцією сучасної держави має стати недопущення таких конфліктів через формування відчуття належності у всіх громадян, незалежно від їхніх релігійних вірувань, етнічності, політичних переконань чи інших факторів.

Належність до певної гендерної, вікової, етнічної, расової, релігійної чи іншої групи не може бути підставою для виключення індивіда із демократичного процесу і саме поширення ліберальної моделі дійсно сприяло дедалі більшому розширенню кола тих, хто наділений політичними правами. Ще донедавна жінки не мали права голосу, а люди із певним кольором шкіри не мали можливості відвідувати кращі школи навіть в одній із традиційно демократичних держав світу – США. Дискримінація за різноманітними ознаками не подолана і до сьогодні, однак, чимало кроків в цьому напрямі уже здійснено. Впроваджуються спеціальні програми підтримки для тих, хто тривалий час був усунутий від прийняття рішень, вдосконалюються системи заохочення, квотування чи фінансової допомоги для представників груп, які не мали змоги долучатися до демократичного процесу. Найяскравішим прикладом є різноманітні стипендії на отримання освіти чи стажування для дітей-ромів, чималі кошти на які виділяють європейські інституції.

Разом з тим, ліберальна модель громадянськості має і ряд небезпек. Так, програми для дітей-ромів, безумовно маючи позитивний ефект, все ж викликають несхвалення та осуд серед великої кількості європейців, які страждають від деяких особливостей побуту цієї етнічної групи та не хочуть, щоб ще й їхні кошти як платників податків ви-

трачалися на підтримку ромів, в той час як є загальносуспільні проблеми (наприклад, якість та доступність послуг системи охорони здоров'я), вирішення яких допомогло б більшій кількості людей. Тобто, надмірна боротьба з дискримінацією, яка передбачена в рамках ліберального підходу до громадянськості, може викликати зворотній ефект – спротив тих, хто не належить до групи, яку захищають, та зниження рівня толерантності у міжгрупових стосунках.

Більш того, деякі групи (особливо релігійні) за своєю природою заперечують універсальність природних прав людини та самі дискримінують своїх членів на підставі статі чи кастової належності. Тому будь-яка демократична держава завжди постає перед достатньо складною дилемою. З одного боку, якщо ці групи не порушують закон і є дискримінованими через свою релігійну (або іншу) належність, держава повинна створювати умови задля заохочення їхньої участі у прийнятті політичних рішень та підвищення рівня толерантності населення. З іншого боку, ці групи, хоча і борються за рівність прав із іншими, самі забороняють деяких своїм членам в повній мірі їх використовувати. Так, в багатьох мусульманських державах жінки значною мірою обмежені в правах, приміром, їм можуть забороняти подорожувати самотійно, без супроводу чоловіка, батька чи брата. Але якщо в демократичній державі мусульманину-чоловіку буде вказано на те, що це суперечить базовим засадам демократії, він може сприймати це як дискримінацію на релігійній основі, а тому у нього не сформується відчуття громадянськості, належності до даної політичної спільноти.

Таким чином, ліберальна модель громадянськості сьогодні є однією із найпоширеніших та найпопулярніших. Незважаючи на її недоліки та небезпеки, саме вона стає основою боротьби за утворення чи збереження політичних спільнот та фундаментом для подальшого включення раніше дискримінованих груп. Однак, дуже важливо, при цьому, пам'ятати, що будь-які відмінності (етнічні, релігійні та ін.) є суттєвими, але вони не повинні ставати основою формування політичної спільноти. Натомість, більшу увагу потрібно приділити формуванню громадянськості на основі спільних цінностей та принципів.

Секція

"ПРАКТИЧНА ПОЛІТОЛОГІЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ"

А.І. Антонюк, студ., КНУТШ, Київ

МЕТОДИ ВИРІШЕННЯ МІЖНАЦІОНАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ

Міжнаціональний конфлікт – одна з форм відносин між національними спільнотами, що характеризується станом взаємних претензій, що має тенденцію до наростання, протистояння аж до збройних зіткнень, відкритих війн.

Національні відносини самі по собі конфліктні, коли ж до цього додаються політичні помилки, їх вибуховий потенціал зростає багаторазово.

Міжнаціональний конфлікт є стадією соціального процесу і формується на тлі міжнаціональної напруги. Його базою є політичні, економічні, культурно-духовні та інші труднощі, які супроводжені емоційною напруженістю та породжують такі дії, які виходять за рамки звичайних реакцій. Всі міжнаціональні конфлікти носять комплексний, складений характер. Оскільки суть їх визначається, в кінцевому рахунку, прагненням етносу до власної державності (навіть якщо в даний момент така мета і не ставиться, зважаючи на відсутність реальної можливості її досягти), то ці конфлікти неминуче стають політичними.

Соціально-політичний конфлікт у будь-якому суспільстві виконує визначені функції. Він може впливати на формування потрібної рівноваги сил в суспільстві, хоча ця рівновага буде носити тимчасовий характер. Він може сприяти і більш повному виявленню протилежних інтересів, переоцінці існуючих суспільних цінностей і норм – а також виявляти дисбаланс сил і породжувати дестабілізацію суспільства.

Загальне зростання невдоволення існуючим положенням (соціально-економічним у першу чергу) виступає як могутній прискорювач форм протесту у різних областях суспільної практики, в тому числі й національних взаємозв'язках. Невдачі і провали економічного реформування посилюють неприйняття проведеної центром політики та зумовлюють низький рейтинг прийнятих урядом рішень. Це стимулює в кінцевому рахунку відцентровані процеси, національний і регіональний сепаратизм, створюючи загрозу єдності і цілісності держави.

Важливу роль у визначенні атмосфери міжнаціонального спілкування в регіоні відіграє поведінкова практика, що складається з офіційних і побутових контактів, їх морально-етичного змісту. Слід врахувати й те, що кожна з територіальних історично сформованих спільностей володіє особливою регіональною самосвідомістю. Це часом знаходить своє ви-

дображення в практиці протиставлення себе іншим регіонам і народам, місцевому патріотизмі.

Зміцнення самостійності регіонів, не протиставляючих себе центру, але які співпрацюють з ним, веде до пріоритету наднаціональних цінностей, наближає реалізацію загальнонаціональної задачі – відродити велику і сильну державу з демократичними порядками і соціально орієнтованою економікою.

Серйозним бар'єром для утримання конфлікту в латентній стадії є відсутність відповідних груп, що намагаються вирішити міжнаціональні протиріччя насильницьким шляхом. У таких випадках сторони утримуються від ексцесів, які можуть послужити серйозними приводами для насильства.

Конфліктні ситуації між соціальними групами, класами зводяться до протиборства щодо можливо повного задоволення їхніх інтересів. Це стосується насамперед відносин влади. Міжнаціональні і міждержавні конфлікти зачіпають буквально весь спектр відношень між конфліктуючими сторонами, все суспільство.

При виникненні міжнаціонального конфлікту усередині однієї держави є два варіанти поведінки офіційної влади. Перший: влада, зберігаючи рівновагу, залишається над конфліктом, намагаючись припустимими силами і засобами загасити конфлікти, які виникли. Другий: влада сама втягується в конфлікт, виступаючи за збереження територіальної цілісності країни на стороні титульного народу.

Державна влада прагне до компромісного рішення, яке ґрунтувалося на реальному балансі політичних і військових сил і виглядало переконливим в очах обох народів. Обговорення можливості компромісу, на який покладено кінець "гонці" за перемогою, передбачає адекватну оцінку ситуації. Такій оцінці, у свою чергу, буде сприяти наочність і доступність показників взаємного співвідношення сил. З цієї точки зору, одна з ключових функцій посередника полягає в полегшенні доступності цих показників для ворогуючих сторін. Здатність суперників вести переговори залежить від того, наскільки збігаються властиві їм системи символів, адже спільність символів забезпечує тотожність оцінок в умовах, що склалися. Таким чином, символи перемоги і поразки самим безпосереднім чином пов'язані з процесами подолання ситуацій, коли в рівній мірі неможливі ні повний вигреш, ні абсолютний програвш [Козер Л. Функции социального конфликта. – М.: АСТ-ПРЕСС, 2000. – С. 87].

Система врегулювання міжнаціональних конфліктів може бути створена на основі поєднання інституційного та інструментального підходів. Інституційний підхід має на увазі створення мережі організацій, особливої інфраструктури запобігання та врегулювання внутрішніх конфліктів. Вона повинна включати інститути національного, регіонального та глобального рівнів. Інструментальний підхід полягає в умілому поєднанні конкретних заходів регулюючого впливу на міжетнічний конфлікт. Серед них виділяють тактичні, оперативні та стратегічні рішення.

Навіть у найбільш гострих конфліктних ситуаціях однією з перших проміжних фаз врегулювання повинна бути юридикація конфлікту. Це

припускає: по-перше, припинення насильства, по-друге, організацію діалогу між сторонами конфлікту, по-третє, забезпечення участі у такому діалозі повноважних і відповідальних представників кожної сторони, краще за все – державних органів. Також здійснюється юридична фіксація підсумків кожної зі стадій переговорів, у тому числі піддаються контролю зобов'язання кожної зі сторін; та максимально повне формулювання умов підсумкової угоди, надання цій угоді легітимності за допомогою будь-якої з форм його ратифікації або народного схвалення. Але, зрозуміло, саме по собі підписання будь-яких угод ще не гарантує погашення конфлікту. Визначальною є готовність сторін їх виконувати, а не використовувати як "димову завісу" для продовження спроб домагатися своїх цілей неправовими засобами.

Одним з головних напрямків становлення національного суверенітету в найближчій перспективі може стати втілення ідеї культурно-національної автономії, її різнобічна державна підтримка. Саме ця форма відкриває перспективні можливості для ефективного розвитку культури, мови, звичаїв і традицій етнічних спільнот, підвищенню їх соціального статусу в багатонаціональному співтоваристві.

Спостереження над розвитком соціальних конфліктів показує, що продумані зусилля, спрямовані на їх попередження і регулювання, цілком досягають поставлених цілей. З їх допомогою можливо відтягнути початок міжнародного конфлікту, направити в безпечне русло його руйнівну енергію, попередити або послабити його негативні соціальні наслідки.

А.В. Багінський, асп., КНУТШ, Київ
A_baginskiy@ipnet.ua

ДОСЛІДЖЕННЯ "FREEDOM HOUSE": НЕДОЛІКИ ТА ПЕРЕВАГИ

Процеси функціонування держави завжди супроводжувались прагненням людей виміряти рівень свободи та демократії в суспільстві. Сьогодні джерелом таких вимірювань слугують різноманітні рейтинги, що нерідко використовуються як інструмент політичного впливу.

Певно, найбільш відомі в світі рейтинги свободи та демократії створюються в межах проектів американської громадської організації "Freedom House", заснованої у 1941 році. Найбільшими проектами організації є "Свобода у світі" (Freedom in the World), "Свобода преси" (Freedom of the Press), "Перехідні країни" (Nations in Transit), "Країни на перехресті" (Countries at the Crossroads). Засобами рейтингів є одномірна шкала вимірювання та експертні опитування.

Проект "Свобода у світі" з 1972 року вивчає політичні права та громадянські свободи в різноманітних країнах за шкалою "вільні – частково вільні – невольні" (від 1 до 7). За цією ж трьохкомпонентною шкалою, але у балах (від 0 до 100) з 1980 року досліджується свобода ЗМІ у рейтингу "Свобода преси". Результати політичних трансформацій у країнах Центрально-Східної Європи з 1995 року оголошуються у рейтингу "Пе-

рехідні країни", який базується на 7 групах запитань: електоральний процес; громадянське суспільство; незалежність ЗМІ; демократичність загальнонаціонального урядування; демократичність місцевої влади; незалежність судової влади; корупція. Відповідно до цього виокремлюються такі типи політичних режимів: консолідовані автократії (6-7 балів), напівконсолідовані автократії (5 балів), гібридні політичні режими (4 бали), напівконсолідовані демократії (3 бали) та консолідовані демократії (1-2 бали). У 2004 році започатковано проект "Країни на перехресті", що розглядає урядові органи 60 держав за чотирма показниками: підзвітність влади та вплив громадськості; громадянські свободи; верховенство закону; антикорупційні заходи та ступінь транспарентності (шкала від 7 до 0).

Дослідницькі проекти організації часто викликають неоднозначні оцінки: від повного схвалення та інтерпретації результатів досліджень як наукової аксіоми до звинувачень "Freedom House" у заангажованості та упередженості. Подібний спектр оцінок спостерігався і після оприлюднення результатів вимірювання політичних прав та громадянських свобод в Україні за 2010 рік, коли Україну визнали "частково вільною". [Freedom in the World 2011: The authoritarian challenge to democracy // Режим доступу до джерела: [\[http://www.freedomhouse.org/images/File/fiw/FIW_2011_Booklet.pdf\]](http://www.freedomhouse.org/images/File/fiw/FIW_2011_Booklet.pdf).

Спробуємо виявити основні недоліки та переваги досліджень "Freedom House".

Основні недоліки:

- Високий рівень узагальнення. Класифікація держав у проекті "Свобода у світі" здійснюється за допомогою методики, яка мало враховує місцеві особливості. Це може призводити до виключення особливих випадків з фокусу дослідження;

- Суб'єктивність експертного опитування. Шкала від 1 ("абсолютно вільні") до 7 ("абсолютно невільні") вибудовується на основі відповідей на запитання експертами, які вважаються провідними в певній сфері досліджень. Після опитування думки узагальнюються, що, тим не менше, не сприяє універсальності рейтингу, що підтверджують і самі організатори досліджень;

- Некоректність деяких запитань. Наприклад, "Чи обираються законодавці на вільних та чесних виборах?". Тлумачення таких широких за змістом понять як "свобода", "чесність", "справедливість" залежить від цінностей та установок експерта, а це не сприяє об'єктивності рейтингу.

Основні переваги:

- Методологія досліджень постійно вдосконалюється. Так, у проекті "Перехідні країни" процес створення рейтингів включає чотири етапи: 1) Попередні рейтинги за допомогою анкетування авторів); 2) Оцінка та уточнення попередніх рейтингів науковими консультантами; 3) Повернення результатів до авторів на доопрацювання з можливістю оскарження оцінки консультантів (якщо результат відрізняється більше ніж в 0,5 бала); 4) Остаточне рішення щодо версій оцінок демократизації;

- Великий досвід досліджень свободи та демократії. Бази даних досліджень "Freedom House" охоплюють більше, ніж півстоліття. Органі-

зація має розгалужену мережу представництв у Центрально-Східній Європі, Центральній Азії, на Близькому Сході;

- Професійність експертів, кожен з яких спеціалізується на вивченні окремих, або невеликих груп країн і регулярно звітує про стан політичних прав та громадянських свобод.

Усвідомлення зазначених особливостей рейтингів "Freedom House" має сприяти пізнанню процесу демократизації в світовій політиці та зменшенню політичних спекуляцій щодо результатів порівняльних досліджень демократії.

А.С. Білівітіна, асп., КНУТШ, Київ
bilivitinaas@mail.ru

СИМВОЛИ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ МАРКЕТИНГУ

У сучасному світі відбуваються зміни у інформаційному просторі, поширюється вплив засобів масової комунікації, зростають комунікативні можливості, посилюється бажання громадян брати участь у політичному дискурсі та впливати на політичні рішення. У демократичних країнах політичні та соціальні проблеми обговорюються публічно, а ефективність комунікації залежить від того, наскільки повно та зрозуміло буде передана інформація з проблемних питань.

Комунікація є невід'ємним компонентом політичного маркетингу, а символи – інструментом комунікації. Виявлення сутності та ролі символів, які застосовуються у політичному маркетингу має як теоретичне, так і практичне значення. Символ (з грець. symbolon – ознака) означає розпізнавальний знак для членів певної групи людей, тайної спільноти; умовний код, що означає або нагадує будь-яке поняття; образ, втілює певну ідею [Лотман Ю.М. Символ в системі культури: в 3 т. / Ю.М. Лотман. –Таллін: Александра, 1992. – Т. 1: Статті по семиотике и топологии культуры. – С. 198].

Комунікативний простір сучасної політики формується через виробництво та застосування символів. Будь-які політичні актори (партії, рухи, об'єднання) мають свою символіку, при створенні якої вони орієнтуються на власну цільову аудиторію. В межах політичної комунікації використовують знаки та символи, зрозумілі для певної цільової аудиторії, що покликані спростити засвоєння нею політичних повідомлень.

У політичному маркетингу символи використовують для створення бренду, побудови та репрезентації іміджу, для спрощення комунікативного процесу між політичними акторами та аудиторією, як бренд, завдяки якому впізнають ту чи іншу політичну силу і який сприяє її просуванню на політичному ринку.

У політичному маркетингу символи виробляються та поширюються як логотипи, знаки, емблеми, що вказують на належність до певного суб'єкту, позиціонують останнього і дозволяють виокремити його із групи анало-

гічних суб'єктів. Інструментами маркетингової комунікації є не тільки окремі символи, але й цілі системи значень. Наприклад, проведення мітингу може бути приурочене до певної дати, проходити біля історичного або політичного пам'ятника скульптури або архітектури з використанням транспарантів з відповідним графічним зображенням і мати характерний музичний супровід [Егорова-Гантман Е.В. Политическая реклама / Е.В. Егорова-Гантман, К.В. Плешаков. – М.: Центр политического консультирования "Никколо М", 1999. – С. 122]. Можна виокремити наступні форми семіотики як комунікативного інструменту у політичному маркетингу:

- Національно-державна символіка. До неї належать державний стяг, гімн, герб та інші державні символи. Їх використовують не тільки держави, але й інші організації, об'єднання. Яскравим прикладом є прийняття в Росії гімну Радянського Союзу із заміною тільки окремих слів у тексті. Ця подія має велике символічне значення як для громадян Росії, так і для інших держав і вказує на політичний курс російської влади.

- Архітектурні та скульптурні споруди. Тут має значення не лише форма та зміст, але й час, місце та мета створення скульптурних та архітектурних пам'ятників. Іноді додаткового змісту вони набувають з часом, після будь-якої значної події. Прикладами символічних споруд можуть бути будівля Верховної Ради, пам'ятники діячам радянської епохи у СРСР та у незалежній Україні. Показовим також є розбіжності сприйняття пам'ятників радянської епохи громадянами сучасної України, Росії, Білорусії та державами Прибалтики.

- Політична топоніміка. Назви вулиць та міст, а також сам процес їх перейменування можуть мати символічне значення. Сьогодні в Україні відбувається процес стирання минулого шляхом заміни назв багатьох вулиць, що носили ім'я представників радянської епохи. Вже було перейменовано проспект Радянської України на проспект Георгія Гонгадзе, вулицю Червоноармійську – на Велику Васильківську.

- Політичні репресії. Характерними рисами політичних репресій можна назвати хибне тлумачення природних дій як кримінальних, наведення невірних фактів, абсурдність висновків суду. Наприклад, за часів радянського союзу за політичними мотивами був звинувачений Левко Лук'яненко. Після виборів президента 2004 року проти Голови Донецької обласної ради Б. Колеснікова було порушено кримінальну справу. З останніх прикладів до політичних репресій можна віднести затримання екс-міністра Міністерства внутрішніх справ Ю. Луценка. Головною причиною вищезазначених справ були саме політичні мотиви.

- Музична символіка. Уособлює в собі гімни, народні, революційні пісні, а також пісні, що спрямовані прорекламувати політичну силу, наприклад, "Разом нас багато", "Юля косу носить". Виконання відомими артистами пісень під час виборчої кампанії в підтримку того чи іншого кандидата, що підсилює емоційний стан виборців, робить кампанію більш різнобарвною, апелює до почуттів і використовується в комплексі з іншими символічними формами.

- Політична мода і стиль. Окремі політичні сили під час знакових подій можуть вдягати значки або елементи одягу, що за своїми формою

або кольором відрізняють їх від інших і мають певне смислове навантаження [Быкова Т.Н. Политическая символика: к проблеме определения и происхождения / Т.Н. Быкова // Вісник СевДТУ. – Вип. 91: Політологія: зб. наук. пр. – Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2008. – С. 147]. Окремим напрямком цього питання є мода українських політиків. Яскравими прикладами може бути стиль голови партії "Батьківщина" Юлії Тимошенко, українського політика та економіста Олександри Кужель, заступника Голови Адміністрації президента Ганни Герман. Вдягаючи речі поважних українських та світових модельєрів, вони ніби то переймають на себе частину популярності та поваги до відомих дизайнерів.

Всі вищезазначені форми семіотики як окремо, так і в комплексі активно застосовуються у політичному маркетингу і впливають на сприйняття політичної реальності, а також використовуються для її побудови. За допомогою знаків та символів здійснюється вплив на суб'єктів комунікації, тому останнім часом поряд з широким застосуванням існуючих знаків та символів виробляється велика кількість нових. Символ став одним з основних інструментів побудови й осмислення політичної дійсності. Активне застосування символів у політичному маркетингу обумовлено тим, що символи є основним засобом репрезентації політичних акторів та подій, комунікації між владою та суспільством, а також ефективним інструментом побудови політичної реальності.

П.В. Бульдович, студ., КНУТШ, Київ

СПЕЦИФІКА ПОЛІТИЧНОГО РИНКУ ЯК МАРКЕТИНГОВОГО СПОСОБУ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Маркетингові способи організації політичного дискурсу направлені на відбір, форматування і розповсюдження інформації у відповідності з інтересами і запитами її споживача. Маркетинг орієнтований на збут продукції. До цих способів підтримки комунікації відносяться піар, політична реклама, інформаційний лобізм, інформаційний тероризм і деякі інші, більш партикулярні різновиди. Їх політичне значення в сучасному світі зростає так стрімко, що деякі вчені і політики вже сьогодні називають найбільш поширені з них – піар і політичну рекламу – п'ятою владою.

Всі маркетингові способи установаження комунікацій слугують засобами підтримки політичної боротьби, конкуренції за владу. Але при цьому вони носять діалогічний характер і в кінцевому рахунку направлені на те, щоб змусити різні соціальні групи здійснювати певні політичні дії. Крім того, на практиці всі вони використовують, по суті, однорідні прийоми і технології. Зокрема, основа вживаних ними інформаційних методів і процедур – виявлення характерних відмінностей політичних товарів і надання їм такої форми, щоб даний продукт зміг витримати конкуренцію з іншими. Але головне, що всі маркетингові комунікації можуть сприяти інформаційному супроводу (просуванню) товару тільки в певний час-

тині політичного простору, а саме в умовах політичного ринку, що створює для них необхідне місце існування.

Виникнення політичного ринку стало прямим наслідком споживчого ринку в економічній сфері життя суспільства. На його становлення і розвиток значною мірою вплинула політична гра, зміцнення її плюралістичних і конкурентних начал і, як наслідок, – розширення політичних свобод громадян, зростання творчих можливостей і самостійності гравців на сцені влади [Політичні комунікації. Навч. посібник для вузів / [Петрунін Ю.Ю. та ін.]; під ред. А.І. Соловйова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.].

Проте, не дивлячись на це ніким незаперечне походження, політичний ринок все ж таки розуміється неоднозначно. Більшість вчених вважають його місцем зіткнення різних думок, прояву індивідуальних позицій громадян через вибір пріоритетів і голосування, яке виконує функції ціни на економічному ринку. Правда, одні дослідники вважають, що таким чином виборець просто обмінює свій голос на економічні і соціальні блага (У. Андерсон); інші ж роблять акцент на співвідношення і взаємне регулювання приватних пріоритетів громадян щодо тих або інших політичних об'єктів. Вони розглядають політичний ринок переважно як механізм ухвалення публічних рішень (Дж. Бьюкенен). Інші, у тому числі і вітчизняні, теоретики розглядають політичний ринок як місце, де люди вирішують свої проблеми шляхом орієнтації на виробництво і споживання політичних послуг, які у свою чергу можуть бути представлені у вигляді ідей, кандидатів або інших об'єктів, що задовольняють реальні або уявні потреби людей (Е. Морозова). Багато вчених наполягають на тому, що ринок – це інструмент забезпечення відкритості політики уряду, її публічного характеру.

Наявність політичного ринку – неодмінна умова демократії, але не панацея від усіх труднощів і проблем демократичного розвитку.

Для розвитку політичного ринку, як і демократії, потрібні сильні управлінські структури, що дозволяють підтримувати прозорість публічного дискурсу, ухвалення рішень, боротися з монопольними практиками.

В умовах віртуального світу, гіперреальності, що підсилюють позиції джерела інформації, а також позиції комунікатора, здатного фабрикувати і конструювати початкові повідомлення, ринкові механізми діють інакше, ніж в економіці [Грачов М.Н. Політична комунікація: теоретичні концепції, моделі, вектори розвитку. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.]. Часто тут не тільки і не стільки пропозиція є відповіддю на попит, скільки активно використовуються прямо протилежні способи, коли попит стимулюється і створюється пропозицією. Іншими словами, конкуренція політичних товарів виникає переважно на основі інформаційних пропозицій комунікатора, тобто свідомого конструювання попиту громадян на ті або інші політичні товари і послуги. Наприклад, пересічним громадянам, зацікавленим не в участі в голосуванні, а, скажімо, в поїздки в цей час на свої приміські ділянки, пропонуються якісь скандальні (нерідко сфабриковані) повідомлення, які привертають увагу до боротьби лідерів або партій, спонукаючи людей прийти на виборчі дільниці.

Будучи ареною конкуренції різних сил, політичний ринок є, як правило, вельми неоднорідним середовищем, в якому взаємодіють групи з різними інтересами, поглядами, ресурсами, схильностями до комунікації. Різномірність ринку зазвичай враховують при проведенні спеціальних акцій і кампаній, і перш за все при виборах.

Ринкова модель політичного дискурсу, розуміння політики як ринку ставить першочергову проблему політичної відповідальності. Адже ринкова конкуренція, ризик, досягнення чи недосягнення успіху – аспекти, що мають індивідуалізований характер, тоді як політика – справа загальносуспільного масштабу. Очевидно, це протиріччя має бути вирішене через розробку та інтерпретацію моделі соціально спрямованого ринку в економіці з подальшою екстраполяцією останньої на сферу політики. В будь-якому випадку це потребує окремих ґрунтовних досліджень.

К.О. Ващенко, д-р політ. наук, НПУ ім. М.П.Драгоманова, Київ

ДО ПИТАННЯ ПРО ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ

Які б скептичні зауваження не висловлювались щодо тих або інших прогнозів, у будь-якому випадку в політиці виграють ті, хто до прогнозів дослухається, намагаючись досягнути їх підстави, зрозуміти логіку обґрунтування, виявити сутність і скерованість. Відтак, політичний аналіз і прогнозування стають необхідними чинниками ефективного політичного процесу. Обґрунтований політичний аналіз і вдалий політичний прогноз забезпечують реалістичне бачення дійсності й відповідно формують підстави для прийняття рішення з розумінням того, що саме діється або має здійснитись.

Проблематика політичного аналізу і прогнозування знайшла своє відображення у публікаціях провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, присвячених методології політичних досліджень та політичної практики. Серед методологічно значимих праць вітчизняних вчених виділяються публікації В. Андрущенка, О. Бабкіної, В. Бебика, І.Бутовської-Ілюшко, А. Гальчинського, М. Головатого, В. Горбатенка, О.Кіндратець, Л.Кочубей, В. Кременя, І. Кураса, Ю. Левенця, В. Литвина, В.Матвієнка, М. Михальченка, В. Ребкала, Ф. Рудича, Д. Табачника, С. Телешуна, В. Тертички, В. Ткаченка, Ю. Шаповала, Ю. Шемшученка, П. Шляхтуна та ін. Зарубіжний досвід розробки досліджуваної тематики представлений працями таких вчених, як П. Абурден, Р. Арон, Д. Белл, З. Бжезинський, А.Вілдавські, Д. Веймер, А. Вайнінг, Р. Даль, М. Гайдеггер, Д. Істон, Г. Кан, Г. Ласуелл, Л. Мемфорд, Дж. Нейсбіт, Ф. Поллак, Дж. Сорос, У. Уільямс, С. Поттон, О. Тоффлер, Ф. Фукуяма та ін.

Під *прогнозом* у науці розуміють імовірнісне науково обґрунтоване судження про перспективи, можливі стани того чи іншого явища у майбутньому чи про альтернативні терміни його існування. Отже, політичне прогнозування – це процес науково-обґрунтованого припущення про

можливі шляхи розвитку політичних подій у майбутньому, розробки рекомендацій для практичної діяльності в умовах дійсності. Метою політичного прогнозування є підвищення ефективності та результативності прийнятих політичних рішень, запобігання небажаному розвитку політичних процесів.

Політичне прогнозування передбачає: по-перше, *проектування* в політичній сфері, розроблення політичних сценаріїв – проєктів майбутнього політичного буття, за якими передбачається або планується розвиток подій у певному суспільстві; по-друге, здатність до політичного *передбачення* окремо взятої особи або групи індивідів за допомогою інтуїції, знання, інтелектуального чи соціального проектування на основі сукупного досвіду.

Важливу роль у складанні політичних прогнозів відіграють дослідження громадської думки, соціологічні опитування, дані яких є особливо важливими в періоди політичних виборів на різних етапах їхнього проведення. Адже громадська думка – різновид колективного судження, в якому у формі оцінки, ствердження чи засудження виражається ставлення масової свідомості до певних соціально значущих проблем (у тому числі й до проблем майбутнього суспільно-політичного розвитку). Проте у будь-якому випадку намагання зазирнути у завтрашній день означає прагнення подолати невизначеність майбутнього. Останнє спонукає вчених, політиків до створення різноманітних програм розвитку суспільства, його модернізації. Зазначене є свідченням того, що політичне прогнозування наділене двома основними функціями – ідеологічною та пізнавальною. Власне між цими двома функціями політичні прогнози завжди й коливаються, подібно до годинникового маятника. При цьому кожен прогноз розробляється з метою запобігання небажаним наслідкам вірогідного розвитку подій з тим, щоб спрямувати їх у бажане річище.

Слід додати, що ефективне політичне прогнозування можливе лише за умови постійного коригування прогнозів з урахуванням найновішої інформації. Прогнозування не можна розглядати як безумовну констатацію, що характеризується дієсловами "буде", "станеться". Воно має розглядатися як умовна, інструментальна діяльність, що вкладається у формулу: "може бути або станеться за певних умов". Отже, прогноз у галузі політики виступає не стільки в ролі традиційного пророцтва, скільки технологією, яка вказує, за яких саме умов і за допомогою яких засобів може бути досягнутий певний стан бажаного майбутнього.

Продуктом державного прогнозування є прогнозні документи – документи, в яких на основі економічного і соціально-політичного аналізу попереднього періоду та припущень щодо змін у зовнішньому середовищі та відповідно до положень стратегічних документів (стратегій, доктрин, основних засад, основних напрямів) викладаються передбачення якісних і кількісних показників, що характеризують розвиток країни, окремих галузей (сфер діяльності), окремих адміністративно-територіальних одиниць, альтернативні шляхи і строки досягнення цього стану, а також сценарії та моделі розвитку. Прогнозні документи є засобом обґрунтування

вибору тієї чи іншої стратегії та прийняття програм, планів, проектів органами законодавчої і виконавчої влади, органами місцевого самоврядування щодо регулювання соціально-економічних процесів.

У сучасному політичному аналізі та прогнозуванні майбутнього застосовується широкий і різноманітний арсенал наукових загальних і спеціальних методик, логічних і технічних засобів пізнання. Відповідно до цього політичний аналіз та прогноз як важливий елемент управління суспільством має базуватися на певних принципах, що дають змогу оптимально підійти до розуміння сегментів політичного життя. На думку В. Горбатенка, в цілому можна визначити такі основні *принципи* здійснення політичного аналізу та прогнозування: принципи альтернативності, системності прогнозування, синергетичний принцип, принципи безперервності прогнозування, верифікації (перевірки) [Горбатенко В.П. У смисловому полі модернізаційного дискурсу / В.П. Горбатенко // Філософська думка. – 1999. – № 4. – С. 35–56.]. Відразу зауважимо, що синергетичний принцип вважаємо за доцільне переосмислити у площині методологічних підходів, а не у площині принципів. Справа в тому, що, на наше переконання, принципи повинні застосовуватись у всіх без винятку видах політичного прогнозу, тоді як методологічні підходи можуть бути як взаємодоповнювальними, так і альтернативними. Водночас пропонуємо розширити перелік принципів, пропонує В. Горбатенком. На нашу думку, до зазначеного переліку доцільно додати: 1) синтетично-плюралістичний принцип; 2) принцип єдності і комплексності; 3) принцип цілі; 4) принцип адекватності; 5) принцип об'єктивності; 6) принцип рівності; 7) принцип наукової обґрунтованості;

Виокремлені цим науковцем принципи, з нашого погляду, потребують певних корективів і доповнень.

К.Ю. Волік, асп., КНУТШ, Київ
kaitlinvolik@rambler.ru

СУТНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Сьогодні керівництво майже всіх світових держав одним зі своїх головних стратегічних завдань вбачає формування іміджу держави в очах світової громадськості та власних громадян. Адже, цілеспрямована політика держави у формуванні власного іміджу є запорукою успіху і процвітання на міжнародній арені.

За останні десятиріччя світ набув якісно нових характеристик. Тож неабиякої актуальності набирає комплексне вивчення сучасних технологій створення позитивного іміджу держави, а також, базових засад, формування та реалізації державної іміджевої політики. Важливо, що на даний час імідж держави не повинен бути чи позитивним, чи негативним, він повинен виходити з потенціалу конкретної країни і бути абсолютно унікальним, враховувати національні потреби та інтереси держави, фінансові та інформаційні можливості та прагнути найбільшій користі для громадян.

Ефективна державна іміджева політика має створюватися, враховуючи всі фактори, які мають вплив на її формування в державі.

Тож доречно розглянути саме поняття політичного іміджу держави. Слово "імідж" (від англ. "image") дослівно перекладається як "образ". Більшість довідників розкривають зміст поняття "імідж", трактуючи його як "образ, що формується цілеспрямовано" [Современный словарь иностранных слов. – М., 1997. – С. 229]; як "емоційно забарвлений образ, що склався в масовій свідомості та має характер стереотипу" [Политическая имиджология: Кол. моногр. / Под общ. научн. ред. Л.Г. Лаптева, Е.А. Петровой. – М.: РИЦ АИМ, 2006. – С. 123]; або як "обмірковане уявлення чогось побаченого раніше ... конкретного чи абстрактного..." [Социальная философия: Словарь / Сост. и ред. В.Е. Кемеров, Т.Х. Керимов. – М., 2003. – С. 711]. В будь-якому разі, політичний імідж має дві основні характеристики – публічність і зв'язок із політичною практикою.

Дослідниця О. Швець визначає політичний імідж держави як "суспільно значимий феномен, який є невід'ємною складовою (аспектом) взаємодії суб'єктів внутрішньої та зовнішньої політики" [Формування політичного іміджу України у міжнародному інформаційному просторі / О.В. Швець // автореферат дисер. на здоб. наукового ступеня Канд. політ наук. зі спеціальності 23.00.03 КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2006. – С. 11]. Варто відмітити, що імідж держави – це не просто психічний образ свідомості як відображення дійсності. Це цілеспрямоване змодельоване спеціалістами відображення дійсності – віртуальний образ. Можна сказати, що образ держави – це інтегрований, складний та різнорівневий імідж, свого роду "імідж іміджів", у формуванні якого важливу роль відіграють не тільки засоби реклами та зв'язків з громадськістю, але і врахування реальних атрибутів, нормативних уявлень аудиторії щодо ролі і значення цієї організації в житті людей. Тож, імідж держави складається під впливом інформаційних технологій, об'єктивних характеристик владної організації суспільства і вже існуючих у свідомості стійких стереотипів.

Політичний імідж держави як її образ, що конструюється цілеспрямовано, має, по суті, два основні адресати: суспільство всередині країни та світову спільноту. Відтак забезпечення позитивного міжнародного іміджу держави в масовій суспільній свідомості є важливим засобом захисту та просування її національних інтересів, а також підвищення успішності країни в конкурентній боротьбі на міжнародних ринках збуту та інвестицій.

Співіснування двох політичних іміджів держави – внутрішнього та зовнішнього – є доволі проблемним питанням, з погляду теорії та практики. Очевидно, що позитивний образ держави характеризується переважанням в його структурі рис, які сприймаються як національним, так і міжнародним співтовариством як однозначно позитивні (наприклад, тут можуть використовуватися такі характеристики, як "миролюбна держава", "держава з високим рівнем розвитку", "вигідний економічний партнер" і т.д.). Для негативного образу держави, навпаки, характерні риси, що сприймаються різними суб'єктами політики всередині нього і за його межами як негативні ("держава-агресор", "імперія зла", "тюрма народів" тощо).

Отже, політичний імідж держави – явище багатокомпонентне, складне за структурою. Сучасні дослідження з політології, соціології та політичної іміджології дають змогу виокремити такі структурні компоненти феномену:

- **суб'єктивні** – імідж політичного лідера, імідж політичної еліти, імідж політичних інститутів влади, імідж політичних партій, що перебувають при владі, та опозиційних, імідж збройних сил, імідж дипломатів;
- **об'єктивні** – імідж політичного режиму, імідж рівня демократії, імідж соціально-економічного розвитку, імідж законодавчих і судово-виконавчих стосунків, імідж релігійних стосунків, імідж зовнішньополітичних акцій;
- **часові** – культурно-історичні факти, сучасні політичні події, політичні прогнози;
- **комунікативні** – модель іміджу, канали трансляції та тиражування, реципієнти [Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену / Н.О. Качинська // Віче. Наукова бібліотека. – К., 2009. – Вип. 22. – С. 19–22].

Важливо відмітити, що на політичний імідж держави також впливають іміджі політичних лідерів, політичних еліт, правлячих та опозиційних партій, а також імідж збройних сил держави. Показовим є приклад Російської Федерації, коли після розпаду Радянського Союзу одразу погіршився її політичний імідж через негативний імідж збройних сил. Наприкінці XX сторіччя російська армія мала імідж нестабільної військової організації зі слабким керівництвом, але з надзвичайно небезпечною зброєю, яка порушує норми міжнародного гуманітарного права. Усе це сприяло тому, що Росію певні країни тоді розглядали як слабого та ненадійного партнера, а інші – як джерело військової, гуманітарної та техногенної загрози. Зараз Росія виділяє колосальні кошти для покращення свого політичного іміджу на міжнародній арені [Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену / Н.О. Качинська // Віче. Наукова бібліотека. – К., 2009. – Вип. 22. – С. 19–22].

Безперечно, що політичний режим, рівень демократії та соціально-економічний розвиток відіграє неабияку роль передусім у сприйнятті країни світовою спільнотою, встановленні рівноправних політичних та економічних відносин із іншими державами. Імідж соціально-економічного розвитку та рівня демократії в структурі політичного іміджу держави є базовим компонентом для інвестиційної привабливості країни й розвитку національного бізнесу. Отже, політична та економічна стабільність у державі є запорукою міжнародної співпраці та процвітання.

Базою для формування політичного іміджу будь-якої держави є її культурно-історичні надбання, серед яких необхідно виокремити найважливіші історичні події, внесок у світову історію, видатні історичні постаті. Проте не слід вважати, що тільки позитивні події чи особистості створюють імідж держави. Емоційніше сприймаються, утворюючи певні стереотипи та міфи, негативні події чи політичні персони. Велике значення тут має саме соціальна, культурна та історична база спільноти,

яка сприймає та створює імідж у своїй уяві. Дуже важливим є врахування сучасних політичних подій, що виникли спонтанно, природно, а не внаслідок роботи іміджмейкерів. Істотною роль у створенні політичного іміджу держави як усередині країни, так і в закордонній аудиторії відіграють політичні прогнози та політичні очікування реципієнтів іміджу різних соціальних груп. Враховувати їх важливо для створення моделі необхідного іміджу та розробки стратегічної програми його впровадження.

Глобальні процеси в політичному, економічному, соціокультурному житті людства пов'язані з багаторазовим посиленням імідж-чинників у міжнародному та державному політичному просторі. Політичний імідж держави – дуже складний багатокomпонентний феномен, який оцінюють не тільки в політичних структурах та інститутах, а й у масових аудиторіях. Глибоко осмислити цей феномен допомагає докладний розгляд його структурних і комунікативних компонентів. Адже політичні іміджеві комунікації та інформаційно-психологічний вплив на соціум мають сьогодні стратегічне значення для кожної держави. Отже, ефективність іміджевої політики кожної країни буде залежати від внутрішньої стабільності держави, зовнішньої привабливості та ставлення до неї міжнародної спільноти.

Г.Ю. Воробйова, студ., КНУТШ, Київ

ПОЛІТИЧНИЙ НАРАТИВ ЯК ФАКТОР ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Політична комунікація численними вертикально-горизонтальним каналами відбувається посередництвом політичного мовлення, яке є не просто накопиченням або концентрацією певних висловів і не просто поєднанням певних речень, а змістовно вибудовуванням посланням, що розгортається довкола певної ідеї, зв'язно викладає ідейно-політичний матеріал, що наивається наративом.

Наратив – сукупність дискурсних утворень різних жанрів, сконцентрованих довкола політичної події. Яскравим прикладом політичного наративу є журнальні статті політичного змісту, мета яких полягає, з одного боку, в інформуванні суспільства про певну політичну подію, а з другого – у впливі на громадську думку. Тобто це не просто констатація фактів, це певний їх виклад з політичною спрямованістю, а саме для продукування власної версії тієї чи іншої події, щоб вона стала елементом картини світу представників громадськості.

Останнім часом політологія зацікавилася легітимізуючою функцією наративів. За О.І. Шегал політичний наратив являє собою текст лозунгового типу, що являє собою у якості понятійного ядра ключові концепти актуального політичного дискурсу. На відміну від лозунгу за міні-тестом наративу стоїть розгорнутий текст культури. Нарратив відрізняється ясністю та простотою, доступністю для розуміння, що робить його важливим інструментом політичної влади [Шейгал Е.І. Многоликий наратив // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2007. – Вип 2(22). – С. 88].

Політичний наратив можна розглядати як сукупність дискурсних утворень різного типу, переважно політичного дискурсу і дискурсу

засобів масової інформації. Метою політичного нарративу є, з одного боку, повідомлення суспільства про яку-небудь політичну подію, а з другого, – вплив на громадську думку. Чим менше ангажований автор, тим більше превалює перша мета [Кирилов А.А. Политический нарратив. – Самара: Из-во Самарской гуманитарной академии, 2001. – С. 13].

Змістовно політичний нарратив вміщує в собі сукупність політичних текстів різних жанрів (лістівка, гасло, мітингова мова, партійна програма, аналітична стаття, телеінтерв'ю тощо), сконцентрованих довкола певної політичної події. Будь-якому політичному нарративу властива тематична єдність, спільність основних "героїв" (конкретних політиків, партій та ін.), загальна канва подій (літературознавці називали б її сюжетом або фабулою), локалізованість у часі і просторі. Сюжет політичного нарративу – це послідовність певних фактів. Проте політичний нарратив не просто їх викладає, а добирає (згідно з політичною потребою ті чи інші факти можуть бути опущені), упорядковує їх згідно з певною ідейною базою.

Головними компонентами політичного нарративу є дійова особа та сюжет.

Дійова особа – смисловий центр, довкола якого об'єднується сюжетна фабула. Здебільшого це політичний діяч. У цьому випадку нарратив постає як своєрідне масово-комунікативне відтворення особистісної ролі в політиці. Політик постає або відтворювачем нарративу, або його героєм. Виявлення особистісних смислів автора і/або інтерпретатора дискурсу за певних обставин становить один з трьох аспектів політичного нарративу – індивідуально-герменевтичний [Кобзєва О.О. Структура та функції політичного нарративу "вибори президента" // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2008. – № 38. – С. 162].

"Найкращий спосіб для політика описати свою позицію, свої переконання – це передати свої ідеї у вигляді історії... Маргарет Тетчер вважається видатним ідеологом, але насправді вона була генієм нарративу". А. Дуранті співвідносить нарратив політика з дискурсивною стратегією побудови нарративу причетності (narrative of belonging). Послідовність життєвих подій політика представлена в такий спосіб, щоб продемонструвати, що його життєвий досвід такий самий, як і в більшості аудиторій, і це дає йому змогу морально й емоційно ідентифікуватися зі своїми виборцями.

Тобто у нарративі поєднує функція інформування має характер цілеспрямованого впливу, а тому повинен розглядатися як елемент маніпулювання.

Наратив вказує на ідейно-політичну єдність, а тому в ньому зникає осягнення простору і часу, що є дуже актуальним для сучасного процесу світової глобалізації. Політична система частіше стикається з проблемами недостовірності та недостатності інформаційних даних, а якщо врахувати величезний вплив раніше поданої інформації, яка також не витлумачена, то можна потрапити у коло невизначеності. Для формування нарративу та впровадження політичного дискурсу відіграє національно-державні символи – невідомі складові формування, фіксації та само-

відтворення ідентичності будь-якої нації та держави як соціокультурної спільноти. Це також теоретично обґрунтовував Юнг концептуалізуючи у понятті колективного без свідомого, а тому символи виступають засобом регулювання соціальної поведінки. Суб'єкт сприймає інформацію яка являє собою комплекс візуальних і звукових символів, які складають для нього відповідний сенс. Центральне місце у символіці посідають прапори, конституції, гімни, свята, грошові знаки, політичні ритуали. Спекуляція цими поняттями у політичному дискурсі сприяє формуванню так званої громадянської релігії або громадської думки. Таким чином, спонукальна функція національних символів є важливою для побудови політичного нарративу, адже поєднує логічне та емоційне переконання.

Політичний нарратив як утворення, структурно подібне до найдавніших фольклорних форм соціальної комунікації, є однією з найперших форм комунікативного освоєння людиною світу. Але слід пам'ятати, що особистий погляд споживача інформації перебуває під сильним впливом групи, до якої належить.

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що політичний нарратив є однією з основних форм політичної комунікації. Змістовно політичний нарратив являє собою сучасну варіацію традиційної фольклорно-оповідної форми комунікації. Політичний нарратив – це структурована, впорядкована у відповідній послідовності форма подачі політичної інформації, що покликана пояснювати громадськості певні політично значущі події.

М.М. Дем'яненко, асп., КНТЕУ, Київ
demjanm@ukr.net

ПОЛІТИЧНИЙ ПОПУЛІЗМ В СИСТЕМІ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Для визначення місця політичного популізму в системі політичних технологій, насамперед слід дати характеристику цим поняттям. У політичному енциклопедичному словнику політичний популізм визначений, як особливий політичний феномен, що ґрунтується на засадах інспіраційного лідерства та політичної демагогії типу міфологізації, маніпулювання масовою свідомістю і громадською думкою через вираження повсякденних, а відтак обмежених і тимчасових інтересів, потреб народу для досягнення визначеної політичної мети, як правило, пов'язаної із завоюванням або утриманням влади. Технологія сучасного популізму побудована на провокуванні мас на запрограмовані політичні дії шляхом включення їх у маніпулятивну гру з харизматичним лідером демагогічного типу. Популізм містить у собі набір антитехнологій, котрі спричиняють його зміст: пропаганда простих політичних рішень, що ґрунтується на низькій загальній культурі частини учасників політичного процесу; акцентування значимості малих, але конкретних політичних справ; навішування політичних ярликів політичним противникам; загравання з масами, експлуатація політичних почуттів простих людей.

Російський політолог Д.Видрін говорить про популізм, як про універсальний набір антитехнологій і зазначає: "В нещодавніх суперечках про

суть популізму слід відмітити дві позиції. Одні поважні політики кажуть, що популізм – це загравання з масами, а отже це негативне явище. Інші не менш поважні політики стверджують, що популізм – це близькість до народу, а отже, це добре. Разом з тим поняття "популізм" має досить чіткі наукові визначення, що дозволяють дати цьому феномену точну оцінку. Так, популізм – це сенситивність (характерологічна особливість) великих людських мас до простих пояснень складних проблем, до примітивних гучних лозунгів, а також демагогічні дії політиків, які намагаються використати цю сенситивність. В більш детальному вигляді популізм можливо уявити, як набір або як пакет антитехнологій".

Політичні технології – це сукупність методів і систем послідовних дій спрямованих на досягнення необхідного політичного результату. Український політолог Лариса Кочубей у своїй роботі "Виборчі технології" зазначає, що загальне визначення "політичної технології" зводиться до системи прийомів, технік послідовного досягнення бажаного результату у тій чи іншій сфері політичної діяльності. Зокрема вона пише, що як і будь-які інші політичні технології також містять у собі як важливі психологічні, педагогічні, управлінські, іміджеві, популістські та інші складові, що тісно взаємодіють між собою і використання яких, у сумі, обумовлює ступінь ефективності, дієвості реалізації окремо взятої технології.

Політичні технології існують у кількох видах, а саме: розробка і ухвалення певних політичних проектів і рішень; реалізація політичних рішень; технології формування політичної влади; виборчі технології; технології організації діяльності політичних партій, організацій, об'єднань; технології формування громадянської свідомості, політичної культури; технології формування громадської думки; технології узгодження суспільних інтересів; технології розв'язання політичних конфліктів тощо.

Проаналізувавши політичні технології і політичний популізм відмітимо наступні їх спільні риси: по-перше, використання того і іншого направлене на досягнення позитивного результату при здійсненні політичної діяльності; по-друге широкого застосування і популізм і технології набувають в період загострення політичної боротьби (під час виборів, масових акцій тощо); по-третє, основою політичного популізму є маніпулювання масовою свідомістю, тоді як в даний час все ширшого застосування набирають технології пов'язані з використанням психологічного впливу на свідомість виборців.

Отже, політичний популізм не є самостійною політичною технологією, але він є важливою складовою технологій, які використовуються в суспільно-політичній сфері. Він базується на використанні необґрунтованих обіцянок, демагогічних гасел, емоційних станів мас людей (страх, ненависть, ворожість), на "заграванні" з масами, а тому характеризується саме як негативне явище (за деякими класифікаціями – антитехнології, "брудні" технології). Але в умовах сучасної політичної ситуації майже кожен публічний політик, в тій чи іншій мірі, вдається до популізму, оскільки без його використання досягти успіху в політичній боротьбі практично неможливо.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ГЕНДЕРНОГО РОЗВИТКУ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ВИМІР

Для розуміння специфіки державної політики в конкретному історичному періоді важливо враховувати, що держава завжди вирішує два найбільш важливих завдання – артикулює у своїй політиці інтереси соціальних груп та забезпечує стабільність через досягнення балансу інтересів основних соціальних груп суспільства. Вочевидь, що різні моделі держави спираються на різні механізми забезпечення балансу інтересів соціальних груп, які власне і моделюють політичні відносини. Державна гендерна політика регулює відносини між соціально-демографічними групами чоловіків і жінок в усіх сферах їх життєдіяльності, включаючи громадську, політичну та економічні сфери, а також сімейні відносини. Фактично, гендерна політика демократичної держави спрямована на подолання гендерних відмінностей між чоловіками та жінками в усіх сферах життєдіяльності, обумовлених не їх біологічною статтю, а їх соціальним статусом. Гендерна політика є складовою соціальної політики держави, проте вона може бути соціальною тільки в тому випадку, якщо вона стане *гендерно чутливою*. Гендерно чутлива політика базується на принципі гендерної рівності, зокрема визнанні рівних прав та рівних можливостей їх реалізації чоловіками і жінками у соціальній сфері, в політичних і сімейних відносинах.

Докорінне реформування суспільно-політичних відносин, що розпочалося в Україні в 90-х рр. XX ст. передбачало визначення нової стратегії гендерного розвитку. Проте, відтермінування розробки чітких стратегічних програм гендерної політики та повільність політичних кроків у їх реалізації призвели до сучасного незадовільного стану у сфері гендерної рівності. Ця ситуація спонукає науковців переосмислити і переоцінити сутність проблеми гендерної рівності, вимагає вироблення нових актуальних підходів до її вирішення та розвитку правового регулювання у цій сфері. Результати всіх проведених досліджень засвідчують, що гендер продовжує залишатися фактором, який впливає на структуру політичних, трудових та сімейних відносин. І хоча в окремих сферах життя в справі забезпечення більш справедливого розподілу влади і впливу між чоловіками і жінками досягнуті суттєві результати, у багатьох інших сферах людської діяльності це поки не так. На нашу думку, національна модель гендерної політики покликана не тільки відображати і констатувати те, що існує, але й проектувати належне, ідеальне. З одного боку, ретельний аналіз існуючого стану справ за допомогою такого ефективного інструментарію, як гендерна статистика, дозволяє виявити сформовані закономірності та тенденції та визначити напрямки пошуків підвищення ефективності гендерної політики. З іншого боку, необхідно визначити вектор не тільки із сьогодення в майбутнє, а й навпаки, з майбутнього в сьогодення, тобто вийти на рівень

належного, ідеального і з цих позицій проектувати реальне. Основним інструментом, який здатен забезпечити взаємозв'язок між сьогоденням та перспективами гендерної політики є гендерна стратегія – заявлений політичний курс на досягнення фактичного рівноправ'я жінок і чоловіків у всіх сферах життя суспільства. Стратегічне планування в гендерній політиці є процесом здійснення сукупності систематизованих та взаємоузгоджених кроків з визначенням довгострокових цілей та напрямків діяльності держави у сфері гендерних відносин. Стратегічне планування передбачає формування сукупності дій та варіантів рішень, які є основою стратегії для досягнення чітко визначених цілей.

У дослідженні Всесвітнього банку, обґрунтовується, що політична стратегія будь-якої держави на шляху втілення в життя гендерної рівності повинна формуватися трьома обов'язковими складовими елементами. По-перше, це реформування правових та економічних інститутів з метою встановлення рівних прав для жінок і чоловіків. Інституційні реформи необхідні для того, щоб закласти фундамент рівних прав і можливостей для жінок і чоловіків. Оскільки в багатьох країнах законодавство все ще надає жінкам і чоловікам нерівні права, необхідні правові реформи – особливо у сфері сімейного права, в плані захисту від насильства, в сфері земельного та трудового законодавства, у сфері політичних прав. По-друге, стимулювання такої моделі економічних відносин, яка сприятиме більш справедливому розподілу ресурсів та їх використання. Підвищення доходів і зниження рівня бідності сприяють зменшенню гендерного диспаритету в освіті, охороні здоров'я та харчуванні. Більш висока продуктивність виробництва, розширення зайнятості та можливості отримання нових професій часто зменшують прояв гендерних невідповідностей в сфері найму. А капіталовкладення в базову інфраструктуру допомагають зменшити гендерні невідповідності в розподілі робочого навантаження. По-третє, прийняття активних заходів, що стимулюватимуть вирівнювання стійких невідповідностей у сферах доступу до ресурсів і можливості для артикуляції власних інтересів. Оскільки інституційні реформи та рівень економічного розвитку можуть виявитися неповними і недостатніми, будуть потрібні активні заходи для виправлення стійких гендерних невідповідностей у кратко- і середньостроковій перспективі [Гендерные проблемы и развитие. Стимулирование развития через гендерное равенство в правах, в доступности ресурсов и возможности выражать свои интересы: Пер. с англ. – М.: Весь мир, 2001. – С. 2].

Таким чином, гендерна стратегія є превентивним довгостроковим плануванням, спрямованим на збалансований соціальний розвиток задля підвищення якості життя того чи іншого суспільства. Гендерна стратегія передбачає послідовну демократизацію влади шляхом залучення до управління жінок і чоловіків на паритетних засадах, припускає віднайдження взаємоприйнятних рішень, що враховують гендерні інтереси суспільства і недопущення "силових" методів для вирішення гендерних конфліктів [Шведова Н.А. Гендер, демократия и гражданское общество // Представительная власть – XXI век: законодательство, комментарии,

проблеми. – 2005. – Вып. № 6 (66). – С. 28]. В Україні стратегії гендерного розвитку, як цілісного політичного документу, не розроблено. В Стратегії ЄС щодо України на період 2007 – 2013 рр. передбачається максимально інтегрувати гендерні проблеми як наскрізні в розробку всіх програм, які пов'язані із такими напрямками: політичний діалог та реформування; економічні та соціальні реформи і розвиток; торгівля, ринкові та регуляторні реформи; співробітництво в сфері юстиції, свободи та безпеки; транспорт, енергетика, інформаційне суспільство та навколишнє середовище; міжособистісні контакти [ENPI Ukraine Country Strategy Paper for 2007-2013. Draft. P.19. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/world/enp/pdf/country/enpi_csp_ukraine_en.pdf]. Проте, опис кожного із шести пріоритетів співпраці України та ЄС не має гендерного виміру. Формуванню гендерної стратегії в Україні перешкоджають як інституційні особливості процесу формування та реалізації гендерної політики, так і вузько визначені та стереотипні образи чоловіків і жінок, що транслюються в ЗМІ.

В.В. Долуда, здобувач, КНУТШ, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Вітчизняні дослідники – В.І.Шкляр, М.І.Скуленко, В.М.Бєбик, О.В.Зернецька, А.І.Ручко, Г.Г.Почепцов та ін. – глибоко аналізують окремі аспекти означеної проблематики, але, як правило, торкаються їх при розробці інших тем. Особливо актуальною є проблема розробки практичних рекомендацій щодо формування в Україні такої моделі національної інформаційної інфраструктури, яка сприяла би демократизації та консолідації суспільства.

За роки незалежності вітчизняна інформаційна інфраструктура зазнала радикальних трансформацій. По-перше, слабкість її, обумовлена неналежним ресурсним та кадровим забезпеченням, стала причиною активного проникнення в Україну та утвердження на її теренах достатньо впливових іноземних масмедійних компаній, перш за все російських та американських.

Впродовж певного, нехай і короткого, часу, досить поширеним було уявлення про непотрібність державної регуляторної політики в галузі інформаційних інфраструктур і в Україні приступили до формування власних концептуальних підходів у вказаній галузі із значним запізненням. До того ж необхідно визнати, що перші кроки реалізації її робились, і на жаль продовжують ще й на сьогодні робитись, на провінційно-любительському рівні. Більше того, вироблення національної доктрини в галузі інформаційної політики впродовж певного часу навіть не розглядалось в якості чинника національної безпеки держави. Саме в силу вказаної причини такого роду діяльність виявилась розпорошеною по зацікавлених відомствах – освіти і науки, культури, ряду силових, МЗС, релігійних та громадських товариствах. Скориставшись відсутністю на-

ціональної доктрини розвитку вітчизняної інфраструктури та суперечливістю законодавчих норм в галузі інформаційної діяльності, вони активно почали просуватись на терени інформаційного простору України – спершу в галузі телекомунікації та ЗМІ, а згодом практично у всіх сферах функціонування інформаційної інфраструктури нашої держави аж до видавничої справи включно.

Саме тому, становлення української державності на рубежі тисячоліть водночас дає підстави вважати, що помилки минулого нинішнє покоління українських лідерів врахує належним чином, і перш за все в плані формування національної інформаційної інфраструктури України, як одного з найбільш вагомих чинників активізації масової свідомості та максимально ефективного використання державотворчого потенціалу всього українського суспільства. Саме нереалізованість вказаного потенціалу в сучасних умовах є, на нашу думку, однією з причин тих перманентних труднощів, які переживає наша держава на нинішній час.

Можна погодитись з тим, що дана проблема виступає дійсною передумовою подальшої трансформації суспільства в нашій державі та є на сьогодні каменем спотикання щодо подальшого поступу України, хочемо застерегти однак, що на нинішній час назріла необхідність визначення основних складових формування національної інформаційної інфраструктури з урахуванням як власних прорахунків за останнє десятиліття, так і світового досвіду. Серед них на наш погляд найбільш вагомими є:

- функціонування національної інформаційної інфраструктури в Україні з необхідністю передбачає розгляд її в якості важливої складової національної безпеки. Причому мова не йде лише про наявність чи відсутність певних законодавчих норм чи функціонування конкретних інституцій в нашій державі. Головним чинником тут виступає стратегія розбудови держави, яка може ґрунтуватись на релігійному, національному, етнокультурному та ін. факторах, що знаходять свою реалізацію в певних організаційних формах;

- у ході подальшої інтеграції у європейське та світове співтовариство, Україна, поступово долаючи синдром приналежності до супердержави з відповідною схильністю до гіперболізації власної ролі у світових процесах, зазнаватиме подібно до більшості інших країн, зростаючого впливу на власний національний інформаційний простір так званих геополітичних центрів притягання, тобто держав – сучасних світових лідерів, що будуть постійно прагнути нав'язувати іншим власний ракурс бачення процесів, що відбуваються на планеті;

- нові геополітичні реалії з неминучістю переорієнтують вітчизняний політикум на нові засади контактів із найближчими сусідами України, коли налагодження взаємовигідного добросусідства та встановлення культурних взаємозв'язків з найближчими сусідами нашої держави стане запорукою регіональної стабільності та росту її міжнародного авторитету. Важливим фактором вказаного процесу обов'язково повинно стати взаємне подолання упередженого ставлення, зверхності, підозріливості, а то й просто антипатії до сусідніх народів у східноєвропейському регіоні;

- однією з найбільших проблем, що обумовлюють повільне становлення інформаційної інфраструктури України є відсутність механізмів належного громадського контролю за її функціонуванням з боку суспільства і тому функції розпорядника інформаційним простором в Україні перебрала на себе вітчизняна бюрократія, яка за означенням не здатна визначати стратегічні напрямки її розвитку. В свою чергу на сьогодні українські бізнес-структури в переважній більшості виявились не готовими до ведення самостійної діяльності в сфері вітчизняної інформаційного простору, а відповідно – у ресурсному його забезпеченні. В силу вказаних причин вітчизняні інформаційні структури не мають на нинішній час чітко визначеної стратегії розвитку та все більше використовуються окремими політичними угрупованнями в якості інструментарію для вияснення політичних стосунків між собою. А сучасна інформаційна інфраструктура України, в силу своєї слабкості на сьогодні ще не здатна функціонувати самостійно, без відповідної підтримки її діяльності.

І на сьогодні в Україні зростає ризик того, що становлення національної інформаційної інфраструктури може опинитись у вакуумі – більшість населення остаточно перестане довіряти інституціям (як державним так і громадським), що покликані нести відповідальність за їх функціонування. Наслідки такого ставлення навіть важко передбачити для молодшої української держави. Для подолання критичного стану, що склався в царині вітчизняного інформаційного простору, необхідна сильна політична воля поєднана із інтелектуальними зусиллями наукової та творчої еліти нації.

Отже, необхідною передумовою забезпечення суверенітету України виступає чітко окреслена концепція інформаційної політики, яка по мірі небаченого за всю попередню історію людської цивілізації розвитку інформаційних технологій, стає все більш важливим чинником національної безпеки, цілісності країни та формування політичної культури громадян.

*Т.О. Житнікова, асп., КНУТШ, Київ
tjanka@ukr.net*

СУТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ І ОБ'ЄКТІВ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ

Внаслідок різкого прогресуючого збільшення інформації на межі ХХ і ХХІ ст. з'явилися потенційні умови для глобального масштабного маніпулювання суспільною свідомістю. Адже щоб людина (група, маса) почала діяти так, як хоче маніпулятор, необхідні такі умови: перевантаження інформацією, збільшення розумової напруги, обмеження часу для сприйняття повідомлень, активне відволікання від осмислення, стимулювання емоційного мислення. Практично всі ці фактори обумовлені різким глобальним зростанням інформаційного перевантаження. Таким чином, процес циркуляції інформації є одним із визначальних факторів у впливі на динаміку сучасних суспільних змін. На разі людство вже переступило ту межу, за якою індивідуальна пам'ять не може не те що засвоїти усю інформацію, а й навіть ознайомитись з постійно зростаючими її обсягами.

Суб'єкт політичного маніпулювання – джерело практично-політичної активності, спрямованої на об'єкт. Ним може бути особа чи група осіб із широкими можливостями для реалізації своєї волі, в інтересах яких здійснюється політичний вплив та маніпулювання. Суб'єкт політичного маніпулювання – це суб'єкт політичної діяльності, який або особисто здійснює маніпулювання, або від особи, на замовлення якої відбувається останнє. Як суб'єкт маніпулювання виступає певна політична сила: фізична особа – окремий політичний діяч чи державний службовець, юридична особа, політична партія, політичне об'єднання, державна структура тощо. Суб'єкт, як правило, посідає пануюче становище в економічному, політичному, а також духовному, культурному житті даного суспільства, він має економічну та політичну владу, виконує управлінські функції в суспільстві, в нього наявні знання основних рушіїв влади, він компетентний у вирішенні ключових політичних питань. Суб'єкт політичного маніпулювання використовує маніпулювання лише задля успішного досягнення своїх особистих чи вузькогрупових цілей.

Суб'єкт маніпулювання – особа чи група осіб, в інтересах яких здійснюється маніпулювання. Як правило, суб'єкти маніпулювання складають від 1 до 3 % населення. До них приєднуються ще до 20 % "проінформованої" аудиторії, яка володіє достовірною інтерпретацією відомостей і яка розуміє, що відбувається. Саме з цієї групи виокремлюються модератори, групи тиску і підтримки, люди, які здійснюють зворотній тиск на суб'єктів маніпулювання. Динаміка і характер суспільства багато в чому залежать від цих двох груп (ця обставина лише підсилюється в перехідні періоди). Особистісні характеристики суб'єктів маніпулювання суттєво впливають на цикли, методи, зміст і характер маніпуляцій, на функціонування і розвиток суспільства.

Суб'єкт маніпулювання перш за все повинні добре володіти формами вербального впливу. Вони мають володіти енергією, волею, фанатизмом, цілеспрямованістю, вірою в себе і установкою на незамінність. Найміцнішу базу суб'єктів маніпулювання складає некомпетентність і мало освіченість маси, її погляди на моральні, практично-політичні виправдання діяльності суб'єктів, її нездатність самостійно вирішувати питання свого існування. Незрілість маси, відсутність у неї суверенітету дають можливість практично необмеженого впливу суб'єктів маніпулювання, затвердження міфу про необхідність "влади кращих". При цьому "кращі" перетворюються в незмінний інститут. Вони активно використовують перш за все ЗМІ для створення своїх міфів, для панування над масою. Саме тому ЗМІ завжди знаходяться під владою суб'єктів маніпулювання.

Розглядаючи процес маніпулятивного впливу необхідно брати до уваги також характеристики того, на кого цей вплив спрямований. Отже, окрім суб'єкта важливою складовою маніпулятивних взаємодій виступає об'єкт маніпулювання. Під об'єктом політичного маніпулювання розуміють як окрему людину, так і певну спільноту людей, які потенційно є засобами реалізації інтересів суб'єкта маніпуляції. Об'єктом маніпулювання є більшість даного суспільства, відсторонена від реальної участі

в політичному житті і яка не має доступу до ключових джерел інформації та не володіє достатньою компетенцією для адекватної оцінки такої інформації. Отже, об'єктом маніпулювання є більшість населення, яка очолюється, керується меншістю.

Дослідження об'єкта маніпулювання дозволяє говорити про те, що успіх впливу багато в чому визначається не характером інформації, способом її викладу і шляхами розповсюдження, а якістю самого об'єкта. Як правило, об'єкт володіє вже сформованими системами переваг, установок, соціальним досвідом і картинкою світу. Він підсвідомо очікує підтвердження сили і легітимності своїх поглядів, їх значимості і вагомості. Тому зазвичай він відкидає все, що їм суперечить: люди схильні інтерпретувати інформацію у звичних для себе координатах, ціннісних ієрархіях і шукати її там, де вона подається у відповідності до їх уявлень, переконань і вірувань. Інформація, яка цьому не відповідає, об'єктом маніпулювання ігнорується, забувається. Тому подача нових відомостей повинна здійснюватись у звичній інформативній формі, враховуючи соціокультурні фільтри, а також вибірковість сприйняття.

Культивація в об'єкті маніпулювання особистісних якостей підвищує ступінь активного відношення до інформації і вибірковість в її засвоєнні. Об'єкт здатний до самовизначення і кожний акт впливу обов'язково проходить етап інтерпретації і адаптації. Ігнорування цього призводить до абсолютно не прогнозованих, а здебільшого і протилежним очікуванам результатам. Тут має місце недооцінка можливих модифікацій реакцій, поведінки і мислення об'єктів незалежно від їх волі і інтересів. Звідси походить необхідність переорієнтація маніпулятивного впливу з "механічних" на ті, які націлені перш за все на маніпулювання певними якостями індивідів.

Ефективність політичного маніпулювання пов'язана з напрацюванням вміння об'єктів самостійно інтерпретувати інформацію відповідним чином в потрібному напрямку. Успішність маніпуляцій, таким чином, залежить від здатності суб'єктів маніпулювання змінити пізнавальні орієнтації об'єктів. Проте абсолютно результативних засобів для цього не знайдено. А дійсних результатів можна домогтись лише впливаючи на "само переконання" об'єкта. Тому, головне завдання суб'єктів маніпулювання – вірне, адекватне розуміння об'єкта впливу. Звідси випливає важливий висновок: переконують не слова, а зовнішні "прикмети – комунікатори", відповідність стереотипам і очікуванням конкретних груп об'єктів.

*І.І. Ігнащенко, студ., КНУТШ, Київ
ailon4ik@rambler.ru*

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Політична аналітика як галузь наукового пізнання та експертно-аналітична система передбачає здійснення певної сукупності наукових процесів, які мають замкнутий, циклічний характер. Базовими елементами такої системи є відносно самостійні, що володіють своїм власним мето-

логічним статусом, теоретико-прикладні галузі політологічного знання: політичний аналіз, політичне прогнозування, політичне консультування та теорія прийняття політичних рішень. Одним із механізмів забезпечення цілого ряду політичних процесів виступає політичне консультування.

Першопочатково виникнув в США, політичний консалтинг поступово розповсюдився у Європі, а потім набув глобальних масштабів. Політичне консультування – це процес надання спеціалістом (або групою спеціалістів) професійної допомоги суб'єктові політики в його практичній діяльності.

У сфері політичної аналітики на теренах України політичне консультування має ряд особливостей. По-перше, існує думка про те, що політичний консалтинг асоціюється лише із суто політичним PR (зв'язками з громадськістю) – спеціалізованою діяльністю державних і громадських організацій із забезпечення взаєморозуміння і доброзичливості у контактах з масами. Це є результатом відсутності чіткого усвідомлення сутності політичного консультування як виду діяльності, яке є значно ширшим за своїм змістовним наповненням і включає в себе як зв'язки з громадськістю, так й інші види політичних послуг, а саме: допомога у прийнятті висококваліфікованих політичних рішень, ліквідації прихованих задумів політичних конкурентів, проведення виборчих та інформаційних кампаній, іміджмейкінг, політична реклама, розроблення і втілення політичних сценаріїв, підготовка політика до публічного виступу тощо. Отже, Public Relations є багатоаспектним політичним консультуванням, що в основному пов'язане з інформаційною сферою [Меклер Х. Власть и магия PR. – П., 2004. – С. 42].

По-друге, практичним полем здійснення політичного консультування, у більшості випадків сьогодні, є передвиборчі компанії, що своєю чергою, є проблемою впливу політконсультантів, з негативної точки зору, на сучасну демократію. Так, спеціалісти у цій галузі, сприяють перетворенню виборчих компаній у центральний елемент політичного процесу на противагу змістовним ідеологічним дискусіям та "ефектам" політичного управління. З огляду на цю тенденцію, у суб'єктів політики, що є клієнтами політичних консультантів, задля досягнення бажаних виборчих цілей, головним завданням є не обговорення актуальних проблем, що хвилюють електорат, а намагання сподобатися будь-якою ціною виборцям, при чому зовсім не обов'язково своїми пропозиціями чи діями, а манерами, зовнішнім виглядом. Цей факт є свідченням того, що на зміну коду епохи домінування друкованих ЗМІ прийшов візуальний іміджовий код. Перетворившись у загальнонаціональну індустрію, політичне консультування та електоральний менеджмент сформували професійне співтовариство. Консалтинг поступово стає новим стилем політичного життя, характерними рисами якого на сьогодні є персоналізація та "депрограмактизація" політичної боротьби.

Ринок політичних послуг формується за наявності попиту і пропозиції. Як правило, в міру того як виникає потреба в даних послугах, формується пропозиція, яка стимулює конкуренцію і підвищує якість наданих послуг. Зовсім інакша ситуація складається на ринку політичного консалтингу. Внаслідок певних причин пропозиція тут мала і мусить ма-

ти випереджуючий характер і саме носії пропозиції – різноманітні структури, які займаються консультуванням, змушені ініціювати виникнення попиту на власні послуги.

Світовий досвід говорить про те, що широкий спектр консалтингових асоціацій сприяє підвищенню конкуренції, що відповідає інтересам не тільки суб'єктів політики, а й також виборців та партій. В Україні сьогодні створено небагато таких агентств, що спеціалізуються на наданні аналітичних та консультативних послуг у політичній сфері: Український центр економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова, Центр прикладних політичних досліджень "Пента" (В. Фесенко), Інститут глобальних стратегій (В. Карасьов), Інститут проблем управління ім. Горшеніна (К. Бондаренко), Київський центр політичних досліджень і конфліктології (М. Погребинський), Інститут політики (М. Томенко), Центр дослідження політичних цінностей (О. Доній), Інститут конкурентного суспільства (К. Ляпіна), Агентство моделювання ситуацій (В. Бала) тощо.

До української специфіки слід віднести і тенденцію "просування" експертів з суспільно-політичних питань до партійних списків, відповідно до вищого органу законодавчої влади (наприклад С. Головатий, М. Томенко, В. Полохало). Найкращою стартовою площадкою для консультанта у світ професійної політики в Україні є органи, що забезпечують діяльність Президента: Адміністрація Президента України та Секретаріат Президента України. Прикладом еволюції з помічника-консультанта у фігуру політика національного масштабу є экс-голови Адміністрації Президента України В. Литвин, Д. Табачник, В. Медведчук; колишній прес-секретар Президента України І. Геращенко та экс-голова Секретаріату Президента України В. Балого. Однак в Україні досі жоден з політиків серед діючих чи колишніх – не створив організації, яка б пропонувала послуги з політичного консалтингу, обмежуючись наданням індивідуальних консультацій. Досить популярним серед політиків є створення різноманітних кишенькових аналітичних центрів, невідомих широкому загалу, що займаються обслуговуванням конкретного політика або ж політичної сили, легітимуючи деякі з своїх позицій як голос представників громадських організацій.

Зазначені вище тенденції свідчать про недорозвиненість українського ринку політичних послуг. Слід долучатися до світового досвіду у сфері політичного консалтингу, покращувати рівень підготовки професіоналів через створення професійних асоціацій, які б займалася підготовкою кадрів і підвищенням кваліфікації своїх членів.

О.К. Карбовський, асп., КНУТШ, Київ
karba@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ ПОРІВННЯ МОДЕЛЕЙ ВИБОРЧИХ СИСТЕМ

Переважає більшість політичних лідерів, як і простих громадян у стратегічному плані зацікавлені у встановленні політичної стабільності в

державі, яка є одним із гарантів соціальної стабільності суспільства і порядку. Разом з тим, нестабільність нерідко є стимулом пошуку громадської згоди й чинником забезпечення ефективних змін, певним застереженням від політичної стагнації. Враховуючи зазначене вище, а також беручи до уваги реалії українського політичного життя, дослідження особливостей та чинників політичної стабільності є надзвичайно актуальним. Такими важливими чинниками є політичні інститути, форми державного правління та державного устрою, виборча система. Остання якраз є важливою складовою політичної системи. Мова йде про інституційну характеристику виборчої системи, що передбачає аналіз комплексу правил, визначаючих характер та тип виборчої системи та порядок визначення результатів виборів.

Під політичною стабільністю ми розуміємо стабільний стан політичної системи, який дає їй змогу ефективно діяти й розвиватися, враховуючи внутрішнє та зовнішнє середовище.

Розглянемо дві форми виборчих систем – пропорційну й мажоритарну з точки зору їхнього впливу на умови політичної стабільності. Однією з основних відмінностей електоральних систем є спосіб голосування для обрання кандидатів у вищі органи влади – пропорційна або мажоритарна системи. За мажоритарної системи від кожного виборчого округу обирається один депутат, а переможцем на виборах вважається кандидат, який набрав найбільшу кількість голосів. Але відносна більшість голосів – це аж ніяк не те, що абсолютна більшість. Коли є більше двох кандидатів, один з них може набрати менш 50 % голосів і все-таки мати більшу підтримку. Адже теорія соціального вибору припускає, що там, де група людей обирає між більш ніж двома альтернативами, обрана альтернатива, яка стала переможцем, може змінюватися залежно від того, які демократичні інститути використовуються, щоб із сукупності вподобань окремих індивідів сформувати "соціальний вибір". Тут можна навести приклади ситуацій у деяких країнах Європи. Зокрема, у Великобританії, консервативна партія декілька разів підряд отримувала більшість місць у парламенті, маючи підтримку близько сорока відсотків виборців на загальнонаціональних виборах, тому що інший електорат розпорошувався між лейбористською партією й коаліцією демократичних партій. Системи пропорційного представництва припускають розподіл місць у парламенті відповідно до кількості отриманих на виборах (по партійних списках) голосів. Якби у Великобританії існувала така система, то консерватори одержали б на останніх чотирьох виборах більше 40 відсотків місць у парламенті й країною керувала б коаліція партій.

Зміст системи пропорційного представництва полягає в тому, що партіям необхідно створювати коаліції, здатні керувати, а для цього потрібне вміння домовлятися один з одним, знаходити компроміси (про склад уряду, про політичну програму, реформи, політичний курс, закони). У представницьких демократіях політичні рішення приймаються в процесі переговорів лідерів різних партій. Вибори служать для того, щоб підтвердити або відкинути ті або інші рішення. Правих і лівих радикалів вічно обурюють постійні компроміси, до яких прагне демократичний

уряд. Але яка ж існує альтернатива, крім переговорного процесу? Тільки однопартійна система – або параліч влади.

При пропорційній виборчій системі в президентській республіці багато партій представлені в парламенті. Однак, якщо не парламент обирає уряд, то партіям немає необхідності вести переговорний процес із метою формування правлячої коаліції. Уряд призначається президентом. При багатопартійності партія президента найімовірніше одержує порівняно невелике число депутатських мандатів. Президент не може керувати, не маючи підтримки парламенту, але останній не несе відповідальності за діяльність уряду й тому не зобов'язаний його підтримувати. У цьому й полягає причина постійного конфлікту між президентом і парламентом, що може завести керування країною в глухий кут. Коли традиційні політичні інститути перестають діяти, вони занепадають, втрачається авторитет влади, демократичні інститути руйнуються. Стосовно ситуації в Україні слід було б врахувати вже наявний досвід інших країн щодо збереження політичної стабільності та шляхів недопущення пов'язаних з нею проблем.

Сьогодні виборча система України має низку проблем, оскільки не повною мірою забезпечує виконання описаних вище вимог. Криза пасивного виборчого права, започаткована політичною реформою та конституційними змінами в грудні 2004 року підірвала пасивне виборче право як конституційну гарантію політичної свободи народу. Тому є необхідність негайного прийняття в Україні Виборчого кодексу – базового документу, що регулюватиме процедуру виборів на різних рівнях. Таке удосконалення виборчого законодавства розв'яже низку гострих політичних проблем, спростить регулювання виборчого процесу.

Отже, незалежно від традиційної класифікації виборчих систем, їх можна вважати відносно простими або відносно складними. Для забезпечення політичної стабільності, виборча система має відповідати принципам демократії та народовладдя, як основного джерела легітимації влади, забезпечувати максимальний рівень прозорості проведення виборів та мінімізацію можливостей для фальсифікацій, нейтралізувати будь-яке зовнішнє, в тому числі інформаційне, втручання у виборчий процес з боку іноземних держав з метою впливу на результат виборів, бути достатньо зрозумілою, зокрема в процедурному аспекті, бути стабільною, забезпечувати умови для оновлення влади, сприяти постійній конкуренції у владі, бути гнучкою, в сенсі недопущення формування закритої політичної системи, забезпечувати механізми відповідальності депутатів перед виборцями та постійний вплив суспільства на владу.

О.С. Качан, асп., НУ "Львівська політехніка", Львів
sheriff@ukr.net

БЕЗПЕКОВІ АСПЕКТИ ПОРУШЕННЯ ЕТНІЧНОГО БАЛАНСУ У КРАЇНАХ ТА РЕГІОНАХ

Аналіз та врахування демографічних тенденцій – важлива складова сучасних безпекових досліджень. Однією із вагомих безпекових про-

блем, що знаходить дедалі більший інтерес у науковців, є проблема виникнення насильницьких конфліктів внаслідок порушення етнічного балансу у країнах та регіонах. У низці ситуацій внутрішній конфлікт здатен набувати міжнародного виміру.

Зміна демографічного балансу між етнічними групами зумовлюється перебігом двох процесів (або їх поєднанням): (1) різними темпами приросту даних груп, (2) масштабними міграціями. У відносно гомогенних в етнічному плані країнах (регіонах), в яких, натомість, існують значні між-конфесійні протиріччя (Ліван, Північна Ірландія), фактором нестабільності може стати зміна балансу між релігійними спільнотами.

Схематично ескалація конфлікту внаслідок істотного порушення демографічного балансу між етнічними (релігійними) групами у певній країні може відбуватись двома шляхами:

1. *Зростаюча меншина висуває вимоги щодо перерозподілу владних ресурсів.* У випадку, коли зростаюча група не має можливості легального здобуття того обсягу політичної влади, який, на її думку, відповідав би її частці у населенні, вона може вдасться до конфліктного способу досягнення своїх цілей.

2. *Домінуюча на даний момент група розпочинає превентивну війну.* Якщо у державі (регіоні), де політично домінує певна етнічна група, відбувається зміна етнічного балансу на користь іншої групи, члени домінуючої етнічної спільноти можуть вдасться до насилля, намагаючись не допустити неухильного переходу влади до зростаючої у чисельності групи.

Із останнім випадком пов'язана велика кількість масштабних конфліктів:

- протистояння у Північній Ірландії, що розпочалося на початку 1970-их років – як тільки демографічні тенденції почали сприяти зростанню католицької меншості;
- громадянська війна у Боснії, ініційована сербами, однією із причин якої стали побоювання сербів з приводу того, що вони втрачають домінування у республіці внаслідок демографічних трансформацій;
- громадянська війна в Лівані, що розгорілась на початку 1970-их, і яку пов'язують зі зміною християнсько-мусульманського балансу у країні (домінуючі християни-мароніти проти зростаючих у чисельності шиїтів).

На основі обробки емпіричних даних дослідниця М. Тофт дійшла висновку, що суттєва зміна балансу між етнічними групами у державі збільшує ймовірність громадянської війни [Toft M. D. Population Shifts and Civil War: A Test of Power Transition Theory / Monica Duffy Toft // International Interactions. – 2007. – Vol. 33, No. 3, с. 258-259]. Однак сам факт зміни етнічної композиції не є достатньою умовою для виникнення насильницького протистояння. До конфлікту зазвичай призводить цілий комплекс причин, в якому порушення етнічного балансу є однією зі складових. Аналізуючи проблему зв'язку між різними темпами приросту етнічних (релігійних) груп та ризиками виникнення конфліктів в межах певної країни, важливо враховувати такі особливості:

1. У суспільствах залежність політичного впливу певних груп від їхньої чисельності може суттєво різнитись. Нерідко чисельність не віді-

грає ключової ролі у визначенні впливовості групи – деколи навіть за демократичних умов. В такому разі зростання частки інших етнічних груп не викликає побоювань щодо втрати політичної ваги і не створює політичної напруги.

Проте, все ж, навіть за авторитарних режимів чисельність групи має значення; важливість диференційних темпів приросту суттєво зростає в умовах демократії, коли політична влада розподіляється залежно від вподобань електорату на виборах.

2. Важливим є не тільки факт зміни етнічного чи релігійного балансу, але і поінформованість широкого загалу населення про дану зміну.

3. В процесі розвитку суспільства само-ідентифікація людей може змінюватись, можуть змінюватись категорії в переписах населення, підходи держави до поняття національної ідентичності. Дані процеси можуть знівелювати наслідки диференційних темпів приросту різних етнічних груп населення.

4. Важливими є темпи змін у частках етнічних груп: чим швидше відбуваються дані зміни, тим більшими можуть бути ризики виникнення конфлікту.

5. Порушення етнічного балансу особливо важливе за наслідками у тих суспільствах, де між різними етнічними спільнотами має місце виражене суперництво. Натомість воно набагато менш значиме у суспільствах, які, поряд із етнічним антагонізмом, розмежовані іншими гострими протиріччями.

6. Громадянські протистояння із більшою ймовірністю можуть виникати у багатонаціональних країнах із меншою кількістю великих груп, аніж із більшою. В останньому випадку політичне домінування певної групи стає менш ймовірним, оскільки групам необхідно вступати в альянси одна з одною [Strand H. Does Recording of Ethnicity in Censuses Increase the Risk of Political Instability and Violence? / Håvard Strand, Henrik Urdal. – 2005. – Режим доступу: <http://www.sneps.net/RD/uploads/Strand&Urdal%20ASEN%202006.pdf>].

Окрім впливу на внутрішньополітичну ситуацію, зміни в етнічному балансі певних країн чи регіонів часто можуть суттєво впливати і на міжнародну стабільність та геополітичну конфігурацію у світі. Зокрема: (1) за певних умов внутрішньополітичний конфлікт, одним з чинників виникнення якого стали зміни в етнічному балансі, може перерости у серйозне насильницьке протистояння. Такого роду конфлікт здатен де-стабілізувати цілі регіони, і часто завершується введенням миротворчих контингентів; (2) зміни в етнічному балансі можуть бути приводом для сепаратистських дій, підставою для ініціювання певними державами питання щодо перегляду кордонів. Як наслідок, політична карта світу зазнаватиме змін, виникатимуть напружені міждержавні відносини; (3) у результаті перерозподілу владних повноважень у певній країні на користь етнічної спільноти, що скористалась зі свого чисельного зростання, може мати місце перегляд зовнішньої політики даної держави.

Отже, зміна етнічного (релігійного) балансу у країнах та регіонах – важливий фактор, що за низки умов має вагоме безпекове значення.

Проблема поступової зміни етнічного балансу є надзвичайно гострою у багатьох країнах, а поширення демократії у світі створило нові умови для висування різними етнічними групами своїх політичних претензій. З огляду на це аналіз даної проблеми є особливо актуальним у безпечових дослідженнях.

**А.Ю. Ключкович, канд. політ. наук, доц.,
Ужгородський національний університет
klanat@mail.ru**

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ЧЕСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ В УМОВАХ ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ

Процес демократичних і ринкових перетворень у чеському суспільстві, що розпочався в листопаді 1989 р., нагально потребував корінних змін на всіх рівнях функціонування політичної системи. Пріоритетними і позачерговими завданнями були: інституційне забезпечення новоствореного плюралістичного політичного і державного ладу; відновлення розподілу і балансу гілок влади; забезпечення вільних виборів і демократичної легітимації державно-владних інституцій; захист основних прав людини і громадянина та забезпечення основних атрибутів правової держави; перехід від одержавленої, планової до ринкової економіки.

В процесі розбудови демократичного політичного режиму Чеська Республіка (ЧР), як і інші постсоціалістичні країни Центрально-Східної Європи, пройшла доволі складний шлях адміністративно-управлінських реформ, орієнтованих не лише на часткові, поступові кроки в напрямку модернізації управління, але й на якісні перетворення в цій сфері, які дозволили б витворити сучасну європейську систему ефективного державного управління. Однією з основних ланок трансформації системи публічного управління була децентралізація влади, яка сприяла відродженню демократії на місцевому рівні та підвищила ефективність діяльності державного механізму загалом.

Узагальнюючи підходи дослідників даної проблематики (Л.Валеш, О.Відлакова, Я.Маласт, Р.Помагач та ін.) щодо періодизації реформування публічного управління в ЧР, можна виокремити три етапи реформ.

Перший етап, т.зв. "федеральний" (1990–1992 рр.) – це відновлення демократичного державного управління і самоврядування в межах постсоціалістичної Чехословацької Федеративної Республіки. Протягом першого етапу реформування не було прийнято комплексної концепції докорінної перебудови державного управління ні на федеральному, ні на республіканському рівнях, хоча окремі кроки в напрямку децентралізації влади та інституціоналізації місцевого самоврядування все-таки були здійснені.

Другий етап, т.зв. "проміжний" (1992–1997 рр.) – етап реформування в рамках самостійної ЧР, пов'язаний з прийняттям Конституції в 1992 р. і повільними змінами (чи навіть гальмуванням змін) у сфері реформуван-

ня територіального публічного управління. Домінуюча в правочентристських урядових коаліціях в 1992-1998 рр. Громадянська демократична партія на чолі з прем'єр-міністром В. Клаусом виступала за унітарну та централізовану форму держави, що дозволяло б більш ефективне управління з центру. Однозначності в правлячих колах щодо розуміння змісту, інтенсивності, напрямів реформи публічного управління та регіональної політики в політичних колах не було.

Третій етап, власне реформа системи публічного управління (кін. 1997–2006 рр.) – період інтенсивних перетворень, пов'язаних, зокрема, зі вступом ЧР до Європейського Союзу. Третій етап може бути підрозділений на три послідовні фази розвитку: 1) формування крайового рівня публічного управління; 2) поява т.зв. "муніципалітетів з розширеними повноваженнями" і припинення повноважень районних адміністрацій державного управління; 3) реформа державного управління, зокрема на рівні центральних органів влади.

Серед основних факторів, що стимулювали реформування територіального публічного управління в ЧР, слід назвати: зміну партійно-політичного складу уряду в др.пол. 1990-х рр. і досягнення політичного консенсусу між правлячими та опозиційними силами щодо розуміння змісту реформ та їх реалізації; зміну ідеології реформування і пріоритетів розвитку країни (курс на європейську та євроатлантичну інтеграції); політичну і фінансову підтримку реформ з боку Європейського Союзу; визначеність вектору перетворень в системі самоврядування відповідно до положень Конституції ЧР 1992 р.

В процесі реформування територіального публічного управління досягнуто результати, що дозволяють говорити про успішну децентралізацію влади, а саме:

- відбувся перерозподіл обов'язків та відповідальності між центральним, регіональним та місцевим рівнем. Новоутворені органи місцевого та регіонального самоврядування отримали ряд суттєвих повноважень від центральних органів влади та розформованих районних державних адміністрацій;
- створено самоврядні територіальні одиниці на рівні краю та муніципальному рівні;
- утвердилась трьохступенева модель публічного управління "населений пункт – край – центральні органи державної влади". Функціонування кількох рівнів публічного управління створює механізми для взаємоконтролю, оптимізує управління і надання громадських послуг на місцях, стимулює політичну участь та ін.

Складність структурних перетворень обумовлювалася ієрархічністю і територіальною багаторівневістю управлінської системи ЧР, в рамках якої виділяються наступні територіальні рівні: транснаціональний (європейський), загальнонаціональний, регіональний, міжрегіональний рівень (районний, окресний) та місцевий рівні. Структурна і функціональна сформованість цих рівнів, ступінь розмежувань повноважень між відповідними інституціями динамічно змінювалися в процесі реформування.

Попри складний шлях свого розвитку реформа публічного управління в Чеській Республіці забезпечила формування багаторівневого територіального управління відповідно до вимог Європейського Союзу. Одним з критеріїв оцінки успішності цих перетворень є те, що з 1 травня 2004 р. ЧР стала повноправним членом Європейського Союзу.

Загалом досвід Чеської Республіки засвідчує, що процес реформування потребує комплексного концептуального, адміністративного, конституційно-правового забезпечення, міжнародної підтримки та внутрішньополітичного консенсусу щодо вектору реформ.

***А.В. Коломоєць, здобувач, ДонНУ,
керівник дослідницьких проектів компанії
Research & Branding Group, Донецьк
kolomoets@rb.com.ua***

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АГРЕСИВНОЇ ЛЕКСИКИ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

На сьогодні мова використовується як один з найефективніших засобів впливу на аудиторію. Найбільш показовою сферою цього впливу є політичний дискурс, що спрямований на завоювання та утримання влади, а, отже, характерною його рисою можна вважати використання агресії.

Сама лексика є одним із засобів вираження агресії, якої надається вербальна форма. Сутність вербальної агресії у широкому розумінні полягає в націленості повалення опонента, зниженні його політичного та соціального статусу [Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса]. Однак кінцевою метою використання вербальної агресії є зміна поведінки адресата таким чином, як це найбільш вигідно адресанту.

Умовно слова, за допомогою яких виражається агресія, можна поділити на дві групи лексів, тобто слововживань [Маслов Ю.С. Введение в языкознание]:

1) лекси, які використовуються для явного вираження агресія. Вони можуть бути віднесені до експліцитного насильства. Ці лекси формуються зі слів, які виражають явний агресивний характер чийхось дій. Явне вираження агресії в дискурсі, в свою чергу, з метою полегшення її ідентифікації у тексті можна поділити на 2 її основних різновиди:

- слова деструктивної семантики, які мають значення руйнації, знищення, ушкодження (страта, боротьба, бій, рана, застрелити, підірвати та ін.);

- інвективна лексика, що є найбільш розповсюдженим засобом вираження неприхованої агресії. При цьому не існує єдиного визначення цього терміну. Так, можна твердити про існування двох напрямків розуміння цього терміну. По-перше, вузьке значення інвективи в якості "способу існування словесної агресії, що сприймається в даній соціальній (під)групі як різкий чи табуований" [Жельвис В.И. Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира]. По-друге,

більш широке трактування цього поняття – "будь-який словесно виражений прояв агресивного ставлення до опонента", що має на меті нанести образу [Жельвис В.И. Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира]. В обох випадках можна стверджувати, що інвективна лексика використовується для соціальної дискредитації опонента, для його образи та заподіяння йому психологічної шкоди.

2) лекси, які використовуються для прихованого, замаскованого вираження агресії та відносяться до імпліцитного насильства. Відкрите вираження агресії досить часто може не нівелювати авторитет опонента в очах адресата, а навпаки – спрацювати проти адресанта, тому що сучасне суспільство не схвалює відкритого прояву агресії та насильства. Саме тому був напрацьований "великий арсенал імпліцитних прийомів, за допомогою яких автор може виразити негативне ставлення до адресату" [Апресян В.Ю. Имплицитная агрессия в языке]. Можна назвати 6 основних напрямків вживання імпліцитної агресії в тексті:

- використання псевдоімперативів для виразу погрози, що виглядає як наказ здійснити ту чи іншу дію, але насправді це не запрошення зробити щось, а погроза;

- використання питань, мета яких дорікнути, задіти чи принизити опонента;

- вживання гіперболи для вираження негативної оцінки дій опонента. Використання певних дієслів в їх перебільшеному значенні – наприклад, запихати, тягти та ін. [Гловинская М. Гипербола как проявление речевой агрессии];

- використання часток для виразу несхвалення, недовіри, погрози, докору. Наприклад, адресант роздратований, виражає скептичність ("теж мені", "а ще"), погрожує опоненту;

- вживання іронічної лексики. Даний прийом тісно пов'язаний з попереднім, тому що досить часто для підкреслення іронічного змісту дискурсу використовуються частки (наприклад, "де ж" та ін.). Інший напрямок вживання даного типу агресії – іронічні номінації. При чому даний прийом можна охарактеризувати як найменш емоційний та більш інтелектуальний, ніж інші, який містить в собі елементи глузування над опонентом;

- навішування ярликів – приписування опоненту короткої односторонньої, поверхової за своїм змістом характеристики, яка не відображає сутності об'єкта, чим самим його ображає, знижує його статус, авторитет в очах адресатів [Шейгал Е.И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе]. В якості ярликів можуть виступати назви політичних напрямків та ідеологій, назви політичних програм і партій, "якісні" характеристики політичних діячів та їхніх дій, ситуативні ярлики та ін. Слід наголосити, що у всіх випадках навішування ярлика в дискурсі формує його авторське "розшифрування".

Необхідно також відмітити, що вербальна агресія може бути як усвідомлена автором дискурсу, що має на меті продемонструвати своє домінуюче положення, так і не усвідомлена адресантом. В останньому випадку вона характеризується ситуативністю, неконтрольованістю, підвищеною емоційністю та виступає реакцією на певні події.

В межах використання агресивної лексики відбувається відчуження автора дискурсу від своїх опонентів. Найбільш ефективний спосіб реалізації цього – формування в тексті, а отже й у свідомості адресатів, образу ворога, яким найчастіше виступає політичний супротивник. Даний прийом дає можливість адресанту мовлення окреслити коло "своїх" і дистанціюватися від кола "чужих" – політичних опонентів. Особливо це є характерним для передвиборчих дискурсів.

Таким чином, можна твердити, що в сучасному політичному дискурсі існує велике розмаїття прийомів вживання вербальної агресії, основна мета яких – знизити статус, авторитет в очах адресатів (а у політичному дискурсі вони є або реальним, або потенційним електоратом) своїх політичних супротивників та/або підвищити власний за рахунок своїх опонентів.

К.Г. Крюкова, асп., КНУТШ, Київ

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ В ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ

Політична реклама стає все більш вагомою частиною політичного життя суспільства, впливає на зміст та якість соціальних цінностей, традицій і норм, які регулюють політичні відносини.

При досить великій кількості досліджень у цій царині все ще існують деякі особливості трактування поняття "політична реклама". Зазвичай реклама розглядається як повідомлення, ціллю якого є виголошення рекламного тексту з метою виклику спонтанного бажання клієнта до використання того чи іншого продукту. Відповідно, політична реклама – це різновид реклами, який являє собою систему політичної комунікації, покликана змінити свідомість і поведінку людей у відповідності з політичними цілями рекламодавця. Вона відображає сутність політичної платформи певних політичних сил, налаштовує виборців на їх підтримку, формує і доносить до масової свідомості визначене уявлення про характер цих політичних сил, створює бажану психологічну установку на голосування [Сокирка Ю. Політична маніпуляція та реклама і їх застосування у виборчій кампанії 2006 // Дотримання демократичних стандартів виборчого процесу в Україні у 2006 році: матеріали міжрегіональної науково-практичної конференції / Укл. Романюк А.С., Скочилася Л.С. – Львів: ЦПД ЛНУ ім.І.Франка. – 132 с.].

Напрямки дослідження політичної реклами досить варіативні, вони реалізуються у багатьох міждисциплінарних галузях – на стику психології і політології з дослідженням впливу політичної реклами на поведінку людини, її електоральний вибір, у психології і лінгвістиці з описом особливостей мови реклами загалом, на межі політології і соціології в аспекті вивчення суспільства під час тих чи інших виборчих процесів, на стику політології і філософії, торкаючись моральних принципів проблемних питань.

В сучасних політологічних дослідженнях активно використовується категорія "психологія реклами", яка поруч з комерційною та соціальною розглядається також в політичній рекламі. Перші психологічні науково-

прикладні дослідження у сфері реклами почали проводитися на рубежі XIX – XX століть. Так, сугестія (вселяння, навіювання) – як прямий і неаргументований вплив однієї людини (сугестора) на іншу (сугеренда) або на групу, містить в собі багаторазове повторення одних і тих самих переконань, використаних у вигляді слів, текстів, або багаторазове демонстрування однакових оптичних образів. Сила рекламного впливу і залежить саме від частоти повторюваності інформації. Ефективним також є чинник наслідування, в тих випадках, коли рекламується система цінностей, що є для людини зразковою, престижною.

Через пряму передачу певного емоційного стану здійснюється психічний вплив – як мимовільна схильність індивіда до певних дій. Значні можливості впливу, які потребують додаткового дослідження пов'язані з ефектом "25-го кадру", який полягає в тому, що зазвичай людина не встигає сприйняти інформацію про будь-який об'єкт протягом коротких проміжків часу, що задають тахістоскопом. Однак при її повторному, більш тривалому пред'явленні, вона виявляє, що знайома з інформацією, але чітко не впевнена за яких саме обставин. Одним із засобів впливу є нейrolінгвістичне програмування – сукупність методів, що дозволяють переорієнтувати ставлення індивіда на певне суб'єктивне твердження. Отже, психологічні чинники політичної реклами відіграють важливу роль і є актуальними для подальшого вивчення.

*Л.О. Кучма, канд. політ. наук доц., НУ "Львівська політехніка", Львів
lesua3@yandex.ru*

СТРУКТУРА СУБ'ЄКТА ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ: ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТРАКТУВАННЯ

При розгляді маніпулювання як специфічного виду психологічного впливу слід виділити два полюси чи дві сторони в структурі даного процесу. До них відносяться сторона, яка ініціює та здійснює процес маніпуляції, є активним його реалізатором. Цю сторону називають джерелом маніпулятивного впливу, маніпулятором чи актором впливу. Іншою стороною, на яку направлений вплив і яка виступає як об'єкт маніпуляції, позначають як адресат впливу. Таким чином, у ролі основних структурних елементів схеми опису маніпулятивного процесу виступає з одного боку сам маніпулятор, суб'єкт маніпулювання чи актор впливу, а з іншого – об'єкт маніпуляції чи адресат впливу.

Процес маніпулятивного впливу може здійснюватись безпосередньо маніпулятором, але бувають випадки, коли він виступає лише ініціатором та організатором складного маніпулятивного впливу, в якому використовує інших людей для досягнення своїх цілей. Йдеться про те, що в процесі маніпулювання з'являються додаткові структурні елементи, які передають маніпулятивний вплив від маніпулятора до адресата. Їх можна позначити як "медіатори" чи посередники маніпулятивного впливу.

У структурі суб'єкта політичного маніпулювання дослідники виділяють активну частину, ядро, яка планує та ініціює маніпулювання масо-

вою свідомістю. Цю активну частину називають суб'єктом управління маніпулюванням. Сюди входять головні ідеологи, режисери, ініціатори та координатори маніпуляцій. Це свого роду "мозковий центр", "штаб" маніпулювання.

Таким чином, визначають потрійний поділ суб'єкта маніпулювання. По-перше, це політична, економічна та ідеологічна пануюча еліта, зацікавлена в маніпулюванні широкими масами населення. По-друге, це професійні маніпулятори свідомістю. По-третє, це суб'єкт управління маніпулюванням, який виробляє стратегію, тактику та конкретні прийоми маніпуляції.

У контексті розгляду ефективності маніпулювання слід зазначити, що вона у значній мірі визначається перевагами суб'єкта маніпулювання над адресатом. Дослідники постійно стверджують про прихований характер маніпулятивного впливу, а це вже свідчить про переваги, якими володіє маніпулятор. Виділяють такі чотири групи переваг суб'єкта маніпулювання. По-перше, суб'єкт вже сам по собі може володіти деякими власними перевагами. До останніх можемо віднести статусні переваги (рольова позиція, посада, вік), ділові (кваліфікація, аргументи, здібності, знання тощо). По-друге, суб'єкт може застосувати силу третіх осіб. Якщо ці особи є достатньо відомі чи конкретні, то вид такої підтримки можна назвати "представницькою підтримкою". Якщо ж суб'єкт опирається на узагальнені сили, то таку перевагу можна назвати конвенціональною (традиції, мораль тощо). По-третє, силу можна знайти і в самому процесі взаємодії з об'єктом маніпулювання. Наприклад, динамічні сили (темп, паузи, ініціатива), позиційні переваги (експлуатація емоційного тону попередніх чи актуальних відносин), а також договір – результат спільних угод. І нарешті, по-четверте, сила досягається із слабкостей партнера чи його психологічних особливостей.

У реальній ситуації таке джерело переваг для маніпулятора як зовнішні умови зводиться лише до використання третіх сил та деяких характеристик маніпулятора. Водночас за рахунок саме зовнішніх характеристик існує можливість значно збільшити могутність маніпулятивного впливу, про що свідчить чисельність маніпулятивних прийомів.

При взаємодії суб'єкта та об'єкта в маніпулятивному процесі окрім переваг маніпулятора можемо виділити такі групи загроз, які виходять від першого з них. Перша група включає загрози, які пов'язані з можливостями маніпулятора впливати на сам процес взаємодії. Тобто відповідно до своїх цілей змінювати його хід, організацію, процедуру, інформаційний зміст, використовуючи для цього певні прийоми. Друга група включає загрози, пов'язані з можливостями використання маніпулятором зовнішніх для адресата факторів. Їх можна розділити на такі підгрупи: умови зовнішнього соціального середовища (наприклад, можливість використання інших осіб для здійснення впливу, соціальних зв'язків з адресатом та його оточенням тощо); власний особистий потенціал маніпулятора (наприклад, такі його статусні переваги як рольова позиція, посада, вік, матеріальний стан чи наявність таких ділових та індивідуально-психологічних характеристик як кваліфікація, освіта, здібності, знання, комунікативні навички та

уміння тощо); умови зовнішнього фізичного середовища (наприклад, вибір місця і часу проведення взаємодій, створення відповідної предметної обстановки тощо). Третя група включає загрози, які пов'язані з можливостями використання маніпулятором внутрішніх, психологічних, індивідуально-особистих характеристик адресата (в тому числі його станів). Використовуючи відповідні прийоми впливу на різні психологічні структури особистості адресата, маніпулятор досягає своєї мети.

Отже, розглядаючи маніпулювання як складний та комплексний процес, стверджуємо про необхідність детального дослідження особливостей ініціатора маніпулятивного впливу, його переваг та ймовірних загроз щодо широких верств населення. Особливо це необхідно у час виборчого протистояння, коли яскраво проявляються різноманітні технології, які входять до арсеналу суб'єкта маніпулювання, який, таким чином, свідомо здійснює заплановані маніпуляції, реалізує загрози, які, зазвичай, спрямовані на досягнення певних власних цілей.

А.В. Лашко, студ., КНУТШ, Київ
Lashko.alena@gmail.com

ПОЛІТИЧНИЙ ТЕРОРИЗМ ЯК РІЗНОВИД КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Політичний тероризм покликаний обслуговувати інтереси тих чи інших сил в боротьбі за владу, сприяти послабленню позицій своїх політичних противників та посиленню власних. Його використовують в якості стратегічної та тактичної цілі, підкріпленої рекламуванням ідейно-політичних позицій замовників (терористів). Основними рисами політичного тероризму є: 1) застосування насильства і залякування, яке досягається використанням особливо гострих форм і методів; 2) спрямованість на досягнення політичних цілей, на ослаблення політичних супротивників; 3) підвищена суспільна небезпека, пов'язана з безпосередньою загрозою життю людей, нелегітимність; 4) використання конспірації як необхідної умови існування терористичних структур та результативності їх дій; 5) опосередкований спосіб досягнення політичного результату – через вчинення посягань на життя і здоров'я людей (незалежно від їх причетності або непричетності до противників терористів).

Залежно від типу та характеру настроїв суспільства, на яке поширюється акт насильства, дослідники виокремлюють типи політичного тероризму. Для малих груп із сильною психологічною установкою властивий квазіреволюційний тип тероризму (диверсія, заколот, замах на життя держслужбовців), який використовується з метою примусити уряд прийняти закон, змінити політичний курс. Революційний тип передбачає наявність лідера ідеології та програми, задля створення підґрунтя для революції (нанесення збитків важливим державним об'єктам з життєзабезпечення). Репресивний політичний тероризм ставить за мету обмеження кількості осіб, ліквідацію груп-учасників політичного процесу (численні

арешти опонентів, самогубства). Характерною рисою такого типу є масовий терор, який проводиться партійною установою, армією, службою розвідки. Як допоміжний засіб, що не має специфічних цілей використовують побічний тип політичного тероризму [Вовченко С.А., Зайцев М.А. Политический терроризм как общественное явление // Философские беседы: Вестник СНО / Под ред. К.М. Никонова. – Волгоград: Перемена, 1992. – 51 с.].

Дослідник тероризму в політичній сфері П.Улкінсон зазначає що "політичний тероризм – це навмисна політика використання страху для політичних цілей, обґрунтована філософськи" [Дмитриев А.В., Залысин И.Ю. Насилие. Социо–политический анализ. – М.: РОССПЭН, 2000]. Мішенню політичного тероризму є символи держави, найбільш значущі суспільні норми і держава, як така. Чим більш структурованим і розвиненим є суспільство, тим більше у ньому культурних матеріальних і моральних цінностей, тим більш привабливим виявляється воно для терористів. Прямо залежачи від політичного режиму в країні, тероризм за умов тоталітарного режиму, зважаючи на високий рівень державних репресій, фактично не проявляється. Найбільш сприятливі умови для реалізації насильницької тактики та стратегії існують за демократичного політичного режиму, що, певним чином, пояснюється теорією та практикою (через засоби інформації здійснюється вплив на масову свідомість, що проявляється в громадській думці, яка впливає на демократичний процес прийняття політичних рішень). Особливості сучасного політичного тероризму зумовлені функціонуванням демократії як такої. У свою чергу тероризм може вплинути на процес трансформації режиму в напрямку від демократичного до авторитарного та тоталітарного.

Головним завданням терористів є тиск на масову свідомість з вимогою гласності [Bartolucci V. Communicating terrorism: The effects of the US governmental discourse on terrorism in creating a new global enemy. – 2010]. Таким чином, важливим фактором тероризму є те, що теракт передбачає емоційний вплив на суспільну думку, породжує жах, панічний настрій, веде до втрати довіри до влади, що викликає політичну нестабільність. ЗМІ найбільш ефективні для здійснення впливу на великі маси людей, це дає привід для розгляду їх як частини стратегічного потенціалу тероризму.

Результативність інформаційного впливу, що здійснюється за допомогою мас-медіа, пояснюється сильним психологічним ефектом причетності до подій, коли людина поринає в них (ефект CNN) [Алексеева И.Ю. Информационные вызовы национальной и международной безопасности / И.Ю. Алексеева и др. – С. 62]. Серед методик медіа-тероризму часто використовуються: софістична аргументація, недостовірні статистичні дані. Рациональну природу мають семантичні рядки, заклики, відео-роліки в період передвиборних перегонів: в Україні "На кожного у комуністів знайдеться шибениця", в Англії "Нові лейбористи – нова небезпека" [Цыганов В. Медиа-терроризм. Терроризм и средства массовой информации. – К.: Ника-центр, 2004. – С. 72–73]. Хибні статистичні дані використовували прибічники Єльцина Б.М під час перегонів

1996 року у Росії, в якості маніпуляційної технології. У сучасному медіа-тероризмі використання карт, схем, графіків, діаграм здійснюється на основі комп'ютерної графіки, що надає їм яскраву візуальність і дозволяє широко використовувати їх в телевізійних "новинах", аналітичних і оглядових програмах. Політичний тероризм здійснюється завдяки пліткам та чуткам, наприклад, про звільнення чи відставку владних функціонерів. Будь-які медіа за своєю природою є мимовільним союзником терористів [Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. – 832 с.]. Політичний тероризм негативно впливає на політичну систему сучасного суспільства, звідси протидія цьому явищу вимагає узгоджених дій усіх політичних інститутів держави. Боротьба з тероризмом в засобах масової комунікації має здійснюватися на демократичній основі, на рівні всіх складових політичної системи, враховуючи всі його сучасні риси.

Д.С. Лікарчук, студ., КНУТШ, Київ

ВПЛИВ ФІНАНСОВО-ПОЛІТИЧНИХ ГРУП НА ПРИЙНЯТТЯ ПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ

Прийняття політичних рішень є сукупність дій різних суб'єктів по досягненню цілей в сфері державної влади. Утвердження в межах історичних можливостей сталості й надійності політичної влади, стійкості й упорядкованості політичних відносин, раціональності та ефективності функціонування організаційних структур досягається на ґрунті свідомо розроблених і прийнятих політичних рішень. З ними пов'язані постановка політичних проблем, мотивація політичної діяльності та чітке визначення завдань.

Головною ціллю держави як політичного центру прийняття політичних рішень є збереження влади правлячого режиму, незалежності й територіальної цілісності країни. Державні інститути відносяться до громадян країни як підвладних, в результаті чого в основу відносин з ними закладаються ідеологічні підходи та пріоритети, які відображають у кінцевому результаті направленість використання політичної влади. Затверджуючи дану управлінську орієнтацію, державні структури здійснюють як аналіз суспільних проблем, так і відповідну постановку задач, перш за все, на основі позаекономічних критеріїв, оцінюючи господарські і міжнародні проблеми з точки зору політичного вибору, і таким чином, зосереджуючи владу в руках однієї елітарної групи.

В ідеальному розумінні – приймати рішення означає обирати з можливих альтернатив найкращий варіант. Оскільки політичне рішення безпосередньо стосується життя суспільства, його прийняття повинно носити обґрунтований, обдуманий, стратегічний і, по можливості, науковий характер. Вироблення і прийняття рішення не є політичною дією, як такою, а є лише підготовкою до нього. Політичні рішення надають політичній дії певного імпульсу та задають план подальших дій. Такі рішення є регулятором соціальних і економічних відносин, а також бажань і потреб громадян. В основі кожного з них лежить велика соціальна проблема.

Складність і багатоаспектність процесу прийняття політичних рішень політичною елітою вимагає ґрунтовного дослідження цієї проблеми. Для його реалізації необхідне створення робочої групи, яка б складалася з вітчизняних спеціалістів, добре обізнаних з особливостями формулювання, моделювання, вибору альтернативи, при цьому враховувалось широке коло факторів та їх уміння визначати першочергові завдання у процесі прийняття політичних рішень.

В силу багатоманітності соціальних процесів, в яких відбувається ціле покладання, в науці практично ніколи не ставиться питання про вироблення універсального, "повного" і єдиного алгоритму прийняття політичних рішень.

У силу необхідності вирішення цих основоположних для себе завдань інститути політичного управління та прийняття рішень часто посилюють нераціональний характер постановки загальнодержавних цілей. Таке положення пов'язане і з наявністю особливої відповідальності еліти перед громадською думкою, яке зорієнтоване не стільки на дійсне розуміння проблем, які розв'язуються, скільки на прийнятне для себе роз'яснення дій керівництва. А політичний вплив громадськості, як відомо, може спонукати владу до абсолютно непередбачуваних дій.

Відомий американський дослідник Д. Гелбрейт, проаналізувавши роль корпоративного сектору в США, дійшов висновку, що поступово масштаб діяльності великих корпорацій наближається до масштабів діяльності держави [Galbraith J.K. The New Industrial State. – Princeton University Press, 2007. – P. 267].

Нині зазначені тенденції одержали стабільну динаміку і про світову політику часто говорять як про змагання транснаціональних корпорацій. Що стосується впливу фінансово-промислових груп на економічні та політичні процеси окремих держав, то він залишається достатньо великим.

Вплив великого фінансово-промислового капіталу на процеси вироблення державної політики у політичній та соціально-економічній площині не є чимось новим у світовій практиці. Практично всі країни світу тією чи іншою мірою пройшли як етап домінування бізнесу в політиці так і фактичного зрощення бізнесу та влади.

В Україні за роки незалежності утвердилося одновимірне сприйняття і впровадження "політики" як процесу та методу розробки, прийняття й реалізації політичних рішень певними групами інтересів в інтересах цих самих груп [Камінський Є.Є. Світ переможців і переможених. Міжнародні відносини і українська перспектива на початку XXI століття / Євген Камінський. – К., 2008. – С. 170]. Сьогодні фінансово-політичні групи беруть активну участь у налагодженні процесів та активно лобіюють прийняття необхідних політичних рішень на рівні виконавчої і законодавчої влади.

Проте слід зазначити, що останнім часом у відносинах конкуруючих між собою в економічному плані фінансово-політичних груп спостерігається досягнення певного консенсусу стосовно політичних питань з метою збільшення загального впливу на процеси прийняття рішень у державі.

Політичний і державний істеблішмент, декларуючи загальнодемократичні цінності, не зміг запропонувати суспільству дієвий та ефективний, а головне зрозумілий механізм реалізації актуальних завдань. Пересічний, як зараз модно казати, український платник податків у своїй більшості так і не зрозумів своєї ролі в суспільно-політичних процесах, а особливо у сфері прийняття державних рішень, від яких залежить його майбутнє. У гіршому випадку він статист, що обслуговує на політичних виборах політико-економічний бомонд та його партійні проекти, а в кращому випадку він прагне незалежно від державних інститутів збагачуватися і пристосовуватися до нового політико-економічного і соціального середовищ [Larry N. Gerston Public Policy Making: Process and Principles. – M E SHARPE INC, 2010. – P. 150].

Державна політика репрезентує ціле направлені рішення задач в соціальній, економічній, оборонній та інших сферах суспільного життя, які виражають домінуючі пріоритети та цінності застосування влади.

Н.В. Лікарчук, канд. політ. наук, доц., КНУТШ, Київ

КОНЦЕПТ "МІСЦЕ" ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГ-МІКС

Такий елемент маркетинг-мікс як "місце" розглядається в першу чергу з позицій маркетингової стратегії – позиціонування, яка є найважливішою маркетинговою стратегією. Крім того, цей елемент маркетинг-мікс тісно пов'язаний з технологіями позиціонування.

Інструмент "місце" розглядається:

- при аналізі організаційної політики партії (лідера) як еквівалент їх регіонального ресурсу, у вигляді мережі низових відділів;
- при адаптації організаційної структури партії (лідера, держави) до стратегії внутрішнього та зовнішнього менеджменту у стратегічних цілях їх політики (наприклад, зміни організаційної структури та цілей класичних масових партій при їх трансформації в універсальні);
- для визначення розміщення "медіанного виборця" та "ядерного електорату партії (лідера)" на континуумі електоральних переваг при розробці передвиборчої платформи та стратегії кампанії в цілому (це направлення дослідження базується на теорії просторової конкуренції партій, концепції політичного маркетингу, стратегій сегментування ринку й виявлення електоральних переваг, теорії прийняття електорального рішення);
- як інструмент визначення співвідносин частини медіатизованої й прямої форм електоральної комунікації та визначення оптимального місця розміщення рекламно-агітаційного продукту. Існує велика кількість методологічних посібників де представлені різноманітні маркетингові техніки визначення оптимального розміщення того чи іншого виду рекламної продукції, виходячи із завдань кампанії та електорального контексту ("витрати на тисячу", "витрати на відгук" і так далі), а також загальних характеристик рекламних носіїв;

- при визначенні місця розміщення комплексного політичного продукту і його складових елементів. Від правильно обраного місця розміщення кандидата (партії) залежить кінцевий результат кампанії;

- в ході розробки стратегії електоральної кампанії "на місцях", при виборі тактики ведення рекламної кампанії (наприклад, визначення маршруту агітаційних рейдів лідерів партії, вибір географії "опорних пунктів" партії, визначення для кожного регіону базових каналів і засобів комунікації, тобто "місця розміщення" партії/кандидата та їх рекламної продукції в електоральному інформаційному просторі);

- як інструмент зміцнення бренда партії, іміджу кандидата, основних тем кампанії;

- при складанні програми мобілізації виборців в день виборів (turn-out strategy);

- як так звана е-площадка (e-place). Останнім часом Інтернет визнається маркетологами-практиками як перспективне "місце" електоральної боротьби, яке постійно збільшує своє значення;

- інструмент маркетинг-мікс "місце" застосовується при розробці стратегії позиціонування. Класичне визначення позиціонування дав Ф. Котлер: "це дії по розробці пропозицій компанії та її іміджу, направлені на те, щоб зайняти відокремлене благоприйнятне положення у створенні цільової групи споживачів. Кінцевий результат позиціонування товару – успішне створення орієнтованої на ринок пропозиції цінності продукту – простого й чіткого ствердження, яке пояснювало б, чому цільовій аудиторії слід придбати й використовувати саме цей товар [Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2004. – С. 266].

Маркетинговою теорією розроблені принципи позиціонування на основі: атрибута, вигоди, використання/застосування, користувача, конкуренції, категорії ціни/якості.

Визначення вигідного для партії (держави, лідера) місця її продукту по відношенню до супротивників проходить в двох площинах, які пересікаються:

- розробка програми дій, направлених на адаптацію змісту продукту до вимог ринку й очікувань виборців – так зване "реальне позиціонування";

- розробка програми дій, направлених на зміну сприйняття продукту виборцями – так зване "психологічне позиціонування", тобто позиціонування це не те, що ви робите з товаром, а те, що він робить зі свідомістю покупця/виборця [Батра Р. Рекламний менеджмент. – М.; СПб.: Киев, 2000. – С. 47].

Джек Траут зазначає, що позиціонування розпочинається з товару. Це може бути продукт, послуга, компанія і навіть людина. Можливо ви самі. Але позиціонування не є тим, що виробник робить зі своїм товаром, позиціонування це операція на свідомості потенційних споживачів [Траут Дж. Позиционирование: битва за узнаваемость: Библия маркетинга и рекламы. – СПб.: Питер, 2004. – С. 12]. Тобто, позиціонувати продукт потрібно в свідомості своїх клієнтів.

Ціль стратегії позиціонування політичного продукту – визначити (створити) високо конкурентне місце на електоральному ринку та ви-

грашне сприйняття продукту, тобто місце в умах виборців в порівнянні з іншими конкурентними пропозиціями [Недяк І.Л. Политический маркетинг. Основы теории. – М.: Издательство "Весь Мир", 2008. – С. 316].

Сьогодні функціонують основні технології реалізації задач стратегії позиціонування, які пропонує електоральний маркетинг менеджмент.

1. Позиціонування ставить ціллю створення партії/кандидату вигідної позиції/лінії поведінки для залучення голосів виборців за допомогою комплексу заходів (адаптація іміджу кандидата, тем кампанії, створення певних подій і так далі).

2. Задача позиціонування – посилення сильних сторін й одночасне підкреслення слабких сторін супротивника, або розробка такої стратегії поведінки, яка могла б нейтралізувати передбачувану критику суперника й одночасно послабити його сторони.

3. Позиціонування повинне бути націлене на певні сегменти виборців. Крім того, позиціонування це виділення основних характеристик кандидата для тих, кому вони передбачались.

4. Позиціонування направлене на виділення найкращих для конкретної ситуації характеристик кандидата, а не зосереджує увагу на привабливих характеристиках, з буденної точки зору.

5. Стратегія позиціонування направлена на знаходження чи моделювання таких ніш на політичному ринку й таких ракурсів подачі матеріалів, які б дозволяли трансформувати "мінуси" кандидата в "плюси".

6. Позиціонування направлено на зміну уявлень про кандидата, а не на зміну кандидата.

7. Позиціонування допомагає утримувати зайнятий сегмент ринку, а вміле репозиціонування є ефективним інструментом розширення ринку.

І.В. Македон, студ., КНУТШ, Київ
ilonywka@yandex.ru

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕКЛАМИ НА ПОЛІТИЧНОЇ РИНКУ УКРАЇНИ

Рушійними силами бурхливого розвитку політичної реклами в Україні є динамічна політична ситуація, часті перевибори, постійна зміна балансу сил між головними політичними акторами, поява нових амбіційних діячів тощо. Ці та інші чинники спричинюють високий попит на послуги фахівців з політичного PR, політичної реклами, агітації. На сьогодні галузь з надання послуг політичного консультування функціонує в першу чергу як прибутковий бізнес. Високий рівень конкуренції та різноманіття політичного товару, що пропонується населенню диктує нові вимоги до політтехнологів: це, звичайно ж, креативність, високий професіоналізм, здатність оперативно реагувати на зміну політичної ситуації в країні та дії опонентів.

Варто віддати належне вітчизняним фахівцям з області політичної реклами, адже за роки незалежності рівень їх професіоналізму значно зріс. Протягом останнього десятиріччя політичні (в тому числі й виборчі) кампанії набули нових форм, видів, були застосовані різноманітні технології

залучення підтримки населення. З іншого боку така іноваційність – це, в більшості випадків, результат сліпого наслідування західного досвіду, досить часто не адаптованого до українських реалій. Тому дані новітні технології представлені на ринку ситуативно, застосування їх не завжди стає виправданим. Не слід перебільшувати професійних успіхів українських політтехнологів, адже найголовнішим є те, що рівень новизни в політичній рекламі значно нижчий, порівняно з експлуатуванням застарілих прийомів та догм. Як і раніше, головною сферою, до якої апелюють рекламні звернення є соціальні питання, що пояснюється бідністю й низьким рівнем соціальної захищеності населення. При цьому позиції різних політичних акторів (в тому числі й опонентів) щодо соціальних питань не несуть в собі принципової відмінності. Застарілість політичної реклами також виявляється в побудові більшості рекламних меседжів за найпростішою схемою "голосуй за нього, бо...". Не припиняється експлуатування дихотомії "Схід – Захід" й дотичних до неї тем доцільності вступу України до ЄС, НАТО, надання російській мові статусу державної тощо.

Отже, перейдемо до безпосереднього розгляду сучасних тенденцій вітчизняної політичної реклами.

В першу чергу слід підняти питання перенасиченості політичного простору рекламою. Навіть у виборче міжсезоння реклама не зникає з поля зору населення. Використовуються як реклама різні маніфестації, акції протесту, поздоровлення населення зі святами, участь в популярних політичних ток-шоу тощо. Напередодні та під час передвиборчої агітації масштаби засилля комунікативно простору політичною рекламою значною мірою зростає, потоки політичної реклами стають безперервними. При цьому, якщо сам по собі рекламний лозунг, запропонований образ чи відеоролик відразу не знаходить відгуку в свідомості електорату кількість їх трансляції через засоби масової комунікації впливає на електоральний вибір громадян з критично низьким рівнем комунікативної ефективності або й не впливає взагалі. Кількість реклами постійно зростає, але ефективність її при цьому не підвищується.

Іншою важливою характерною рисою політичної реклами в Україні є її вихід в сферу політичних ток-шоу, інтернет-технологій (зокрема, активна присутність деяких діячів в популярних соціальних мережах), спецрепортажів про політичні партії та їх лідерів. Дуже ефективними є рекламні прийоми для політичних сил в новинах, що створює ілюзію достовірності та об'єктивності. Багатьма впливовими науковцями висловлюється думка, що такі засоби політичного PR є набагато продуктивнішими, ніж класична реклама. Зокрема, голова координаційної ради Асоціації зовнішньої реклами України Артем Біденко говорить, що "в політичній рекламі можливостей для створення вдалих ходів не так багато – і в результаті ми бачимо масу однакових роликів із сюжетами "рятування", "небезпеки", "компромісу", а то й просто "голів, що говорять". "На жаль, – говорить віцепрезидент Асоціації політичних психологів України та Спілки іміджмейкерів України Павло Фролов, – реклама тих партій та блоків, що очолюють виборчі рейтинги, активно експлуатує образ ворога. Зміст їхніх рекламних

роликів можна переказати приблизно так: "наш головний супротивник – це зло, страхіття, щось жахливе" [Кацун Ю. Політична реклама: плагіат виборів-2004? / Ю. Кацун // День. – 2006. – 10 лютого]. Тому й не дивно, що на сьогодні, на думку багатьох експертів, найбільш вдала складова перемоги тієї чи іншої політичної сили це – теледебати.

Заяви про відхід політичної реклами на другий план порівняно з політичними теледебатами є дещо поспішними. Адже низьку комунікативну ефективність класичної реклами в Україні слід, в першу чергу, пов'язувати з її недоопрацьованістю, невдалим застосуванням тощо. Тут можна навести слова відомого науковця С. Лівського, який зазначав, що "будучи активним, "силовим" впливом, політична реклама відноситься до категорії тактичних комунікацій, вона "сіє" на поле, попередньо "розоране" стратегічними комунікаціями (паблік рілейшнз та пропаганда)" [Лисовский С.Ф. Политическая реклама / С.Ф. Лисовский. – М.: ИВЦ "Маркетинг". – 2000. – С. 15]. Теледебати, участь в політичних ток-шоу і є такими попередніми стратегічними заходами.

Також специфічною динамічною характеристикою політичної реклами в Україні є постійне збільшення частки негативної реклами (антиреклами) серед всього потоку політичної рекламної продукції. Американські дослідники давно визначили, що політична реклама може бути трьох типів: іміджева, проблемна і негативна (антиреклама). Віднедавна така класифікація поширилася і в Україні. Якщо нещодавно основна увага надавалась формуванню позитивного іміджу свого політичного товару шляхом підкреслення його особистих позитивних рис, то останніми роками стратегії політичних рекламних кампаній стали агресивно-наступальними з самого початку. Безперечною складовою негативної політичної реклами є формування негативного іміджу, про який знаний український політтехнолог Георгій Почепцов каже, що він створюється "опонентом, суперником, ворогом, себто варіант свідомо конструйований, а не той, що виникає спонтанно" [Почепцов Г.Г. Пропганда и контрпропаганда / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр. – 2004. – С. 125]. Вдале створення такого іміджу часто є гарантією успішного результату виборів.

Ще одна тенденція в українській політичній рекламі – це високий рівень змінюваності (адаптації) рекламних меседжів до динаміки політичної ситуації в країні. Так, зокрема, команда Віктора Ющенка відмовилася від традиційної помаранчевої палітри й використовувала на останніх виборах національну жовто-блакитну символіку. Це пов'язано, в першу чергу, з розчаруванням електорату в так званих "ідеях Майдану", й спробі зіграти на асоціюванні Віктора Ющенка з патріотичними устремліннями, популярними серед значної частки населення, представлення його захисником національних ідей. Наскільки спрацювала така швидка зміна символіки можна бачити по остаточним результатам президентських виборів.

Також під час президентської виборчої кампанії 2009 року активно експлуатувалася тема економічної кризи та шляхів виходу з неї, епідемія так званого вірусу "свинячого грипу" тощо. З адаптацією до політичної ситуації так само пов'язано постійне введення нових політичних об-

разів, символів. Найяскравішим прикладом цього є передвиборча кампанія Арсенія Яценюка. Головним кольором кампанії було обрано військовий колір "хакі", який, по-перше, дисгармоніював з образом самого кандидата як представника нового покоління політиків, освіченого інтелігента. По-друге, не ніс в собі ніякого символічного навантаження, окрім природної психологічної неприязні людей до темних кольорів, тим більше військових. Також в кампанії А. Яценюка були використані нові політичні символи (зокрема салогани "Нова індустріалізація", "Продуктивне село"), які попередньо не були вкорінені в масовій свідомості, тому й не отримали очікуваного відгуку населення.

Насамкінець, варто зазначити, що доцільним є чітке законодавче оформлення ринку політичної реклами, зокрема ухвалення відповідного закону, який чітко визначить поняття політичної реклами й межі її застосування або внесення суттєвих змін до існуючого закону "Про рекламу". Це б дозволило окреслити рамки застосування політичної реклами, деякою мірою обмежити засилля нею комунікативного простору напередодні виборів, певним чином зрівняти можливості різних кандидатів й, що найважливіше, максимально знівелювати використання адміністративного ресурсу провладними кандидатами. Ні для кого не є таємницею, що українські ЗМІ повністю знаходять в приватній власності невеликої групи людей, лояльних до тієї чи іншої політичної сили. Цей факт дозволяє їм успішно рекламувати "свого" кандидата від імені "незалежних ЗМІ". Також суттєвою проблемою є доступ до ЗМІ опозиційних політичних сил, що також значно знижує рівність різних акторів у боротьбі за владу.

В цілому природа політичної реклами в Україні відображає суть політичного життя в державі, характеризується строкатістю, поєднанням як застарілих так і відносно нових прийомів, ситуативністю апеляцій тощо.

***І.Л. Мамонов, асп.,
Національна академія державного управління
при Президентіві України
ilm3@mail.ru***

ЯКІСТЬ ЖИТТЯ ЛЮДЕЙ ЯК ЦІЛЬ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Важливим питанням у забезпеченні життєдіяльності суспільства та людей є встановлення взаємодії політичної системи та публічного управління.

Проявом цього, зокрема, є процеси, пов'язані із функціонуванням цілей в людському суспільстві.

Цілі є важливим системоутворюючим фактором людської діяльності і управлінської діяльності, зокрема. Ціль виступає одним із найважливіших управлінських елементів. Не є виключенням публічне управління, яке має телеологічну природу.

Процес цілевизначення здійснюється політичною системою, процеси цілопокладання та ціледосягнення забезпечуються в системі публічного управління.

На цей час немає усталеного розуміння цілей публічного управління. Наведемо приклади, як різні науковці розуміють цілі державного управління (жирним шрифтом все виділено нами):

1. Державне управління – цілеспрямований організаційний та регулюючий вплив держави на стан і розвиток суспільних процесів, свідомість, поведінку та діяльність особи й громадянина **з метою досягнення цілей та реалізації функцій держави, відображених у Конституції та законодавчих актах**, шляхом запровадження державної політики, виробленої політичною системою та законодавчо закріпленої, через діяльність органів державної влади, наділених необхідною компетенцією [Державне управління: підручник / А.Ф. Мельник, О.Ю. Оболенський, А.Ю. Васіна; за ред. Мельник А.Ф. – К.: Знання, 2009. – С. 38].

2. Державне управління – це практичний, організуючий та регулюючий вплив держави (через систему своїх структур) на суспільну і приватну життєдіяльність людей **з метою її впорядкування, збереження або перетворення**, що спирається на її владну силу [Теория государственного управления: курс лекций / Г.В. Атаманчук. – 4-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2006. – (Университетский учебник). – С. 62].

3. Державне управління – це діяльність органів усіх гілок державної влади (законодавчої, виконавчої, судової) з вироблення і здійснення регулюючих і координуючих впливів на всі сфери суспільства **з метою задоволення його потреб**, що змінюються [Державне управління; основи теорії, історія і практика: Навч. посіб. / В.Д. Бакуменко, П.І. Надолішній, М.М. Іжа, Г.І. Арабаджи / За заг. ред. Надолішнього П.І., Бакуменка В.Д. – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2009. – С. 13].

4. Державне управління – це вид діяльності держави, суттю якого є здійснення управлінського організуючого впливу з використанням повноважень виконавчої влади через організацію виконання законів, здійснення управлінських функцій **з метою комплексного соціально-економічного та культурного розвитку держави, її окремих територій, а також забезпечення реалізації державної політики у відповідних сферах суспільного життя, створення умов для реалізації громадянами їх прав і свобод, надання державних послуг громадянам** [Малиновський В. Я. Державне управління: Навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. та допов. – К.: Атіка, 2009. – С. 161].

Вважаємо, що таке розмаїття в розумінні науковцями цілей відбивається майже повним нерозумінням цілей публічного управління суспільством, політиками та держслужбовцями, що суттєво знижує ефективність як самого публічного управління, так і політичної системи в цілому.

Оскільки "цілі державного управління народжуються і мають народжуватись "знизу" – іти від потреб та інтересів людей, об'єднаних у державу" [Державне управління: підр. / А.Ф. Мельник, О.Ю. Оболенський, А.Ю. Васіна; за ред. Мельник А.Ф. – К.: Знання, 2009. – С. 103], то дерево цілей публічного управління треба будувати, виходячи із обов'язку держави забезпечити умови для задоволення цих потреб та інтересів.

Якість життя – це є ступінь задоволення деякого базового набору матеріальних і духовних потреб індивіда, що характеризується, з одного

боку, певним рівнем добробуту, з іншого – наявністю необхідної інфраструктури та інших умов для задоволення цих потреб [Ахременко А.С. Стабильность политического и социального развития российских регионов: взгляд через призму проблемы качества жизни [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://opec.ru/1243239.html>].

Таким чином, якість життя людей є неодмінною ціллю публічного управління.

О.В. Марченко, студ., ДонНУ, Донецьк

ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС У ГЕНДЕРНОМУ ВИМІРІ СУЧАСНОСТІ

У політичній системі суспільства існує дискурсивне поле комунікативних практик, що відтворюються за допомогою знакових систем і несуть у собі символічне зашифроване послання – сенс. Змістовне навантаження дискурсу залежить від специфічної мети, на досягнення якої він спрямований. Метою політичного дискурсу є маніпуляція і навіювання політично-актуальних настанов, приписів і варіантів поведінки. Відбувається конструювання дискурсом соціального дисплею – певного набору ролей, статусів й ідентичностей у соціальному просторі. Аналогічним чином формується гендерний дисплей. Репертуар дискурсивно визначених соціальних ролей відтворюється відповідно до жорстко фіксованих фреймів взаємодії, що виступають контекстом будь-якої інтеракції. Інтеракція "автор – реципієнт" відтворює типові стратегії гендерної самопрезентації і тактик поведінки. Спираючись на теорію дискурсу і соціологічну теорію І. Гофмана, автору було б цікаво дослідити гендерно-специфічні стратегії і тактики впливу й маніпуляції.

Фундаторами семіотичного напрямку дослідження дискурсу є Тойн ван Дейк та Ролан Барт. До витоків вітчизняної наукової думки відносять дослідження Російської формальної школи (М. Бахтін, Р. Якобсон, Ю. Тинянов)

Природа дискурсу відповідає формулі: "мова культури + текст + контекст". Для висвітлення контексту дискурсу доцільно звернутися до соціологічної теорії Ірвінга Гофмана [Гофман І. Анализ фреймов: эссе об организации социального опыта / Под. ред. Батыгина Г. – М.: Ин-т социологии РАН, 2003. – 752 с.]. Суспільство – це сукупність індивідуальних вистав ("performances"). Фрейм (frame) – це рамка, схема, сценарій соціальних інтеракцій. Усі без виключення форми людської діяльності є жорстко структурованими. У цьому континуумі фреймів постійно відтворюється незліченна кількість різноманітних перформансів (дискурсів) – невігадливих (мультфільм про оленя Бембі) і потенційно ворожих (виборча кампанія); спокійних і провокаційних; складних і примітивних; важливих і другорядних. Кожний з них переслідує власну мету. Політичний дискурс – це комунікативно-знакові інтеракції маніпулятивної природи. Перформанс перетворює індивіда на сценічного виконавця. У ході комунікативної взаємодії особистість обирає і одягає ту маску, яка принесе йому найбільше

статусних дивідендів. Відбувається містифікація. Її успіх залежить від вдалого застосування знакових систем слів (логосфера), звуків (акусфера) та образів (ейдосфера), за допомогою яких реалізуються гендерно-специфічні маніпулятивні властивості. Розглянемо їх детальноше.

Логосфера. Закономірною для жінок-політиків вважається більша образність, емоційність мови. Не кожен політик-чоловік може дозволити собі фразу "Абхазія і Південна Осетія – це частина нашого серця", як це може зробити "залізна леді грузинської політики" Ніно Бурджанадзе [Кравченко В. Ніно Бурджанадзе: Наша цель – вынудить Саакашвили назначить досрочные выборы // ЗН. – № 46 (725). – 06.12.2008. – С. 4]. Припустимими є прояви слабкості, сентиментальності: "Я одинока мати трьох дітей. І поєдную у собі всі можливі вади", – заявила майбутній президент Чилі Мішель Бачелет напередодні виборів [Мироненко Е. Мішель Бачелет "Я мать-одиночка и агностик" // Аргументы недели. – № 3 (57). – 15.01.2010. – С. 12]. Ця відверта заява була приречена на успіх у країні, де більше 50 % дітей з'являються на світ поза шлюбом, а розлучення були офіційно заборонені до 2004 р. Водночас, згідно з нормативами андрогінної поведінки, жінка може вільно використовувати інтенсивні мовні засоби, проявляти силу і жорсткість, рішучість. Чоловіки, відчутно обмежені нормативами гегемонної маскулінності, змушені утримуватися від будь-яких проявів слабкості, ознак фемінності.

Акусфера. Чоловічий голос краще сприймається аудиторією, викликає довіру і прихильність. Але в ситуаціях, коли необхідно відвернути увагу від змісту повідомлення, магнетизм жіночого голосу справляє більший вплив.

Ейдосфера. Яскраві атрибути можуть бути відмітною особливістю політика: брошки М. Олбрайт; сигари У.Черчилля; кашкет Лужкова; капелюшки Єлизавети II. У виборі прикрас, зачісок, аксесуарів жінка-політик володіє різноманітнішою палітрою для створення символічних образів. Чим яскравіший образ – тим простішим у подальшому буде його упізнавання, а повідомлення "знайомого" комунікатора сприймається аудиторією більш прихильно. Успіх політичних "вистав" часто залежить від правильно підбраного костюму: "Гра з одягом – це клавіатура знаків, серед яких Велика особистість обирає собі сьогоднішню забаву" [Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с франц. Зенкина С.Н. – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004. – С. 291]. Табу в одязі має нерівну силу: фемінізація чоловіка – під соціальною заборобою, а маскулінізація жінки – цілком санкціонована. Якщо Мода визнає "boy-look", значить все законно. Офіційний костюм політика-чоловіка склався непохитно. Натомість, сучасний політичний театр пропонує декілька жіночих амплуа, яким умовно відповідає певна форма одягу: королева, перша леді, самостійний політик.

В неурочистих випадках костюм королівської особи підкреслено скромний. Він інформує про те, що королівська влада сакральна, і високий статус її представниці не потребує зовнішніх проявів. Модні тенденції – невротичні, метушливі й марнославні (а головне, масові) – на костюм королеви майже не впливають. Королева вища за моду.

Костюм перших леді зазнає найбільшого впливу моди. Імідж першої леді інформує про розум, смак, талант й амбіції чоловіка: Жаклін Кенеді, Мішель Обама, Карла Бруні. Інше амплуа – роль хранительки домашнього вогнища, матері, вірної соратниці. Підносяться стійкість, терпіння, самовідданість: Лора Буш, Наїна Єльцина, Людмила Янукович.

Образ жінки-самостійного політика умовно поділяють на два амплуа: "рівна серед рівних" та "інша". Імідж першої маскулінізований, він маскує усі особистісні характеристики, повідомляючи лише про соціально значущі якості: обов'язок, волю, порядність, служіння державі. Костюм імітує чоловічу уніформу: скандинавські політики і канцлер Німеччини Ангела Меркель. В американському етикеті припустимо більше свободи і жіночності: Кондоліза Райс, Христина Кіршнер.

Група "інші" представлена в країнах третього світу, у демократично орієнтованих державах, зайнятих проблемами національної ідентифікації і політично нестабільних. Костюм або повністю національний, або доповнений знаковою деталлю національного костюму. Образ уособлює благородство, гордість народу: Індіра Ганді у сарі, Беназір Бхутто в мусульманській білій хустці, Ю. Тимошенко з укладеною навкруги голови польсько-українською косою.

Ця ситуація з розподілом типажів нагадує аналогічний приклад І.Гофмана. У професійній боротьбі спортсменам надають вибір між амплуа "злодія" або "чесного борця". Після того, як борець в одній з цих ролей хоч раз побачить бурхливу реакцію публіки, він буде намагатися, щоб кожний наступний бій підтверджував його типаж. Гендерний дисплей формується суспільно-політичним дискурсом, є його проявом і характеристикою. Дискурсивні практики, реалізуючи своє "символічне насилля" насаджують індивідам санкціоновані соціальні якості і формують гендерну культуру. Новостворені соціальні порядки утворюють новий континуум стандартних фреймів – і новий набір масок. Гендерна ідентичність перетворюється на перемикач, за допомогою якого стає можливим змінювати ролі у безперервних виставах. Відбувається маніпуляція не лише іншими, але й власною поведінкою – тобто, відбувається містифікація. Вона може бути свідомою чи безконтрольною, головне – прихильність і довіра тих, хто буде її інтерпретувати. Якщо персональний перформанс виявиться особливо вдалим, то індивід отримує владу, а разом з нею – переваги реалізувати своє, власне "символічне насилля".

С.Ю. Машаровська, асп., КНУТШ, Київ
S.Masharovska@gmail.com

МАНІПУЛЯЦІЯ СВІДОМІСТЮ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ УКРАЇНИ

Наближаючись до 20-ї річниці Незалежності, слід визнати, що за минулі роки не лише відбулося необхідних якісних змін в свідомості громадян, але й навпаки, вступили в дію процеси, що призвели до неабияких перетворень масової свідомості українців.

Зміни, що відбуваються в суспільній свідомості спричинені як впливом корпоративного інтересу так і зацікавленістю політичних гравців в досягненні мети будь-якими засобами. "Науково доведено, що крах одних держав і піднесення інших у переважній більшості випадків пов'язані не зі зміною правлячих режимів, війнами й природними катаклізмами, а зі зміною суспільних цінностей, суспільної свідомості", підкреслює О. Кендюхов [Кендюхов О. Суспільство споживання як національна трагедія України // Дзеркало тижня. – 2011. – № 1, 14 січня]. Однією з ключових причин подібної нівеляції суспільних цінностей та орієнтирів дослідник вважає постійну маніпуляцію свідомістю, що стала нормою суспільного життя. Подібна практика дістала значного поширення в останнє десятиріччя, ставши визначальним трендом, на якому будуються всі стратегії політичних (у тому числі й виборчих кампаній).

Психіка будь-якого індивіду схильна до маніпулятивних впливів ззовні [Зелінський С.О. Маніпулювання особистістю та масами // <http://psyfactor.org/lib/zelin0.htm>] Нівеляція вищих цінностей, що відбулася в 90-ті роки минулого століття призвела до стану перманентного нігілізму, перебуваючи в якому суспільство автоматично знаходиться у стані вичікувальної уваги до зовнішніх повідомлень і впливів. Колективна свідомість, зцементована сучасними засобами масової комунікації, як ніколи раніше, являє собою психологічну спільноту, поведінку якої досить легко корегувати.

На такому сприятливому ґрунті вітчизняні політичні сили, замість змістовних ідей та послідовних дій конкурують в царині різноманітних політичних технологій, серед яких визначне місце посідають технології маніпулятивні.

Класичні маніпулятивні моделі, сформульовані ще за часів імперського Китаю, збагачені практикою часів СРСР та здобутками пострадянської доби знаходять все нові і нові форми втілення в життя. На сьогоднішній день політичний дискурс в Україні побудований переважно саме на маніпуляціях, котрі вже неодноразово доводили свою ефективність в умовах дефіциту політичної принциповості та професійності.

Використання широкого спектру маніпулятивних технологій, побудованих на різних принципах сприйняття та каналах ретранслявання дозволяє підтримувати рейтинги, відволікати увагу суспільства від реальних проблем, підтримувати чи засуджувати політичні рішення. Маніпулятивні технології: НЛП, 25-го кадру, залякування, провокування панічних настроїв, примітивізація, "троянський кінь", випередження, наклеювання ярликів, соціальних ілюзій та ін. – помножене на безкінечне повторювання – вже давно стали звичним інструментами в арсеналі вітчизняних фахівців з політичного консалтингу [Кара-Мурза С., Смірнов С. Маніпуляція свідомістю-2. – М., 2009].

Квінтесенцією розквіту маніпулятивних технологій в Україні небезпідставно можна вважати президентську кампанію 2009-2010 р.р. під час якої застосовувались як хрестоматійні так і новітні маніпулятивні технології.

Звичність режиму "ток-шоу", в якому перебуває політична свідомість українців дозволяє просто підміняти поняття "відкрите суспільство" та

"відкрита політика" на "політика-шоу", до якого колективна свідомість тягнє та від якого перебуває в залежності, концентруючи підсвідому агресію.

Разом з тим, вдосконалення маніпулятивних технологій, що відбувається безперервно не викликає в суспільстві появи "протиотрути", яку має синтезувати контреліта. Рівень політичної культури та відсутність демократичних політичних традицій, неусвідомлення власних прав та обов'язків держави дозволяє говорити про те, що період "болота" та беззмістовного політичного дискурсу триватиме в Україні щонайменше декілька років. А перехід до конструктивістського підходу у вітчизняній політиці має стати пов'язаним з переходом політичної конкуренції на новий рівень дискусії.

*Т.Л. Нагорняк, канд. політ. наук, доц., ДонНУ, Донецьк
nagornyak@yandex.ru*

ДОСЛІДЖЕННЯ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЙ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МЕТОДОЛОГІЇ ПОЛІТИЧНОЇ НАУКИ

За сучасних умов постійно зростаючих інформаційних технологій та варіацій ринкових відносин, конкуренція країн світу за ресурси і впливовість поступається боротьбі міст та територій за людину як носія певних знань, досвіду, можливостей і рішень. Політична наука, як і будь-яка інша, прагне пояснити сутність процесів реальності та прорахувати їх наслідки й можливу альтернативу. Брендінг територій останнім часом став одним з актуальних питань полідисциплінарного науково поля. Серед методологічних підходів сучасної політичної науки, за допомогою яких було б доцільним вивчати брендінг територій, виділяються: – **політичний маркетинг**, який вивчає сукупність прийомів і технологій впровадження в суспільну практику певних моделей, товарів та настанов масової свідомості з метою контролю за ринком влади (як це представлено у роботах Д.Видріна, М.Школяра, М.Головатого, Ю.Кальниша, М.Ільїна, Ю.Тихомирової, Г.Почепцова, С.Устіменко); – **теорія конвертації капіталів**, яка здатна виявити сутність індивідуальних чи групових стратегій, метою яких є отримання впливу на мета капітал країни (детальніше у працях – П.Бурдье, Р.Патнема, Дж.Коулмена); – **семіотика**, яка дозволить виявити структурні складові бренду території та їх символічну природу (дякуючи Р.Барту, А.Корзуну, Я.Еллвуду); – безпосередньо **прикладна практика маркетингу міст та брендінгу територій**, яка знайшла зображення як певна концепція у роботах Дж.Траута, Ф.Котлера, К.Асплунда, І.Рейна, Д. Хайдера, С.Анхольта, О.Панкрухіна, В.Тарнавського.

З огляду на зазначене, можна запропонувати поліваріантність дослідження брендінгу території через вказані методологічні підходи, з'ясувавши певну операціоналізацію понять. Політичні науки спрямовують свою увагу на сутність процесів сучасності, метою яких є влада. Бренд будь-якого товару (в економічному полі) має на меті вибороти власного

споживача, збільшувати свою ліквідність, прагнучи монополії у певних межах чи секторі товарів. У політичному полі свої товари (політики, партії, реклама, регіон, країна), споживачі (населення певної території чи окрема страта людей) та виробники (політичні технологи, держані уряди, міжурядові організації, транснаціональна олігархія). Свій попит (вимоги, образи, рольові ярлики, очікування, надії, прагнення захисту і соціальної справедливості, перерозподіл влади чи її контроль) і пропозиції (програми, промови, політичні рішення та дії). Товар політичний має свою ціну у вигляді рейтингів довіри чи обізнаності, рівня конкурентоздатності, визнання, впливу, якості іміджу та репутації. Говорячи про бренд території, ми маємо на увазі **багатомірний ментальний конструкт, який поєднує в собі як образи, так і емоційні оцінки й сподівання, що виникають як асоціативний ряд в реципієнтів під час згадування назви території. Метою брендингу території (просування регіону чи окремих складових його бренду) є забезпечення його інформаційної присутності в широких колах, впізнання через відображення в масовій свідомості її локальних ексклюзивних відмінностей (кращих рис ментальності, традицій і місії населення та унікальності ресурсів самої території), що забезпечують території можливість стати силою впливу, транслювати самостійні рішення та збільшувати власні ресурси.** Бренд території повинен бути результатом цілеспрямованої роботи фахівців, але часто він стає продуктом вільного і протирічного сприйняття людьми певної території за умов відсутності стратегії національного брендингу чи брендингу окремої території на підставі чутків, перших вражень і поверхових знань. Так само, як економічний товар має орієнтацію на різні категорії споживачів, розрізняють зовнішній бренд території (орієнтований на людей за її межами) та внутрішній (сприйняття території її мешканцями). Брендинг уособлює в собі основні 4 стратегічні кроки: 1) аудит існуючих образів, іміджу та репутації, що властиві території на момент початку стратегії; 2) вивчення запитів ринку (внутрішнього/зовнішнього) та розробка основних складових бренду; 3) просування нового бренду; 4) менеджмент (управління через корекцію основної ідеї, посилення окремих складових із урахування перших результатів). Центральними фазами брендингу, але не більш важливими за інших, є саме формування та стратегія просування бренду. Теорія конвертації капіталу вчить, що будь-який продукт чи індивід – є носієм певних капіталів (ресурсів, що є джерелом певної вартості і має здатність накопичуватися й конвертуватися з одного поля в інше). Тому, бренд території повинен презентувати її в усіх можливих напрямках, формуючи мультиобраз регіону, міста, країни. С.Анхольт апелює до бажаних складових бренду території: *туризм* (привабливість образу країни, її культурний, рекреаційний, грошовий, виробничий капітали); *люди* (люди як потенційні менеджери й люди як потенційні друзі – соціальний і людський капітали країни); *культура й спадщина* (державні символи й готовність споживати комерційну культуру країни, спорт як символічний капітал території);

експорт (якій країні й що експортуємо, наскільки інформація про виробника впливає на його купівельність, цінність брендів країни – фінансовий та комунікаційний капітали); *керування* (стан внутрішньої політики – політичний капітал); *інвестиції й імміграція* (бажання жити й працювати в даній країні, наскільки цінується отримана освіта, проблеми працевлаштування молоді й ринку праці взагалі, економічний стан країни як культурно-символічний капітал). Стратегія територіального брендингу повинна синтезувати в собі усі наявні в території капітали заради перспективної їх конвертації. Особливу роль відіграють символи у цій стратегії через те, що саме вони визначають чи спрацювали перші 3 кроки і куди слід спрямовувати 4-й крок менеджменту бренду. Символи території (символи-ідеї і гасла, символи-персони, символи-предмети і пам'ятники, символіка території – державна, регіональна, місцева) приречені, на етапі формування бренду території, надавати сукупність вигідних відмінностей цієї території від схожих за позиціонуванням (одна цільова аудиторія наприклад), від поряд існуючих (маючих спільні чи схожі ресурси), від провідних (як якісна альтернатива).

За умов швидкої трансформації соціальної реальності, слід очікувати нових суспільних практик брендингу територій, вивчення яких політичною наукою не можливо без залучення полідисциплінарних знань і поліваріантності методологічних підходів.

П.М. Олещук, канд. політ. наук, асист., КНУТШ, Київ
Oleshchuk3@gmail.com

ПРИЙОМИ ПОЛІТИЧНОЇ ДЕМАГОГІЇ

Поняття політичної демагогії належить до числа найуживаніших у сучасній практиці та теорії політичної комунікації. Крім того, демагогія має давню історичну традицію та тісно пов'язана із становленням та розвитком політичної комунікації в умовах публічності ще за часів античної демократії. Власне, саме слово "демагог" також походить з давньогрецької політичної практики. Спочатку демагогами в античних полісах називали лідерів демократичного руху, направлених проти тиранічної або олігархічної форми організації політичної влади.

Розвиток античної демократії, зростання ролі публічного виступу та ораторської майстерності у впливі на народні збори (як основний владний інститут античної демократії), поява софізму та навчання механізмам вербальної маніпуляції натовпом, перетворили демагогію на явище маніпулятивного впливу на громадськість, що базувався на використанні різноманітних риторичних прийомів. Слід відзначити, що демагогія за своїм змістом не є синонімом до "обдурювання" або неправди. Більше того, змістовно тези, які обстоюються з використанням демагогічних прийомів, цілком можуть бути істинними. Проте для демагогічної практики істинність або хибність не є ключовими критеріями поширення інформації. Найважливішим є факт переконливості даних для громадськості і результуючий

вплив на її думку з певного політичного питання. Неоднозначність демагогії як явища у політиці спричиняє до численних тлумачень даного феномену. Однак, необхідно відзначити, що політична демагогія являє собою невід'ємний елемент будь-якої публічної політичної діяльності.

Під демагогією традиційно розуміють використання у дискусії різноманітних риторичних прийомів, що ґрунтуються на порушенні законів логіки. Необхідно зазначити, що одну із перших спроб систематизації демагогічних прийомів запропонував ще відомий філософ А. Шопенгауер, виклавши їх у власній праці "Еристика, або мистецтво перемагати у суперечках". Досліджуючи проблематику діалектики, як мистецтва суперечки, А. Шопенгауер виділяє два найзагальніші типи аргументації: *ad rem* та *ad hominem*. У першому випадку заперечується зміст тези опонента, його "абсолютну істинність", а у другому – "відносну істинність", тобто суперечність із іншими тезами опонента. Також німецький філософ виокремлює два шляхи заперечення істинності тези: прямий (заперечення змісту тези) та опосередкований (заперечення наслідків тези).

Досліджуючи прийоми аргументації, А. Шопенгауер виокремлює цілий ряд демагогічних прийомів, які полегшують доведення навіть неістинної тези.

Зокрема, це: 1) розширення тези (включення у її зміст не пов'язаних з нею прямо об'єктів); 2) підміна однієї тези іншою (на основі співзвучності, схожості, подібності); 3) використання аргументів, які відповідають світогляду опонента; 4) ставити велику кількість питань, і на основі відповідей на них робити потрібні висновки; 5) викликати гнів опонента; 6) чергувати питання та перерви, ставити питання різного роду з метою втрати опонентом пильності; 7) самостійно задавати правила номінації (найменування) предметів та явищ у бажаному напрямку; 8) поставити опонента перед вимогою вибору лише з числа двох альтернатив; 9) робити самостійний висновок із тези опонента, який не відповідає його власній позиції; 10) доводити тези опонента до абсурду; 11) перевести аргументи опонента на рівень особистості; 12) впевнено подавати аргументи, які не стосуються предмету дискусії; 13) у відповідь на конкретне питання можна максимально узагальнити предмет; 14) відповідати на софістичний аргумент таким самим софістичним аргументом, але зворотного значення; 15) самостійно вивести із тези опонента висновок; 16) пошук слабких місць у аргументації противника та використання у власних тезах; 17) виставляти аргументи супротивника у смішному вигляді; 18) використання в аргументації авторитетів, з якими не може сперечатися опонент; 19) іронічне визнання власної некомпетентності; 20) зведення ідей опонента до певної, зневажної у суспільстві ідеології; 21) знайти слабе місце у опонента та постійно на ньому наголошувати; 22) спростовувати не тези, а слабку аргументацію опонента [Шопенгауер А. Еристика или искусство побеждать в спорах [пер. с нем.] / Артур Шопенгауэр. – СПб., 1900. – С. 26–61].

Власну систему демагогічних прийомів вибудовує відомий чеський письменник та журналіст К. Чапек. Зокрема, він виокремлює наступні

методи перемоги у публічній полеміці (надаючи їм назви латиною): 1) *despicere* (дивитись згори) – демонструвати власну зверхність опоненту; 2) *termini* – використання спеціальних мовленнєвих полемічних зворотів, які забарвлюють мову у інші кольори (наприклад, віроломство, підступність, боягузливість тощо); 3) *Caput canis* – відображення основних якостей опонента у негативному ключі; 4) *non habet* (констатувати відсутність) – стверджувати, що опоненту не вистачає розуміння, освіти, чуття для того, щоб збагнути ваші аргументи; 5) *pegare* – спростування усього, що закидає опонент; 6) *imago* – створення певного образу на основі особистості опонента, та його критика; 7) *rigna* – хибне зведення концепції опонента до певної системи, та її подальше спростування; 8) *Ulixes* – ухилятися від сутності питання; 9) *testemonia* – посилатися на авторитет; 10) *quosque* – робити висновки, шляхом зведення проблеми до стереотипів; 11) *impossible* – не допускати правоти опонента навіть у деталях; 12) *jubilare* – проголошувати власну перемогу за будь-яких обставин [Чапек К. 12 прийомів літературної полеміки [пер. с чешск.] / Карел Чапек // Чапек К. Собрание сочинений в 5-ти томах. – М.: ГИХЛ, 1958. – Т. 2. – С. 19].

Як бачимо, у даному випадку в якості демагогії розуміється сукупність: 1) риторичних; 2) психологічних; 3) не комунікаційних прийомів.

Підсумовуючи усі вищезазначені класифікації, необхідно відзначити, що вони є досить повними, але усі містять у собі один вагомий недолік, зміст якого полягає у змішуванні різноманітних прийомів: традиційних логічних, психологічних та ряду інших.

На нижчому рівні політичної демагогії можна виокремити найпримітивніші прийоми маніпуляції інформації: 1) внесення бездоказових суджень; 2) посилення на сумнівні джерела.

Демагогія політиків – це насамперед фальсифікація фактів, причому така, що зовні виглядає правдоподібно, але по суті мистецьки підтасованою аргументацією. Цей блеф дозволяє демагогові домагатися бажаних результатів, не оприлюднюючи своїх дійсних намірів.

К.В. Павлюк, асп., КНУТШ, Київ
eka.pavliuk@gmail.com

БРЕНДИНГ ЯК ПОЛІТИЧНА ТЕХНОЛОГІЯ

Сьогодні сфера політичного життя надзвичайно динамічна, виборці не можуть охопити своєю увагою і ретельно дослідити політичні гасла всіх кандидатів. Вони стають все більш інтуїтивними і кандидат часто має лише один шанс вплинути на свій електорат. Результатом політичного плюралізму стало те, що виборці стали також більш незалежними. Політичні докази важать все менше і частіше зустрічаються зі скептицизмом. Саме тут на допомогу кандидату приходить технологія політичного брендингу. Сложивачами у політичній сфері є виборці. Саме на них спрямований вплив політичного брендингу.

Під технологією розуміють систему жорстко скоординованих елементів: цілі – процедури (правила) – засоби – операції (дії) – мотиви (стимули).

Технологія – це цілісна динамічна система, яка включає апаратні засоби, операції та процедури діяльності з ними, управління цією діяльністю, необхідні для цього інформацію та знання, сировинні, кадрові та інші ресурси, а також сукупність економічних, соціальних, екологічних та інших наслідків, що певним чином впливають і змінюють соціальне і природне "середовище існування" даної системи. Також технологію можна визначити як сукупність процесів ціленаправлених свідомих змін, яку створюють взаємопов'язані цикли логічно обумовлених перетворень речовини, енергії, інформації.

При переході до технологічного, постіндустріального, інформаційного суспільства можна говорити про суттєву технологізацію політичної діяльності, і відповідно – використовувати наведені визначення. Тому політична технологія – це комплексна система методів і способів впливу на об'єкт політики з метою досягнення певних цілей. Сфера використання технологій лежить, як правило, в площині практичної діяльності політичних суб'єктів по дотриманню обраного політичного курсу та досягненню конкретних політичних цілей і задач. При цьому термін "технології в політиці" може включати не лише політичні компоненти, а й широкий спектр організаційних, дипломатичних, фінансових, інформаційних, військових, психологічних, маніпуляційних, комп'ютерних та інших форм і методів діяльності, спрямованих на досягнення поставлених політичних цілей.

Політичні технології переводять у площину практичної політичної діяльності теоретичне політологічне знання, дозволяючи цим самим використовувати багатоманітність політичних закономірностей, принципів, норм, факторів тощо при визначенні цілей, засобів і методів здійснення політики. І в цьому, по суті, й складається сутність процесу технологізації політичної сфери.

Як один з видів політичних технологій, політичний брендинг – процес управління комунікативним впливом по створенню унікального та привабливого образу політичного актора [Гришин О.Е. Политический брендинг и политическая символика // Альманах "Дискурс – Пи". – 2007. – № 7]. Бренди формуються на основі ряду атрибутів – емблем, рекламних повідомлень, назв, гасел. В основі повинна лежати ідеологія його використання, чітке розуміння сенсу присутності бренду на політичному ринку, оцінка створеного образу як передумов поведінки громадян. Саймон Анхольт визначив процес політичного брендингу як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій та комунікацій для реалізації стратегій конкурентної ідентичності [Anholt Simon. Brand New Justice: the upside of global branding (paperback ed.). – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003].

Першим елементом брендингу як політичної технології визначено його цілі, які є специфічними у порівнянні з цілями у комерційному маркетингу. Для політичного брендингу головною метою є вплив на електорат, політичну націю, здобуття довіри виборців, їх підтримки. Так само для кожної фірми її метою є не надання певної послуги чи продаж товару, а отримання підтримки і лояльності споживача, і як результат – прибутку, чим даному випадку є підтримка виборцями даного бренду. Проте головною метою для політичного брендингу є створення потрібного іміджу.

Так само для комерційного і політичного брендингу є схожою процедура та правила формування певного іміджу. Вони дозволяють створити привабливий образ, або такий, як того вимагає поставлена мета.

Головним засобом впровадження брендингу є PR. На сьогодні з'явилися й новітні прийоми, які дозволяють "дотягнутися" до кожного конкретного споживача, і в процесі комунікації з ним, донести основне повідомлення бренду. Особливістю політичного бренду в порівнянні з комерційним є більш широке використання "чорного" PR.

Основними етапами процесу брендингу є: розробка стратегії брендингу; аналіз конкурентних брендів; аналіз ознак, що відрізняють даний бренд від інших; розробка концепції позиціонування бренду; формування ознак, що характеризують бренд і відрізняють його від інших брендів; формування образу бренду; позиціонування бренду; формування ідентичності бренду; формування відносин бренду зі споживачем.

Політичний брендинг все ж має свою специфіку, пов'язану з особливостями політичної діяльності. Так, деякі бренди тут можуть створюватися з метою "перетягування" на себе частини електорату, деякі – з метою створення негативного іміджу політичної сили опонента.

Поняття та принципи політичного брендингу є новими і були запозичені з комерційної сфери. Вони дещо трансформувалися, набули специфічних для політичного середовища рис. Але їх основа – процедура, засоби та операції в своїй суті залишилися схожими на вихідні. Сьогодні змінюється брендинг в усіх сферах, виключенням не є і політичний. Він набуває нових характеристик, притаманних інформаційному суспільству та розвивається за своїм власним шляхом.

***І.І. Петренко, асист., КНУТШ, Київ**
petrenko-aspu@yandex.ru*

ЗМІСТ ТА МЕЖІ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКСПЕРТНО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПОЛІТИКИ

На сьогоднішній день політичні аналітики працюють в органах державної влади різного рівня, комерційних організаціях, дослідницьких інститутах, займаючись аналітичною діяльністю у сфері політики. Зважаючи на різноманітність сфер аналітичної роботи, постає питання: "Чи відрізняється робота аналітика, який консультує політичну партію чи окремого політика і робота фахівця, який здійснює аналітичне забезпечення державної політики?". Якщо питанню політичного консультування приділено досить багато уваги з боку дослідників, то сфера аналітичного супроводу державної політики все ще не знаходить свого місця в сучасному науковому дискурсі. Хоча саме помилки в державній політиці, яка покликана забезпечувати добробут і стабільність усього суспільства і здійснювати безпосередній вплив на його життя, призводять до серйозних наслідків, які можуть суттєво гальмувати розвиток держави. Фахівці, які займаються експертно-аналітичним забезпеченням державної

політики, потребують знань технологій цієї діяльності та навичок їх застосування. Необхідним є ґрунтовно розроблене концептуальне й методичне забезпечення експертно-аналітичної діяльності в політичній сфері.

Коли мова йде про політичне консультування то ми маємо справу з інтелектуальною підтримкою суб'єктів політики в досягненні ними поставлених цілей, і політичний консультант виступає рівноправним партнером політика, тобто він є зацікавленою особою, яка орієнтована в першу чергу не на правильність обраного шляху чи прийнятого рішення, а – на власні дивіденди і прибутки. А в *експертно-аналітичній діяльності* акцент робиться на незалежності і незаангажованості експерта-аналітика, на його максимальній об'єктивності і спрямованості на істинність. Він оцінює ситуацію не з позиції свого клієнта, а з позиції суспільного добробуту. Пріоритетним є не процвітання конкретної особи чи групи осіб, а суспільства і держави в цілому. Тобто, головна відмінність експертно-аналітичної діяльності від політичного консультування полягає в незалежності експерта-аналітика, окрім того, він завжди представляє інтереси істини, а не замовника, і відносини між замовником та експертом-аналітиком вибудовуються принципово іншим чином, ніж надання аналітиком послуг в інтересах замовника. Політичне консультування покликане вирішувати конкретні проблеми суб'єктів політичної системи, суть яких полягає в максимізації вигоди конкретного актора в конкретній політичній ситуації. А експертно-аналітична діяльність спрямована на проблеми суспільного життя, які вирішуються за допомогою вироблення ефективної державної політики.

Справедливими будуть запитання: "Чому саме експертно-аналітична діяльність, а не більш звична аналітична діяльність? З чим пов'язане додавання експертного компонента?". Справа в тому, що аналітик, який займається забезпеченням державної політики, через комплексність і складність проблем, які перед нею постають і великого обсягу інформаційного матеріалу навколо них (як важливої інформації, потрібної, релевантної, так і інформаційного непотребу), і складності в її опрацюванні, аналітик виступає експертом в тому сенсі, що саме він визначає, яке знання є необхідним, а яке є зайвим і непотрібним. Спираючись на свої знання, свій досвід, він приймає рішення щодо надання чи ненадання тих чи інших даних виробникам державної політики, які приймають остаточне рішення щодо її реалізації. Частіше за все аналітик не має змоги опрацювати всі матеріали через брак часу і ресурсів, а головна причина такої ситуації полягає в тому, що сучасний світ потребує оперативного реагування на виникаючі проблеми. Отже, аналітик, який займається забезпеченням державної політики, визначає, які знання є політико-релевантними (важливими), зводить ці знання в певну цілісність і представляє узагальнення виробникам державної політики. Окрім того, введення експертного компоненту передбачає спрямування на технологічність аналітичних процедур, що передбачає детальне визначення кожного руху в напрямку виконання поставлених завдань, прозорість принципів формування критеріїв, правил оцінювання, переліку застосованих методів і підходів, забезпечує захист від упередженості і необ'єктивності.

Експерт-аналітик виступає елементом "суспільства ризику", коли наслідки багатьох дій вимагають багаторазової перевірки, оскільки можуть призвести до серйозних і незворотних наслідків, ніж результати діяльності людини в минулому. Компетентність експерта-аналітика полягає у володінні знаннями, що також передбачає їх об'єднання, зведення. Тобто, професійна діяльність експерта пов'язана з узагальненням і представленням узагальненого. Відповідно критерієм компетентності експерта є знання ним наукових методів і вміння ефективно підбирати і застосовувати сукупність методів аналізу, що відповідають меті.

В державній політиці експертиза є не окремим методом дослідження, а постійною складовою роботи аналітика. Передумовою використання експертно-аналітичних процедур є неоднозначність проблем, які покликана вирішувати державна політика, адже вони не мають однієї "правильної" відповіді чи рішення. В державній політиці різні рішення тягнуть за собою як позитивні, так і негативні наслідки. Окрім того, в багатьох ситуаціях взагалі неможливо говорити про прямий причинний зв'язок, адже одна причина взаємодіє з іншою, створюючи клубок проблем, які повинен вирішувати експерт-аналітик.

Політичного експерта-аналітика ми можемо визначити, як фахівця, який володіє спеціальними знаннями про політику, який проводить розгляд, дослідження якої-небудь справи, якогось питання в сфері державної політики з метою зробити правильний висновок, дати правильну оцінку відповідному державно-політичному явищу чи процесу, та здатний на підставі своїх знань і досвіду надати кваліфіковані рекомендації щодо покращення проблемної ситуації.

Головним результатом експертно-аналітичної діяльності виступає розгортання та обґрунтоване пояснення різноманітних, в першу чергу, прихованих та неочевидних аспектів проблемної ситуації, ризиків, що пов'язані з різними альтернативами державної політики, і ціни, яку необхідно буде сплатити за той чи інший вибір, який необхідно буде зробити в тій чи тій ситуації. Таким чином, експертно-аналітична діяльність у сфері політики виконує важливу функцію забезпечення якості політичних рішень, що приймаються. Мета експертно-аналітичної діяльності – представити систематизовану методологію розв'язання проблем вироблення, реалізації та оцінювання державної політики в умовах комплексного характеру цих проблем.

Отже, на основі вищенаведеного ми можемо визначити експертно-аналітичну діяльність як систему методів, прийомів і технік, спрямованих на отримання достовірного, точного та повного уявлення про суть тих чи інших державно-політичних явищ і процесів, що здійснюються фахівцем, який володіє спеціальними знаннями у сфері політики, з метою сприяти посадовим особам чи державним органам у прийнятті компетентного державно-політичного рішення або з метою оцінки проблемного рішення з надання рекомендацій щодо покращення його наслідків. Тобто, спрощуючи наше визначення, зазначимо, що експертно-аналітична діяльність – це професійна діяльність спеціалістів, які забез-

печують посадову особу чи державний орган інтелектуальною підтримкою в прийнятті ними адекватних державно-політичних рішень, а також здійснюють оцінку прийнятих рішень.

Перед сучасною державою постійно постає велика кількість різноманітних викликів, пов'язаних зі складним внутрішнім соціально-політичним та неоднозначним зовнішнім геополітичним середовищами. У сучасних реаліях виникає необхідність створення надійної системи наукового супроводу та аналітичного забезпечення державної політики.

А.А. Піхота, студ., КНУТШ, Київ
Anna.pikhota@gmail.com

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ У ПОЛІТИЦІ

Часті зміни політичного курсу, постійні реформи ключових законодавчих актів та перебудова роботи адміністративно-управлінського апарату держави свідчить про пошуки ефективних моделей організації державної влади у суспільстві. Для країн з перехідним типом політичної системи такі пошуки є чи не самою метою їх функціонування. Бо справжню мету політичної влади у таких суспільствах навряд чи усвідомлює навіть еліта, яка і будує державний апарат.

Феномен ефективності у політиці досліджується з метою обґрунтування доцільності функціонування політичних інститутів. В Україні велику увагу приділяють вивченню таких специфічних проявів цього феномену як ефективність політичного лідера, ефективність політичної партії, ефективність органів державної влади, ефективність виборчої системи та ефективність політичної системи в цілому.

Проблеми ефективності діяльності політичного лідера пропонує концепції суб'єктивних (особистісних) і об'єктивних чинників діяльності лідера. "Ефективною є та діяльність політичного лідера, яка забезпечує досягнення поставленої мети при найменших витратах, створює можливості для всебічного розвитку суспільства" [Похило І.Д. Ефективність як складова діяльності політичного лідера: дис. канд. політ. наук: 23.00.02 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2007. – 180 арк.]. Окремо варто звернути увагу на проблему прийняття ефективного рішення, яке приймає сам лідер, або ж на процес прийняття політичного рішення у системі управління.

Ефективність діяльності політичних партій часто оцінюється за результатами даної політичної сили на виборах. Хоча це – далеко не єдиний вимір результативності у діяльності партії. До її функцій також входить соціальна інтеграція, політична соціалізація, формування громадської думки, що потребує значних комунікативних зусиль, які і слід оцінювати для визначення ефективності.

Ефективність виборів розглядають в основному у контексті визначення найбільш оптимальної виборчої системи для забезпечення представництва більшості інтересів населення у державних органах влади.

Вчені згодні з тим, що будь-яка виборча система зможе ефективно працювати лише за умови існування економічно заможного "середнього класу" у суспільстві. Соціальну стабільність виділяють як один із головних критеріїв ефективності виборчої системи, що слугує формуванню сильного громадянського суспільства. Головною проблемою перехідного суспільства є відсутність поваги до закону. Порушення та обхід норм права є звичним для громадян держави, в якій відсутній суспільно-політичний консенсус щодо державного устрою та соціальних інститутів. Виборча система має встановлювати "правила гри", яких дотримуються усі члени суспільства та працюють для досягнення єдиної мети.

За такого підходу ефективне управління часто протиставляють "не функціональній демократії" [Вступ до політичної аналітики: Навч. посіб. / Авт. кол.: С.О.Телешун, О.Р.Титаренко, І.В.Рейтерович, С.І. Вировий; За заг. ред. С.О.Телешуна. – К.: Вид-НАДУ, 2006. – С. 15–168]. Таку думку підкріплює не результативна діяльність владних та політичних інституцій, зокрема у трансформаційних суспільствах. Неякісний державний менеджмент продукує "постійний рух": реформи, зміни, – що дорівнює "постійній кризі". Невдоволення населення супроводжується переходом політичних вподобань від демократії до авторитаризму.

Політична доцільність – зміст і форма управлінських рішень – це основний вимір ефективності у політиці. Для ефективної політичної діяльності мають бути чітко виокремлені функції державних органів, місцевого самоврядування та громадських організацій. Вибірковий підхід дає змогу не просто окреслити все поле завдань, а й розподілити різні функції за відповідними органами, прописати систему підзвітності та координації реалізації проєктів. Чи зменшить ефективність управління демократичність держави? Вибір між "державою-корпорацією" та "державою-арбітром" непростий, але необхідний для побудови ефективної системи управління.

Комплексна ефективність у політиці розглядається як поєднання вертикальних і горизонтальних вимірів політики. Визначений характер зв'язків між законодавчою і виконавчою гілками влади та розподіл владних ресурсів є умовою ефективного управління. Навіщо потрібна ефективність у політиці? Для дієвого перманентного коригування взаємодії складових політичної системи. Для цього варто регулярно проводити аудит політичної системи. Інструментарій оцінки ефективності політичної системи включає оцінку вибору, здатність держави формулювати і здійснювати політику та повагу з боку громадян до влади.

Світовий банк пропонує наступні виміри ефективності політичної системи: рівень легітимності політичної системи; забезпечення впливу громадян на формування владних інституцій, підзвітність органів державної влади громадянам; політична стабільність та відсутність насильства; оптимальність владної моделі в сенсі розподілу повноважень між гілками влади та між центральними органами влади та органами місцевого самоврядування; ефективність діяльності уряду. Компетентність адміністративно-управлінського апарату; верховенство закону та рівень корупції; здатність виробляти політичний курс держави та визначення

цілі розвитку суспільства [Оцінка ефективності політичної системи України. Відділ стратегічних комунікацій / Сало І.С. Доступ до джерела: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/April/10.htm>].

Ці параметри є досить умовними та широкими. Подальша деталізація дасть можливість сформуванню певної матриці, у якій має бути можливість оцінки політичної системи за мінімально достатньою кількістю вхідних даних. Реальна оцінка наявного стану політичної дійсності – це основа розробки наступних дій справжньої професійної політичної еліти.

***Е.К. Придыбайло, студ.,
Южный Федеральный Университет, Россия
Katarina_polit@mail.ru***

РОЛЬ ИНТЕРНЕТА В КОММУНИКАТИВНО-ДИАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ ОБЩЕСТВА И ВЛАСТИ

Благодаря таким достижениям человечества, как демократия и интернет, каждый, кто имеет доступ в сеть, сегодня может принять непосредственное участие в политической жизни страны, а также вступить в диалог с представителями власти, не выходя из дома. Развитие коммуникативно-диалоговых отношений между народом и властью непосредственно зависит от соприкосновения социально-политического и научно-технологического прогресса конкретного общества. Реализация демократии в её классическом смысле в современном мире невозможна, так как трудно представить народное собрание в мегаполисе XXI века. Но ведь участие народа в принятии политических решений является неотъемлемой частью демократии. В свою очередь невообразимо всенародное обсуждение законопроекта в авторитарном государстве. Как пишет С.П. Поцелуев, "демократия в том смысле зависит от медийного прогресса, в каком она, в отличие от авторитарных режимов, предполагает активное политическое участие граждан, а также, в свою очередь, нуждается в реализации интерактивных возможностей медиа". Таким образом, сосуществование демократии и интернета является как бы удобным для этих двух феноменов [Поцелуев С.П. Диалог и квазидиалог в коммуникативных теориях демократии. – С. 6].

Интернет, в отличие от печатных СМИ, радио или телевидения стал таким коммуникативно-диалоговым пространством, в котором возрастает субъектность простого гражданина посредством не только потребления информации, но и возможности фактического участия в диалоге. Однако возрастание субъектности является скорее видимым, чем действительным.

Использование всемирной паутины в качестве "общественной приемыши" обещает много положительных моментов. Вынося какой-либо вопрос на обсуждение в виртуальное пространство, можно сэкономить деньги и время (так как для модерирования сайта, на котором размещается вопрос, требуется меньше человеческого ресурса, в отличие от

проведения обычного социологического опроса, что позволяет сократить финансирование, а комментарии на форумах позволяют дать более полное описание отношения населения к той или иной проблеме). Несомненным плюсом является то, что фальсифицировать или уничтожить неугодные режиму комментарии проще, чем скрыть разрушения от погромов недовольных людей, вышедших на улицы. Возможность отправить запрос или предложение освобождает гражданина от утомительного ожидания в очереди в общественной приемной.

Можно сказать, что интернет выводит коммуникативно-диалоговые отношения народа и власти на новый уровень: теперь каждый желающий может помочь премьер-министру Российской Федерации выбрать кличку собаки, оставить личные комментарии к фотографиям с дня рождения мужа Юлии Тимошенко в её личном блоге или обсудить футбольный матч с помощником президента в твиттере. Вынося на обсуждение свое отношение к культурным и политическим событиям, публикуя приватные фотографии и "отчитываясь" перед пользователями интернета о рабочих поездках, представители власти как бы сокращают дистанцию между ними и народом. И если раньше для создания такого мифа политикам приходилось кататься в метро или ходить в обычный продуктовый магазин, чтобы показать, что они не отличаются от простых граждан, то теперь достаточно пары нажатия клавиш.

Стоит заметить, что виртуальный мир стал не только местом, где прокладываются хрупкие коммуникативные мостики от власти к народу и обратно. Он так же становится местом общения политиков между собой. Возможно, скоро большим вниманием начнут пользоваться перепалки чиновников и депутатов в блогах, а драки в Государственной думе канут в Лету.

Несмотря на то, что процент интернет-пользователей значительно меньше общего числа населения, можно сказать, что в век информатизации интернет является одним из ключевых инструментов реализации демократии.

М.О. Призіглей, асп., КНУТШ, Київ
pri-mary@yandex.ru

ПРИЧИНИ ПАСИВНОЇ УЧАСТІ ОСОБИ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ

Участь в політичному житті є не лише показником рівня політичної свідомості та політичної культури суспільства, а й важливою умовою самовизначення та самоідентифікації людини як суб'єкта політичного процесу. Залученість до політичного життя може проявлятися з різною інтенсивністю: одні люди лише читають про політику в газетах, дехто реагує на політичні події та обговорює політичні проблеми, а також приймає участь у голосуванні, а інші – є активними учасниками політичного життя та виявлять найвищий рівень політичної активності. Рівень залученості до політичного процесу залежить від багатьох чинників – різних соціальних та психологіч-

них характеристик, таких як рівень освіти, доступу до інформації, матеріального забезпечення, соціального статусу, внутрішніх потреб і мотивів людини, її цінностей, орієнтацій, установок та переконань.

Однією з форм політичної участі, яка передбачає низький рівень включеності в політичний процес є абсентеїзм. Під абсентеїзмом прийнято вважати ухилення громадян від участі у політичних процесах, насамперед у голосуванні на виборах. Явище абсентеїзму існує у будь-якому суспільстві, але все більше його поширення свідчить про кризу легітимності політичної системи, її норм та цінностей.

Однією з причин, яка призводить до втрати інтересу до політичного життя є надзвичайно низький рівень довіри основної маси населення до основних політичних інститутів, до основних гілок влади та політичних лідерів, які їх персоніфікують. Розчарування та песимізм, який виникає у масовій свідомості є наслідком невмілих реформ, нездатності політиків змінити ситуацію в позитивну сторону. Усе це ще більше підсилюється зниженням життєвого рівня населення, зростанням корупції серед чиновників та політиків, втратою партіями свого основного призначення, коли вони замість вираження волі та інтересів народу перетворюються на знаряддя захоплення влади олігархією, що веде до втомленості виборців від політичних гасел та обіцянок та зростання недовіри більшості громадян до діючої влади.

На спад політичної активності громадян може впливати і відчуття ними незначущості своєї ролі в політичному процесі, усвідомлення неможливості вплинути на процес розробки та прийняття політичних рішень.

Сучасні особливості політичної участі громадян породжують також історико-політичний досвід держави, попередній політичний режим, який передбачає засоби для виховання певної політичної культури.

Важливу роль в умовах перехідного суспільства відіграє відсутність чітко сформованої системи громадянського суспільства та недостатній рівень здатності громадян до самоорганізації, яка, в свою чергу, породжує потребу у лідері, веде до розростання бюрократичного апарату, зростання напруги, нерозуміння, недовіри між владою та народом, емоційного відчуження виборців від влади. Недостатньо виражене забезпечення громадянських свобод та створення організаційних умов участі є основними причинами політичної апатії.

Ще однією невтішною тенденцією сьогодення є те, що люди у процедурі виборів не бачать механізму впливу на своє життя, не завжди здатні розібратись в політичних обіцянках кандидатів та раціонально обумовити свій вибір, саме тому дуже часто голосують за підказкою або ж взагалі ігнорують вибори.

Причиною пасивної участі особи можна також назвати і таку рису як індивідуалізм, який призводить до того, що людей турбують не суспільні справи, а лише їх власні. Головним стає є успішність у занятті власною справою та повноцінне забезпечення власного життя, як правило, без втручання у політику. Люди подібного типу обмежують свою політичну діяльність участю у виборах, референдумах. Більш активна участь та включення

у політичну діяльність для людей такого типу відбувається у випадку, коли їх існування чи діяльність зазнають обмежень та тиску з боку чинної влади.

Високий рівень задоволення своїх власних інтересів також може призвести до втрати інтересу до політики. Можливість громадян самостійно вирішувати свої проблеми, особисто відстоювати власні інтереси може породжувати відчуття непотрібності політики і, навпаки, загроза власним інтересам зі сторони більш впливових груп породжує необхідність звернутися до сфери політики як засобу захисту своїх інтересів.

Для сучасних західних демократичних держав проблема політичного відчуження у вигляді спаду політичної активності стає дедалі актуальнішою. Це обумовлено кризою масової свідомості, конфліктом цінностей, відчуженням більшістю населення від влади та недовірою до неї. Більшість втратила віру у власні можливості, віру в те, що можуть вплинути на політичні процеси, вважають, що політичні рішення приймаються незалежно від їх участі у голосуванні та інших політичних подіях та акціях.

Для сучасного українського суспільства характерним є помірний, не дуже виражений інтерес громадян до політики, низький рівень залученості в організовані форми політичної активності, невисокий рівень політичної обізнаності, політичної компетентності та низька політична ефективність, а також надзвичайно низький рівень довіри більшості громадян до основних політичних інститутів та політичної еліти.

Отже, в таких умовах відчуження влади, необхідним стає реорганізація політичної системи, що передбачатиме відродження основної функції політичних партій як вираження інтересів громадян; високий рівень політичної відповідальності; утвердження та розповсюдження засад громадянського суспільства, надання громадським організаціям широких повноважень впливу та контролю за владою.

Залучення громадськості є важливим елементом демократії. Демократія потребує активних громадян, оскільки саме через обговорення, зацікавленість з боку населення та участь у політичному житті повинні визначатися та втілюватись суспільні цілі у демократичній державі. Без широкої участі, відповідно, забезпечення участі громадян у прийнятті політичних рішень неможливо досягнення суспільної згоди та утвердження засад громадянського суспільства.

Д.Ю. Раїмов, студ., КНУТШ, Київ
info@mpm.org.ua

ПОЛІТИЧНІ ЧУТКИ ЯК РІЗНОВИД ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО

Нашою гіпотезою є твердження, що політичні чутки являються важливим фактором формування суспільної думки та впливу на соціально – політичні процеси в Україні.

Політичні чутки в Україні виступають такою ж ефективною системою передавання інформації в українському суспільстві, як і телебачення,

радіо та друковані засоби масової інформації. Проте важливою особливістю політичних чуток є форма їх передачі. З одного боку – це міжособистісна передача від одного члена суспільства іншому. З іншого боку – ретрансляція усіма видами засобів масової інформації: подання чуток як офіційних новин, або у форматі "в кулуарах говорять", "з наближених джерел повідомляють".

Причинами для цілеспрямованого використання політичних чуток виступають наступні позиції. По – перше, низьке покриття території України телебаченням та інтернетом. Відсутність у селах (невеликих містах), в яких проживає велика кількість українців, достатньої кількості джерел інформації провокує до кристалізації однобічних точок зору, що знаходять прояв у чутках на рівні міжособистісного спілкування. По – друге, емоційна насиченість чуток відрізняється від журналістського тексту та офіційних повідомлень влади, чим є сприятливішою для сприйняття. Психологічно політичні чутки є емоційніші, являючи собою придатний ґрунт для колективної творчості: політичних жартів (анекдотів), позитивно та негативно – емоційних історій.

Важливою характеристикою політичних чуток, що відрізняє їх від інших, це їх прояв не лише в усній формі, а й в письмовій. Дослідження політичних чуток є можливим на високому рівні, так як друковані засоби масової інформації, так само як і телебачення та радіо, використовують політичні чутки для формування стрічки новин на день. Так використання словосполучень "джерела повідомляють", "у кулуарах говорять", "стало відомо", "ходять чутки, що.." при аналізі щоденних газет (розділ "політика та суспільство") використовуються постійно для підтвердження тих чи інших точок зору. Психічний склад українців, з точки зору Олега Покальчука [Покальчук О. Тремтячі Еліти. – К.: Форзац, 2011. – С. 69], настільки сприятливий для сприйняття такої інформації, що вона проходить в глибини людської психіки без перевірки на достовірність.

Важливими умовами, що сприяє виникненню та розповсюдженню політичних чуток, являється ті, що створюють в суспільстві стан невизначеності та невпевненості, підвищують тривожність людей. В таких умовах люди не можуть в повній мірі зрозуміти і спрогнозувати ступінь небезпеки, ситуацію в цілому. Нестабільна політична ситуація в Україні, економічний спад як чинник впливу на суспільні процеси є позиціями, які підсилюють тривожність членів суспільства.

Причиною появи політичних чуток також виступають дефіцит інформації, або обтяженість інформаційних потоків офіційними повідомленнями владних структур. Якщо система офіційних комунікацій не дає відповідей на поставлені питання, або офіційні повідомлення не є такими, що є вичерпними, члени суспільства і цілі соціальні спільноти заповнюють інформаційний вакуум інформацією, базованою на власному досвіді та звичних уявленнях. Інформаційний вакуум активно заповнюється недостовірною інформацією, що призводить до витіснення з інформаційного поля офіційних повідомлень та кристалізації недостовірних повідомлень у новини різними засобами масової інформації.

Важлива роль у продукуванні чуток у сучасному динамічному суспільстві відведена соціальним мережам та інтернету. Під соціальними мережами в першу чергу розуміються ряд каналів для постійної взаємодії членів однієї соціальної групи, та представниками однієї соціальної групи з членами інших соціальних груп. Соціальні мережі стають первинним джерелом інформації, в більшості своїй є незалежними від офіційних джерел інформації (що транслюється органами державної влади [Бард А., Зодерквіст Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. – Стокгольмская школа экономики в Санкт–Петербурге, 2004]).

Проблема політичних чуток є досить актуальною в рамках процесу втрати довіри до офіційних і традиційних джерел інформації та активізації практикуючих експертів у сфері управління політичними чутками. Несвідоме використання чуток, неусвідомлене прагнення людей зменшити власне психічне напруження, невдоволення владою продукують деструктивні чутки. Розробка проблематики політичних чуток, розгляд даної теми з точки зору сучасних джерел інформації та комунікаційних процесів, надасть можливість по – новому поглянути на процес формування громадської думки.

О.М. Романенко, студ., КНУТШ, Київ

ВПЛИВ ПОЛІТИЧНОГО РІШЕННЯ НА РОЗВИТОК ПОЛІТИЧНОЇ СИТУАЦІЇ

Дослідження політичного рішення є закономірним результатом попереднього розвитку політичної науки та досліджуваних нею питань. Незалежно від трактовки предмету політології – влада, держава, політична культура – у будь-якому випадку політичне рішення включене в проблематику політології. Влада та її здійснення обов'язково передбачають політичні рішення **як акти державної волі, що транслюються з верхніх рівнів влади до підпорядкованих.**

Політичне рішення – це акт, здійснюваний суб'єктами політичного процесу (політичними лідерами, керівними органами), у якому на основі аналізу інформації, існуючих інтересів, потреб, можливостей їх задоволення формулюються завдання, обов'язкові для членів даної соціальної спільності. Політичне рішення націлене на організацію практичної діяльності заради досягнення мети, на погодження функціонування окремих ланок соціальної системи. Сам факт рішення, ще до дій щодо його реалізації, вже є певним декларуванням. Прийняття рішення, окрім очевидного, формально зафіксованого змісту, містить вказівки на можливі методи здійснення та потенційні наслідки від його реалізації, а також наслідки, викликані методами такої реалізації.

Слід зазначити, що політична ситуація після факту прийняття рішення готова до багатовекторної зміни. Адже рішення торкається не тільки тієї частини об'єкта владного регулювання, на яке воно безпосередньо націлене, а й об'єкта в цілому. Прийняте політичне рішення стає новим елемен-

том системи політичного процесу, викликаючи всі відповідні системні зміни. Політичну ситуацію слід розуміти як сукупність умов та обставин, які створюють певну політичну обстановку, становище. Політична ситуація характеризує політичний стан суспільства на даний момент розвитку і є результатом збігу певних умов та обставин, взаємодії політичних сил. Вона виникає як результат невирішення політичної проблеми чи групи проблем.

Державна влада як джерело політичного рішення провокує можливий розвиток ситуації. Залежно від типу рішення влада впевнена або не впевнена в контролюванні ситуації, або ж має надії на контроль. Здатність влади до контролю залежить від ставлення до прийнятого рішення, опозиційних політичних сил і впливу опозиції на суспільний настрій. Від владних ресурсів опозиції та від техніки їх використання залежить форма контрреакції на факт рішення: відгуки в пресі, марші протесту, страйки, хвилювання тощо. Тобто система взаємовідносин і дій влади й опозиційних політичних сил може або ускладнювати, або стабілізувати, або ж взагалі не торкатися деякої вже створеної політичної ситуації.

Прийняте політичне рішення задає новий зміст ситуації тому, що воно існує як законне волевиявлення влади, якому повинні підкорятися всі учасники ситуації незалежно від оцінки рішення. Рішення – це закон, який може обговорюватися, критикуватися, але не може порушуватися. Так як державні закони не можуть бути порушені взагалі, то завдяки цьому й не може бути порушена законність прийнятого рішення.

Прийняте політичне рішення значно коригує ситуацію до та після свого прийняття. Якщо до вирішення проблеми, яка створила ситуацію, не було ще прийнятого адекватного рішення, то вона могла розвиватися за різними варіантами, експлуатуватися різними політичними силами, і це не було протизаконним, то після прийняття рішення влада задає свій варіант розвитку ситуації, і ряд дій, що не підтримують рішення влади, можуть бути кваліфіковані як незаконні. Політичне рішення проводить межу між законною й незаконною поведінкою в тій чи іншій ситуації.

Розвиток політичної ситуації залежить від того, наскільки прийняте рішення звичне та зрозуміле, тобто традиційне для суспільства чи наскільки воно модерністське. Оскільки голосування є як основним механізмом узгодження в демократичних суспільствах, так і головним засобом інституціоналізації конфліктів між різними групами, то прийняте голосами більшості рішення відображає перевагу традиційної чи модерністської групи та рішення ціннісного конфлікту на користь консерватизму чи новачійності. Однак і у випадках перемоги модерністських сил відірвані від традицій та схильностей суспільства рішення можуть ускладнювати політичну ситуацію. На думку С.М. Липсета, у стабільних демократичних державах рішення традиційного типу зустрічають більшу підтримку населення, ніж політичні новації [Воробьев С.А., Марьин С.А., Пономаренко О.С. Теория принятия решений. Классические подходы: Учеб. пособие для студ. спец. "Интеллектуальные системы обработки информации принятия решений". – Х.: ХТУРЭ, 2000. – С. 123].

Однак у державах зі стійкою загальною політичною традицією навіть модерністські рішення направляються в традиційне русло через символи,

політичні ритуали, політичну лексику тощо. Таким чином, нова політична ситуація контролюється діючою чи створюваною традиційністю рішення.

Отже, безумовно, прийняття політичного рішення впливає на розвиток політичної ситуації. Міра впливу залежить від типу рішення, розстановки та орієнтації різноманітних політичних сил, ставлення суспільства до існуючої влади в цілому або до її лідерів. Політичне рішення є наслідком попереднього розвитку політичної ситуації та відповіддю на цей розвиток, але водночас політичне рішення є витоком подальшого політичного розвитку, оскільки воно вносить нові елементи в ситуацію, переорієнтовує її рух.

Т.В. Семигіна, канд. політ. наук, доц., НаУКМА, Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ ОХОРОНИ ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я: МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА АКСІОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ

Упродовж останніх десятиліть політологи та інші вчені спостерігають різнопланові зміни в політиці охорони здоров'я, наприклад, пошук нових і кращих шляхів організації та фінансування медичної галузі. У багатьох країнах система медичного обслуговування переживає кризу й фінансову скруту, і це змушує уряди вдаватися до переоцінки існуючих підходів, що потребує відповідного науково-аналітичного супроводу.

Прикладні дослідження відіграють важливу роль у вдосконаленні політики в певному секторі. Можливість упровадження методів аналізу політики у практику загальнонаціональних та регіональних органів влади досліджувалася багатьма науковцями, серед яких чільне місце посідають В.°Романов, О.°Рудік, Т.°Брус, В.°Тертичка та ін. Ця тематика є предметом наукового розгляду в зарубіжній політологічній літературі, наприклад у роботах К.°Вайс, М.°Говлета та М.°Рамеша, Л.°Пала та ін. Проте їх доробки пропонують загальні концептуальні підходи до оцінювання політики й не беруть до уваги особливості цієї сфери, які поклика- на врегульовувати певна програма чи політика.

Мета цієї публікації полягає у визначенні особливостей та обмежень аналізу політики у сфері охорони громадського здоров'я.

Основне призначення аналізу політики охорони здоров'я полягає в поліпшенні функціонування системи охорони здоров'я та підвищенні результативності програм охорони здоров'я населення. Адже матеріальні ресурси на сферу охорони здоров'я зазвичай обмежені, а кількість проблем, що потребують уваги та вкладень, майже безмежна, урядові та інші структури змушені звертати увагу на ефективніші проекти та програми.

У зарубіжній та вітчизняній науковій літературі із аналізу політики пропонується чимало методів і стратегій здійснення прикладних досліджень. Проте не всі вони можуть бути рівноцінно використані для вивчення політики охорони громадського здоров'я.

У закордонній практиці застосовують "трикутник політики охорони здо- ров'я", запропонований у 1990-х роках британською дослідницею Д.°Уолт.

У межах цієї моделі політика охорони здоров'я вивчається за такими параметрами: 1) зміст (цілі і пріоритети політики, засоби політики, за допомогою яких розв'язуються певні проблеми, правове забезпечення і регулювання певного напрямки політики); 2) гравці (суб'єкти політики, залучені до різних етапів політичного процесу, їхні інтереси та ступінь впливу на ухвалення та реалізацію політичних рішень; групи інтересів; політичні мережі тощо; механізми і форми застосування суб'єктами політики політичної влади); 3) процес (порядок вироблення, ухвалення та впровадження політичних рішень); 4) контекст (особливості економічної, політичної та культурної ситуації, що є дотичними до політики, яка аналізується) [Walt G., Gilson L. Reforming the health sector in developing countries // Health Policy and Planning. – 1994. – № 9 (4). – P. 353–370].

Деякі сучасні дослідники, як-от Т.°Коллінс, пропонують застосовувати для аналізу політики охорони здоров'я дещо спрощений підхід: вивчати процес політики та її зміст, переважно з огляду на наслідки політики та впливи на стан здоров'я населення [Collins T. Health policy analysis: a simple tool for policy makers // Public Health. – 2005. – Vol. 119. – Issue 3. – P. 192–196]. Однак, цей більш прагматичний підхід видається придатним для поточного, операційного аналізу.

Визначення успішності або неуспішності програми у сфері охорони громадського здоров'я – досить складне завдання. Наявні різноманітні умови, які створюють перешкоди або проблеми на шляху успішного оцінювання політики, зокрема: проблема невизначеності вихідних даних програми чи політики, проблема атрибуції, розпорошеність впливів політики, брак можливості оцінити довгострокові впливи політики (результати оцінювання можуть не врахувати низку довгострокових ефектів програми, спрямованої на зміну стану здоров'я).

У багатьох випадках, здійснюючи оцінювання політики охорони здоров'я, фахівцям доводиться користуватися даними інших досліджень, проведених не з метою оцінки програми чи політики, і вдаватися до вторинного аналізу результатів. Крім того, у сфері охорони громадського здоров'я методи збирання інформації дещо відрізняються від традиційних політичних чи соціологічних. Обумовлено це природою програм охорони здоров'я, для оцінювання яких потрібно мати перевірені, доведені показники змін, наприклад, у стані здоров'я населення, у поведінкових практиках людей тощо.

Слід також розуміти, що на оцінку ефективності політики суттєво впливають цінності тих, хто визначає, наскільки та чи інша програма в галузі охорони громадського здоров'я досягає своєї мети, має позитивний суспільний вплив. Так, для утилітаристів важлива турбота про економічну ефективність (нерівність в отриманні послуг охорони здоров'я прийнятна, якщо вона є ефективною). Егалітарні ліберали в основу своєї політичної платформи закладають повагу до права людини на охорону здоров'я та прагнення досягти рівності в отриманні послуг (ефективність при цьому вторинна). Комунітаристи можуть не поцінювати рівність та ефективність системи охорони громадського здоров'я, якщо

вони суперечать чеснотам і цінностями громади. Відтак оцінка політики набуває суб'єктивного характеру і почасти залежить від поглядів самого дослідника, його проліберальних, радикальних, націоналістичних чи інших настанов та цінностей. Більше того, програми в певній сфері (подолання епідемії ВІЛ/СНІДУ, наркоманії, туберкульозу) часто формуються з огляду на **культурні та ідеологічні чинники, і одна й та сама інформація щодо впровадження програми може трактуватися з огляду на рівень прихильності до певних заходів із протидії епідемії.**

Отже, здійснюючи оцінювання політики охорони громадського здоров'я слід не лише обирати адекватний інструментарій для аналізу, а й розуміти проблеми встановлення причинно-наслідкових зв'язків, складність урахування довгострокових впливів політики, що повною мірою притаманне політиці охорони громадського здоров'я, певні викривлення та обмеження наявної статистичної інформації, ціннісно-орієнтований підхід до визначення цілей та результатів політики охорони громадського здоров'я.

А.С. Сніжко, асп., КНУТШ, Київ
sneg_bio@yahoo.com

ПЕРЕВАГИ МІЖСОБИСТІСНОЇ ПРОПАГАНДИ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПОЛІТИЦІ

XXI сторіччя позначене становленням інформаційного суспільства та формуванням нових політичних реалій, в яких суб'єкти політики (партії, виборчі блоки, кандидати) з метою здобуття влади активно взаємодіють із об'єктами (виборцями).

Подібні відносини здійснюються в рамках політичної комунікації, одним з проявів якої є *пропаганда – діяльність, що передбачає системне поширення, поглиблене роз'яснення поглядів, ідей, теорій та забезпечує формування у суспільстві певних настроїв, з метою максимального розширення кола прибічників відповідної ціннісної системи* [Політологічний енциклопедичний словник / Упор. В.П. Горбатенко. – К.: Генеза, 2004. – С. 544–545].

Пропагандистська діяльність завжди чітко регламентована та має визначену ієрархію, яку описують класичні моделі політичної комунікації, серед яких вирізняють "однорівневу" або *пряму (лінійну)* та "дворівневу" або *непряму*. Перший тип полягає у безпосередній передачі інформації від політика до електорату через засоби масової інформації (ЗМІ) та комунікації (ЗМК) [Гнатюк О.Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Лассуэлл (1902-1978) // Актуальные проблемы теории коммуникации: Сб. науч. труд.. – СПб., 2004. – С. 12]. Проте Е. Бернейс запропонував відкорегувати схему "Політик-ЗМІ-Народ", інтродукуючи в цей ланцюг ще одну ланку – "спеціальних адвокатів", "ключових людей, які користуються авторитетом для сотень чи тисяч, чи сотень тисяч послідовників" [Bernays E.L. Propaganda. – New York: Horace Liveright, 1928. – Р. 18, 26–27]. Згодом П. Лазарсфельдом

була розроблена *нелінійна або "дворівнева" комунікаційна модель*, яка передбачає, що інформація проходить через ще один рівень – *"лідерів громадської думки"* або *"інтермедіаріє"* [Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial // Nombre Falso. – 1962. – Edic. 3. – <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=73>].

Така схема ретрансляції даних знайшла ефективне застосування у локальних групах, у кожній окремо взятій громаді, де здійснюються так звані "мікрорівневі" комунікації або міжособистісні спілкування, які реалізуються за допомогою агентів впливу – комунікабельних, авторитетних людей з високим соціальним статусом в громаді (сільський голова, поштар, лікар, директор школи, вчитель, завідувач кафедри, голова профкому, керівник гуртка чи житлового об'єднання). Такі люди на рівні особистих контактів, взаємної довіри, використовуючи "зрозумілу мову", активну жестикуляцію, міміку здатні легко переконати (або підштовхнути у напрямку вказаному генеральним джерелом інформації) членів свого оточення. Перебуваючи прихильником певної політичної сили, кандидата чи ідеї, через "задушеву бесіду" зі своїм оточенням, ці інтермедіарії неусвідомлено поширюють психо-інформаційний вплив на співрозмовників.

В сучасній політичній практиці України домінує масова "однорівнева" пропаганда. У вітчизняній політиці простежується недооцінка *нелінійних* комунікацій. Проте заполітизоване суспільство, втомлене постійними виборчими кампаніями, референдумами, мітингами, швидко байдуже до примітивних, одновекторних політичних технологій та схем. Зростає недовіра до офіційних державних або партійних джерел масової інформації.

Відтак стає потреба посиленого використання *"дворівневої"* комунікаційної моделі (а в ідеальному варіанті – до їх гармонійного поєднання). Її переваги особливо очевидні у сільських місцевостях, згуртованих професійних групах, громадських та неформальних об'єднаннях, де міжособистісні контакти – "очі в очі", "від дверей до дверей" – сприяють ефективному та маловитратному пропагуванню політичних, економічних соціальних чи культурних ідей.

М.О. Солодар, студ., КНУТШ, Київ
MSolodar@ukr.net

ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОАНАЛІТИЧНОГО МЕТОДУ У ПОЛІТИЧНОМУ АНАЛІЗІ

Особливий внесок до вирішення проблеми недостатності обґрунтування політичних процесів раціональними чинниками належить психоаналізу.

Як специфічний спосіб мислення, психоаналіз, мав значний вплив на соціально-політичну думку від моменту свого виникнення. Початок використання даного методу для дослідження політичних явищ було покладено З. Фрейдом, котрий розглядає його як спосіб прогнозування, виявлення та уникнення суспільних конфліктів, породжених безсвідомо.

ними факторами. Згодом метод все частіше застосовувався для аналізу політичних подій. Найвідомішими з таких спроб є дослідження природи нацизму та психоаналітичний портрет постаті А. Гітлера, здійснені Е. Фромом. Пізніше ряд вчених (К. Хорн, Т. Баурідл та ін.) виступили проти зведення психоаналізу до індивідуальних терапевтичних практик, відстоюючи доцільність застосування його в політичних цілях.

Значний вклад зроблений психоаналізом до розуміння суті феномену мас та вождів, що ґрунтується на уявленнях про глибинний устрій психіки та моделі людської особистості, один зі структурних елементів якої – Над-я – ототожнюється з суспільними та державними інститутами, їх лідерами. У своїй концепції політичного лідерства засновник психоаналізу показав внутрішні механізми роботи психіки, що дозволяють людині відмовитись від ідеалу "Я" та замінити його масовим ідеалом, що ототожнюється з суспільними та державними інститутами та їх лідерами. Дані напрацювання сьогодні широко використовуються для аналізу процесів, пов'язаних з функціонуванням державних інститутів, моделями поведінки на виборах та при прийнятті політичних рішень. Чи не найбільший доробок становлять дослідження щодо політичного лідерства, в аналізі якого існує два основних напрямки: психобіографічний та психоісторичний. Головною метою обох течій є визначення істинних мотивів політичної діяльності, на базі яких може бути здійснене інтерпретування та прогнозування їх подальшої поведінки.

Важливий внесок до аналізу політичних процесів був здійснений завдяки висвітленню природи центральної категорії політики – природу влади, механізм якої обґрунтований за допомогою введених психоаналізом понять "переносу" та "ідеалізації".

Вагомою є роль психоаналізу в дослідженні політичних конфліктів та пошуку оптимальних шляхів їх врегулювання. Представниками цього напрямку було сформовано ряд політичних категорій, зокрема феномену "загального ворога" та концепції "взаємних гарантій". Апробація набуток психоаналізу у цій сфері відбулась, зокрема, у процесі підготовки Кемп-Девідських угод, що стосувалися виведення ізраїльських військ з території Синаї та створення палестинського самоврядування в секторі Газа. До роботи над ними було залучено провідних психоаналітиків, котрими було розроблено психотерапевтичні техніки соціальної терапії.

Цікавим у даному контексті є метод психоаналітичної супервізії, котрий дозволяє визначити залежність конкретного психоаналітика від суспільно-політичної системи, вплив його громадської позиції на результати його досліджень. Даний метод є способом мінімізації суб'єктивних чинників при політичному аналізі.

Таким чином, переваги психоаналітичного методу полягають у врахуванні ірраціональних факторів політичної діяльності. Висвітлюючи природу центральних явищ політики: принципи формування маси, політичного лідерства, механізму влади, утворення та функціонування держави ті ін., психоаналіз стає необхідним елементом аналізу політичних явищ. Саме тому надзвичайно актуальним є введення до вітчизняної політичної науки здобутків даного напрямку, як методу аналізу політичних процесів.

МОВНІ МАНІПУЛЯЦІЇ У ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ

З інформаційними маніпуляціями межують мовні маніпуляції, що використовуються як один із інструментів перших. Від обраного стилю подачі залежатиме ставлення громадськості до певної події, а отже, гіпотетично і її дії.

У ситуації існування багатьох альтернативних, залежних від різних об'єктів, джерел інформації розпізнати мовні маніпуляції неважко [Николаева Т. Лингвистическая демагогия // Прагматика і проблемы интенциональности. – М., 1988]. Проблема у тому, що споживачі переважно консервативні, користуються інформацією з одного-двох джерел, не збільшуючи коло надходження інформації і не порівнюючи сутність повідомлень, потрапляючи таким чином під вплив маніпуляторів.

Ефективний прийом таких маніпуляцій – будувати речення з невідзначеним підметом "вони": "В уряді вважають...", "Є думка...", "Кажуть, що...". Також маніпулятори можуть робити висновки за допомогою узагальнень дій, імен, ситуацій [Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – Киев: Орианы, 2003. – 500 с.].

Величезна робота зі створення спеціальної мови для повідомлень преси була проведена в США під час війни у В'єтнамі. Були складені цілі словники (тезауруси) для позначення тих або інших явищ та дій, які справляли на читача потрібне враження (у лінгвістичних працях перераховуються й принципи підбору слів). Деякі дослідники вважають, що була штучно розроблена "субмова", яка отримала назву "в'єтлійської" (Vietlish, Vietnam English). Так, з 1965 р. воєнні дії у В'єтнамі називалися в пресі "програмою умиротворення".

Створення штучної мови відбувається у двох напрямках. У першому шукається прийнятне по денотації слово. Вибираються слова, у денотації (діапазоні значень) яких є й такі, що можуть давати означення потрібному явищу, навіть якщо це одне з багатьох значень слова, яке дуже рідко вживається. Але воно існує, і не є прямою неправдою. Слова "умиротворення" та "війна" можуть входити до одного діапазону значень, відтак замість слова "війна" вживається "умиротворення".

Другий вплив слова – конотація, тобто ті асоціації, які виникають під час промовляння або прочитання слова. Особливу роль в пропаганді займає слово "стриманість". Конотація його ефективна для пропаганди. В 1972 р. у зверненні до народу президент Р. Ніксон заявив: "Упродовж всієї війни США проявляли безпрецедентну як для військових стриманість".

Другим ключовим поняттям було словосполучення "захисна реакція". Наприклад, бомбардування Північного В'єтнаму в лютому 1972 р. (139 нальотів) називалося "захисною реакцією". Під час в'єтнамської війни були розроблені методи побудови складних політичних евфемізмів. Це вже не окремі слова та поняття, а великі мовні конструкції з чітко визначеними ефектами впливу на свідомість.

З мови були виключені всі слова, які викликають негативні асоціації: війна, наступ, зброя для знищення живої сили. Замість них запровадили нейтральні слова: конфлікт, операція, пристрій (antipersonnel device). Мертві зони, в яких діоксином знищили рослинність, називалися "санітарними кордонами", звичайні концтабори – "стратегічними селищами". Було заборонено використання величезної кількості звичайних слів. Схожі технології використовувала і радянська влада під час військових дій в Афганістані.

Політичні евфемізми, які маскують справжню суть явищ, створюються й за допомогою термінів. Це спеціальні слова, що мають точний зміст, причому аудиторія чітко розподіляється на тих, хто знає точне значення терміна, і на тих, хто не знає.

Але головне, що терміни мають значний вплив на свідомість, оскільки опираються на авторитет науки.

Заміна слів і понять політичними евфемізмами як ціла технологія призводить до явища, яке афінський історик Фулідід назвав корупцією мови. Будучи свідком занепаду Афін, він залишив опис корупції як найважливішої ознаки цього занепаду. Серед інших видів корупції він особливо виділив саме корупцію мови – значення слова почали змінюватись до протилежних. Різні партії стали використати те саме слово в різних значеннях.

Важливий метод у вивченні маніпуляції за допомогою психоаналізу відкрив Джеймс Вайкері. Він вивчав вплив слів (семантики) на підсвідомість. Наприклад, на підсвідомість сильно діє слово "життя" і похідні від нього, зокрема приставка "біо". Існує багато прикладів використання цього явища у рекламі ("Крамниця життя", "Біонормалайзер", "Біомаса" і т.д.)

Знайдені прийоми й методи в області реклами були потім перенесені в політику. Найбільшу популярність Вайкері принесло відкриття "сублімінальної", (тобто підсвідомої) реклами або сублімінального кіно. Відомо, що сприйняття людини має поріг (обмеження). У свідомість людини надходять лише ті сигнали, які за своєю силою та тривалістю перевищують деякий поріг, а інші, слабкіші й короткострокові сигнали (шуми) відсіваються і віддруковуються у підсвідомості. Під час годинної демонстрації фільмів Вайкері на мить (0,003 секунди) проектував на екран слова "Кока-кола" й "Їжте поп-корн".

Ці сигнали були нижчі за поріг сприйняття, оскільки свідомість фіксує образи, які затримуються не менше 0,05-0,06 секунди. Але око їх бачило, і вже за годину після таких сеансів продаж кока-коли у буфеті зростав на 16 %, а поп-корну на 50 %. Для реклами подібних продуктів ефективність була безпрецедентною. Фахівці побачили в цьому відкритті величезні можливості маніпуляції поведінкою людини взагалі. Незабаром після відкриття Дж. Вайкері дослідження в цьому напрямі майже зникли з відкритого друку.

Спираючись на сформований тип мислення людини маси, засоби масової інформації стали найважливішим фактором зміцнення цього типу мислення.

ЗМІ привчили людину мислити стереотипами й поступово знизили інтелектуальний рівень повідомлень так, що перетворилися на так званий "інструмент притуплення".

Отже, можна зробити висновки: правильно підібрані слова і тон є основою вдалої маніпуляції. Аудиторія реагує не стільки на зміст слів, скільки на самі слова. Вони сприймаються на рівні підсвідомості. Слова можуть впливати як на розум, так і на волю й бажання, коли цього бажає маніпулятор.

Однак можливості мовних маніпуляцій обмежені масовою свідомістю, сформованими стереотипами і поглядами людей. Відповідно перешкодами для маніпулювання можуть стати власний досвід людей та неконтрольовані політиками системи комунікацій.

І.В. Супрунюк, студ., КНУТШ, Київ
bagira_5@ukr.net

КОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПОЛІТИКИ ЯК МЕТОД ПОЛІТИЧНОГО АНАЛІЗУ

Когнітивне моделювання політики – це метод, в основі якого лежить аналіз комунікативних потоків, на підставі чого розробляються сценарії або ж передбачається майбутня поведінка політичного лідера. Мова йде про пошук структур, у рамках яких відбувається реальна переробка інформації людиною.

Методика когнітивного картування народилася в рамках одного із провідних напрямків сучасної психології – так званої когнітивної психології. Когнітивна психологія концентрує свою увагу на особливостях організації, динаміки й формування знань людини про навколишній світ. Прихильники когнітивного підходу вважають, що подібним шляхом можна пояснювати поведінку особистості в різних ситуаціях і що когнітивне картування дозволяє з високим ступенем імовірності прогнозувати вибір політика. Мова йде про пошук у структурі людського мислення пізнавальних базових конструкцій, у рамках яких відбувається осмислення реальної інформації. Інакше кажучи, аналітичний підхід з позицій когнітивного картування формулюється переважно як пошук кореляції між лінгвістичними структурами тексту й структурами смислових уявлень автора [Боришполець К. Методы политических исследований: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 221 с.]. Когнітивний підхід багато в чому є міждисциплінарним, а сама методика когнітивного картування містить у собі ряд категорій і елементів, перейнятих з декількох наукових дисциплін. Зокрема, із психології запозичена ідея балансу індивідуальних пізнавальних конструкцій, зі статистики – правила інтерпретації кількісних характеристик когнітивної карти. Крім того, при аналізі комплексної структури взаємозв'язків змінних використовуються такі поняття з математичної теорії графів, як "ланцюги" і "цикли".

У західних дослідженнях, заснованих на когнітивному підході, звичайно виділяється п'ять типів зв'язків, за допомогою яких людська свідомість (cognition) і персональні переконання політичних лідерів можуть впливати на зовнішню й світову політику. До них відносяться: певний

зміст переконань і поглядів, їх організація й структура, загальні моделі – "перцепції" сприйняття (у тому числі, місперцепції – перекручене, не-правильне сприйняття), когнітивна ригідність – твердість (або гнучкість) у відношенні до змін обстановки, а також безпосередній вплив людської психіки на процес прийняття політичних рішень.

Запропоновано два варіанти такого підходу: когнітивне картування й операційне кодування. Когнітивна карта являє собою графічну репрезентацію, де представлені політичні альтернативи, різноманітні причини й наслідки, мету. Усе це зображене графічно у вигляді вузлів, зв'язаних між собою стрілками. Сучасні дослідники вважають подібний когнітивний стиль певним "гіпотетичним конструктом", який може пояснити перехід від стимулу до реакції, описуючи те, як індивід концептуально організовує модель реальності. Когнітивна карта – це спосіб репрезентації мозкових структур, орієнтований на конкретну проблему, що й дозволяє моделювати процес мислення політика при обмірковуванні ним дії, яка сприяє ідентифікації майбутніх подій. Тобто на підставі ухвалення рішення в минулому, визначення вирішальних факторів, що сприяють прийняттю того або іншого розв'язку, моделюється й передбачається майбутнє рішення політика. Когнітивне картування пропонує пояснення/прогнозування вибору політика. Когнітивні карти розподіляються на індивідуальні й групові (являють собою агрегування декількох індивідуальних карт із метою зіставлення єдиної карти, наприклад, фракції політичної партії) [Дехтярев А. Политический анализ как прикладная дисциплина: предметное поле и направление разработки // Полис. – 2004. – № 3. – С. 126].

Когнітивне картування так само, як і інші прикладні методики, може бути спрямованим і неспрямованим. При спрямованому когнітивному картуванні аналіз персоніфікованої текстової інформації "виводить" на певні стійкі характеристики мислення, характерні для автора тексту (наприклад, схильність звертатися до минулого історичного досвіду або оперувати прогностичними судженнями, проявляти твердість або конформізм у кризових ситуаціях і т.д.), які надалі інтерпретуються дослідником. При застосуванні неспрямованого варіанта методики виявляється "набір цінностей" (список основних понять), які використовуються автором тексту, оцінюється його широта й ступінь глибини опрацювання понять, перевага збалансованих логічних конструкцій або емоційних тверджень.

Бонхам і Шапіро застосували трансформацію вихідних текстів у форму простого твердження типу: каузальний концепт (звичайний підмет, відіграє важливу роль у формуванні предметного змісту тексту: наприклад – війна, мир, співробітництво т.д.) – концепт впливу або вербальне зв'язування (дієслово, дієприкметник, дієприслівник або група членів речення: підтримати, зруйнувати) – концепт мети (збереження або зміни існуючого стану речей). Каузальні концепти й концепти впливу класифікуються залежно від їхнього змісту, квантифікуються й оцінюються відповідно до правил, прийнятих у когнітивному картуванні. У підсумку виявляються стійкі когнітивні блоки, що відображають уявлення конкретного актора про те, як "концепт, тобто суб'єкт А" впливає або не впливає на "концепт, тобто суб'єкт В". На основі

цього аналітик може робити найрізноманітніші висновки й, насамперед, формулювання висновку щодо важливих або не важливих подій певного типу в прийнятті конкретного політика [Морозова В.Н. Методи політичного аналіза. – Воронеж., 2007. – 51 с.].

У цілому ми бачимо, що вербальні характеристики лідерів дають ключ до їхніх когнітивних моделей, що дозволяє з певним ступенем вірогідності здійснювати прогнозування їх майбутньої поведінки. При цьому спеціально проведені дослідження показали, що лідерів дуже складно змінювати стереотипні уявлення. І щоб їх не змінювати використовуються спеціальні техніки, що дозволяють "законсервувати" ці уявлення надовго. Саме тому даний метод є актуальним і одним з перспективних у використанні в політичному аналізі.

В.В. Сущенко, асп., ПНУ ім. Василя Стефаника, Івано-Франківськ

МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Серед методів та інструментаріїв сучасного політичного маркетингу важливе значення має організаційне начало, чи як зараз прийнято говорити, політичний менеджмент. Ми взагалі дотримуємось такої точки зору, що два ці терміни – маркетинг і менеджмент – іноді дуже тісно між собою зв'язані.

Для підтвердження цієї думки можна посплатися на відомих сучасних дослідників, що відзначають у своїх роботах, що межа між політичним маркетингом і політичним менеджментом є дуже умовною. Не випадково В.Бєбик назвав свої книги, випущені в 1996–1997 р.: "Маркетинг і менеджмент виборчої кампанії", "Політичний маркетинг і менеджмент".

Маркетизація політичної сфери, що стрімко розвивається зараз у багатьох країнах світу, в Україні, звільнившись від тривалого тоталітарного режиму, відразу придбала особливо непривабливі форми, привела до прискореного утворення масштабного і досить "дикого" ринку електорату. Разом з тим ринок сам по собі ще не породжує змагальної політики, участь у виборчій кампанії багатьох партій ще не робить його цивілізованим. Конкуренція в політиці припускає наявність діючих і стійких правил, визначеного рівня справедливості змагання, що неможливо без взаємної довіри учасників. Політичний ринок (подібно до економічного) функціонує у вигляді конкурентного явища тільки за умов певних правових норм і регулювання з боку демократичної держави.

Важливо відзначити, що в Європі державне фінансування діяльності партій і кандидатів на виборні посади почалося ще з кінця 50-х років. Так, у Німеччині це відбулося з 1959 р., в Австрії – з 1963, у Франції – з 1965, у Швеції – з 1966, у Фінляндії – з 1967 і т.д. У більшості випадків державне фінансування політичної діяльності стало ледве чи не головним джерелом доходів політичних партій. І коштують такі партії бюджетам своїх країн недорого.

В Україні теж упроваджена практика фінансування нашого політичного ринку, передвиборних кампаній, регламентація виступів кандидатів

у ЗМІ та інше. Разом з тим через обмежені можливості бюджету і відсутність відповідної правової основи фінансовий вплив держави на політичний ринок країни ще вкрай незначний (на відміну від все зростаючого адміністративного). І навпаки, окремі політичні сили і лідери залучають для "розкручування" потрібних кандидатів і посилення свого впливу на електорат величезні кошти найчастіше не рекламованих спонсорів-олігархів, що переслідують, насамперед, свої корисливі інтереси. Так, фінансові кошти, що виросли на основі корупції, стають основою для її подальшого розширення і поглиблення.

Таким чином, організаційна структура політичного маркетингу визначилася ще не зовсім чітко, але тут є одна ланка, про яку пишуть вже зовсім однозначно. Українські дослідники В.Бебик, Ф.Рудич, В.Полторак, А.Пойченко й інші одним з видів політичного маркетингу називають "виборчу інженерію", що має саме безпосереднє відношення до питань організації [Рудич Ф. Політологія: Курс лекцій. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2000. – С. 106].

Організація і проведення виборчої кампанії є надзвичайно складним і багатоплановим процесом. Він вимагає не тільки значних матеріальних і фінансових ресурсів, відповідного політичного капіталу лідера і його інтелектуального потенціалу, але і добре організованої команди професіоналів, здатної оцінити сформовану політичну кон'юнктуру, виробити обґрунтовану стратегію поведінки і перетворити її в життя, домогшись запланованого успіху. У цьому плані й у зарубіжних країнах, і в вітчизняній практиці накопичений чималий позитивний досвід, що вимагає свого вивчення й осмислення.

Узагальнивши наявний вітчизняний і світовий досвід, ми можемо констатувати, що функціонально команди претендентів мали такі структурні підрозділи: групи політичного аналізу, преси, планування, поширення матеріалів, підготовки статей і виступів, організації масових заходів, служба підготовки і редагування статей і виступів (психологи, спічрайтери), іміджмейкери, спіндоктор, група зв'язку з громадськістю, фахівці з фандрейзінгу.

Маркетинговий підхід до організації виборчої кампанії вимагає самого уважного врахування в стратегічних планах принципу географічного пріоритету, тобто відношення електорату до різних політичних сил у різних регіонах країни. Україна в цьому плані являє собою досить строкатий політико-географічний ринок.

Отже, звичними методами для нашого політикуму стали такі вже випробувані процедури державного регулювання ринку, виборчої інженерії, формування команди виборчої кампанії, розробка її стратегічного плану, використання сучасних політичних технологій, у тому числі реклами, іміджмейкінга та інших. Усі ці сучасні методи політичного маркетингу і менеджменту повинні в остаточному підсумку сприяти ствердженню принципів демократії в суспільстві і підвищенню рівня цивілізованості всього українського політичного ринку.

ДЕЯКІ ПІДСУМКИ АНАЛІЗУ ЕКОЛОГІЧНОГО КОНТЕКСТУ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Екологічній проблематиці присвячена значна кількість робіт українських суспільствознавців. Але, не дивлячись на масу різноманітних публікацій, екологічні питання залишаються актуальними проблемами суспільного розвитку, вимагають постійної наукової рефлексії. Мінлива політична реальність визначає перманентне виникнення нових умов функціонування системи "суспільство – навколишнє середовище", не дозволяючи науковому співтовариству відсувати ці питання на другий план.

Стратегія і масштаб природокористування, що здійснюють безпосередній вплив на стан навколишнього природного середовища, є постійним предметом політичної боротьби. Тому зміст, джерела, ресурси, суб'єкти, а, отже, і ефективність екологічної політики визначаються більш широким політичним контекстом, загальною динамікою політичного розвитку держави. В даний час у сфері здійснення української екологічної політики спостерігається явна невідповідність між декларованими принципами і реально існуючими формами і методами прийняття політичних рішень в сфері охорони природи, природокористування, дотримання принципів екологічної безпеки, тому що слабкість і крайній прагматизм влади, нелегітимна конвертація державної влади у власність, формування стійкого альянсу влади і великого бізнесу створюють "ворожий" політичний контекст для виникнення і розвитку будь-яких суспільних ініціатив, у тому числі й екологічних. Ці обставини на сучасному етапі перешкоджають актуалізації екологічних ідей, не дозволяють їм стати предметом відкритих політичних дискусій, відповідно, стримують процеси їхньої інституціоналізації в політичному просторі. У результаті екологічна проблематика виявляється на периферії масової свідомості.

Сучасна політологія поки що не узгодила умови вживання в науковому аналізі самого вихідного поняття "політична культура". Політична культура є, з одного боку, одним із самих затребуваних концептів політичної науки, але в той же час, одним із самих варіативних, "розмитих" по змісту термінів. Однак це не применшує інструментальних можливостей використання цього концепту для аналізу суб'єктивної реальності політичних відносин, для дослідження конкретних сфер прояву культурних детермінацій соціального мислення і поведінки. При операціоналізації екологічної складової політичної культури виділяють такі структурні елементи, що визначають політичну культуру соціуму на трьох основних рівнях: рівні політичної свідомості, рівні політичної поведінки і рівні функціонування політичних інститутів.

Екологічна складова є найважливішим елементом політичної культури, тому що історично склалося так, що боротьба за природні ресурси детермінувала всю політику держави і відносини суспільства і держави. Природні ресурси завжди були головним об'єктом правових і власницьких відносин і

найбільш надійним забезпеченням динамічного розвитку всіх сучасних суспільств. І в даний час стан фонду природних ресурсів визначає силу і політичну дієздатність українського соціуму і його державних інститутів. Ця обставина приймається як факт масовою й елітарною політичною свідомістю і багато в чому детермінує прагматичне відношення до навколишнього природного середовища, не допускаючи впровадження екологічних імперативів у структуру політичних цінностей українського соціуму.

Проведений аналіз виявив ряд важливих характеристик масової політичної свідомості, що, на наш погляд, пояснюють один із ключових парадоксів сучасної екологічної політики. Саме те, що при висловлюванні високій заклопотаності рядових громадян питаннями екології і станом навколишнього природного середовища, практично цілком відсутні спроби трансляції екологічних інтересів і потреб у владні структури, а екологічні організації, що претендують на політичну участь, не мають адекватної підтримки електорату. Більше того, в останні роки актуалізація екологічної проблематики супроводжувалася помітним зниженням активності екологічних організацій і рухів. У значній мірі це пов'язано з тими сучасними умовами функціонування політичної системи, що об'єктивно звужує базу для прикладання громадської ініціативи в питаннях екологічної політики.

Суспільна свідомість неоднозначна і суперечливо відображає екологічну проблематику, знання, судження й оцінки носять поверхневий характер, формуються в умовах інформаційного вакууму, у цілому зводяться до обмежених і стереотипних уявлень про екологію і конкретні екологічні небезпеки, що не відповідають об'єктивним вимогам сучасності. Екологічна мотивація мислення і поведінки населення України не має ціннісного підґрунтя. Екологічні потреби, не будучи політичною цінністю, не виступають фактором ідеологічної самоідентифікації в політичному просторі, не мотивують політичну поведінку, не визначають рамки участі населення в процесі прийняття політичних рішень. У цьому розумінні відношення до екологічної проблематики вписується в більш широку структуру соціальних і політичних уподобань українського соціуму з властивою йому орієнтацією на сильну державну владу, у той же час неконструктивними, антагоністичними уявленнями про владу як про супротивника, а не про партнера, відсутністю загальнонаціонального консенсусу, низьким ступенем легітимності політичної еліти і загальною недовірою всім традиційним політичним інститутам, кризою політичної участі і т.д.

Невизначеність і складність політичної ситуації, що спровокувала і підтримує стійкість таких політико-культурних зразків, породжує невизначеність змісту екологічної політики. Очевидно, принципи громадянської відповідальності, високої активності, зацікавленості, стурбованості проблемами екології, що декларуються, не працюють в українських соціокультурних умовах. Громадянське суспільство в його нинішньому стані атомізовано і роз'єднано, і, швидше за все, поки що не здатне стати ініціатором екологічної модернізації в Україні. На жаль, поряд з тим, що екологічні ідеї не знаходять відгуку в ціннісній системі більшості громадян, не підкріплюються конкретними знаннями, вони також супере-

чать найбільш простому вирішенню нагальних економічних проблем, а також інтересам відповідних державних і фінансових структур.

З іншого боку, вивчення динаміки політико-культурних пріоритетів дає підставу думати, що в українських умовах цілком прийнятний варіант екологізації громадського життя, включення екологічних питань у повсякденне політичне адміністрування, підкріплене відповідною законодавчою базою, яка не потребує постійної політичної участі з боку громадян, але дає можливість у тій або іншій мірі контролювати ситуацію. Однак реалізація цього варіанту вимагає від державних структур, насамперед, політичної ініціативи в актуалізації екологічної проблематики, відкритої інформаційної політики в цій сфері і створення широких можливостей для суспільної самоорганізації.

А.О. Турбай

sugarlump007@rambler.ru

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ДЕЛЬФІ У ПОЛІТИЧНОМУ ПРОГНОЗУВАННІ

Політичний прогноз у прикладному значенні являє собою науково обґрунтовані судження про імовірнісні стани політичної системи або окремих її суб'єктів у майбутньому і про імовірні шляхи та строки досягнення, котрі мають чітко визначений період упередження та тісно пов'язані з можливою реакцією на них у вигляді політичних рішень. Наукова обґрунтованість прогнозу залежить від того, який метод покладено в основу прогностичного дослідження.

Під методами політичного прогнозування розуміють складний спосіб (або сукупність простих прийомів) теоретичного дослідження перспектив розвитку політичних явищ і процесів, конкретну форму послідовних теоретичних і практичних підходів до розробки прогнозів на основі всебічного та різностороннього пізнання об'єкта прогнозування. Методи класифікують в залежності від способу одержання прогнозової інформації, рівня формалізації, загального принципу дій.

Метод Дельфі є органічним поєднанням індивідуальної та колективної експертної оцінки. Своїй ефективності він завдячує тим, що відрізняється від звичайних засобів групової взаємодії експертів, а саме: анонімістю експертів, використанням результатів попереднього туру опитувань та статистичною характеристикою групової відповіді.

Метод Дельфі є одним із різновидів методу експертних оцінок. При застосуванні експертних методів в політичному прогнозуванні суттєве значення має формулювання експертних висновків. Надмірно ускладнений і недостатньо переконливо сформульований висновок експерта може звести нанівець найбільш змістовне експертне рішення. Органічним поєднанням індивідуальної та колективної експертної оцінки є метод Дельфі, який побудований на виявленні узгодженої оцінки експертної групи шляхом незалежного анонімного опитування експертів в декі-

лька турів і з повідомленням результатів попереднього туру. Суть цього методу полягає у тому, що замість колективного обговорення тієї чи іншої політичної ситуації проводиться індивідуальне опитування експертів на основі анкетування для виявлення відносної важливості і термінів здійснення ймовірних подій. Потім проводиться статистичне опрацювання анкет і формується колективна думка групи, узагальнюються аргументи на користь різних суджень. І вся інформація повідомляється експертам, їм пропонується переглянути оцінки і пояснити причини своєї незгоди з колективною думкою. Ця процедура повторюється 3-4 рази. Проходить звуження діапазону оцінок, групова думка в підсумковому турі складається із індивідуальних думок. Метод Дельфі, розроблений групою американських спеціалістів на чолі з О. Хелмером, дає можливість уникнути похибок індивідуальної експертизи, викликаних недостатньою інформованістю експерта або його політичною орієнтацією. Водночас, завдяки особливій процедурі опитування спеціалістів і статистичного аналізу одержаних результатів можна уникнути багатьох недоліків групової експертизи. Метод Дельфі – найзручніший для кількісної оцінки ймовірності і термінів настання тих чи інших політичних подій.

Метод Дельфі широко застосовується для створення сценаріїв.

Метод сценарію є сукупністю методичних засобів і процедур по складанню прогнозних сценаріїв і систематичних контекстів. Під прогнозним сценарієм розуміють послідовний опис можливих майбутніх подій, які характеризують трансформацію об'єкта політичного прогнозування та його середовища. Метод сценарію є найпоширенішим засобом прогнозування, за допомогою якого з досить високою достовірністю передбачають розвиток подій, особливо політичних.

Він використовується при підготовці політичних рішень, розрахованих на перспективу, для прогнозування напрямків розвитку конфліктних ситуацій, альтернативних шляхів трансформації держав у новий якісний стан, розвитку політичної панорами світу. Можна прогнозувати розстановку політичних сил в державі, у парламенті, розробити сценарій розвитку електорального процесу за різних виборчих систем і т.д. В сценаріях відображаються оцінки тих чи інших політичних дій, тенденцій їх розгортання, що визначають особливості змісту сценарію. Політика завжди є результатом дій багатьох суб'єктів, які мають свої специфічні інтереси, орієнтації.

Тому сценаріїв, що прогнозують одне і те ж явище, може бути декілька. Процес розробки політичних сценаріїв ґрунтується на сценарієтехніці – інтегральній сукупності методологічних правил, методичних засобів і процедур.

Завдяки цьому засобові намагаються встановити логічну послідовність подій, беручи за основу існуючу або задану політичну ситуацію. У сценарії (словесному описі прогнозованої ситуації) слід зосередитися на зв'язках між подіями, на критичних точках, де впливи можуть мати непропорційно вагомий ефект. Написання сценарію відбувається у такій послідовності: спочатку визначається часовий інтервалу, потім формування події, за нею словесне тлумачення сенсу події і кількісна оцінка за ескалаційною шкалою.

Це найпоширеніший засіб прогнозування, за допомогою якого більш-менш точно передбачають розвиток політичних подій. Так, наприклад, ослаблення державно-політичних структур має наслідком появу тіньових структур політичної влади, зростання впливу кримінальних угруповань. Можна виробити сценарій розвитку електорального процесу за різних виборчих систем, спрогнозувати розстановку політичних сил у парламенті й можливі законотворчі дії.

Вироблення сценаріїв змушує дослідника тримати у колі зору деталі і процеси, які він міг би проігнорувати під час абстрактних міркувань.

В.П. Хомрач, асп., КНУТШ, Київ
homrach@rambler.ru

ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

Привертаючи увагу до актуальних соціальних проблем, формуючи культурні цінності чи національні ідеали, рекламу можна назвати одним із головних інструментів проведення політичних кампаній. Саме реклама має вплив на вибір людини, на її смаки, потреби, настанови, та на ставлення до реальності. Реклама позиціонує себе як один із головних засобів поширення інформації у суспільстві. Характер реклами відображає рівень розвитку останнього, визначає соціальні, економічні та інші відносини.

Реклама (франц. *reclame*, від лат. *reclamare* – викрикувати) у широкому розумінні є сукупністю різноманітних заходів, що мають на меті сповіщати про що-небудь, наприклад, товар, видовище, послуги, що надаються яким-небудь підприємством тощо. У найзагальнішому вигляді реклама – це розповсюдження у будь-якій формі з допомогою будь-яких засобів інформації про фізичну або юридичну особу, товари, ідей, що покликані формувати і підтримувати інтерес до цієї фізичної або юридичної особи, товарів, ідей та сприяти їх реалізації.

Політична реклама є об'єктом міждисциплінарного дослідження. Політичну рекламу та її особливості розглядають з точки зору маркетингового, соціологічного, комунікативного, іміджевого, електорального, психологічного підходів тощо. Інтерес до вивчення феномена політичної реклами не зникає, і свідченням цьому є поява нових теорій та напрямів дослідження.

Вважається, що технології, які використовує політична реклама дуже схожі на ті, які використовує комерційна. Особливість політичної реклами полягає, насамперед, в чіткому визначенні її завдань і предмета, в активному, "силовому" характері її комунікативного впливу. Політична реклама – свого роду акумулятор стратегічних ідей і розробок рекламної кампанії, регулятор електоральної поведінки. Її можна визначити як засоби та способи формування думки виборців шляхом подання загалом об'єктивної інформації, що переконує у перевагах певного кандидата чи політичної організації.

З. Лісовський пропонує поширити на політичну рекламу відоме визначення А. Дейяна: "Реклама – це платний, односпрямований і неосо-

бистий обіг, що здійснюється через засоби масової інформації та інші види зв'язку, що агітують на користь якого-небудь товару, марки, фірми, підприємства, кандидата, уряду".

Як політико-психологічний феномен, реклама є сукупністю образів, віртуальних уявлень, створюваних для того, щоб спрямувати свідоме і несвідоме в потрібне русло і забезпечити бажані дії. Інформуючи і стимулюючи певні емоції, політична реклама регулює (і, звичайно, мобілізує) політичну поведінку. З погляду політичної психології, реклама – це спосіб формування певних стандартів масової поведінки, що відповідають цілям політичної еліти.

З іншого погляду реклама – один з компонентів змісту масової комунікації. У 1980-і роки радянські словники визначали рекламу як чисто інформаційне явище: Реклама – інформація про споживацькі властивості товарів і види послуг з метою їх реалізації та створення попиту на них.

Політична реклама є також одним з інструментів створення або кристалізації образу кандидата, його підсилення, пом'якшення або трансформації колишнього іміджу.

У найбільш комплексних визначеннях політична реклама – це система політичних комунікацій, покликаних змінити свідомість і поведінку людей відповідно до політичних цілей рекламодавця (у широкому контексті – політичних партій, рухів, лідерів). У деяких визначеннях підкреслюються два моменти: безособовість реклами та її оплачуваний характер.

А. Соловйов вважає, що політична реклама є формою спрямованого безособового звернення до людини, в умовах вільного і конкурентного вибору інформації, й націлена на створення у нього позитивного образу політичного товару (кандидата, інституту, символу), який мобілізує людину на відповідну підтримку.

Політична реклама має різні визначення, але у всіх них є спільне ядро – це комунікація за допомогою ЗМІ та інших засобів зв'язку з метою вплинути на установки людей відносно політичних суб'єктів або об'єктів. Такими суб'єктами можуть бути кандидати на виборах, діючі політики, політичні організації, державні структури – уряди, міністерства, партії. Політичними об'єктами можуть стати програми, політичні події, документи. Політична реклама формує імідж політичних акторів, їх ідей, програм, поглядів.

Отже, політична реклама – це реклама політичних партій, органів державної влади, державних та громадських організацій, а також окремих громадян, що беруть участь у політичній діяльності, їх дій, ідей, програм і відношення до будь-яких організацій, подій, ідей, громадян.

А.В. Черноус, асп., КНУТШ, Київ
nutka21@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ МІФІВ

Будь-який політичний міф одночасно можна розглядати з двох боків: міфічного і реалістичного. Перший постійно "дописується", "доопрацю-

ується", з тим, щоб підкріпити другий, пов'язаний з реальними подіями і фактами.

Політичний міф – це форма колективної психіки, яка пояснює політичну реальність цілісними чуттєво-образними засобами. Особливістю міфу є те, що він, по-перше, спирається на віру, по-друге, не піддається верифікації, по-третє, є за своєю природою ірраціональним, по-четверте, дуже впливає на масову свідомість. Міф згуртовує людей у суспільні групи навколо одного героя, події, ідеї. Міф може грати як конструктивну, так і деструктивну роль у суспільстві.

Щоб усвідомити, як створюються політичні міфи, важливо зрозуміти, механізми їх формування і для чого вони підтримуються у масовій свідомості.

Поширеною технологією створення міфу є введення міфосюжету, який добудовує "картину світу", пояснює перебіг хід історії, і таким чином звільняє людину від необхідності тримати в голові велику кількість інформації і задовольняє потребу певного типу інформації. Використовує повторення повідомлення, яке вже закодоване в глибинах пам'яті, і тому воно не вимагає додаткової інформаційної обробки.

Донести міф до свідомості мас можна також за допомогою створення культів. Сучасні політичні культу спеціально виробляються політичними елітами і нав'язуються низам за допомогою пропаганди і маніпуляцій свідомості, так що низи практикують ці культу як щось своє природне.

Міф закріплюється в ритуалі. Тобто ритуал забезпечує міфові відповідну тривалість життя.

Політичний ритуал – форма політичної поведінки, яка характеризується жорсткою формалізованістю, суворою послідовністю дій, котрі спрямовані на досягнення певної, заздалегідь визначеної мети.

Не слід ігнорувати також метод введення політичних міфів за допомогою чуток. Чутки можуть розглядатися як непрямий вияв колективного несвідомого, певних архетипових феноменів.

Сприйняттю політичного міфу масовою свідомістю людей головним чином сприяє його певна простота. Спрощений варіант представлення ситуації, звичайно, має більше шансів на виживання, оскільки з легкістю може захопити масову аудиторію завдяки своїй доступності.

Залежно від терміну, який відпущено на активізацію міфу, технології введення політичних міфів у масову свідомість поділяються на високоінтенсивні та низькоінтенсивні. Високоінтенсивні технології дають можливість здійснювати зміни у свідомості за короткий час. Низькоінтенсивні – розраховані на досить тривалий період. В результаті створюється сприятливий контекст для їх можливих майбутніх дій, їх перевага в тому, що мета дії відома лише комунікаторові, але не його аудиторії. У разі високоінтенсивних технологій мета комунікації відома для обох сторін. Тому вона може натрапити на неприйняття аудиторії.

Далеко не всі політичні міфи мають тривку історію. Окремі з них де-що видозмінюються, все ж продовжують існувати, інші – підмінюються оновленими або й зовсім новими міфами.

Політичні міфи можуть утворюватися по-різному. Одні починають виникати з однієї, навіть невеликої політичної ідеї, ситуації, обростаючи з часом усе більшими інформаційними засадами. Інші зароджуються в результаті перекучення, містифікації образу конкретної політичної, економічної чи іншої ситуації.

Політичні міфи створюються певними людьми чи групами людей, які, спираючись на наукові теорії свого часу, намагаються надати цим міфам видимість вірогідності й наукоподібності. З часом політичний міф починає існувати незалежно від його творців, а самі творці можуть стати навіть його жертвами.

В.М. Шевченко, доц., НАУ, Київ
vika90@yahoo.com

ПОЛІТИЧНИЙ МІФ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ

Епоха масової інформації змушує використовувати для керування суспільством і конкуренції з політичними суперниками не стільки силові аргументи, скільки інформаційні технології, які базуються на знанні людської природи, міфологічному підґрунті колективного безсвідомого. Політична міфологія – інструмент, який досить усвідомлено, задіяний в інформаційних війнах і заснований на знанні людської природи. Політика стає раціональною формою використання ірраціональної сутності мас, які свої інтереси готові усвідомити тільки в яскравих образах і містичних одкровеннях. Тому управління масою базується на знанні архетипу, старовинних психічних установок. Цим займаються вожді і політична пропаганда.

Політичний міф – це атрибут будь-якої політичної системи, оскільки влада має потребу в символах, які будуть її уособленням. Політичний міф може слугувати у якості рушійної сили сучасного політичного процесу.

В політичній науці і політичній практиці міф стає ефективною політичною зброєю, частиною впливу на політичну дію. Політичний міф все більше "вростає" в теоретичне поле політики і починає відігравати суттєву роль у формуванні політичної свідомості, політичної культури тощо. Міф стає потужним засобом впливу на масову свідомість, маніпулювання нею, невід'ємною складовою політичного управління.

Нині як ніколи політичний міф сприймається як презумпція, як аксіома. Це наслідок відкритого суспільства, а також результат відмови від критичного погляду на світ. Політичний міф не потребує перевірки на істинність. Символізуючи і абстрагуючи факти і явища суспільного життя, він сприймається свідомістю як реальність, над якою не слід замислюватися.

Сучасні політичні міфи поширюються за допомогою передусім засобів масової інформації (газет, радіо, телебачення, Інтернету). При порівнянні характеристик міфу та масової комунікації проявляється не лише їх схожість, а й здатність до взаємопосилання. І міф, і масова комунікація сприяють формуванню феномена глобальної ідентичності, причетності до всього, що відбувається у світі.

Отже, основними ознаками сучасного політичного міфу є його цілісність, універсальність, консервативність, персоніфікований та маніпулятивний характер. Суб'єктами політичної міфотворчості можуть бути певні політичні угруповання (партії, рухи, об'єднання), етнічні спільноти, органи державної влади, окремі особистості (політичні лідери) тощо. Так, політикові досить надягнути "маску" певного міфічного персонажу (привабливо-го для якоїсь аудиторії), і його впливовість значно підвищиться.

Міфотворчість стала невід'ємною складовою політичних технологій. Поширеною практикою є активізація міфотворчості у ході виборчих кампаній. В технологіях організації виборів традиційно використовуються політичні міфи (про "рятівника-месію", змову, індивідуальні досягнення кандидата тощо). Це ознака практично всіх етапів кампанії, починаючи з процесу вирішення організаційних її аспектів і завершуючи публічним аналізом результатів виборів.

Якісно виготовлені політичні рекламні повідомлення звертаються, перш за все, до несвідомого людини, причому приховано: їх мета – маніпуляція її страхами й бажаннями через цю маніпуляцію – вплив на політичну свідомість. У політичній рекламі здебільш використовуються близькі кожному поняття: соціальний захист, пенсія, зарплата, медичне обслуговування, благоустрій тощо. Тобто електоральна реклама звертається до реальних побутових проблем. Коли ситуація опускається на рівень реальних побутових проблем, це різко підносить їх емоційний рівень. Емоції, в свою чергу, викликають із підсвідомості потребу в "справедливому батькові", "матері-пклувальниці", "герої", що враз позбавить існуючих проблем.

Політику доводиться грати чітко задану роль, пред'являти себе публіці як "когось", кого би публіка упізнала, визнала би за ним невід'ємне право віддавати накази, а за собою – обов'язок підкорятися безумовно.

Так, серед міфів, що доволі часто супроводжують передвиборчі кампанії, впливаючи на політичну свідомість і буття, можна назвати наступні. Міф "про свого хлопця". Основа його конструкції полягає в ідентифікації кандидата з виборцями, в тому, що певна частина електорату, пам'ятаючи про те, що "ї куховарка може управляти державою", хотіла б побачити серед політичних діячів одного з "своїх", такого, як вони. Поряд з цим використовується міф "про героя, месію". З підвалів свідомості випливає сподівання на "героїчного спасителя", який у випадку приходу до влади кардинально змінить ситуацію, що склалася, швидко вкришить усі проблеми. В контексті цього міфу розгортається міф "про ворога (ворогів), яких і має здолати "герой".

Аналізуючи вплив міфотворчості на політичну свідомість і буття, слід утриматися від його трактування лише у негативному контексті. З одного боку, міф покликаний нівелювати суперечності суспільного порядку, забезпечувати його легітимізацію, а з іншого – стимулює оновлення чи створення нових норм і зразків поведінки.

Система позитивних символів, яка складає основу міфотворчості, може використовуватися для здійснення позитивних суспільних змін. Політичний міф може бути задіяний як запобіжний механізм руйнування соціуму: пропонуючи суспільству приклади для наслідування, він сприяє формуванню певної моделі позитивної (наприклад, антикризової) поведінки.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕЛЕКТОРАЛЬНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ

Проблематиці виборчих технологій присвячена досить значна кількість зарубіжних і вітчизняних досліджень. Зокрема, загальні положення про сутність виборчих технологій та їх місце в структурі політичних відносин представлено у працях західних дослідників Є.Вятра, Р.Даля, Д.Істона, М.Кроз'є, Дж.Сарторі, Х.Томаса, С.Хантінгтона. Дослідженнями виборчих технологій є наукові роботи таких західних дослідників як Роберт Аграноф, Брюс Ньюман, Д.Батлер та А.Ренні, Майкл Скаммел.

Професіоналізації виборчих кампаній і вивченню окремих аспектів застосування сучасних виборчих технологій торкаються дослідження американських вчених Д.Фаррелла, Дж. Свенсона та П. Манчіні. Значний науковий внесок при дослідженні виборчих технологій здійснили французькі політологи М. Бонгран і Ж. Сегела, а також засновник Міжнародної та Європейської асоціації політичних консультантів Джозеф Наполітан. Психологічним і маніпулятивним технологіям у виборчій кампанії присвячені праці зарубіжних дослідників, серед яких: С.Фаєр, С.Московічі, В.Паретто.

Серед українських науковців слід відзначити теоретичні розробки В.Бибика, Д.Видріна, П.Вознюка, Л.Кочубей, Ю.Сурміна та Д.Наріжного, М. Розумного. Окремі аспекти психологічного впливу виборчих технологій висвітлені також у працях М.Варія, Г.Почепцова, Т.Нагорняк та інших вчених.

І все ж, у вказаних працях в недостатній мірі аналізується проблема ефективності застосування виборчих технологій, пошуку шляхів оптимізації діяльності виборчих штабів кандидатів, партій. Тому визначення чинників ефективності виборчих технологій є важливим аспектом наукових пошуків.

У принципі технології використовуються для оптимізації будь-якого виду людської діяльності, в тому числі й для вивчення соціально-політичних процесів та управління ними. На відміну від сфери виробництва, технології у соціальній сфері мають свою визначену специфіку – залежність від людського фактору. Політичні ж технології як особливий тип соціальних технологій визначають зміст і форму політичних процесів, їх будову, функціонування політичної системи, впливають на поведінку учасників політичних відносин.

Серед усього різноманіття політичних технологій найважливішими є виборчі технології – науково обґрунтована послідовність інформаційно-аналітичних та організаційних дій суб'єкта виборчого процесу і його команди, спрямована на досягнення визначеної політичної мети. Виборчі технології носять суб'єктно-об'єктний характер і здійснюють заданий психологічний вплив на електоральну поведінку виборців. В умовах зростаючої конкуренції на виборах саме ефективне використання виборчих технологій дозволяє завойовувати владу – те, заради чого, власне, й діють політичні актори.

Дослідники відзначають, що сучасним виборчим технологіям притаманні універсальність, результативність, оперативність і гнучкість. Ок-

ремої уваги приділено дослідженню ролі під час виборчих кампаній таких інформаційно-комунікативних технологій як РК. і політична реклама. Так, РК-технології формують інформаційне поле виборчої кампанії і практичного значення набувають за допомогою встановлення ефективної двосторонньої комунікації між кандидатом і виборцем. За допомогою РК-технологій формується довіра виборців до визначеного політичного діяча чи політичної партії, яка створює плацдарм для подальшої обробки масової свідомості. Відповідно політична реклама мотивує "оброблених" виборців проголосувати за визначеного кандидата чи партію і, таким чином, відіграє заохочувальну функцію. У такому контексті виборча технологія постає у вигляді структурованого ланцюга процедур та операцій, реалізація якого передбачає координованість дій багатьох людей. Такий ланцюг називають технологічним процесом (інколи – технологічним рядом) виборчої технології. Кожна окрема технологія відрізняється від іншої складом, структурою та послідовністю відповідних процедур та операцій. Іншими словами, саме за допомогою технологічного ряду технології відбувається їх диференціація.

Щодо класифікації виборчих технологій, то за основний визначено критерій оптимальності, на основі якого розрізняють ресурсно-оптимізовані технології, технології, оптимізовані за ефектом і темпорально-оптимізовані виборчі технології. Це дало змогу класифікувати виборчі технології на ефективні та неефективні. Гадається, що саме такий поділ є найбільш перспективним, адже технологія розробляється і реалізовується, в першу чергу, із врахуванням цього показника.

Дослідники виокремлювати два основні напрями вивчення ефективності виборчих технологій: академічний і прагматичний. Основним завданням академічного підходу є наукове дослідження електоральних явищ. Суто теоретичний підхід до дослідження часто приводить до того, що отримані висновки насправді виявляються надзвичайно відірваними від практичних проблем, з якими зіштовхуються організатори виборчих кампаній.

Прийнято вважати, що прогресивнішим є прагматичний напрям дослідження, який зорієнтований на пошук ефективних методів і прийомів ведення виборчої кампанії, розробку ефективної стратегії і тактики виборчої кампанії. У українській політичній науці превалює саме такий підхід, чим актуалізується проблема підвищення ефективності вирішення поставлених електоральних завдань на основі теоретичних розробок політології, соціології, психології та юриспруденції. Під ефективністю розуміється співвідношення між кінцевим політичним продуктом, метою його використання і ресурсами, використаними для його створення. Це дозволить встановлювати взаємозв'язок між цілями, результатами застосування технології і витратами на її реалізацію.

Слід виділити економічну, технологічну, соціальну, результативну та ризикову складові ефективності виборчих технологій. Функції економічної складової ефективності технологій показують доцільність їх застосування з точки зору витрачених ресурсів. Технологічна складова ефективності характеризує технології з позицій гнучкості, надійності, функціо-

нальності, аналітичних здатностей. Соціальний аспект ефективності виборчих технологій відображає ступінь задоволення потреб різних соціальних груп та впливу на них. Результативна складова ефективності характеризує здатність виборчих технологій до вирішення поставлених перед ними завдань, одержання максимально можливих результатів, що вимагає додаткового спеціального дослідження.

А.Д. Штельмашенко, студ., КНУТШ, Київ
western_18@mail.ru

ІМІДЖ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ

Імідж країни є важливою складовою її національної безпеки. В міжнародному конкурентному середовищі часто саме імідж визначає місце країни у світосистемі. Він забезпечує додаткові інвестиції в економіку, укладення вигідних міжнародних угод і спрямування туристичних потоків. Від авторитетності країни залежить її впливовість у світі.

Зауважимо, що поняття "іміджу" порівняно нове в політологічній науці, активно вивчається, тому єдиного визначення, яке б урахувало всі його аспекти, поки що немає. Так одні довідкові видання розкривають його зміст як "емоційно привабливий образ, що склався у масовій свідомості і має характер стереотипу" [Словник соціологічних і політичних термінів / За заг. ред. В.І. Астахової. – К.: Вища школа, 1993. – 142 с.]. Український словник іншомовних слів за редакцією Є. Єрмоленко подає визначення "іміджу" як "цілеспрямовано сформований образ з метою емоційно-психологічного впливу на кого-небудь для популяризації, реклами тощо" [Енциклопедія корпоративного управління. – К., 2006].

Україна є ще досить таки молодого державою, яка за свої 19 років незалежності досягла значних успіхів. Сучасні пріоритети міжнародної політики України пройшли довгий процес формування, коли наша держава на зорі незалежності була змушена доводити свою здатність бути гідним гравцем на міжнародній арені, завойовувати авторитет у міжнародних організаціях, захищати власні інтереси у зовнішньополітичній сфері.

Міжнародний імідж України має внутрішній і зовнішній аспекти і значною мірою залежить від її політичного, економічного та соціального розвитку. Важливими пріоритетами міжнародної політики України є стратегія європейської та євроатлантичної інтеграції. Ця стратегія базується на усвідомленні українцями реального місця держави в системі міжнародних відносин (хоча, нажаль, далеко не всі українці усвідомлюють це і цьому також треба приділити належну увагу), є ключовим засобом втілення у життя фундаментальних національних інтересів і вирішення завдань реформування економічної та політичної системи.

Варто звернути увагу на те як бачать нас інші держави на міжнародній арені. Аби відповісти на це питання українськими експертами проводилося і проводиться чимало моніторинрів публікацій закордонних ЗМІ. Зокрема, Український центр економічних і політичних досліджень ім. О. Разум-

кова в результаті такого доволі ґрунтового моніторингу дійшов висновку, що уявлення іноземних журналістів про нас є поверховими, фрагментарними і переважно негативними [Міжнародний імідж України: міфи й реалії // Національна безпека і оборона / Український центр економічних і політичних досліджень імені О. Розумкова]. Зокрема, північноамериканські видання пишуть переважно про корумпованість української влади, розквіт злочинності, економічну розруху. Не полишає газетних шпальт чорнобильська тема (тільки раніше йшлося про закриття Чорнобильської АЕС, а зараз – про побудову укриття над саркофагом). Звичайно ж, трапляються і приємніші для нас повідомлення, що стосуються переважно вдалих науково-технічних розробок, спортивних досягнень, або мистецьких проєктів, проте в текстах подібних статей обов'язково натрапляєш на згадки про те, в яких злиднених умовах працюють наші науковці та спортсмени. У свою чергу, західноєвропейські ЗМІ приділяють дещо більше уваги конструкторським розробкам українських вчених, які можуть скласти гідну конкуренцію американським проєктам. Однак, і вони не забувають згадувати про українську злидненість та про наступи влади на свободу слова.

Отже, хоча іноземна преса й бачить значний науково-технічний потенціал України, вважає нас країною з багатими ресурсами (як природними, так і людськими), проте ми видаємося неспроможними належним чином розпорядитися своїми ресурсами. Слід також зауважити, що обличчя нашого закордонного іміджу не одне, їх багато, оскільки для кожної країни ми цікаві чимось іншим. Зрозуміло, чому американці виявляють підвищений інтерес до нашого військово-промислового комплексу та піратства відео та аудіо продукції; німці – до строку процесу відшкодувань українським остарбайтерам часів Другої світової; росіяни – до системи транспортування енергоносіїв; поляки – до українських заробітчан у Польщі. Прикро не це, а те, що нас загалом бачать однобоко, крізь призму старих та нових стереотипів, а ми нічим не можемо й не хочемо зарадити.

Для створення, зміни та поширення ефективного іміджу країни необхідно витратити 15 – 20 років на цілеспрямовану та скоординовану діяльність у зазначених напрямках:

- Налагодити співробітництво та залучення представників урядових структур, бізнесових кіл, представників культури, освіти та засобів масової комунікації;
- Дослідити сприйняття країни власним населенням та міжнародною спільнотою (яка виступає основним об'єктом іміджу), використовуючи кількісні та якісні методи дослідження;
- Проконсультуватися з лідерами думок (opinion leaders) щодо слабких та сильних національних рис країни та порівняти з результатами соціологічних дослідження;
- Побудувати іміджеологічну стратегію, яка повинна включати професійну модель іміджу та види комунікацій, передбачаючи при цьому різні шляхи комунікацій для різних цільових груп;
- Створити систему, яка б пов'язувала організації та відділи, що можуть бути частиною іміджу [<http://www.experts.net.ua> – всеукраїнська експертна мережа].

Однією із складових національної PR-програми має бути активізація інформаційної політики України. Необхідно доносити до міжнародної спільноти правду про нашу країну, пропагування її надбання і цінності. Головний акцент має бути поставлений на тому, що Україна – це європейська держава з багатим сировинним потенціалом, родючою землею, сприятливими кліматичними умовами та високим інтелектуальним потенціалом. В економіці є перспективні напрямки міжнародної співпраці – це галузі, що здатні виробляти високотехнічну продукцію для завоювання міжнародних ринків.

Для того, щоб задіяти весь іміджевий потенціал нашої держави, необхідні продумана державна інформаційна політика й чітко сплановані іміджеві кампанії. Вдале поєднання внутрішньої та зовнішньої складової іміджу дасть можливість скорегувати негативний імідж України та створити підстави для формування позитивного іміджу. Саме вдалі зовнішньополітичні піар технології дозволяють не протидіяти стереотипам, а створювати новий позитивний імідж країни.

Ю.С. Щербина, студ., КНУТШ, Київ
J7_06@mail.ru

ЗНАЧУЩІСТЬ ВІЗУАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИКА

У процесі формування іміджу політика особливу увагу приділяють його візуальному образу. В основі іміджу закладено подавання певної організованої та цілеспрямованої інформації, і, насамперед, візуальної. Візуалізація образу політичного агента стає основою його іміджу.

У широкому значенні візуалізацію образу можна тлумачити як видимість або бачення предметів та людей. Бачення, у сенсі розуміння побаченого, відбувається як через органи сприйняття, такі як зір, слух, дотик (тактильні відчуття), нюх. Для такого розуміння необхідна певна система знань, умінь та стереотипів, тобто емпіричний досвід. Саме цей досвід формується у рамках певної культури, традицій, вірувань тощо. Так культурна приналежність людини визначає напрямки її розуміння певних явищ та подій. Це означає, що представники різних культур оцінюють однакові речі по-різному, через різні досвідні знання про них. Це дає підстави говорити про особливості політичних іміджів у різних країнах та доцільність застосування певних технологій.

У контексті цього питання необхідно зазначити, що мова йде про дві функції іміджу. Перша – це функція називання або позначення політичного гравця, яка забезпечує його упізнавання, пов'язуючи сприятливий образ з конкретною людиною чи політичною силою. Друга функція іміджу адресна. Адресна функція полягає в орієнтації іміджу на людей певної культури, тобто певного образу мислення. Візуальний образ має більше значення для країн так званої колективістської культури, ніж для індивідуалістично спрямованих країн. Як зазначає російська дослід-

ниця Шарова О.Л., це пояснюється тим, що особливістю індивідуалістичної культури є пріоритет раціонального над емоційним, бо саме емоційна складова відповідає за сприйняття візуальної інформації. Тут акцент робиться на вербальній частині іміджу [Шарова Е.Л. Роль візуального образу в створенні іміджу політика // Візуальний образ (Міждисциплінарні дослідження) / Рос. акад. наук, Ін-т філософії; Отв. ред. И.А. Герасимова. – М.: Ифран, 2008. – С. 201]. Такі особливості притаманні країнам, в яких виборці більшою мірою звертають увагу на зміст мовлення кандидата, основні ідеї та позиції, політичну платформу партії, блоку. У країнах, в яких переважає колективістська культура значна увага приділяється емоційній складовій сприйняття, а відповідно і візуальному образу, акценти якого змінюються згідно з особливостями електорату. У даному випадку політик або політична сила виступає не як носій конкретних ідей, а як символічна постать. Подібна модель притаманна у більшості випадків пострадянським країнам, зокрема Україні.

Формування образу політика будується на інтуїтивному сприйнятті, а не на раціональному в межах колективістської культури. Дії представників політики сприймаються легітимними, якщо спираються на традиції. Важливим є й історичний аспект розвитку країни, рівень освіти населення (який в окремих випадках стає своєрідним загороджувальним бар'єром у спробах оцінити ситуацію раціонально).

Візуальний образ включає в себе цілий набір невербальних символів, мова йде про сприйняття зовнішнього виду політичних агентів. Враховуються і набір жестів, міміка, одяг, кольори, зачіска, додаткова символіка, як то окуляри, вуса, люлька, навіть світ поряд з політиком і т. д. Особливу роль у візуальному образі грають іконічні знаки, тобто зображення політика через рекламні носії: фото, плакати, телевізійну рекламу.

Найперше, на що ми звертаємо увагу – це обличчя. Тут мають значення і риси обличчя (певні риси можуть заздалегідь сприйматися негативно чи позитивно відповідно до культурних особливостей виборців), міміка, зачіска, макіяж і т. п. Приклад: коса Ю. Тимошенко стала незмінним символом її іміджу. Підсиленням іміджу слугують такі символи як вуса (Сталін І.В., Будьоний С.М., Адольф Гітлер, Саддам Хуссейн), кепка (Ленін В.І., экс-мер Москви Лужков Ю.М.), поголена голова (командир Червоної армії Котовський Г.І.), знаменитий проділ у волоссі Адольфа Гітлера, сигара Уїнстона Черчіля, тютюнова люлька Йосіфа Сталіна, Абрахама Лінкольна, характерна борода Абрахама Лінкольна.

Ще однією важливою складовою формування візуального іміджу політика є підбір одягу. За словами П. Сорокіна, людина, "одягаючи на себе відповідні атрибути (наприклад, суддівський ланцюжок, одягнення священика, парадний мундир і т. п.), оточена предметними провідниками (обстановка храму, судової зали, парламенту і т. п.), часто зовсім трансформується і перестає бути схожою на саму себе, якою вона буває у приватному житті поза цими атрибутами" [Сорокин П. Система соціології. – Петроград, 1920. – Т. І. – Ч. І. – С. 183]. Для політика одяг стає важливим каналом передавання інформації. Залежно від одягу

політик може бути "прочитаним" (сприйнятим) населенням як консервативна людина або людина змін.

Візуальний образ найповніше розкривається у телевізійній рекламі, за допомогою засобів підсилення акцентів образу. Одним із таких засобів є застосування нормального, низького та високого кутів зйомки. Коли камера стоїть на одному рівні з обличчям політика (нормальний кут) у глядача складається враження рівності з персонажем. Коли ж камера стоїть під низьким кутом, глядач відчуває себе "підкореним" людиною з екрану, яка зображується як висока та значна постать. За умов розташування камери під високим кутом, політик, який рекламується, здається меншим за глядача. У телевізійній рекламі є свої особливості створення образу політика за допомогою кольорів. Для найкращого сприйняття людини один з елементів її одягу має бути яскравим, бажано відповідати основним кольорам символіки політичної сили, яку репрезентує політик. Негативні події, пов'язані з конкурентами, як правило, зображуються у чорно-білих тонах як підсилення негативного вербального контексту.

Для підкріплення ефекту телевізійної реклами часто використовують сувенірну продукцію. У цьому випадку відбувається поєднання впливу на зорове сприйняття рекламної інформації та сприйняття через дотик, а також можливості довготривалого володіння сувенірами. Виборець може багато разів чіпати і споглядати рекламний образ та використовувати його носій у власних цілях.

Є.О. Ясько, студ., КНУТШ, Київ
lisa_von_yellow@hotmail.com

МУЗИКА ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ

Сьогоднішній світ політики задля управління суспільством використовує усі можливі засоби впливу на людську поведінку. Політична комунікація містить у собі сукупність різних інформаційно-політичних засобів, які впливають на формування громадянської думки, звужують сферу політичної свободи кожної людини. Одним з таких засобів впливу є масове мистецтво, яке використовується як двосторонній ланцюг обміну політичною інформацією між правителями та підлеглими громадянами. Вивчення цього феномену політичного впливу є особливо актуальним у добу інформаційного суспільства, коли в умовах масової культури ми часто стаємо жертвами маніпуляцій.

Феномен музики як засіб політичної маніпуляції людством на сьогодні є мало дослідженим, не зважаючи на це, про політичні аспекти музичного мистецтва писали Платон, Арістотель, Ж.Ж. Руссо, Ш.Л. Монтеск'є, К. Маркс, А.Ф. Лосев, Р. Вагнер, А. Шопенгауер, Ф. Ніцше, Т. Адорно та інш. За Платоном, музика здатна виховувати любов до своєї держави, справжнього громадянина та "очищувати державу від потворного".

Музика є специфічним видом перцепції – сприймання, засобом комунікації, різновидом інформації, яка може бути наповнена політичним

змістом та використана задля інформаційного маніпулювання свідомістю людини, та формування певних вигідних для пропагандистів переконань і установок. На сучасному етапі розвитку суспільства музичне мистецтво перетворилось у масове мистецтво, яке є засобом управління свідомістю людини. Це проявляється у наступних тезах.

Музика як відображення суспільного буття та соціальної реальності. Р. Вагнер наголошував, що мистецтво є продуктом соціального життя, відображенням політичного устрою, мистецтво – радість бути самим собою та відчувати себе членом суспільства. На думку Т. Адорно витвори мистецтва – є особливими копіями наявного в реальності буття, вираженням протесту суспільству певної доби. За допомогою музики людина відкриває певні істини буття, свій внутрішній світ з його проблемами і почуттями, виражає "власною мовою" свої соціально-політичні переконання. Багато афро-американських стилів музики (gar, hip hop, funk, soul, jazz, blues) виникли внаслідок несприятливого соціального положення людини у суспільстві, та є відображенням соціальних рухів і протесту проти політичного режиму. Через існування музики-протесту проти пануючих систем виникли проблеми свободи слова, цензури, адже існування пісні, яка "не оспівує" державний режим, політичних героїв, не є вигідним для держави.

Музика як допоміжний засіб управління і організації суспільства. Виголошуючи політичний меседж через музику, політики наближають людину до політики, здійснюють вплив на її свідомість та підсвідомість. Музика легко запам'ятовується, залишаючись так званою "невинною формою" культурного дозвілля. Музична культура виступає "м'якою владою" керування натовпом. При використанні музики у процесі управління натовпом основна інформація повинна бути легкою для сприймання, повторюватись часто, мелодія і ритм мають бути простими, максимально примітивними, швидко запам'ятовуватись та бути "заразливими", на зразок "два притопи, три прихлопи". Такою політичною піснею став гімн Помаранчевої революції: "Разом нас багато і нас не подолати", який містив у собі головні політичні заклики і за лічені дні став символом Майдана 2004 р.

Використання музики для формування у людині певних переконань, цінностей, моральних норм, політичної культури та укріплення у суспільстві певної ідеології. У Радянському Союзі комуністична ідеологія забороняла "пагубну музику" капіталістичних суспільств, буржуазії, бо вона ніби шкодила моральному вихованню громадян СРСР. В радянському суспільстві у сфері музичного мистецтва велика увага приділялась музиці робітничого класу, яка прославляла СРСР та начебто сприяла швидкому руху суспільства до комунізму. Тому було заборонено усе, що може перешкодити цьому: гра на "західних" інструментах (саксофон, брасс, труба), заборонявся джаз, блюз та навіть музика "Beatles", "Scorpions", "Queen".

Музика в політичній рекламі. У політичній рекламі на телебаченні, музика має неабиякий вплив на формування політичного іміджу та

міфу. За Т.Траверсе, музика використовується як фон – емблема для подачі інформації, та стає засобом специфічного інформаційного ускладнюючого впливу на особистість. Через природну здатність людини до емоційного сприйняття музика у певних ситуаціях має сильніший вплив ніж інші засоби масової комунікації, виконує функції інформування і агітації суспільства. В політичній рекламі важливо врахувати всі особливості сприйняття інформації людиною, у тому числі і аудіо сприймання. За допомогою методу якорів (приємний музичний супровід, ритмічні мелодії) можна укорінити у свідомості людини позитивний імідж політика та основи його політичної програми. Організація агітаційних концертів, публічні заяви зірок шоу-бізнесу на підтримку тих чи інших політичних сил є частиною виборчих кампаній. Мета проведення цих заходів може бути різною: задля збільшення електорату певної політичної сили, збільшення інтересу населення до виборів та окремих персоналій, пробудження нації, поширення знань про свої права і свободи, зменшення підданської політичної культури серед суспільства. Політика часто монополізує музику. Впродовж і після президентських перегонів 2004 р. в США та Україні сотні музикантів було задіяно у політичних виборчих кампаніях. В США було організовано чисельні тури "за Дж. Буша" і проти Дж. Буша "Vote for change". Під час помаранчевої революції в Україні зірки шоу-бізнесу стояли на майдані разом з політичними діячами. Музика мала емоційний вплив на слухачів, тому важко уявити Майдан без музичного супроводу, пісень "Україна" Т. Петрененко, Тартака, Руслани та пісні-гімну помаранчевою революції "Разом нас багато" гурту Гринджоли. Саме ця пісня стала викликом, сприяла пробудженню національної свідомості та національної ідентифікації мільйонів українців. Подібне можна сказати і про останні президентські вибори в Росії 2008 р., де технології "емоційного підсилення" музичним супроводом політичного впливу використовувались не в останню чергу. На інавгурації президента на Червоній Площі мільйони глядачів побачили впевнену ходу Д. Медведева та В. Путіна під супровід патріотичної пісні групи Любе "Давай за жизнь".

Зв'язок музики з мовною політикою. Встановлення мовних квот на радіо, телебаченні, концертах, свідчать про ідеологічну, зовнішньо-політичну орієнтацію владних структур.

Вплив музичної культури на формування національної свідомості, почуття патріотизму та усвідомлення національної ідентичності людини. Музика містить культурний код, тому може пробуджувати національні імпульси, національну ідентичність, національний ентузіазм, виховувати патріотизм. Гімн держави є символом державності та є обов'язковим до виконання під час усіх державних заходів або свят. У багатьох американських школах гімн лунає перед початком занять, на радіо, телебаченні, може звучати перед переглядом фільмів у кінотеатрі, вистав. Під час війни музика виховує сукупність рис, які необхідні людині у бою, змушує людей йти воювати, святкувати перемоги. В червоній армії патріотична пісня "Вставай, страна огром-

ная" мала величезний вплив на людей, закликаючи воювати проти фашизму за свою Батьківщину.

Музика як інструмент покращення або погіршення відносин між країнами. Публічні висловлювання співчуття та проведення благодійних концертів однієї держави на допомогу іншій, можуть сприяти покращенню міжнародних відносин країн, укріпленню дружби держав на міжнародних позиціях. На Євробаченні 2007 року пісня "Lasha Tumbai" Верки Сердючки була інтерпретована російськими ЗМІ як "Russia, Good bye". Внаслідок змішання культурних і політичних орієнтацій в пісні, після її виконання на Євробаченні, цей випадок став причиною конфліктів, загострення українсько-російських відносин.

Музичне мистецтво є інструментом, за допомогою якого можна впливати на людей, чим і зловживають часто політики, але мистецтво можна використовувати і на благо суспільству. Не можна нехтувати мистецтвом, адже за його допомогою можна легко донести думку до людей та сприяти розвитку свідомості українців саме як європейської нації, які можуть реалізовувати свої ідеї, відчувати захист прав і свобод, мати інтерес і сили щось змінювати, творити власну українську національну історію. Музика – так звана "м'яка влада", яка містить культурні коди. Тому за допомогою неї можна не тільки маніпулювати, підкорювати, а й сприяти розвитку, покращенню процесу політичної соціалізації людини, формуванню активної політичної культури та громадянського суспільства. Музична культура може бути використана як засіб управління і для блага суспільства, і в країні, де буде відбуватися розвиток мистецтва, будуть щасливими її громадяни.

ЗМІСТ

Секція "ТЕОРІЯ ПОЛІТИКИ"

Підсекція "ПАРТОЛОГІЯ"

Gaš A. Representation of ethic minorities in postcommunist party systems	3
Obućina V. Institutionalization of parties and party system in postcommunist Europe	4
Petković A. Financing political parties in postcommunism	5
Richter B. Communist succession parties – communist heritage or social democracy?	6
Бульдович П.В. Еволюція партійної системи України	7
Дяченко Т.В. Інституціоналізація політичних партій України	9
Ковальов А.В. Релігійні організації у електоральній діяльності політичних партій	11
Морарь М.В. Місце і роль партійних лідерів у політичних процесах трансформаційних суспільств	13
Москалюк А.Б. Тенденція олігархізації як іманентна риса політичних партій: порівняльний аналіз концепцій М. Острогорського та Р. Міхельса	16
Мудрик Ю.С. Особливості формування багатопартійності у Польщі в контексті демократичних перетворень	18

Обушний М.І.

Партійна комунікація в політичній структуризації суспільства.....	20
--	----

Підсекція**"ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА"****Абрамчук Н.Р.**

Політична діяльність територіальної громади в контексті місцевого самоврядування (на прикладі м. Івано-Франківська)	22
---	----

Балабанова Н.О.

Боротьба з корупцією як політична функція громадянського суспільства	24
---	----

Бородюк К.В.

Глобальне громадянське суспільство: особливості бачення	26
--	----

Бурдейна І.В.

Громадянська освіта як шлях до розбудови громадянського суспільства	29
--	----

Голинська Х.О.

Громадянськість як відчуття належності: з історії проблеми.....	30
--	----

Гурицька М.С.

Громадянська освіта як необхідна умова формування громадянського суспільства в Україні	33
--	----

Зайдель М.І.

Саморегулювання як партнерство влади та бізнесу: перспективи для України	34
---	----

Крижанівська О.С.

Перешкоди для ефективної діяльності інституту омбудсмена в країнах Латинської Америки	36
---	----

Москалев А.Е.

Молодежная оппозиции в России на современном этапе: тенденции и противоречия развития.....	38
--	----

Петренко К.М. Студентське самоврядування як елемент громадянського суспільства в законодавстві України	40
Рева Т.С. Прояви політичного екстремізму у правових державах	43
Сарбаш К.О. Розбудова громадянського суспільства як шлях до демократизації українського суспільства.....	45
Стаселько К.И. Фонд социальной критики и социальная ответственность	47
Тукаленко І.А. Громадянська "інтерпасивність" або побічні наслідки теледемократії.....	49
Цвях В.Ф. ліберальна модель громадянськості: сутність та специфіка.....	50

Секція "ПРАКТИЧНА ПОЛІТОЛОГІЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ"

Антонюк А.І. Методи вирішення міжнаціональних конфліктів	53
Багінський А.В. Дослідження "freedom house": недоліки та переваги.....	55
Білівітіна А.С. Символи як інструмент комунікації у політичному маркетингу.....	57
Бульдович П.В. Специфіка політичного ринку як маркетингового способу організації політичного дискурсу	59
Ващенко К.О. До питання про принципи здійснення політичного прогнозування.....	61

Волік К.Ю. Сутність та формування політичного іміджу держави	63
Воробйова Г.Ю. Політичний наратив як фактор політичної комунікації.....	66
Дем'яненко М.М. Політичний популізм в системі політичних технологій.....	68
Добжанська І.М. Розробка стратегій гендерного розвитку: теоретико-методологічний вимір	70
Долуда В.В. Особливості формування національної інформаційної інфраструктури	72
Житнікова Т.О. Сутність суб'єктів і об'єктів політичного маніпулювання	74
Ігнащенко І.І. Особливості політичного консультування в Україні	76
Карбовський О.К. Особливості забезпечення політичної стабільності у контексті порівняння моделей виборчих систем	78
Качан О.С. Безпекові аспекти порушення етнічного балансу у країнах та регіонах	80
Ключкович А.Ю. Розвиток системи публічного управління в Чеській Республіці в умовах постсоціалістичної модернізації.....	83
Коломоєць А.В. Особливості використання агресивної лексики у політичному дискурсі.....	85
Крюкова К.Г. Психологічні чинники в політичній рекламі	87
Кучма Л.О. Структура суб'єкта політичного маніпулювання: основні підходи та особливості трактування	88

Лашко А.В. Політичний тероризм як різновид комунікативних технологій.....	90
Лікарчук Д.С. Вплив фінансово-політичних груп на прийняття політичних рішень	92
Лікарчук Н.В. Концепт "місце" як елемент політичного маркетинг-мікс.....	94
Македон І.В. Сучасні тенденції реклами на політичній ринку України	96
Мамонов І.Л. Якість життя людей як ціль публічного управління	99
Марченко О.В. Політичний дискурс у гендерному вимірі сучасності.....	101
Машаровська С.Ю. Маніпуляція свідомістю як тренд сучасного політичного дискурсу України.....	103
Нагорняк Т.Л. Дослідження брендингу територій у контексті розвитку методології політичної науки	105
Олещук П.М. Прийоми політичної демагогії	107
Павлюк К.В. Брендинг як політична технологія.....	109
Петренко І.І. Зміст та межі застосування експертно-аналітичної діяльності у сфері політики.....	111
Піхота А.А. Дослідження ефективності у політиці.....	114
Придыбайло Е.К. Роль інтернета в комунікативно-діалоговых отношениях общества и власти	116

Призиглей М.О. Причини пасивної участі особи в політичному житті	117
Раїмов Д.Ю. Політичні чутки як різновид інформаційного впливу на українське суспільство	119
Романенко О.М. Вплив політичного рішення на розвиток політичної ситуації.....	121
Семигіна Т.В. Дослідження політики охорони громадського здоров'я: методологічні та аксіологічні проблеми	123
Сніжко А.С. Переваги міжособистісної пропаганди у сучасній українській політиці	125
Солодар М.О. Використання психоаналітичного методу у політичному аналізі	126
Стельмашов А.К. Мовні маніпуляції у політичних технологіях	128
Супрунюк І.В. Когнітивне моделювання політики як метод політичного аналізу	130
Сущенко В.В. Методи організації політичного маркетингу	132
Топоровський Д.В. Деякі підсумки аналізу екологічного контексту політичної культури українського суспільства	134
Турбай А.О. Застосування методу Дельфі у політичному прогнозуванні	136
Хомрач В.П. Проблема визначення політичної реклами.....	138
Чорноус А.В. Особливості створення політичних міфів.....	139

Шевченко В.М. Політичний міф як засіб формування політичної свідомості	141
Шелестов О.М. Ефективність виборчих технологій та їх вплив на електоральні процеси в Україні	143
Штельмашенко А.Д. Імідж України на міжнародній арені	145
Щербина Ю.С. Значущість візуальної складової для формування іміджу політика	147
Ясько Є.О. Музика як засіб політичних маніпуляцій	149

Наукове видання

ДНІ НАУКИ

ФІЛОСОФСЬКОГО ФАКУЛЬТЕТУ – 2011

МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ
(20–21 КВІТНЯ 2011 РОКУ)

МАТЕРІАЛИ ДОПОВІДЕЙ ТА ВИСТУПІВ

ЧАСТИНА 5

Друкується за авторською редакцією

Оригінал-макет виготовлено Видавничо-поліграфічним центром "Київський університет"
Виконавець Д. Ананьївський



Підписано до друку 04.04.11. Формат 60x84^{1/16}. Вид. № Фл7. Гарнітура Arial. Папір офсетний.
Друк офсетний. Наклад 95. Ум. друк. арк. 9,30. Обл.-вид. арк. 13,33. Зам. № 211-5617

Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
01601, Київ, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43,
☎ (38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; факс (38044) 239 31 28.
E-mail: vydav_polygraph@univ.kiev.ua
Свідоцтво внесено до Державного реєстру ДК № 1103 від 31.10.02.