Міністерство освіти і науки України Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

С.Г. ВОНСОВИЧ

ПРАКТИЧНА ПОЛІТОЛОГІЯ

Навчальний посібник

м. Кам'янець-Подільський
2026

УДК 32.01-027.22 (075.8)
ББК 66.0973

Рекомендовано до друку Вченою радою
Кам’янець - Подільського національного університету імені Івана Огієнка
(протокол № 6 від 28.05.2026р.)

Рецензенти:

Дем’яненко Б.Л. доктор політичних наук, професор, професор кафедри політології та журналістики, декан соціально-психологічного факультету Університету Григорія Сковороди в Переяславі;

Пояркова Т.К. доктор політичних наук, професор, провідний консультант ГО «Сумська міська спілка правників»;

Почапська О.І. кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Вонсович С.

Практична політологія: навчальний посібник [Електронний ресурс]. Кам’янець-Подільський: Кам’янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2026. 278 с.

Навчальний посібник з курсу «Практична політологія» підготовлено відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю С2 «Політологія» галузі знань «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. У посібнику викладено програмний зміст курсу, розробленого на основі авторської концепції, що відповідає вимогам ОПП «Політологія». Головною метою є сприяння здобувачам у формуванні практичних умінь і навичок дослідження політичних процесів та ефективного застосування теоретичних знань. Окреслені методологічні орієнтири та завдання забезпечують розвиток професійних компетентностей майбутніх фахівців.

Видання адресоване студентам, аспірантам, а також викладачам закладів вищої освіти.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА…….. 4
Тема 1. Сутність, функції і структура практичної політології.
питання методів і методології……6
Тема 2. Практика застосування технологій у політичній діяльності
державного управління……....25
Тема 3. Групи інтересів та процеси формування державної політики……35
Тема 4. Політична участь та її змінюваність у політиці……50
Тема 5 Психологічні аспекти політичної діяльності……70
Тема 6. Політичний маркетинг……..99
Тема 7. Лобізм у політиці……..116
Тема 8. Політична комунікація у технологіях практичної політології……139
Тема 9. Популізм та його роль у контексті практичної політології……....154
Тема 10. Практична політологія і засади інформаційної безпеки……....172
Тема 11. Комунікативно-інформаційні підходи у неперервності
розвитку політичної системи і режиму……..183
Тема 12. Політична іміджелогія як складова практичної діяльності……...200
Тема 13. Політична реклама у практичній політології……..216
Тема 14. Класичні та сучасні технології впливу на суспільство у політиці.230
Тема 15. Інформаційно-аналітична діяльність у практичній політології….246
Тема 16. Роль практичної політології у врегулюванні
політичних конфліктів…….254
Тема 17. Політичний аналіз у практичній політології……270

ПЕРЕДМОВА

Навчальний посібник «Практична політологія» підготовлено відповідно до навчальної програми для студентів спеціальності С2 «Політологія» та суміжних спеціальностей соціально-поведінкового та гуманітарного профілів. Його поява зумовлена нагальною потребою в навчально-методичному забезпеченні, яке органічно поєднує теоретичний і прикладний виміри сучасної політичної науки. Вітчизняна академічна традиція в цій царині лише розбудовується, що й обумовлює актуальність запропонованого видання.

Посібник охоплює сімнадцять тематичних розділів, структурованих у логічній послідовності - від концептуально-методологічних засад до конкретних практичних технологій. У першому розділі розкрито сутність, функції і структуру практичної політології, окреслено питання методів і методології. Наступні розділи послідовно висвітлюють: практику застосування технологій у державному управлінні, механізми функціонування груп інтересів, феномен політичної участі та її змінюваність, психологічні аспекти політичної діяльності, політичний маркетинг, лобізм, політичну комунікацію, популізм, засади інформаційної безпеки та комунікативно-інформаційні підходи в контексті розвитку політичної системи. Завершальні розділи присвячено політичній іміджелогії, рекламі, технологіям впливу на суспільство, інформаційно-аналітичній діяльності, конфліктологічному виміру практичної політології та методологічним засадам політичного аналізу.

Концептуальним стрижнем посібника є розуміння практичної політології як соціоінженерної і прикладної субдисципліни, предметом якої слугують розробка принципів та методів аналізу, діагностики і прогнозування політичних ситуацій, проєктування варіантів типових політичних рішень і процедур, конструювання алгоритмів і технологій, що здійснюють цілеспрямований вплив на політичний процес. Зважаючи на це, визначальною рисою практичної політології є орієнтація на конкретний практичний результат, а не на накопичення абстрактних знань. Водночас автор послідовно наголошує, що ефективне застосування практичних технологій можливе лише на міцному теоретичному підґрунті.

Методична архітектура кожного розділу є уніфікованою: навчальні питання, виклад теоретичного матеріалу, запитання і завдання для самоконтролю, глосарій термінів і понять, список рекомендованої літератури. Така структура сприяє системному засвоєнню матеріалу, формуванню навичок самостійної роботи і розвитку критичного мислення - ключових компетентностей сучасного фахівця-політолога.

У посібнику широко застосовуються як загальнонаукові, так і специфічні методи дослідження: біхевіористський, системний, статистичний, контент-аналіз, івент-аналіз, метод опитування громадської думки, ігрові методи, когнітивне картування та методи комп’ютерного моделювання. Міждисциплінарний характер практичних політологічних досліджень

обумовлює активне залучення здобутків психології, соціології, теорії комунікацій та кібернетики. Саме технологічний синтез різних дисциплінарних підходів уможливлює цілісну інтерпретацію конкретної політичної ситуації та вироблення науково обґрунтованих рекомендацій.

Видання підготовлено з урахуванням актуального стану вітчизняної та зарубіжної наукової літератури з практичної політології. Бібліографічний апарат посібника відображає як класичні фундаментальні праці з відповідної проблематики, так і сучасні дослідження українських і зарубіжних учених. Особливу увагу приділено науковим розробкам, які безпосередньо стосуються українського суспільно-політичного контексту, зокрема в умовах тривалого збройного конфлікту та трансформаційних суспільно-політичних процесів.

Посібник адресований передусім студентам, які опановують спеціальність С2 «Політологія», однак може бути корисним для здобувачів вищої освіти суміжних спеціальностей - державного управління, міжнародних відносин, юриспруденції, соціології, журналістики. Його зміст також становить практичний інтерес для аналітиків, радників, консультантів і всіх, хто причетний до формування та реалізації державної й партійної політики.

Автор висловлює щиру вдячність колегам-науковцям, чиї фахові зауваження і конструктивна критика сприяли вдосконаленню рукопису, а також студентам, практична взаємодія з якими є невичерпним джерелом наукового й педагогічного пошуку.

Тема 1. Сутність, функції і структура практичної політології. Питання методів і методології

Навчальні питання

1. Сутність і функції практичної політології
2. Структура практичної політології
3. Методологія і методи практичної політології

Сучасна політична наука включає взаємодію двох векторів - теоретичного осмислення та практичної реалізації. Вектори перебувають у стані постійної взаємодії, де фундаментальні знання забезпечують методологічну базу для практичної діяльності. Без систематичного збору, класифікації та аналізу даних, які продукує реальна політична діяльність, наука ризикує перетворитися на схоластичні побудови. Водночас без теоретичного осмислення конкретних подій і фактів неможливо збагнути їхню внутрішню логіку, простежити закономірності виникнення й розвитку, а також відтворити цілісну картину політичного буття. Власне, без практичного складника неможливо уявити зміну політичної думки як цілісної інтелектуальної системи. Окрім академічного значення, ця дисципліна є інструментом розвитку критичного сприйняття дійсності, що дозволяє громадянам та експертам формувати об'єктивні судження щодо функціонування владних структур, специфіки діючих режимів та наслідків конкретних політичних кроків.

Сутність і функції практичної політології. Практична політологія зосереджується на питаннях ефективного втілення політики в реальній суспільній практиці та покликана забезпечувати інтереси суб'єктів політики (суспільства, держави, особистості).

Теоретичні аспекти політичної науки здебільшого розробляють в університетах і науково-дослідних центрах, тоді як практичну політологію реалізують на практиці урядові аналітики, радники та консультанти політичних партій. Практична політологія акумулює інформацію, потрібну для коригування, уточнення чи перегляду поточної політики. Теорія орієнтована на тривалу перспективу, тоді як практична наука зосереджена на конкретній ситуації. Між ними немає непрохідної межі: теоретичні положення постійно підтверджуються реальними подіями та процесами. Засновником практичної політології вважається американський дослідник Чарлз Мерріам (1874–1953), який у 1921 р. закликав наукове співтовариство розбудувати практичну науку про політику, спираючись на методи психології та статистики. Його підтримали: дослідник у галузі соціальної психології, психіатр і фундатор соціометрії Джекоб-Леві Морено (1892–1974), фахівець із політичної психології Гарольд Лассвел (1902–1978), піонер

кількісного аналізу громадської думки Джон Геллап (1901–1984), а також засновник теорії груп інтересів Артур Бентлі (1870–1957) та інші дослідники. Становлення практичної політології як наукового напряму відбувалося переважно на американському ґрунті. Причиною слугувала неможливість у міжвоєнній Європі (1920–1940) незалежного наукового аналізу: у переважній більшості європейських держав дослідницька діяльність підпорядковувалася ідеологічним та пропагандистським цілям.

Встановлення в Європі тоталітарних режимів – комуністичного, нацистського та фашистського змусило видатних учених (П. Лазарсфельда, К. Мангейма, Г. Моргентау, Л. Штрауса, З. Фройда, Г. Маркузе) емігрувати до США, суттєво збагативши американську політичну науку, зокрема у царині досліджень у галузі практичної політології.

У США практичні політичні дослідження активно підтримували і держава, і приватний сектор. Задекларована Ч. Мерріамом настанова на практичну користь наукових студій у сфері політики була обґрунтована і реалізована передусім Чиказькою школою політології. Саме в її межах розроблено перші програми емпіричних студій із застосуванням кількісних та експериментальних методів – зокрема, вивчення виборчих орієнтацій під час виборів мера Чикаго 1923 р., демографічних характеристик основних соціальних груп, а також аналіз впливу цілеспрямованої агітаційної роботи на підсумки голосування тощо. Представники цієї школи виступали за точність і доказовість емпіричних студій, обґрунтованість суджень під час вивчення політичних проблем, заклали підвалини психологічної та соціологічної інтерпретації політики. Завдяки їхнім зусиллям набув практичного застосування метод інституційного вимірювання й утвердився поведінковий підхід, що суттєво позначився на подальшому розвитку західної політології. Закладена Чиказькою школою традиція поступово охопила дослідження у сфері міжнародних відносин, порівняльну політологію, аналіз груп інтересів, партій, електоральної поведінки і громадської думки.

Друга світова війна активізувала практичну складову політологічних розвідок, що зумовлювалося нагальними потребами державного управління в кризових умовах. Пріоритетними завданнями таких студій постали моніторинг та аналіз громадської думки щодо протиборчих сторін і союзницьких держав, а також розробка інструментарію для стимулювання трудової активності в індустріальному та сільськогосподарському комплексах за умов дефіциту кадрових ресурсів. Також експертні зусилля спрямовувалися на оптимізацію механізмів реалізації державних запозичень серед населення для фінансового забезпечення воєнних видатків.

Новий етап у популяризації практичного політичного аналізу розпочався у другій половині 40-х років XX століття. Осередком підготовки фахівців стала літня школа Мічиганського університету (1947 р.), яка виконувала роль інтелектуального містка для європейських дослідників. Саме тут відбувалося поширення новітніх методик, що згодом лягли в основу європейської школи практичної політології. Системному поширенню американських академічних канонів та аналітичних стандартів також сприяла поява у 1949 році Міжнародної асоціації політичних наук (IPSA), що дозволило науковій спільноті Європи активніше інтегрувати передовий закордонний досвід у власні дослідницькі практики. 70 – ті роки XX сторіччя стали етапом остаточної легітимізації політичної науки та її прикладного відгалуження як автономних академічних напрямів. У цей період відбулося завершення процесу їхньої повноцінної інституціалізації, що проявилося у створенні широкої інфраструктури профільних університетських центрів та аналітичних хабів. Станом на 1985 р. нараховувалось вже 2,5 тис. європейських учених, які спеціалізувалися в політичній науці, зокрема й у сфері практичної політології.

Специфіка практичної політології простежується через зв'язок між замовником політичної експертизи та консультантом, на якого покладено місію фахового аналізу кризових кон'юнктур та розробку оптимальних алгоритмів реагування. Зокрема, йдеться про формування прагматичного інструментарію, адаптованого до розв'язання вузькоспеціалізованих завдань у конкретному часовому та просторовому вимірі; наукове обґрунтування перевірених управлінських рішень, які забезпечують результативність діяльності політичних акторів; системне залучення інтелектуального потенціалу для пошуку відповідей на гострі виклики суспільного буття.

Визначальною рисою практичної політології є прагматизм – орієнтація на практичний результат. Вивчення та вирішення конкретних колізій політичного буття зосереджені не на ідеальному, а на реальному спрямуванні зусиль державних інституцій, партій, рухів і груп інтересів. Головним її пріоритетом є вплив на існуючу політику. У полі її зору, передусім, перебувають ті політичні сили, що формують порядок денний і безпосередньо відповідають за реалізацію визначеної стратегії. У полі зацікавлень практичної політології є партії, вибори, громадська думка, засоби масової інформації, суспільно-політичні організації, а також політичні цілі й наміри, механізми впливу, конфліктні ситуації, різноманітні форми опозиційної активності тощо.

Підсумковим результатом прктичних політологічних розвідок постає комплекс експертних пропозицій, що адресуються безпосереднім акторам

владного процесу. Власне, йдеться про ґрунтовне доведення доцільності обраного курсу, а також генерування варіативних прогностичних моделей від оперативних сценаріїв до стратегічних ідей майбутнього. Опрацьовані рекомендації, зазвичай, фокусуються на рівні осіб, котрі володіють легітимними управлінськими перевагами та безпосередньо визначають вектор державного поступу; вони дозволяють або верифікувати існуючі суспільні імперативи, або трансформувати їх, виступаючи фактором зміцнення чи, навпаки, дестабілізації політичної кон'юнктури.

Коло суб'єктів охоплює розгалужену мережу фахівців, чия діяльність інтегрована в реальні владні процеси. До цієї категорії належать аналітики, експертне співтовариство, корпус радників вищих посадових осіб, а також функціонери апарату державного управління. Вагому роль відіграють спеціалісти з політичного маркетингу та комунікативістики, котрі відповідають за паблік рілейшнз, конструювання електоральних стратегій та прогностичне моделювання. Власне, йдеться про професійну спільноту, що безпосередньо визначає структуру стратегічного курсу політичних лідерів та забезпечує науково-методологічний супровід процесу ухвалення доленосних управлінських рішень.

Практична політологія відповідає на питання «для чого?» і «як?». Її метою є вироблення оцінок, настанов щодо конкретних дій, поведінки, способу життя. Такі оцінки мають відповідати реальним проблемам, спиратися на критерії критичного мислення, що ґрунтується на практичному досвіді, зокрема пов'язаному з конструюванням і реалізацією механізмів збереження, поступового розвитку або радикального перетворення політичних систем, їхніх суб'єктів і політичної практики загалом. Відомий австрійський мислитель Карл Поппер (1902–1994) наголошував на фундаментальній відмінності між векторами політичного осмислення: якщо академічна теорія фокусується на дилемі персоналізованої влади, то практична площина досліджень переносить акцент на інституційну інженерію. За його логікою, ключовим завданням практичної думки є проєктування такої будови політичних інститутів, яка б дозволяла мінімізувати негативний вплив та ймовірні негативні наслідки від діяльності професійно непідготовлених чи неефективних керівників.

Отже, домінантою практичної політології виступає досягнення конкретного прикладного результату, а не лише нагромадження теоретичних відомостей. Об'єктом її системного моніторингу стають ключові актори політичного процесу: від стратифікованих соціальних груп та партійних інституцій до етноконфесійних об'єднань і територіальних спільнот. Особлива увага фокусується на їхній функціональній ролі в організації

ухвалення та впровадження управлінських рішень. Предметний інтерес дисципліни зосереджений на динаміці політичної кон'юнктури, описі специфічних ситуативних контекстів, оцінці реальних важелів впливу суб'єктів, а також їхніх стратегічних мотивацій у площині боротьби за владні прерогативи та їх подальшу легітимацію; розстановці суспільно-політичних сил і базових методик роботи з ними; використанні в політиці інформаційних технологій, моделюванні процесів і прогнозування; виборчі кампанії та пов'язані з ними технології; управління подіями і ризиками; алгоритм прийняття рішення; застосування стратегічного планування (зокрема, структурно-логічної моделі «восьми коліс»), та інструментів політичного моніторингу, контент-аналізу тощо.

Практична політологія реалізується на трирівневій структурі. Зокрема, це: загально-методологічний рівень (фундаментальний базис, що визначає концептуальну спрямованість дослідження; методичний рівень (фокусується на інструментарії та операційних алгоритмах, необхідних для збору, систематизації та верифікації первинного масиву політичної інформації); процедурно-технологічний рівень (включає організаційне забезпечення, технічний супровід та фінансову логістику, необхідні для повноцінного функціонування технологій політичного аналізу).

Функції практичної політології. Специфіка предмета й завдань практичної політології визначає й своєрідність її функцій, які загалом орієнтовані на політичну реальність та передбачають цілеспрямований вплив на неї. Найважливішими серед них є науковий аналіз за якого робота експерта в комплексному прогнозуванні та інформуванні політичних акторів про потенційні загрози, зумовлені ухваленням стратегічно важливих рішень.

1.Експертно-аналітичне та прогностичне забезпечення прийняття рішень. Фахівці-політологи, зазвичай, відстежують небажані дії щодо ухвалених рішень, розробляють заходи протидії, здійснюють політичний аналіз позицій прихильників і опонентів політичного рішення. Під час вироблення важливих для майбутнього рішень вони окреслюють нові форми суспільного співіснування, генерують знання і сценарії розвитку, здійснюють політичну та правову експертизу.

2. Розроблення технологій супроводження політичних процесів, кампаній та акцій (виборів, мітингів, переговорів тощо). Вона включає формування іміджу організацій і лідерів, врегулювання конфліктних ситуацій, оцінювання поточної обстановки. Усе це вимагає врахування особливостей конкретного суспільства й неприпустимості механічного перенесення технологій, ефективних в інших умовах. Обов'язок фахівця, що пропонує певні технології – попередити можливі негативні наслідки їх застосування.

3. Соціокультурний супровід політичного процесу. Як практична, так і теоретична гілка політичної науки покликані сприяти розвитку в суспільстві політичної культури, що враховує національний менталітет, традиції, усталені норми, цінності та ідеали. Роль політологічного супроводу особливо посилюється в умовах транзитивних перетворень, оскільки рівень політичної культури суспільства визначає якість дій еліти та становлення громадянської відповідальності загалом.

4.Функціональне та змістовне наповнення практичної політології структурується за двома напрямками: діяльністю радників та активністю консультантів. Ключова прерогатива політолога-радника полягає у позиціюванні себе як суб'єкта, що забезпечує аналітичний супровід та критичну верифікацію ідей представника владної вертикалі. При цьому критично важливо визначити межу між фаховою діяльністю та так званою «політологією порадників» (політологічною публіцистикою), яка оперує в площині публічного обговорення політичних ініціатив без прямої відповідальності за їхню імплементацію.

2. Структура практичної політології. Практична політологія охоплює такі структурні складові: державне управління та політичне життя**.** Зазначений елемент практичної політології забезпечує моніторинг конституційно визначеної структури державного управління, дозволяючи описувати реальну природу владних режимів та здійснювати їхній аудит. Пріоритетним завданням тут постає підвищення спроможності суспільного менеджменту. Досягнення цієї мети вимагає взаємодію аналітичного інструментарію, фундаментальних знань, адекватного лідерського стилю, сучасних технологій адміністрування та дієвих мотиваційних факторів. Для верифікації результативності управлінського процесу доцільно виокремити систему індикаторів, що включає: структурно-функціональні параметри (кількісний склад корпусу держслужбовців, конфігурацію аппарату тощо); ресурсний потенціал (рівень діджиталізації та розгалуженість інформаційних мереж, якість стратегічного планування та прогностичне моделювання суспільних трансформацій); суб'єктно-особистісний зріз (фахову компетентність та індивідуально-вольові якості керівної еліти, психологічний мікроклімат, а також швидкість ухвалення рішень); аксіологічну складову(систему ціннісних орієнтирів та мотиваційну архітектуру управлінської праці).

2. **Технологічний інструментарій та механізми практичної імплементації.** Цей напрям практичної політології фокусується на комунікаційних процесах, конструюванні ціннісних орієнтирів та моделюванні електоральної поведінки в межах виборчих циклів. Пріоритетною метою є верифікація та досягнення

прагматичних цілей через діагностику середовища функціонування акторів. Зокрема, йдеться про комплексний аудит соціально-економічного статусу регіональних спільнот, ідентифікацію їхніх латентних інтересів, а також оцінку суспільної довіри до інститутів влади.

На основі отриманої аналітичної бази розробляється стратегічний дизайн та тактичний малюнок кампанії, що включає спрямовану визначеність інформаційних потоків у медіапросторі. Результативність таких технологічних рішень залежить від врахування етнопсихологічних зразків, прикладів, ментальних особливостей та усталених традицій, які співвідносяться з існуючим правовим полем та ресурсом політичних лідерів.

3. **Політичний маркетинг**. За своїм змістом це сукупність методів збору, організації, продукування та передачі інформації задля досягнення політичного ефекту. Інструментарій маркетингу охоплює: дослідження політичного ринку, вивчення громадської думки, виборчу інженерію, іміджеві технології та політичну рекламу. Зокрема, у передвиборній кампанії маркетинговий підхід концентрується на формуванні позитивного образу кандидата чи партії, що забезпечує прихильність виборців і максимізацію отриманих голосів. Ключовими завданнями в цьому зв'язку є аналіз електорату та формування стратегії передвиборної кампанії – зокрема аргументаційної бази, здатної переконати різні групи виборців.

4. **Політичний менеджмент**. Сутність його полягає в організації та управлінні відносинами в різних царинах політичного буття шляхом поєднання світових здобутків із позитивними надбаннями національної культури. Цей різновид управлінських відносин відіграє вагому роль у сфері реальної політики. Він передбачає вивчення та оптимізацію роботи команди як у правлячих структурах, так і в ході виборчих кампаній. Грамотне застосування менеджменту зміцнює авторитет політика, формує стратегічні умови для діяльності державних установ і партій, сприяє формуванню коаліцій та блоків, а також дає інструменти впливу на опонентів у конфліктних ситуаціях. Принципова особливість політичного менеджменту полягає в тому, що суб'єкт управління, досягаючи поставлених цілей, не вдається до права легітимного насилля чи нормотворчих повноважень, а застосовує специфічні механізми, що забезпечують вплив на погляди й поведінку, що відповідає його стратегічним цілям та інтересам.

5. **Політична конфліктологія**. У царині політики конфлікти зумовлюються такими чинниками: активізацією національних рухів і груп, налаштованих на безкомпромісне відстоювання об'єктивно назрілих вимог чи суб'єктивно визначених інтересів; виникненням інформаційної ескалації з різкими звинуваченнями на адресу опонентів, конструюванням «образу

ворога», вимогами запровадження надзвичайних заходів, зокрема обмеження громадянських свобод; спонтанною міграцією та появою біженців; формуванням «внутрішнього пролетаріату»: абсентеїзмом, соціальною апатією, протестними варіантами голосування тощо.

Місія практичної політології стосовно конфліктів полягає у комплексному вивченні й осмисленні можливих культурних, історичних і соціально-економічних передумов їхнього виникнення, а також у своєчасному виявленні загрозливих ознак ще на початковій стадії або в процесі перебігу конфлікту. Прогнозування та фахове врегулювання конфліктів потребує розробки дієвого міждисциплінарного інструментарію для аналізу конфліктних ситуацій, зокрема оцінювання схильності особи або соціальної групи до ескалації чи продуктивного вирішення конфлікту і за діяння партнерських відносин, діалогічного потенціалу групи до співробітництва і пошуку альтернатив; визначення гостроти конфлікту, його стадії, а також явних і латентних характеристик учасників і психологічних аспектів протистояння.

6. **Політична психологія** (функціонує як наукова дисципліна і водночас як соціальна практика). Вона є відносно самостійною складовою в системі політичної науки, яка розкриває особливості стереотипного сприйняття подій та засвоєння громадянами політичних цінностей; аналізує настрої в масовому суспільстві; визначає якості лідерів,досліджує інтереси, потреби і мотиви соціальних груп та індивідів. Ключовими змістовими компонентами є ментальність, переконання, свідомість і самосвідомість, а також реальна політична поведінка. Знання в цій галузі є необхідною передумовою ефективного функціонування політичної системи, розвитку держави, етносів та особистості - передусім у контексті докорінних суспільно-політичних перетворень, які супроводжуються змінами в масовій свідомості та політичній культурі.

7. **Принципи формування та функціонування політичних партій**. У сучасних умовах вважається необхідною передумовою формування демократичного управління є існування конкурентного партійного середовища. Стратегічним пріоритетом будь-якої політичної партії постає конструювання та підтримка стійкої організаційної побудови, а також оптимізація внутрішньоінституційних зв’язків. Це дозволяє мінімізувати загрози та суттєво підвищити суб’єктність партії у межах конкуренції на ринку політичних ідей. Фундаментальний комплекс принципів розбудови сучасної партогенези охоплює: електоральну відповідність та консолідацію (здатність дзеркально відображати запити потенційного виборця та забезпечувати залучення прихильників навколо програмових норм);

адаптивну динаміку (високий рівень плинності щодо суспільних трансформацій, передусім у контексті швидких змін політичної кон'юнктури); процедурну валідність (формування ефективних алгоритмів для ухвалення відповідальних управлінських рішень) та інституційну ідентифікацію та демократизм,тобто чітке розмежування організаційних кордонів у поєднанні з впровадженням інклюзивних практик - ідеологічного плюралізму, етики толерантності стосовно опонентів, свободи внутрішньопартійної дискусії та механізмів відповідальності лідерів перед партійним загалом.

8. **Політична участь.** У суспільно-політичному вимірі участь є системою форм, методів і засобів впливу суб'єктів на інституції влади задля реалізації власних інтересів. Ця проблема нерозривно пов'язана з виборчим процесом, що включає: передвиборний етап (цілеспрямовану підготовку, під час якої актори визначають стратегію і тактику); виборчий етап (активне змагання суб'єктів за голоси виборців); пост виборний етап (широкий суспільний дискурс і підготовку до наступних виборів і є невід'ємною частиною циклічного демократичного процесу. Феномен політичної участі безпосередньо співвідноситься з динамікою електорального циклу, структура якого охоплює декілька закономірних стадій:

1. Преелекторальна фаза. Передбачає системну підготовку до перегонів, у межах якої ключові актори здійснюють стратегічне планування та детермінують тактичні прийоми політичного протистояння.

2. Етап волевиявлення. Характеризується піком активності суб'єктів виборчих перегонів, що спрямована на мобілізацію електорального ресурсу та реалізацію сконструйованих моделей впливу.

3. Постелекторальний період (загальнонаціональний дискурс). Полягає у формуванні нового інтелектуального та медійного простору, який, стає фундаментом для наступних виборчих кампаній. Це підтверджує тезу про неперервний характер політичної боротьби, де завершення одних виборів є початком латентної підготовки до наступних.

9. **Інформаційні технолог**ії. Охоплюють технології відбору та опрацювання інформації, що включають аналіз документів, спостереження як спосіб збору первинних соціальних даних, опитування та механізми їх застосування. Вони уможливлюють системне дослідження першоджерел, виявлення особливостей роботи державних інституцій і громадського впливу на їхню діяльність. В умовах постмодерного суспільства зазначені інструменти виступають потужними засобами культурної інтеграції. Їхнє функціональне призначення полягає у спрощенні ментальних стереотипів, стратегічних цілей та аксіологічних орієнтирів як окремих індивідів, так і

великих соціальних спільнот. Генезис та реконструювання колективної свідомості сьогодні забезпечується через широкий спектр пізнавальних та комунікаційних технологій, серед яких ключове місце посідають: глобальна мережа Інтернет як універсальний інформаційний простір; новітні PR-стратегії та політичний маркетинг; методи нейролінгвістичного програмування (НЛП), орієнтовані на латентну корекцію поведінки; а також комплексні механізми спрямованого моделювання громадської думки.

10. **Методологія виборчих технологій.** Цей процес вимагає залучення багатопрофільної експертної групи: керівника кампанії, фахівців з комунікацій, аналітичного корпусу, юристів та вузькоспеціалізованих медіатехнологів. Технологічний алгоритм супроводу кампанії базується на комплексному аудиті поточної кон'юнктури, що включає верифікацію балансу сил, моніторинг очікувань виборців та прогнозування абсентеїзму.

Окремий акцент робиться на еволюції агітаційного впливу, що структурується за такими етапами:

1. Ідентифікація (концентровані зусилля на інституалізації імені кандидата та стимулюванні пізнавального інтересу електорату).

2. Конструювання іміджу (розбудова цілісного медійного образу та персонального бренду).

3. Програмна експлікація **(**артикуляція фундаментальних тез передвиборчої платформи у поєднанні з технологіями нейтралізації опонентів).

Типологія практичних електоральних досліджень це:

- передвиборчий аудит (аналіз шансів кандидата для ухвалення рішення про балотування);
- динамічний моніторинг (перманентне відстеження трансформацій у суспільних орієнтаціях та фіксація коливань рейтингових показників);
- спеціалізована діагностика (фокус на партикулярних факторах (релігійні, сімейні, інтелектуальні параметри, що здатні вплинути на сприйняття кандидата);
- ретроспективний (підсумковий) аналіз (пояснення електоральних мотивів, верифікація ефективності агітаційного інструментарію та формування бази даних для майбутніх політичних циклів).

Паблік рілейшнз у контексті практичної політології постає як комплексна дисципліна про закономірності суспільної взаємодії та специфічну управлінську практику, що інтегрує такі напрями як: медіа-комунікаційний зріз (детермінація функціонального простору та правових засад діяльності засобів масової інформації, а також оптимізація алгоритмів їхнього діалогу з соціумом); інституційно-управлінський рівень (розробка та

впровадження ефективних організаційних моделей адміністрування); системно-політичний розвиток (модернізація політичної архітектури через посилення спроможності інститутів місцевого самоврядування та самоврядних громадських структур); зовнішньополітичний вектор (встановлення та підтримка багаторівневих міжнародних зв'язків); іміджевий менеджмент (конструювання, імплементація та стратегічне використання корпоративного й політичного іміджу).

11. **Аналітика, прогнозування і консультації у сфері політики.** Вона охоплює основні типи і можливості використання прогнозів, принципи та методи їх здійснення; розробку сценаріїв; моделювання соціально-політичних процесів; надання конкретних консультацій партіям і лідерам; здійснення стратегії і тактики розвитку; механізм ухвалення та оцінювання ефективності управлінських рішень.

Ця структура має умовний характер, оскільки практична політологія нерозривно пов'язана з реальною практикою, яка постійно трансформується і відповідно продукує нові завдання і досвід. Зміст практичної політології залежить від орієнтації науки на інструментальне й експертно-практичне використання загальнотеоретичних здобутків задля подолання авторитаризму, догматизму, бюрократизму, корупції, утопічного мислення, некритичного запозичення чужих моделей, різноманітних симуляцій, елітократії і популізму.

3. Методологія і методи практичної політології. Методологія практичних досліджень є комплексним процесом, що охоплює різноманітні види діяльності, наукові процедури та операції. Ключове значення у структурі практичної політології посідає організаційно-ресурсне забезпечення процесів нагромадження інформації щодо різнопланових зрізів суспільного життя. Відповідний масив даних дозволяє пояснювати приховані факти для загалу; процеси, характеристика яких є критично важливою для вибудовування стратегічних комунікацій, верифікації управлінських альтернатив та побудови валідних прогностичних моделей. Реалізація зазначених завдань передбачає залучення висококваліфікованого експертного середовища та створення спеціалізованих аналітичних центрів (think tanks). Процедурна складова практичного дослідження вибудовується як логічна послідовність етапів, що розпочинається з ретельного формування методологічного дизайну та висунення робочих гіпотез. Наступна фаза передбачає безпосередній відбір первинних емпіричних даних про політичні феномени через застосування анкетування, глибинних інтерв'ю та контент-аналізу документальних джерел. Отриманий масив відомостей підлягає обов'язковій верифікації та технічній обробці, що включає систематизацію

матеріалів та їх підготовку до подальшого аналітичного пояснення. Кінцевим етапом цього технологічного циклу постає вихід, який полягає у конвертації аналітичних напрацювань у формат практичних рекомендацій, спрямованих на оптимізацію та наукове обґрунтування майбутніх управлінських рішень.

Отже, основними різновидами практичних досліджень є пошукове, що ґрунтується на спрощеній програмі та певному методичному інструментарії (анкета, інтерв'ю, документи). Залежно від глибини опанування проблематики та поставлених завдань, практичний інструментарій політолога варіюється від оперативних до комплексних аналітичних форм. Зокрема, для оперативного моніторингу суспільних настроїв та оцінювання актуальних подій застосовуються експрес-опитування, тоді як для змістовного уточнення предмета дослідження та концептуалізації проблеми пріоритетним стає залучення експертного середовища через фахові інтерв'ю. Більш складним рівнем пізнання є описове прикладне дослідження, яке потребує реалізації повної дослідницької програми та використання методично верифікованого інструментарію для аналізу масштабних політичних процесів із розгалуженою структурою характеристик. На відміну від нього, аналітичне дослідження фокусується не лише на описі явища, а й на поясненні причинних зв'язків та факторів, що визначають його характер і динаміку. Якщо описовий підхід дозволяє зафіксувати кореляцію між елементами події, то аналітичний рівень покликаний довести або спростувати саме причинно-наслідкову природу цих взаємозв'язків.

Систематизація різнопланового дослідницького інструментарію, зазвичай, базується на декількох фундаментальних критеріях, які дозволяють упорядкувати практичні розвідки відповідно до потреб політичного процесу. По-перше, вагоме значення має диференціація за функціональними завданнями та фазами політичного циклу, де основна увага зосереджується на ситуативній діагностиці, прогностичному моделюванні балансу сил та виборі оптимальних технологій мобілізації чи стратегічного маневрування. По-друге, дослідження класифікують за специфікою застосовуваних аналітичних методів та методик, які адаптуються під конкретні запити, як-от івент-аналіз для відстеження динаміки подій або сегментація електорального поля для точкового впливу на цільові групи. Нарешті, важливим критерієм є об'єктна спрямованість аналізу, яка може варіюватися від вивчення механізмів парламентського голосування та специфіки муніципального менеджменту до детальної опису технік лобіювання інтересів у владних структурах.

Методологічний інструментарій практичної політології постає як розгалужена система аналітичних прийомів та операційних алгоритмів,

орієнтованих на відображення політичної дійсності та ефективне прикладне опанування її об'єктів. Унікальність предметного поля та специфіка завдань цієї дисципліни визначають синтез загальнонаукових підходів із вузькоспеціалізованими методами, що дозволяє не лише генерувати інноваційні ідеї, а й конструювати дієві механізми їхньої імплементації. Провідне місце у цьому арсеналі традиційно посідає біхевіористський метод, генезис якого пов'язаний із розвитком американської експериментальної психології. Його адаптація та масштабне впровадження у політичну науку відбулися завдяки теоретичним напрацюванням Девіда Істона, який трансформував біхевіоральні підходи у фундамент для системного аналізу політичних процесів.

Фундаментальний фокус біхевіористської парадигми зміщено на описі механізмів індивідуальної, інтеракційної та колективної поведінки суб'єктів. Політична сфера в межах цього підходу інтерпретується крізь призму глибинних психічних мотивів, які детермінують участь людини у владних процесах. Панівним є переконання, що залучення особистості до політичного життя виступає зовнішнім вираженням її внутрішніх психологічних станів. Ключовою аналітичною категорією тут постає «політична поведінка», яка охоплює сукупність дій індивіда, що призводять до конкретних політичних наслідків, причому ступінь їхньої раціональної усвідомленості не завжди є визначальним. Системному аналізу таких поведінкових актів передує масштабна акумуляція емпіричної бази, що реалізується через розгалужений інструментарій: від включеного спостереження та контент-аналізу до експериментальних методів, анкетування та глибинних інтерв'ю. Результативність біхевіористичних методів, на думку їх прихильників, обумовлена тим, що будь-які спільноти формуються через дії й взаємодії окремих осіб.

Особливу увагу в межах біхевіористського дискурсу приділено дослідженню електоральної поведінки, яка аналізується крізь призму багаторівневої системи взаємодій. Зокрема, на рівні «мікро-мікро» фокус зосереджується на кореляції між персональними біографічними характеристиками індивіда, його соціальними ролями та внутрішньою мотивацією, що в сукупності детермінують політичні преференції та вольові рішення. На противагу цьому, рівень «макро-макро» спрямований на пояснення впливу глобальних структурних чинників на якість політичного менеджменту, а також на верифікацію стабільності вищезгаданих мікропроцесів у межах системи.

Взаємодія між особистістю та інституціями розкривається через рівень «мікро-макро», де оцінюється реальна спроможність громадян впливати на

стратегічний дизайн та тактичні кроки політичних організацій, партій та громадських рухів. Завершує цю аналітичну архітектуру рівень «макро-мікро», який дозволяє осягнути специфіку функціонування системи через механізми її легітимізації, підтримки та забезпечення інституційної стійкості під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів.

Еволюційна трансформація політичної думки призвела до певної переоцінки класичного біхевіоризму, який почали критикувати за надмірну характеристику та гіпертрофовану увагу до накопичення емпіричного фактажу. Цей інтелектуальний запит став каталізатором появи постбіхевіоризму, що зберіг тісний зв'язок із кількісною парадигмою досліджень. До найбільш актуальних інструментів цього спрямування відносять системний контент-аналіз медіа-дискурсу, івент-аналіз для відстеження динаміки подій, статистичне моделювання, масштабні соціологічні зондажі громадської думки, а також методику політичного експерименту, що дозволяє перевіряти гіпотези в контрольованих умовах.

Метод контент-аналізу. В основі методу - інтерпретації текстових даних у цифровий формат (відсотки), що надає методу рис універсального інструменту. Одиницею аналізу зазвичай є один чи кілька параметрів, за якими оцінюють певне явище, подію чи суб'єкта. Аналізу може підлягати як один текст, так і серія - наприклад, виступи лідера за певний проміжок часу. Якщо в промовах певну доктрину негативно згадано 10 разів, нейтрально - 2, позитивно - 3, то ставлення до неї можна окреслити з достатньою вірогідністю.

Контент-аналіз використовують і при вивченні повідомлень різних ЗМІ про одну подію або особу. Аналіз таких повідомлень дає можливість отримати відносно об'єктивну картину громадської думки з певного питання. Тривале відстеження повідомлень одного медіа дозволяє виявити його редакційні симпатії та антипатії. Застосування методу передусім потребує підготованих експертів для первинного оцінювання, що, однак, є потенційно суб'єктивним.

Генеза методу івент-аналізу пов'язана із запитами Державного департаменту США, де він став основою експертної системи WEIS (*World Event Interaction Survey*), орієнтованої на моніторинг глобальних взаємодій. В основі цієї методики лежить інтерпретація політичного процесу як континууму дискретних подій-одиниць. У ході аналітичної процедури кожна подія характеризується через систему компонентів, що включає ініціаторів та об'єкти впливу, типологію взаємодій, ситуативний контекст, часову локалізацію та верифіковані джерела інформації.

Дослідницький алгоритм передбачає диференціацію подій на наявні, приховані та тіньові сегменти. Для глибинного аналізу конструюється п’ятирівнева проблемна мережа, яка групує акторів за функціональними блоками: від політичного лідерства та офіційних інституцій до груп інтересів, державних суб’єктів та електорального поля. Виявлені закономірності слугують базою для прогностичного моделювання через виділення тенденцій та розробку сценаріїв майбутнього розвитку. Фіналізація дослідження передбачає експертний аудит ресурсного потенціалу політичних фігур, зокрема їхнього контролю над фінансовими та адміністративними активами, медійної підтримки та рівня електоральної впізнаваності.

Статистичний метод знаходить своє основне застосування в аналізі електоральних результатів та офіційних макроекономічних показників. Процес моделювання базується на обробці ретроспективного та поточного статистичного масиву даних. Проте використання таких моделей для прогнозування напряму залежить від стабільності показників протягом тривалого періоду, що в умовах політичної турбулентності зустрічається досить рідко. Амбівалентна природа більшості політичних процесів перетворює прогностичне моделювання на складну багатофакторну задачу, що вимагає врахування суперечливих детермінант. Таким чином, статистичний аналіз є цінним допоміжним інструментом, проте його дані не повинні абсолютизуватися поза контекстом якісних змін.

Цей інструментарій дозволяє пояснити безпосередні інтенції суспільства або його окремих сегментів щодо актуальних політичних трансформацій. Виділення даних здійснюється як у «польових» умовах, так і дистанційно за допомогою анкетування чи інтерв’ювання через цифрові мережі та традиційні медіа-канали. Дослідницький дизайн передбачає використання верифікованих опитувальних листів, що поєднують закриті та відкриті запитання для отримання максимально репрезентативної картини суспільних настроїв.

Під час проведення опитувань громадської думки важливо правильно сформувати респондентський масив. Контрольними параметрами виступають: стать, вік, освіта, суспільно-професійний статус і політичні вподобання. За коректно сформованої вибірці похибка прогнозу не перевищує двох відсотків. У практиці нерідко застосовують також і експертні опитування, де респондентами є не широкий загал, а лише кілька фахівців у певній галузі. За ретельного добору експертів такі опитування мають значну наукову й практичну цінність. За належного рівня їхньої кваліфікації результати є надійним орієнтиром для прийняття рішень.

Експериментальні дослідження. Такі дослідження є класичним способом доведення наукових положень. Вони виходять з припущення, що зміна однієї змінної зумовлює зміни іншої. Розрізняють лабораторний і польовий різновиди. Лабораторні експерименти застосовуються для моделювання ситуацій і розроблення можливих сценаріїв. Специфіка лабораторного експерименту в політичній науці фокусується на описі кореляційних зв'язків між індивідуально-психологічними характеристиками акторів, що ухвалюють рішення, та їхніми потенційними поведінковими стратегіями. На відміну від лабораторних, польові експерименти забезпечують відповідність даних, оскільки вони інтегровані в реальний соціально-політичний контекст. До класичних прикладів таких розвідок належить вивчення визначення електоральної активності рівнем освіти, аналіз вразливості соціальних груп до маніпулятивних гасел, а також ідентифікація латентних конфліктогенних чинників у структурі суспільства.

Окреме місце в інструментарії практичної політології посідають ігрові методи, спрямовані на концептуальне конструювання ситуативних моделей та імітацію різновекторних варіантів розвитку подій. Такий підхід дозволяє розробляти варіативні стратегії дій, здійснювати рольову диференціацію та верифікувати моделі взаємодії між учасниками процесу. Використання ігрових прийомів дає змогу з високим ступенем вірогідності прогнозувати трансформацію політичної кон'юнктури, готувати кадровий склад до ефективного адміністрування в умовах кризи чи невизначеності, а також експлікувати критичні суперечності в управлінських процесах ще на етапі їхнього зародження.

Методи когнітивних карт передбачають використання матриць, що фіксують типові реакції суб'єктів на кризи, зразки поведінки у стабільних умовах і біографічні дані для прогнозування майбутньої поведінки. Картографування дозволяє системно розглянути об'єкт через послідовний або комбінований аналіз і синтез його складових.

Системному підходу притаманне прагнення до математичного вираження явищ і застосування концепцій кібернетики. Дослідник, формулюючи гіпотези про явища, прагне на концептуальному рівні змоделювати процес у всій його складності, відтворити наявну політичну систему. Головна вимога - комплексний підхід до вивчення явищ, виявлення їхніх взаємозв'язків із соціальними, економічними та культурними феноменами, встановлення взаємозалежностей між елементами системи.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. У чому полягає відмінність між теоретичною і практичною полі-

тологією?

2. Проаналізуйте вплив розвитку практичної політології на політичний процес.

3. На основі актуальної політичної події (явища, процесу) сформулюйте завдання практичного політологічного дослідження.

4. У чому полягає взаємовплив теоретичної та практичної політології?

5. Розкрийте сутність основних структурних елементів практичної політології.

6. На прикладах із політичного життя сучасної України опишіть основні функції практичної політології.

7. Охарактеризуйте особливості методології і методів практичної політології, можливості їх використання.

8. Обґрунтуйте необхідність застосування у практичній політології досягнень математики, психології, соціології, педагогіки.

9. Розкрийте роль американської політології для систематизації досвіду практичних політичних досліджень.

Глосарій термінів і понять до теми

Біхевіоризм (англ. behavior - поведінка) - метод політичної психології, спрямований на дослідження різноманітних аспектів доступної для спостереження індивідуальної поведінки учасників політичних подій, процесів безвідносно від мікро- і макросоціальних факторів.

Еклектика (грец. eklektikos – той, що обирає – той, що вибирає)

Експеримент (лат. experimentum - проба,-tum - проба, дослід)

Емпірія (грец. empeiria – досвід)

Ескалація (англ. escalation – поступове загострення – поступове розширення, підсилення)

Івент-аналіз (від англ. event - подія)- методика, спрямована на обробку інформації, яка показує, хто говорить або робить, що говорить або робить, по відношенню до кого і коли говорить або робить.

Контент-аналіз (англ. content - зміст) - аналіз змісту політичних та інших текстів і переведення його у цифрові дані.

Моделювання - дослідження політичних об’єктів на основі побудови їх аналогів, відмінних від форми їх реального існування.

Постбіхевіоризм - напрям, орієнтований на дослідження соціальних цінностей, суспільних конфліктів і рішень політичних сил.

Практична політологія – соціоінженерна і політична субдисципліна, предметом якої є розроблення принципів і методів аналізу, діагностики і

прогнозування політичних ситуацій, проектування і вироблення варіантів типових політичних рішень і процедур, конструювання алгоритмів і технологій, які впливають на політичний процес.

Практичне політологічне дослідження - система організаційно-технічних процедур на основі методів політичного аналізу, спрямованих на отримання науково обґрунтованих даних про прогнозовані політичні події, явища та процеси з метою використання їх у практиці політичного управління.

Респондентський масив - вибірка, яка має бути репрезентативною, тобто відповідати структурі населення в досліджуваному об'єкті (країні, області, місті, районі, тощо).

Системна методологія - це сукупність методів, прийомів пізнання політичної реальності, обираючи предметом дослідження виявлені в політичному бутті системи - комплекси взаємопов'язаних елементів, які перебувають у специфічній взаємодії між собою та з соціальним середовищем.

Статистичний метод - вивчення та аналіз закономірностей у політичній поведінці виборців залежно від специфіки виборчих округів, стану суспільної свідомості громадян тощо.

Цільове програмування (ґрунтується на аналізі статистичних матеріалів, програм партій, рухів, звітів про офіційні переговори, стенограм засідань, стратегій кампаній, електоральної поведінки, дій можновладців тощо)

Рекомендована література

1. Авксент'єв А. О. Навчальна дисципліна «Політологія» як інструмент громадянської освіти для сталого демократичного розвитку України. *Парадигма вищої освіти в умовах війни та глобальних викликів XXI століття: Матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 18 липня – 28 серпня 2022 року*. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2022. С. 18–23.
2. Алексеєв В. Держава та суспільство: пошук оптимальної моделі взаємовідносин. *Актуальні проблеми державного управління*. 2015. № 2. С. 15–22.
3. Брандибура І. Ю. *Професійна підготовка фахівців з політології: досвід Англії та Уельсу: монографія*. Львів: ВД «Панорама», 2018. 152 с.
4. Віннікова Н. А. *Парадокси політичних рішень в епоху постдемократії: монографія*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 240 с.
5. Громадська Н. А. Методологічні аспекти політичного аналізу. *Державне управління. Наукові праці*. 2017. Вип. 278. Т. 290. С. 83–87.
6. Дженніфер Ріел, Роджер Мартін. *Техніка ухвалення рішень. Як лідери роблять вибір* / пер. з англ. Н. Кошманенко. Київ: Наш формат, 2019. 248 с.

7. Качинська Н. О. Вибір стратегічного вектора іміджевої політики держави. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ: Український центр політичного менеджменту, 2010. Вип. 19. С. 349–359.

8. Квітка К. Політичні консультанти – політичні актори? *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2009. Вип. 44. С. 135–144.

9. Конверський А. Є. *Основи методології та організації наукових досліджень: навч. посіб*. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.

10. Кресіна І. О. *Політична наука в Україні: стан і перспективи розвитку*. Київ: Генеза, 2004. 368 с.

11. Міхальов О. М. Парадигмальні зміни і процеси прийняття рішення нового часу. *Прийняття рішень в індетермінованих умовах: проблеми, сучасні методи: Матеріали наук.-метод. семінару*. Миколаїв: Емельянова Т. В., 2018. С. 13–17.

12. Парнсонс В. *Публічна політика: Вступ до теорії й практики аналізу політики* / пер. з англ. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. 549 с.

13. Петренко І. І. *Аналітичні центри як суб'єкти формування публічної політики: монографія*. Київ: Видавець Вадим Карпенко, 2018. 360 с.

14. Петренко І. І. Основні види аналізу державної політики. *Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Філософія. Політологія*. 2014. № 4 (118). С. 40–43.

15. Постригань Г., Олещук П. *Практична політологія для студентів спеціальності 052 «Політологія»*. Київ, 2021. 120 с.

16. Рубанов В. В. Загальне та особливе у співвідношенні меж предметного поля політичного аналізу та аналізу політики. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Питання політології*. 2018. Вип. 33. С. 6–15.

17. Телешун С. О., Баронін А. С. *Політична аналітика, прогнозування та політичні консультації*. Київ: Видавець Паливода А. В., 2001. 212 с.

18. Тертичка В. *Державна політика: Аналіз та здійснення в Україні*. Київ: Основа, 2002. 750 с.

19. Шляхтун П. П. *Політологія: теорія та історія: підручник*. Київ: Либідь, 2005. 576 с.

20. Rubanov V. V. Political expert as a self-sufficient party of political analytics. *European science review*. 2014. № 7-8. Pp. 81–88.

21. Shcherbin L. V. Strategic design as a component of the modern political management. *Auris Verlag*. 2014. № 4. Pp. 145–153.

Інформаційні ресурси:

- Офіційне Інтернет-представництво Президента України. URL: http://www.president.gov.ua.
- Офіційне Інтернет-представництво Верховної Ради України. URL: http://rada.gov.ua.
- Урядовий портал. URL: http://www.kmu.gov.ua.
- Офіційне Інтернет-представництво ООН. URL: http://www.un.org.

ТЕМА 2. Практика застосування технологій у політичній діяльності державного управління

Навчальні питання

1. Сутність і особливості державного управління
2. Політичне управління та технології, які використовуються
3. Специфіка прийняття політичних рішень
4. Процедура підготовки і прийняття державно-політичних рішень
5. Пряма дія в структурі демократії, її форми
6. Ефективність політичного управління в умовах воєнного стану

1. **Сутність і особливості державного управління**. Необхідність впорядкування взаємодій між масштабними стратами, етносами та націями надала управлінському процесу виразного політичного забарвлення, де політика постає специфічною формою адміністрування, що базується на використанні владного ресурсу задля модернізації суспільних відносин.

Сутнісною характеристикою політичного управління є усвідомлена дія суб'єктів політики на суспільний організм або його окремі сегменти. Такий вплив спрямований на оптимізацію, структурне впорядкування та інтенсифікацію розвитку системи з метою досягнення стратегічних орієнтирів. У цьому контексті державне управління розглядається як виконавча та розпорядча практика державних інституцій, тоді як у широкому сенсі воно охоплює значно ширший спектр інструментів та сфер впливу.

Цей тип управління містить ключові атрибути виконавчої вертикалі, зокрема фокус на імплементації законодавчих норм, використання методів нормотворчості, підзаконний характер оперативної діяльності та наявність правових механізмів судового захисту свобод громадян. Важливо підкреслити, що сфера державного управління є об'ємнішою за межі виконавчої влади, оскільки вона екстерналізується також у діяльності законодавчих і судових гілок, а також на рівні державних інституцій, підприємств та організацій.

Структурно державне управління постає як багаторівневий комплекс, який інтегрує суб'єктів (переважно органи виконавчої влади) та об'єкти управління (конкретні галузі суспільного бутя), що підлягають організуючому впливу держави. Центральним елементом цієї структури є управлінська діяльність як особлива форма суспільних відносин, де реалізуються складні суб'єкт-об'єктні зв'язки. До ключових складових цієї системи належать стратегічне цілепокладання, розбудова організаційного порядку та корпоративних стандартів, мотивація кадрового потенціалу, а також проектування технологій соціальних змін. Особлива увага

приділяється чіткій артикуляції методів реалізації рішень та створенню дієвої системи моніторингу й контролю, що базується на збалансованому поєднанні стимулюючих заходів та санкційних механізмів.

Ефективність державного адміністрування зумовлена злагодженою взаємодією органів вищої, середньої та низової ланок, що потребує якісного втілення загальних управлінських функцій. У цьому контексті діяльність суб'єктів управління фокусується на стратегічному цілепокладанні, адміністративному регулюванні, інформаційно-аналітичному супроводі та соціальному забезпеченні. Процес керівництва державою та суспільством включає розгалужений цикл, що охоплює планування, прогностичне моделювання, мотивування персоналу, а також оперативне корегування відхилень задля підтримання дисципліни та підвищення якості службової діяльності.

Загальні управлінські алгоритми конкретизуються через систему функцій державного управління, які постають як узагальнені завдання інституцій та посадових осіб. Ключовими елементами цього процесу є стратегічне планування, організаційна структуризація, професійне комплектування кадрового корпусу та безперервний моніторинг та планування діяльності. Кінцевою метою такої активності є реалізація інтересів ключових політичних сил, гармонізація суперечливих суспільних запитів, стимулювання науково-технічного поступу та захист національних пріоритетів на глобальному рівні.

Важливим аспектом професійного управління є розуміння та практичне застосування об'єктивних законів соціального менеджменту, що відображають сталі внутрішні ознаки владних відносин. Зокрема, закон необхідної різноманітності стверджує, що складність управлінської системи має корелювати зі складністю об'єкта впливу, а закон спеціалізації неминуче веде до диференціації форм і функцій управління. Водночас, закон інтеграції забезпечує цілісність управлінського циклу через поєднання спеціалізованих операцій.

Економічна та соціальна придатність, обгрунтованість управління описується законом економії часу, що акцентує на оптимальному використанні ресурсів, та законом пріоритетності соціальних цілей, згідно з яким підвищення якості життя населення домінує над суто економічними показниками. Крім того, закон зростаючої суб'єктивності підкреслює неможливість повної стандартизації людської свідомості в управлінських відносинах. Стратегічна стійкість системи забезпечується законом домінування глобальної мети, а адаптивність та залучення громадського

сектору реалізуються через закон передавання функцій, що стимулює децентралізацію та розвиток самоврядних структур.

Ефективність державного управління базується на дотриманні низки засадничих принципів, що забезпечують стабільність та раціональність владної вертикалі. Ключове значення має гармонійне поєднання одноосібного керівництва в процесі ухвалення остаточних рішень із колегіальним форматом їхнього попереднього обговорення. Системність управління досягається через єдність застосування різноманітних форм впливу, інтеграцію галузевого й територіального підходів, а також непохитну пріоритетність стратегічних цілей. Наукова обґрунтованість, здатність до прогностичного моделювання та програмно-цільове забезпечення виступають гарантами адекватності управлінських кроків сучасним викликам. Крім того, невід'ємними складниками професійного менеджменту є раціональний кадровий добір, делегування повноважень, персональна відповідальність за результативність дій та забезпечення гласності управлінських процедур.

Практична імплементація управлінських функцій реалізується через розгалужену систему методів, що являють собою способи організаційно-розпорядчого впливу суб'єкта на об'єкт управління задля корекції його суспільної поведінки. Типологія цих методів вибудовується за декількома векторами. За функціональним змістом виокремлюють адміністративні, правові, економічні та соціально-психологічні інструменти впливу. Водночас, залежно від характеру взаємодії, управлінський інструментарій диференціюють на методи прямої дії (безпосередні розпорядження) та методи непрямого (опосередкованого) впливу, що стимулюють об'єкт до певної активності через створення відповідних умов. Важливими критеріями систематизації також виступають спрямованість впливу та специфіка обраних організаційних форм.

2. Політичне управління та технології, які використовуються.

Якість політичного життя безпосередньо корелює з характером суспільних взаємодій, які через владні механізми детермінують створення відповідних інституцій. Враховуючи циклічність політичних процесів (від періодів стабільності до кризових фаз), формуються різні типи управлінського впливу. Зокрема, авторитарна модель базується на жорсткій вольовій вертикалі, де обмежене коло суб'єктів акумулює всю повноту влади, претендуючи на всеосяжний контроль над соціумом. На противагу їй, анархічний (пасивний) тип характеризується розмиванням повноважень та низькою ефективністю регулювання. Демократичне управління постає як найбільш гнучка та універсальна система, що ґрунтується на раціональному

розподілі функцій між усіма акторами процесу. Окремо виділяють волюнтаристський підхід, де управлінські акції диктуються особистими амбіціями суб'єкта, що часто призводить до деформації політичного поля та ігнорування об'єктивних законів еволюції системи.

Компаративний аналіз політичних режимів. Характер владних відносин визначає специфіку політичного режиму. Фундаментальною ознакою демократії можна вважати визнання громадянського суспільства як автономної сфери, що виступає гарантом стійкості держави. Демократичний стиль передбачає не лише участь мас у формуванні влади, а й культуру правої дисципліни, толерантність до плюралізму думок та пріоритет консенсусних рішень. Важливою умовою є взаємодія державних структур із добровільними об'єднаннями громадян від професійних спілок до творчих асоціацій, що формують резерв зміцнення політичної системи.

Натомість авторитарний стиль нівелює принцип поділу влади та практикує рекрутування еліт через механізми дообрання. Попри суттєве обмеження політичних свобод, така модель може демонструвати тимчасову ефективність в екстремальних умовах завдяки швидкій концентрації ресурсів. Найбільш радикальною формою є тоталітарне управління, що характеризується монополією на ідеологію, ліквідацією громадянських прав та мілітаризацією всіх сфер життя. Наслідком існування таких режимів стало виникнення адміністративно-командної системи, яка, хоч і доводить працездатність під час глобальних катастроф чи воєнних станів, у довгостроковій перспективі призводить до придушення творчого потенціалу суспільства та перетворення влади на репресивний інструмент.

Ефективність управлінського впливу на суспільні процеси безпосередньо корелює з якістю функціонування політичного апарату - складної системи установ та кадрового корпусу, що здійснюють адміністрування на всіх ієрархічних рівнях. У структурі цього апарату доцільно виокремити декілька ключових сегментів: керівні центри партійних структур та суспільно-політичних рухів (зокрема політичну еліту), групи лобіювання та артикуляції локальних інтересів, а також власне державний апарат як стабільний інституційний стрижень.

Місія політичного апарату реалізується через низку стратегічних функцій, серед яких пріоритетними є консолідація соціальних груп, формалізація та репрезентація політичної волі, визначення векторів суспільного поступу та безпосередня впровадження владних рішень. Крім того, апарат забезпечує баланс між спадкоємністю державотворчих традицій та впровадженням інноваційних моделей управління, водночас організовуючи цивілізовані форми політичної конкуренції.

Якісна апаратна діяльність виступає фундаментальною умовою життєздатності сучасної політичної системи. Залучення до її лав компетентних, ерудованих та професійно підготовлених фахівців перетворює апарат на головний рушій ефективного менеджменту. Проте екстенсивне розширення його функцій та чисельності нерідко детермінує виникнення деструктивних бюрократичних тенденцій.

Згідно з концепцією Макса Вебера, бюрократія за своєю суттю має раціонально-професійний характер і базується на роботі кваліфікованого корпусу чиновників. Водночас існує ризик трансформації бюрократії у закриту кастову структуру з відособленою субкультурою, що створює підґрунтя для посадових зловживань. З метою нівелювання цих ризиків у сучасній світовій практиці запроваджуються етичні кодекси державних службовців. Такі документи переорієнтовують сприйняття публічної служби з джерела приватної вигоди на виконання громадянського обов'язку та реалізацію суспільно значущих цілей.

3. **Специфіка прийняття політичних рішень**. На відміну від суто технічних актів, політичні рішення постають як ідеалізовані моделі майбутньої суспільно-політичної реальності. Вони є не просто планом дій, а ціннісним орієнтиром, що потребує одночасної верифікації як через громадський запит, так і через фахову експертизу. Ігнорування цього дуалізму, нехтування думкою соціуму або висновками спеціалістів неминуче призводить до системної неефективності та деструктивних наслідків під час впровадження рішень.

Збалансоване політичне рішення виконує функцію гармонізації інтересів розгалуженої структури суспільства: від класів і страт до етнічних та національних спільнот. Для досягнення такої взаємодії суб'єкт управління має здійснювати комплексний моніторинг ситуації, що включає аудит зовнішніх обставин, оцінку лояльності та компетентності виконавців, а також прогнозування реакції тих соціальних груп, чиї інтереси безпосередньо зачіпає даний акт.

Важливу роль у формуванні стратегічних рішень відіграють інструменти громадської артикуляції: від діяльності експертних комітетів та петиційних кампаній до публічних дискусій у медіа-просторі. У моменти найвищої соціальної напруги ці механізми можуть трансформуватися у масові акції протесту, що сигналізують про критичний розрив між владним вибором та очікуваннями мас.

Демократична процедура ухвалення рішень передбачає дотримання принципу колегіальності. Ефективність такої моделі прямо залежить від присутності носіїв альтернативних поглядів у складі дорадчих органів.

Цивілізована політична конкуренція всередині таких структур суттєво підвищує адаптивність механізмів соціального менеджменту до непередбачуваних змін.

Традиційне голосування за принципом більшості, попри свою поширеність, часто залишає значний сегмент соціуму невдоволеним, що знижує легітимність кроку. У цьому контексті вищу якість демонструє метод консенсусу, де злагода сторін досягається через глибокий компроміс.

Проте процес вироблення рішень часто стикається з типовими методологічними бар'єрами. До них належать штучне обмеження глибини аналізу політичної ситуації, фільтрація (блокування) інформації про потенційні ризики, а також тенденційне висвітлення переваг обраного курсу при повному ігноруванні ймовірних негативних зовнішніх ефектів.

4. **Процедура підготовки і прийняття державно-політичних рішень**

Процес ухвалення політичних рішень розпочинається з етапу артикуляції та усвідомлення проблеми, що передбачає легітимізацію самого факту її існування в публічному просторі. На початковій стадії дефіцит інформації часто обмежує розуміння суті виклику вузьким колом експертно-аналітичних центрів. Саме вони ідентифікують латентні тенденції, що вказують на зародження кризи. Важливим аспектом є верифікація позицій стейкголдерів (груп інтересів та тиску), чиї ресурси можуть суттєво вплинути на подальшу траєкторію рішень. За ступенем складності такі проблеми диференціюють на добре структуровані із чіткими альтернативами та ціннісним консенсусом, помірно структуровані та дефіцитно структуровані, де множинність акторів та конфлікт цінностей роблять результати важко передбачуваними.

Наступна фаза зосереджена на конструюванні проєктів рішень, де здійснюється генерація та порівняльний аудит розгалужених варіантів розв'язання проблеми. Формулювання альтернатив може базуватися на універсальних, стандартних підходах, адаптованих модифікаціях або унікальних стратегіях «на замовлення». Принциповою вимогою до аналітичного дизайну є вимога обґрунтування всіх стратегій, включно з обов'язковим розглядом «альтернативи статус-кво» (відмови від змін). Лише оцінювання всього спектру варіантів дозволяє уникнути передчасної переваги помилкової стратегії.

Перехід до імплементації та узаконення рішення передбачає його офіційне включення до політичного порядку денного. Це досягається або через потужний тиск макроструктурних сил, або завдяки інституційній інерції та досягненню консенсусу між ключовими гравцями. Згодом фаза впровадження переносить центр ваги на адміністративний апарат, чия

ефективність прямо залежить від якості інструкцій та, іноді, створення спеціалізованих інституцій. Успіх впровадження зумовлений дотриманням трьох фундаментальних принципів: акумуляційного (врахування інтересів різних груп); інноваційного (залучення мас новими ідеями) та мобілізаційного (забезпечення активної суспільної підтримки, без якої ресурси апарату залишаються обмеженими).

Фінальним етапом виступає комплексне оцінювання результативності, що передбачає аудит досягнутих наслідків та витрачених ресурсів. На цій стадії здійснюється ретроспективний аналіз компетентності апарату, ідентифікуються бар'єри, що заважали ефективності, та акумулюється досвід для майбутніх управлінських циклів. Таким чином, оцінювання стає не просто завершенням, а гносеологічною основою для початку нового циклу політичного регулювання.

5. Пряма дія в структурі демократії, її форми. Демократичне управління передбачає не лише представницькі, але й прямі механізми участі громадян у виробленні та прийнятті рішень. Пряма дія є складовою механізму народного суверенітету і реалізується через такі форми: референдуми, ініціативи, народні петиції, відкликання посадових осіб, публічні слухання, громадські збори. Ці механізми забезпечують можливість безпосереднього впливу громадян на політику держави без обов'язкового посередництва представницьких органів влади.

Пряма демократія доповнює представницьку, підвищує легітимність прийнятих рішень і стимулює суспільну відповідальність. Разом із тим вона потребує відповідного рівня правової та політичної культури громадян, а також дієвих процедурних механізмів реалізації.

7. **Ефективність політичного управління в умовах воєнного стану.**

Війна росії проти України стала каталізатором фундаментальної перебудови управлінських процесів, змусивши державу перейти до моделі адміністрування в умовах граничної невизначеності та гібридних викликів. Головним наміром політичного рішення в цей період стає захист національного суверенітету та імплементація оборонних цінностей. Воєнний стан об'єктивно детермінує тенденцію до централізації влади, де політичний акт часто набуває форми прямої волі лідера задля оперативного реагування на загрози. Створення мережі обласних та районних військових адміністрацій суттєво посилило виконавчу вертикаль, змусивши муніципальне самоврядування адаптувати свої регламенти до вимог національної безпеки.

Водночас українська модель демонструє унікальний симбіоз: попри посилення персоналізованого лідерства, зберігається інституційний механізм колегіальності. Політико-правові акти залишаються легітимним

фундаментом довгострокової стратегії, що корелює з міжнародними зобов'язаннями та суспільними очікуваннями.

Вироблення рішень у період збройного конфлікту супроводжується трьома критичними дилемами. Перша стосується координації багатовекторних інтересів. Необхідно синхронізувати дії військового командування, цивільного уряду, міжнародних донорів та громадянського сектору, балансуючи між тактичною безпекою та стратегічним розвитком. Друга дилема пов'язана з інформаційним вакуумом та дезінформацією, оскільки умови «туману війни» вимагають від аналітичних структур особливої ретельності у верифікації даних, тому помилка в оцінці ситуації має критичну ціну. Третя дилема лежить у площині аксіологічної легітимності. Будь-який владний акт має відповідати не лише національному конституційному праву, а й етичним нормам міжнародного гуманітарного законодавства.

Значущою зміною стало перетворення армії з інструменту політики на суб'єкта формування стратегічного порядку денного. Рада національної безпеки і оборони, Генеральний штаб та Офіс Президента функціонують як інтегрована система реагування. Військові командувачі інтегрувалися у публічний дискурс, ставши лідерами думок, чий авторитет безпосередньо впливає на легітимність політичних кроків. Особливо це помітно на рівні прифронтової логістики та деокупаційних заходів, де рішення приймаються у тісному зв'язку військових і цивільних адміністрацій.

Паралельно з цим, суттєвим фактором впливу залишається міжнародне партнерство (США, ЄС, НАТО). Фінансова та технічна допомога супроводжується просуванням стандартів належного врядування (*good governance*) та демократичного контролю над оборонним сектором. Це змушує національну еліту постійно балансувати між суверенними пріоритетами та вимогами глобальної підтримки.

Динаміка воєнного часу спричинила суттєві зрушення у довірі суспільства. Соціологічна індикація фіксує безпрецедентний рівень підтримки силових структур та волонтерського сектору на тлі певного зниження рейтингу представницьких органів влади. Одночасне послаблення олігархічних впливів відкриває можливості для якісного оновлення медійного та політичного простору. Отже, сучасна українська модель ухвалення рішень постає як адаптивний механізм, що поєднує оперативність воєнного часу з фундаментальними засадами демократичної підзвітності та верховенства права.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. У чому полягають особливості формування державної політики?
2. Наведіть приклади поточних і довгострокових рішень у системі державного управління.
3. Проаналізуйте найважливіші рішення з державотворення в умовах незалежної України.
4. Обґрунтуйте значення державно-політичних рішень для забезпечення національної безпеки держави.
5. Визначте роль лідера в процесі підготовки і прийняття державно-політичних рішень.
6. Опишіть процедуру проходження законопроектів у Верховній Раді України.
7. Яку роль відіграє політична воля у процесі прийняття державно-політичних рішень?
8. Розкрийте взаємозв'язок між прийняттям державно-політичних рішень і соціальними інтересами.
9. Чому впровадження державно-політичних рішень пов'язане з необхідністю врахування акумуляційного, інноваційного та мобілізаційного принципів?
10. У чому полягає значення фактора надзвичайного стану та централізації влади у процесі вироблення й ухвалення рішень?
11. Окресліть три ключові процесуальні дилеми в умовах збройного конфлікту.
12. Проаналізуйте зміст та особливості сучасної моделі ухвалення рішень в Україні.

Глосарій термінів і понять до теми

Авторитаризм (лат. auctoritas - влада, вплив) - тип політичного режиму, який характеризується субординацією суб'єктів політичних відносин, наявністю сильного центру, що має концентровану владу, можливістю застосування насильства чи примусу.

Демократія (грец. demokratia - народовладдя, від demos - народ і kratos - влада) - форма державно-політичного устрою суспільства, яка ґрунтується на визнанні народу джерелом і носієм влади, на прагненні забезпечити справедливість, рівність, добробут усіх людей, що населяють певну державу.

Державне управління - організуючий вплив держави на суспільство шляхом використання повноважень виконавчої влади, організації виконання законів, здійснення управлінських функцій з метою

комплексного соціально-економічного і культурного розвитку суспільства, окремих територій; втілення державної політики в усі сфери суспільного життя; створення умов для реалізації громадянами їх прав і свобод.

Політичний режим - сукупність певних політичних відносин, засобів і методів досягнення політичних цілей, що застосовуються владою, панівних форм ідеології, соціально-класових відносин, стану політичної культури.

Тоталітаризм (лат. totalis - увесь, повний) - спосіб організації суспільства, який характеризується всебічним і всеохопним контролем влади над суспільством, підкоренням суспільної системи державі, колективними цілями і загальнообов'язковою ідеологією.

Рекомендована література

Борщевський В., Василиця О., Матвєєв Є. Публічне управління в умовах воєнного стану: інституційні трансформації, стратегічне планування та механізми розвитку. *Держава та регіони*. 2022. № 2. С. 30–35.

Вонсович С.Г. Технології політичних процесів: навчально-методичний посібник [Електронний ресурс]. Кам'янець-Подільський: КамʼянецьПодільський національний університет імені Івана Огієнка, 2024. 104 с. .kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/8095/Vonsovych-S.-Tekhnolohii-politychnykh-protsesiv.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Матвійчук А. Еволюція розуміння змісту поняття «політичне рішення». 2010. URL: https://periodicals.karazin.ua/politology/article/download/3198/2772 (дата звернення: 22.03.2025).

Меженська О. В. Вплив збройного насилля на політичний ландшафт: українське питання. *Літопис Волині*. 2024. Вип. 30. С. 197–202. DOI: https://doi.org/10.32782/2305-9389/2024.30.32 (дата звернення: 18.03.2025).

Миколюк А. В. Публічне управління в умовах військового стану. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2022. Вип. 29. С. 45–48.

Наумкіна С. М. Переосмислення сучасних реалій українського політичного простору у воєнний час. *Матеріали Всеукраїнського круглого столу «Трансформація українського суспільства в цифрову еру»* (м. Одеса, 25 березня 2022 р.). С. 14–21.

Управління деокупованими територіями Харківської та Херсонської областей: досвід першого року : аналіт. доп. / Нац. ін-т стратег. дослідж. ; за ред. В. Г. Потапенка. Київ : НІСД, 2023. 48 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-12/ad_deokupov_teritor_06122023.pdf (дата звернення: 28.03.2025).

Цимбалюк В. І. Стандарти належного врядування (good governance): зміст і українські перспективи. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. Вип. 6 (12). С. 428–440. URL:

http://perspectives.pp.ua/index.php/sn/article/view/5111/5140 (дата звернення: 28.03.2025).

Шульга М. А. Обмеження державної політики: спроба узагальнення. *Регіональні студії*. 2021. № 26. С. 88–92. DOI: https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.26.14.

Korchynska O., Verbovskyi I., Kobets Y., Shulga M. Application of Effective Means of Management in the Conditions of Military Operations. *Economic Affairs*. 2023. № 68 (01s). P. 243–251.

Politychna systema Ukrainy v umovakh viiny : [матеріали круглого столу Нац. ін-ту стратег. дослідж., 27 жовт. 2022 р.]. URL: https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/politychna-systema-ukrayiny-v-umovakh-viyny (дата звернення: 22.03.2025).

Principles of Public Administration. SIGMA/OECD. 2017. URL: https://sigmaweb.org/publications/Principles-of-Public-Administration-2017-edition-ENG.pdf (дата звернення: 24.02.2025).

Тема 3. Групи інтересів та процеси формування державної політики

Навчальні питання

1. Поняття «групи інтересів», їхня типологія

2.Групи інтересів, групи тиску, соціально-політичні групи, «зацікавлені групи» у спектрі політичного впливу

3.Бізнес-партійні корпорації як групи інтересів. Моніторинг ефективності партійної структури

1. Поняття «групи інтересів», їхня типологія. У науковому дискурсі сучасної політології під «групою інтересів» розуміють добровільне об’єднання осіб, які, виходячи зі спільних прагнень і потреб, висувають до суспільства певні вимоги з метою закріплення чи покращення своїх позицій та реалізації визначених завдань. Статус «інтересу» отримують лише ті прагнення, які вже здобули або здатні здобути реальне представлення в публічно-політичному вимірі. Тип групи інтересів у політиці - це сукупність визначальних ознак, що об’єднують певну кількість суспільно-політичних об’єднань зі схожими характеристиками.

Сучасна політична наука виробила розгалужену систему класифікації груп інтересів, яка спирається на різноманітні параметри їхньої організації та функціонування. За ознакою походження й ступеня впорядкованості прийнято виокремлювати анемічні та інституційні різновиди. Анемічні охоплюють стихійні об’єднання, що постають як безпосередня реакція на

певну подію чи кризову ситуацію (натовпи, мітинги, вуличні акції). Французький дослідник П. Шампань підкреслює, що для них характерна відсутність будь-якої сталої колективної активності від імені групи. Такі угруповання залучаються до взаємодії з державними інститутами нерегулярно; їхня структура, фактично, відтворюється щоразу заново, не успадковуючи попередніх організаційних форм. Слабкий організаційний потенціал не тільки обмежує ефективність їхньої діяльності, а й штовхає їх до пошуку силових важелів впливу.

Протилежністю анемічним слугують інституційні групи - формалізовані структури з усталеною ієрархією, чіткими функціями та штатом фахівців. Рівень результативності їхньої роботи є значно вищим. Типовими представниками цього виду є адміністративні апарати релігійних організацій, армійські інституції, представництва автономних утворень у центральних органах влади тощо. Коло завдань таких груп не вичерпується суто представницькою функцією, виходячи далеко за її межі. Суттєвим недоліком цієї класифікації залишається відсутність уваги до проміжних і перехідних форм організованості груп інтересів.

Ще одним критерієм класифікації груп інтересів є спеціалізація їхньої діяльності. За цим принципом розрізняють неасоціаційний та асоціаційний типи. Перший виникає на базі неформальних зв'язків - родинних, конфесійних, культурних. Активність таких груп має уривчастий характер і погано структурована. Асоціаційні групи натомість є спеціалізованими добровільними об'єднаннями, зосередженими на цілеспрямованому відстоюванні інтересів: профспілки, підприємницькі союзи, рухи за громадянські права. Принциповим недоліком цієї типології є те, що вона не бере до уваги змістовну спрямованість інтересів, які просувають групи в політичному полі.

За характером активності групи інтересів поділяються на моноцільові та поліцільові. Перші виникають задля досягнення одного конкретного результату, наприклад: проведення певного закону через парламент і після його досягнення або припиняють існування, або переорієнтовуються. Поліцільові групи провадять різнопланову діяльність без прив'язки до окремої проблеми: вони можуть одночасно лобіювати управлінські рішення й брати участь у передвиборчих перегонах. Окрім цього, практикується розподіл груп за сферами суспільного управління (споживчі спілки в економіці, мистецькі об'єднання в культурній галузі), за географічним охопленням (регіональні утворення), за рівнем і масштабом впливу. Водночас такий поділ може призводити до надмірного подрібнення класифікації, фактично охоплюючи всі наявні в суспільстві об'єднання.

Структурна складність сучасного громадянського суспільства зумовлена наявністю двох або більше сегментних макроутворень. Сегментарність у суспільно-політичному вимірі полягає в тому, що політичні розломи здебільшого корелюють з лініями соціального, етнічного чи іншого поділу, так званими «внутрішніми кордонами» суспільства. Інтереси окремих сегментів здатні локалізуватися й набувати конкурентного характеру щодо загальносуспільних, сягаючи точки, в якій суспільна єдність стає суто декларативною. Зазначений аспект вписується в класичну дискусію американської політології про групи «публічного» та «приватного» інтересу.

Дослідник Р.-Ж. Шварценберг у своїй концепції доводить, що між групами інтересів і групами тиску існує генетичний зв'язок. Аналіз груп тиску є вивченням зовнішньої динаміки груп інтересів у публічному просторі; а сама група тиску - це група інтересів, що перейшла до активного тиску на владу.

Таким чином, групу інтересів доцільно розглядати не як сталу структуру, а як динамічний простір взаємодій, що формується навколо спільних прагнень учасників. У цьому контексті інтерес постає передусім як шкала доступних можливостей (opportunity), а сама група - як мережа інтересів, що акумулює шанси на розширення доступу до ресурсів і подолання наявних статусних обмежень.

Типологізація груп інтересів у політичному просторі визначається кількома обставинами. Перша пов'язана з тим, що класифікація груп є головним інструментом теоретичного осмислення їхньої діяльності, виявлення ключових особливостей складу, організації та ролі в політичних процесах. Водночас принципи побудови типологій позбавлені єдності й однозначності, що стимулює дослідників до подолання концептуальних суперечностей, які унеможливлюють цілісне теоретичне осмислення груп інтересів як суб'єктів політики. Друга обставина пов'язана зі стрімкими темпами демократизації, що трансформують склад і природу груп інтересів, конфігурацію їхніх відносин із державно-владними структурами. Це змушує переглядати усталені типологічні схеми, оскільки місце «класичних» груп дедалі більше займають «новоутворені» об'єднання.

Окремим підходом до типологізування груп інтересів є їх систематизація за типами соціального капіталу, наявного в суспільстві. Через цю призму політична реальність постає як простір диференційованих позицій, зумовлених нерівномірним розподілом між агентами, групами інтересів різновидів політичного капіталу. Спираючись на понятійний апарат П. Бурдьє, можна стверджувати, що політичні агенти (індивідуальні і колективні) вибудовують свої практичні дії (прийняття рішень) відповідно

до логіки чинного соціального порядку, відтворюючи набутий соціокультурний досвід. Цей підхід є одним із найбільш абстрактних, оскільки концепція політичного капіталу не операціоналізується через емпіричні показники й має переважно дедуктивний характер.

Значний дослідницький потенціал має також типологія груп інтересів, яка враховує соціокультурне середовище їхнього функціонування. Групи інтересів і групи тиску органічно вписані в культурний контекст, який визначає, які позиції є значущими, а які - ні, і формує систему координат для оцінки дій політичних опонентів. Цю тезу можна верифікувати, зіставивши класифікацію груп за ступенем організованості та спеціалізації з типологією політичних культур і виявивши закономірні зв'язки між культурним середовищем і переважаючими в ньому типами груп. Так, активістська культура є середовищем для інституційних та асоціаційних об'єднань, тоді як культура підданства - для неасоціаційних груп і груп тиску.

Суттєві перспективи для розкриття якісних характеристик груп інтересів відкриває «трансформаційна» типологія, що фокусується на специфіці перехідних суспільств. Вітчизняна наука вже зробила певні кроки в цьому напрямі. У транзитних системах, де інститути громадянського суспільства ще не набули достатньої міцності, консолідовані суспільно-політичні та політично-економічні інтереси нерідко витісняються вузькогруповими прагненнями окремих акторів, що відкриває можливість для класифікації груп за критерієм їх відповідності реаліям перехідного або зрілого демократичного суспільства.

За оцінками представників різних галузей суспільствознавства, серед трансформаційних тенденцій сьогодення виокремлюється особлива логіка реорганізації політичних груп, зафіксована в концепції структурування громадянського суспільства. Її практична реалізація дозволить перетворити розрізнену масу індивідів на консолідовані соціально-політичні суб'єкти, здатні формулювати та просувати власні інтереси у публічному й владному просторі. Це, своєю чергою, уможливить їх органічну інтеграцію в загальні проекти розбудови політичного майбутнього. Пов'язані з цим ідеї розвитку типологічного інструментарію, що враховують різні форми колективності в межах політичних угруповань, значною мірою мають проспективний характер.

Завдання запобігання деструктивним конфліктам між різними групами інтересів та забезпечення системної цілісності суспільства покладається на інститут політичного представництва, який артикулює і агрегує політизовані інтереси, транслює їх до владних центрів та легітимізує політичну систему і режим. Групи інтересів посідають у цій системі одне з центральних місць. У

цьому контексті дослідники виокремлюють предметну специфіку типологізації груп. Перший тип - групи, зорієнтовані на проблематику ідентичності: етнічні спільноти, мовні меншини, регіональні угруповання, культурні сегменти з латентним політичним потенціалом. Другий тип - групи, що формуються за клієнтел-патрональною моделлю й орієнтовані на отримання політичної ренти через спільні дії: кланові угруповання, галузеве та регіональне лобі, політичні «холдинги» й олігархічні структури. Перший тип детермінований багатоскладовою природою українського суспільства, другий - логікою повсякденної політичної практики. Аналіз діяльності цих груп, що мають пріоритетний вплив на вузлові центри прийняття рішень, уможливлює адекватне відображення реального й потенційного складу учасників політичного процесу. Перспективним методологічним інструментом вдосконалення наявних класифікацій є аналіз еквівалентної функціональності груп інтересів у різних локальних контекстах, порівняння ефектів від діяльності різновекторних «політичних утворень» та рішень, що ухвалює влада у відповідь на активність груп тиску.

Перенесення ключових концептуальних підходів до груп інтересів - теорії соціального порядку і конфлікту Д. Трумена, доктрини непередбачуваних наслідків М. Олсона, теорії обміну Р. Солсбері та концепції групової мобілізації Р. Дарендорфа - на ґрунт інтерпретації українських реалій потребує критичної застороги: ці теоретичні моделі постали як узагальнення практики євроатлантичного метакультурного простору, де групи інтересів протягом тривалого часу еволюціонували як складова громадянського суспільства із властивою йому тенденцією до розширення індивідуальних свобод. Посткомуністичні суспільства цього досвіду ще не мають. На нинішньому етапі розвитку України групи інтересів виконують роль однієї з ключових форм суспільної самоорганізації й водночас є впливовими суб'єктами політичного процесу.

2. Групи інтересів, групи тиску, соціально-політичні групи, «зацікавлені групи» у спектрі політичного впливу. Соціальні групи вирізняються між собою за формами прояву, рівнем організованості та якісними характеристиками. У суспільстві співіснують релігійні об'єднання, етнічні та сімейні спільноти, молодіжні та феміністичні рухи тощо. Одні з них виникають у результаті цілеспрямованого організаційного процесу, інші - спонтанно, під впливом певних подій. Незважаючи на відмінності, спільною рисою всіх цих об'єднань є прагнення реалізувати власні інтереси, впливаючи на механізми державного управління. Саме ця обставина зумовила поширення в західній науці термінів «групи інтересів» і «групи тиску» для позначення таких суб'єктів. Теоретичну основу концепції груп

інтересів та зацікавлених груп закладено американськими дослідниками А. Бентлі та Д. Труменом. Відправним пунктом цієї теорії стала праця А. Бентлі «Процес управління», в якій на перший план висувається домінантна роль впливових угруповань в економічному і політичному житті суспільства. Уряд у цій концепції постає як механізм балансування між суперечливими груповими інтересами. Бентлі обстоював тезу про неіснування дієвих суто індивідуальних інтересів: кожна група має власний інтерес, проте жоден із них не є інтересом усього суспільства. Звідси висновок: суспільне та урядове життя повністю детермінується конкуренцією між групами. Індивідуальну поведінку в політиці він пояснював через призму міжгрупового тяжіння, що втягує людей у ті чи інші об'єднання. Суспільство, за Бентлі, - це сукупність груп інтересів, чисельність яких визначається виключно природою самих інтересів, що породили ці групи.

Творчо розвиваючи спадщину А. Бентлі, Д. Трумен дійшов висновку, що в міру ускладнення соціальної структури потреби груп стають дедалі різноманітнішими, що спонукає до утворення нових асоціацій для підтримки міжгрупової рівноваги. Зростання кількості таких асоціацій неминуче позначається на функціонуванні уряду, адже вони неодмінно прагнутимуть до взаємодії з урядовими органами щойно в них виникне відповідний груповий інтерес. Д. Трумен характеризує політичний процес як змагання груп за контроль над механізмами розподілу суспільних ресурсів. При цьому, на його думку, ця конкурентна боротьба, попри свою гостроту, не руйнує системної рівноваги, а навпаки - підтримує стабільність. Аналізуючи США, Д. Трумен пов'язував таку стабільність із груповим плюралізмом: більшість американців одночасно є членами кількох конкуруючих між собою груп, що унеможливлює монопольний вплив будь-якої з них на державну політику - а отже, і забезпечує системну рівновагу.

Дослідник Дж. Вілсон наголошує, що децентралізований устрій політичної системи є потужним стимулом для самоорганізації громадян у групи впливу на органи влади, що, у свою чергу, мультиплікує кількість структур, які застосовують різноманітні інструменти лобіювання. Нестабільність або послаблення партійних систем також є чинником, що посилює активність груп інтересів. Одні групи систематично беруть участь у вироблені рішень, через що межа між їхньою груповою та власне політичною активністю розмивається; натомість переважна більшість груп залучається до політики лише епізодично і не ставить цю участь собі за пріоритет.

Як явище суспільно-політичного порядку групи інтересів мають суттєві відмінності від партій. Перша відмінність: провідна мета партій – здобуття влади та її утримання, тоді як групи інтересів прагнуть до впливу на

вироблення рішень і їх практичне впровадження. Друга: соціальні рухи, як правило, не мають виразного організаційного ядра, вертикальної структури й дисципліни. Одні будуються навколо ініціативних самодіяльних осередків, інші - навколо партійних комітетів чи комісій. Спираючись на широкі неорганізовані маси, вони розвиваються на засадах добровільності та солідарності, не зв'язуючи учасників ніякими нормативними зобов'язаннями. Третя: групи інтересів об'єднують людей навколо конкретних, вузько визначених цілей, тоді як партії змушені формулювати широкий ідейно-програмний комплекс, орієнтований на масового виборця. Відповідно, ідейне поле груп є значно ширшим, а їхні цілі - суттєво вужчими та точнішими. Групи можуть відкрито й однозначно відстоювати свої позиції, тоді як партії змушені шукати компромісних формулювань. Саме ця властивість забезпечує групам широку суспільну підтримку. Показовим прикладом є Національна збройна асоціація США (NRA) - організація, що об'єднує мільйони американців різних верств навколо спільної мети: блокування законодавства про контроль над зброєю.

Зацікавлені групи створюють умови як для конкурентної взаємодії, так і для масової громадянської участі в політичному процесі. Маючи значні ресурси для протистояння небажаним державним рішенням, вони водночас надають пересічному громадянину реальний механізм впливу на владу. Соціальні рухи й організації, на відміну від держави, позбавлені примусових повноважень і не прагнуть до захоплення державної влади - цим вони принципово відрізняються від партій. Утім, вони аж ніяк не байдужі до того, хто стоїть при владі й чиї інтереси вона обслуговує. Держава уникає прямого втручання у внутрішнє життя груп, натомість прагне врегулювати їхню діяльність, нормативно встановлюючи правила утворення, функціонування та межі припустимої активності. Основний метод дії груп – переконання. Вони радять тим, хто має владні повноваження, поширюють інформацію про потреби й погляди певних соціальних прошарків, а також вдаються до організованих форм тиску - страйків, мітингів тощо.

У теоретичному плані склалися два конкуруючих підходи до оцінки ролі груп інтересів. Прибічники першого - зокрема, американський соціолог А. Етціоні - трактують їх як дезінтегруючу суспільну силу, що підриває демократичні механізми шляхом приватизації процесу прийняття рішень.

М. Олсон, спираючись на макроекономічний аналіз, обґрунтував теорію, за якою мультиплікація груп інтересів закономірно веде до плутократизації економіки й деградації представницького врядування. За його оцінкою, такі групи деструктивно впливають на економічне зростання, зайнятість, ефективність управління, рівність можливостей і соціальну

мобільність. Крайнім наслідком їхньої активності може стати неокорпоративізм.

Альтернативний підхід наголошує на позитивній ролі груп інтересів у демократичному устрої. Його прибічники вказують на те, що такі групи забезпечують необхідний для демократії плюралізм позицій; дають малочисельним об'єднанням шанс впливати на прийняття рішень без ресурсовитратної участі у виборах чи системах представництва. Виконуючи медіаторну функцію між державою і громадянським суспільством, вони забезпечують не лише реалізацію власних інтересів, а й лояльність відповідних суспільних груп. Представники цього напряму переконані, що групи інтересів є неодмінним атрибутом демократичного процесу - вони не підривають, а зміцнюють представницькі механізми. Ступінь розвиненості демократії прямо корелює з різноманіттям форм і каналів суспільного впливу на владу, а отже, і з кількістю груп інтересів у суспільстві.

Серед головних функцій груп інтересів виокремлюють такі: артикуляція інтересів (трансформація соціальних очікувань, незадоволеності і прагнень у конкретні політичні вимоги); агрегування інтересів (узгодження вимог і ранжування їх за пріоритетністю на основі загальногрупових цілей). Цей процес є обов'язковою умовою консолідації (саме тут кристалізується та спільна позиція, з якою група виходить до органів влади). Відбір інтересів - вибір тих вимог, підтримка яких реально посилить позиції групи в системі (що вкрай важливо, бо система не здатна задовольнити безмежну кількість запитів, інакше вона буде паралізована), Інформування органів влади про суспільно значущі проблеми, участь у формуванні еліт (через надання незалежних експертних оцінок, висування своїх членів до владних структур і підтримку лояльних посадовців та урядових органів).

Слід також зазначити, що в науковій літературі нерідко ототожнюють поняття «група інтересів», «група тиску», «лобі» і «лобіст», хоча між ними існують принципові відмінності. Ці поняття, поряд із поняттями «громадська організація» і «суспільний рух», можна розглядати як підвиди ширшого родового поняття «група інтересів». Значна частина групових інтересів реалізується позаполітичними засобами (через механізми громадянського суспільства). Проте коли для задоволення колективних потреб необхідні владні рішення і група цілеспрямовано здійснює тиск на відповідні інститути то вона перетворюється на групу тиску.

Поняття «група тиску» відображає механізм перетворення соціально-групових інтересів на чинник політичного впливу. Результативність груп тиску безпосередньо залежить від їхнього ресурсного потенціалу: чисельності, організаційної спроможності, майна, інформаційних переваг,

кваліфікації, досвіду і розгалуженості зв'язків. Групи тиску з жорсткою структурою здатні мати вплив на владу, що перевершує партійний. Профспілки та підприємницькі союзи неодноразово демонстрували здатність примушувати уряди відступати від своїх позицій. Науковці висувають різні пояснення мотивів членства в групах тиску: відкриття нових сервісних можливостей (М. Олсон); привабливість доступу до зовнішніх покровителів або вигоди від ролі організаційного підприємця (Дж. Вілсон). Отже, не будь-який суб'єкт, що здійснює вплив на владу, може вважатися групою тиску.

Аналітики виокремлюють такі ознаки груп тиску: наявність оформленої організаційної будови; захист власних інтересів як самоціль; автономність у прийнятті рішень (без підпорядкування іншій організації); реальна здатність до ефективного тиску. Перша ознака - організація: стихійна участь у демонстрації не робить людину членом групи тиску, але якщо демонстрацію організувала відповідна структура, вона стає однією з форм її тиску. Друга - «упередженість»: група не може бути нейтральною щодо своїх цілей, вона має виразну політичну позицію. Третя - самостійність у виробленні стратегії. Четверта - практична ефективність. На підставі цих ознак групу тиску можна визначити як організацію, що утворена з метою відстоювання інтересів і здійснення тиску на владні інститути задля ухвалення вигідних їй рішень. Результативність такого тиску залежить від арсеналу засобів, що застосовуються; від вибору «точок прикладання зусиль»; від наявності профільних підрозділів впливу; від характеру втручання (прямого чи опосередкованого). Дієва група тиску повинна вміти транслювати свої вимоги до ключових осіб у виробленні курсу через канали політичного доступу. Розрізняють два їх типи - легітимні та нелегітимні, що відповідають двом категоріям владних ресурсів. Перша категорія включає ресурси, визнані офіційними правовими механізмами (різні групи можуть, наприклад, формувати законодавчу більшість, впливаючи на партійні позиції або переконуючи виборців). Друга категорія - це пряме насильство, до якого вдаються ті, хто не здатен досягти мети іншим шляхом. Легітимні канали доступу охоплюють: ЗМІ усіх форматів (телебачення, радіо, преса, інтернет); партії; законодавчі органи; виконавчу бюрократію (особливо у випадках вузькоспеціалізованих інтересів); законні форми протесту (демонстрації, страйки). До нелегітимних відносять бунти, несанкціоновані акції, терористичні методи, залякування, шантаж та інше насильство проти влади. Групи, що мають суспільний авторитет, виходять на пряму взаємодію з ключовими суб'єктами, тоді як групи без такого доступу змушені вдаватися до опосередкованих механізмів.

Одним з інструментів опосередкованого впливу є формування суспільної думки, яка потім перетворюється на важіль тиску на осіб, що ухвалюють рішення. За спрямованістю розрізняють три форми впливу: безпосередній - на конкретних осіб, причетних до прийняття рішень; партійно-опосередкований - через структури, що контролюють владу; суспільно-опосередкований - через громадську думку як проміжний важіль тиску. Серед ключових переваг груп тиску: наближеність до осіб і органів, що приймають рішення; достатній ресурс для комплексного лобіювання; широкі можливості для впливу; економічні важелі; інформаційний потенціал; здатність при потребі вдатися до силових методів. Ефективність впливу залежить і від місця його застосування: у різних країнах вузлові центри вироблення рішень розташовані по-різному - в одних домінує парламент, в інших - уряд, у третіх - органи місцевого самоврядування з широкими повноваженнями. Потреба знати, до кого і яким чином звертатися для досягнення бажаного результату, стимулювала появу спеціалізованих структур впливу. У США їхніх представників називають лобістами; у Європі перевагу надають терміну «групи інтересів».

Отже, групи тиску та групи інтересів є невід'ємним атрибутом суспільств з усталеною демократичною традицією. Саме в умовах зрілої демократії вони здатні в повній мірі реалізувати свій позитивний потенціал - забезпечувати артикуляцію та агрегацію суспільних інтересів. Коли група тиску переходить до боротьби за владу, вона трансформується в політичну партію. Проблематика представлення групових інтересів на державному рівні є цілком актуальною і для сучасної України. Незважаючи на асоціювання кожної з провідних партій із певним бізнес-угрупованням, вітчизняний партійний спектр залишається досить фрагментованим: у кожній партії співіснують кілька центрів впливу, які використовують її як інструмент для просування власних ділових інтересів через тиск на владні рішення. Принципова відмінність груп тиску та груп інтересів від партій - у тому, що перші не ставлять за мету здобути владу, а лише прагнуть на неї впливати.

Кожне суспільство є ареною взаємодії груп, що конкурують між собою за ресурси та право формувати обов'язкові для всіх рішення. Серед концептуальних підходів до природи груп за інтересом, або «зацікавлених груп», найбільш обґрунтованим є той, який пояснює їхнє виникнення через самоорганізацію людей зі спільними інтересами та цінностями. У процесі взаємодії члени таких груп вимушені звертатися до владних інститутів для практичного втілення своїх прагнень та врегулювання конфліктних ситуацій. Ключові теоретичні постулати зводяться до трьох тез: група є базовою функціонально-інструментальною одиницею соціуму; політична реальність є

процесом групової конкуренції за право розподіляти суспільні ресурси; соціальна «стабільність» визначається усталеністю мережі міжгрупових взаємодій. Концептуальним доповненням цього підходу слугує «теорія зацікавлених сторін» (stakeholder theory) і її відгалуження, що стосується груп тиску - структур, наділених специфічними ознаками й спрямованих на здійснення тиску на владні інститути.

3. Бізнес-партійні корпорації як групи інтересів. Переважна більшість із понад 370 зареєстрованих в Україні партій утворена не на ідеологічній, а на діловій основі. Уявлення про органічний зв'язок партійної діяльності з олігархічними бізнес-інтересами давно стало беззаперечним фактом суспільно-політичного життя. Вітчизняна практика унаочнює правоту теорії груп А. Бентлі та Д. Трумена: великі економічні конгломерати, що переслідують власні прагматичні цілі, утворюють фундамент політичного процесу, а їхня діяльність перетинається з роботою ключових держінститутів - президентури, суду, законодавчого органу. Подібну логіку відтворює «теорія обміну» Р. Солсбері: підприємець-лідер спонсорує групу в розрахунку на майбутні дивіденди, тоді як члени групи, у свою чергу, задовольняють власні специфічні потреби. В українських реаліях олігархи фінансують партійні проекти, а ті, отримавши доступ до влади, відпрацьовують вкладені кошти. Так політичні інститути перетворюються на знаряддя задоволення приватних інтересів і лобіювання ділових угруповань. Партійна діяльність набула рис «підприємницького проекту»: ринкові правила гри перенесено у сферу політики, партії перетворилися на ринковий продукт, а електорат - на споживача цього продукту.

Структурний каркас бізнес-партійних корпорацій зазвичай складається з: «економічного ядра» у видобувному, переробному або посередницькому секторі; медійного комплексу, що продукує й просуває корпоративну ідеологію; політичного «даху» - партійних структур, парламентських фракцій і делегованих до влади представників; нерідко також - популярного футбольного клубу. Партійні ланки всередині такої корпорації є надбудовою над промислово-фінансовою базою: вони формуються кулуарно й директивно, кадровий склад набирається переважно адміністративними методами, а масова партійна робота або відсутня взагалі, або зводиться до «карнавальних» публічних акцій.

Конгломерат підприємців, публічних політиків і владних чиновників (бюрократів), пов'язаних спільними ділово-політичними й навіть родинними інтересами, сформував фактично кланову систему, вкорінену в патримоніальних суспільних традиціях під покровительством державної влади. У передвиборчі сезони представники великого капіталу охоче

вкладали кошти в партії в обмін на гарантовані місця в прохідній частині списків. Усталилась багаторівнева системна корупція: внутрішньопартійна (комерціалізація місць у списках і посад у виконавчій владі), міжпартійна (торг між партіями у владній коаліції) та суспільна (масовий підкуп виборців). Саме ці механізми забезпечили мандати мільярдерам і надзаможним особам: Р. Ахметову, К. Жеваго, В. Пінчуку, А. Веревському, Т. Васадзе та багатьом іншим.

В Україні сформувався специфічний симбіоз олігархічного капіталу і партійного керівництва: бізнес-структури справляють визначальний вплив на економічний стан і політичний авторитет державного менеджменту. Кланові угруповання вбудовані у владні механізми і включають не лише фінансово-промислові структури, а й підрозділи «м'якої сили» - аналітиків, технологів, медіа-ресурси - утворюючи таким чином бізнес-партійні корпорації. Просування неформальних інститутів на перший план і поступове зміцнення владного свавілля призвели до консервації системи відносин, що обслуговує економічні та політичні апетити кількох фінансово-промислових груп. Бізнес-партійні корпорації витісняють із партійного ядра власне ідейно-програмний зміст.

На чолі бізнес-партійних корпорацій стоять або публічні олігархи - відкриті економічні та політичні гравці, - або «сірі кардинали», що здійснюють прихований вплив на прийняття рішень, або «політичні підприємці», які фінансують партії та їхніх лідерів, отримуючи відповідну «ренту» на вкладені ресурси. Пропорційна система з закритими списками відкрила прохідний коридор до парламенту для прямих спонсорів і вмонтованих представників бізнесу. Замість бути посередником між широкими суспільними групами і владою, партії насамперед обслуговують інтереси власної верхівки та фінансистів. Тіньове покриття передвиборчих витрат і пряма купівля голосів породжували неконтрольований вплив на економічне середовище: стимулювали тіньовий обіг грошей і сприяли ухиленню від оподаткування великим бізнесом, який спонсорував ці кампанії.

Функціонування будь-якої партії немислиме без налагодженої системи оцінки результатів її роботи. Разом з тим партійна діяльність погано піддається стандартизованому контролю - як і будь-який інший процес, де ключову роль відіграє людський фактор. Відповідно, критерії оцінки мають одночасно формальний і неформальний вимір. До них належать: рівень ефективності участі осередку у виборчих кампаніях і партійних ініціативах; обсяг і якість реалізованих проектів; абсолютна і нормована (стосовно чисельності виборців на відповідній території) чисельність організації;

динаміка приросту членів; наявність у складі осередку статусних членів - депутатів представницьких органів; наявність та чисельність партійних груп у місцевих радах; ступінь охоплення виборчих дільниць мережею активістів; присутність організації в регіональному інформаційному просторі; внутрішня конфліктність (або стабільність) осередку; матеріально-технічна база офісу; мережа громадських приймалень; здатність до самофінансування.

Узагальнюючим мірилом залишається якість участі організації в загальнопартійних виборчих кампаніях і проєктах - показник, що відображає її дієздатність, надійність і лояльність. Проте навіть цей критерій не завжди дозволяє коректно виміряти внесок самого осередку, оскільки частину успіху може бути забезпечено централізованою агітацією, організованою партійним керівництвом. Додатково слід брати до уваги жоден із зазначених критеріїв не є абсолютним і що регіональна специфіка суттєво впливає на їхню інтерпретацію. Тривале збереження позитивних показників без відповідного виборчого результату нерідко свідчить про імітацію активності замість реальної роботи в конкретному середовищі. Буває, що осередок переключається на обслуговування місцевих елітних груп, нехтуючи при цьому загальнопартійними завданнями.

Таким чином, дієвий партійний осередок завжди має вагомий суспільно-політичний вплив і є надійним ресурсом партії у виборчих змаганнях. При оцінюванні результатів роботи первинних організацій не варто абсолютизувати кількісні показники (кількість членів чи реалізованих проєктів), оскільки це ризикує переорієнтувати партійців на погоню за цифрами на шкоду справжній змістовній роботі.

Глосарій термінів і понять до теми

Групою тиску (англ. pressure group) називають організацію, що постала для захисту певних інтересів і здійснення цілеспрямованого тиску на органи влади задля ухвалення ними рішень на користь даного об’єднання; це суспільна структура, що домагається задоволення власних потреб через активний тиск на владні інститути.

Групи інтересів - це добровільні організовані структури, покликані виявляти й представляти інтереси своїх учасників у взаємодії з іншими суб’єктами та політичними інститутами; їхня мета - консолідувати громадян навколо захисту специфічних інтересів певної соціальної, фахової, конфесійної або культурно самобутньої спільноти.

Неокорпоративізм - монополізація права на представництво суспільних інтересів, що спотворює саму ідею представництва, зводячи її до угоди між зацікавленими групами та бюрократичним апаратом

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Поясніть, чим групи інтересів відрізняються від політичних партій.
2. Оцініть різні типи інтересів та охарактеризуйте їхню роль у суспільстві.
3. Порівняйте та опишіть публічні та приватні групи інтересів.
4. Розкрийте сутність груп інтересів і груп за інтересом.
5. Охарактеризуйте функції груп інтересів та визначте найактуальнішу на вашу думку.
6. Від чого залежить ефективність груп інтересів з точки зору практичної політології?
7. У чому полягає відмінність груп тиску від груп інтересів?
8. Охарактеризуйте специфіку бізнес-партійних структур як груп інтересів в Україні.

Рекомендована література

Адаптивні зміни політичного поля України в умовах війни: монографія / за ред. О. О. Рафальського, О. М. Майбороди. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2023. 672 с.

Андрійчук Т. С. Сучасні лобістські технології: теорія та практика застосування. Політичний менеджмент. 2019. № 3. С. 95–102.

Вонсович С. Г. Теоретичні домінанти дискурсу владних еліт. Грані : наук.-теорет. і громад.-політ. альм. Дніпро : Грані, 2021. Т. 24. № 10. С. 25–33.

Вонсович С. Г. Теорія інституціоналізму: рефлексії ретроспективного дискурсу. Грані : наук.-теорет. і громад.-політ. альм. Дніпро : Грані, 2021. Т. 24. № 9. С. 55–64.

Загоруйко Ю. А. Інституціоналізація лобізму в Україні: теорія та практика. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Юридичні науки. 2019. Вип. 21. С. 83–89.

Інститут лобіювання в Україні та за кордоном: походження, проблеми, перспективи розвитку : наук.-інформ. видання / Д. Базілевич, В. Нестерович, В. Федоренко. Київ : ФОП Москаленко О. М., 2015. 111 с.

Лопушинський І., Остап’як В., Кушнірюк С. Становлення доброчесного лобіювання в контексті взаємодії публічної влади та громадянського суспільства в Україні. Координати публічного управління. 2024. № 1 (2). С. 1–25.

Механізми узгодження інтересів у виробленні публічної політики в Україні : навч. посіб. / С. О. Телешун та ін. ; за заг. ред. С. О. Телешуна. Київ : НАДУ, 2019. 192 с.

Назарчук О. Вплив політичних еліт на державну політику та громадські ініціативи в Україні. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. 2024. Вип. 3 (75). С. 69–75.

Політологічний енциклопедичний словник : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Генеза, 1997. С. 83.

Рейтерович І. В., Парфенюк Т. В. Концептуальні підходи дослідження місця та ролі груп інтересів у виробленні публічної політики. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 18. С. 92–98.

Розумний М. П. Технології політичного консультування : навч. посіб. Київ : НІСД, 2018. 168 с.

Рудницький С. Сучасні інтерпретації категорії «інтерес» у суспільно-орієнтованих науках в Україні. Освіта Регіону. 2025. URL: https://social-science.uu.edu.ua/article/785 (дата звернення: 10.11.2025).

Суспільні інтереси в Україні: груповий вимір, зміст, шляхи узгодження : аналіт. доповідь / за ред. О. М. Майбороди. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2016. 192 с.

Яровой Т. С. Теоретико-методологічні засади функціонування лобізму в Україні в інтересах громадянина, суспільства, безпеки держави : монографія. Київ : Людмила, 2019. 383 с.

Etzioni A. Capital Corruption: The New Attack on American Democracy. New York : Harcourt Brace Jovanovich, 1984. 235 p.

Herskovits M. Man and His Works: The Science of Cultural Anthropology. New York : Alfred A. Knopf, 1948. 408 p.

Johnson S. Everything Bad is Good for You: How Today’s Popular Culture is Actually Making Us Smarter. Riverhead, 2005. 274 p.

Olson M. The Rise and Decline of Nations. New Haven : Yale University Press, 1982. 280 p.

Sumner W. G. Folkways: A Study of the Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores and Morals. New York : Ginn and Co., 1959. 662 p.

Swedberg R. Interest. Concepts in the Social Sciences. New York : Open University Press, 2005. 316 p.

Truman D. B. The Governmental Process: Political Interests and Public Opinion. New York : Knopf, 1971. 156 p.

Тема 4. Політична участь та її змінюваність у політиці

Навчальні питання

1. Сутність політичної участі: від традиції до сучасності

2. Політична участь як складова діяльності груп інтересів: її природа, сутність, роль, форми прояву

3. Моделі політичної участі та їх залученість у практичній політології

1. Сутність політичної участі: від традиції до сучасності. Характерною рисою сучасного етапу суспільного розвитку є кардинальні трансформації форм та механізмів залучення громадян до політичного життя. Традиційні моделі політичної активності, що склалися в індустріальну добу, зазнають суттєвої реконфігурації під впливом цифровізації, глобалізаційних процесів та переосмислення соціокультурних цінностей. Водночас спостерігається парадоксальна ситуація: технологічні можливості для залучення до політики значно розширилися, тоді як у багатьох демократичних суспільствах фіксується спад традиційних форм громадянської активності, зокрема, електоральної участі та членства у партійних структурах. Особливої актуальності ця проблематика набуває для України, яка перебуває на стадії демократичної консолідації в умовах гібридних загроз та потреби у модернізації системи публічного управління. Попри те, що термін «політична участь» утвердився в науці лише у XX столітті, його філософське осмислення сягає античності. Арістотель у праці «Політика» заклав фундамент антропологічного розуміння участі, стверджуючи, що людина як «політична тварина» (*zoon politikon*) здатна до самореалізації лише в межах полісу. На відміну від нього, Платон вбачав у демократичній залученості мас певну загрозу, вказуючи на ризики дилетантизму в управлінні державою. Римська традиція, репрезентована Цицероном, трансформувала участь у громадянський обов’язок та прояв найвищої доброчесності.

У середньовічну епоху вектор дискусії змістився в теологічну площину. Августин Блаженний та Тома Аквінський розглядали залученість індивіда до земних справ крізь призму морального вдосконалення та підпорядкування божественному закону, де участь у політиці була виправданою лише як шлях до загального блага та духовного спасіння.

Новий час радикально змінив статус індивіда. Н. Макіавеллі одним із перших обґрунтував участь народу як прагматичний запобіжник проти тиранії. Згодом мислителі Просвітництва Дж. Локк, Ж.-Ж. Руссо, Ш. Монтеск’є та Т. Пейн детермінували участь як природне право людини та наріжний камінь народного суверенітету. Саме в цей період участь перестає

бути лише обов’язком і стає інструментом захисту індивідуальної свободи та легітимізації влади.

Емпіричне вивчення «political participation» як наукової категорії розпочалося у 1950-х роках. Еволюцію цього поняття можна розділити на декілька ключових хвиль:

1. **Електоральний центризм** (1950-ті): Дослідники (зокрема С. Верба та Н. Най) фокусувалися на діях приватних осіб, спрямованих на вибір урядовців. Основні форми обмежувалися голосуванням та партійним членством.

2. **Розширення «політичного»** (1970-ті): М. Каазе та А. Марш запропонували вийти за межі інституційних форм, включивши до аналізу протестну активність та петиції. К. Пейтман обґрунтувала «демократію участі», де політична залученість охоплює всі сфери людської діяльності, мінімізуючи громадянську апатію.

3. **Ресурсний та соціальний аналіз** (1980-ті): Дж. Нагель та Г. Брейді акцентували увагу на проблемі політичної нерівності. Вони довели, що доступ до участі прямо залежить від освіти, доходу та соціального капіталу індивіда, що ставить під загрозу принцип рівного представництва.

4. **Комплексні моделі мобілізації** (1990–2000-ні): Дж. Розенстоун та Дж. М. Гансен розробили трикомпонентну модель участі, де кінцевий результат залежить від наявності ресурсів, внутрішньої мотивації та зовнішньої мобілізації. Автори підкреслили вибірковий характер мобілізації: еліти частіше залучають уже активних громадян, що посилює існуючі диспропорції.

Сучасні дослідники (Н. Карпентьє, П. Далгрен, Ф. Паскуалі) пропонують розглядати участь як синтез інституційних можливостей, культурних ресурсів та суб’єктивних ідентичностей і емоцій. Такий інтегрований підхід дозволяє виявити не лише формальні бар’єри, а й глибоку психологічну готовність людини до впливу на політичне життя.

На межі XXI століття інформаційно-комунікаційна революція та процеси глобалізації докорінно змінили політичну залученість. Дослідниця П. Норріс акцентує увагу на зміщенні акцентів від традиційних інституційних форм до індивідуалізованих практик. Цей процес детермінований поширенням постматеріалістичних цінностей та послабленням класичної партійної ідентифікації. Політична участь постає як адаптивна система, де динамічно поєднуються формальні й неформальні дії, а їхня валідність визначається через діяльність.

Сучасна політична наука пропонує декілька вимірних моделей для аналізу глибини залученості громадян. Зокрема, дослідник М. Гаген

вибудовує ієрархію участі, що розпочинається з інформаційної обізнаності (моніторинг подій) та комунікативного виміру (побутови дискусії), переходячи до електоральної активності та широкого залучення поза-виборчим циклом. Така модель підкреслює, що демократія потребує не лише ритуального голосування, а й щоденної пізнавальної включеності індивіда.

Розвиваючи цю ідею, швецький політолог Я. Теорел пропонує п'ятивимірну типологію, яка охоплює: електоральну базу (участь у виборах); споживацьку участь (бойкотування товарів, благодійність, петиції); партійно-організаційну активність (волонтерство та фінансування); протестну мобілізацію (колективне вираження незгоди); контактну активність (директ-адресація запитів до представників влади).

Починаючи з 2010-х років, ключовим вектором досліджень став **аналіз впливу цифрових платформ.** Дослідник Я. Теохаріс стверджує, що інструментарій впливу (традиційний чи цифровий) не змінює суті політичної участі, якщо дії спрямовані на результат. Проте дослідники Й. Екман та Е. Амно пропонують ще ширшу рамку, вводячи категорію «дополітичної» активності. Це раціональні дії, які безпосередньо не є політичними, але формують фундамент громадянської свідомості.

Таким чином, сучасна політична участь еволюціонує від суто електорального акту до складного симбіозу технологічних можливостей, особистої мотивації та розширеного розуміння «політичного». Вона стає все більш персоніфікованою, мережевою та чутливою до соціального контексту, що відображає загальну тенденцію до демократизації доступу до владних процесів.

2. Політична участь як складова діяльності груп інтересів: її природа, сутність, роль, форми прояву. Політичний процес постає як фундаментальна форма функціонування політичної системи, сутність якої полягає у безперервному відхиленні між станами рівноваги та дисбалансу силових векторів. Він репрезентує складну будову, де раціонально-управлінські акції держави переплітаються зі стихійною активністю громадянського суспільства. Якість та рівень демократичності політичного дизайну зумовлюються не лише змістом ухвалених рішень, а й обгрунтованістю каналів політичної участі, через які неінституціоналізовані суб'єкти здійснюють свій вплив на владну вертикаль. У цьому контексті характер залучення громадян є ключовим індикатором типу політичного режиму та інтенсивності суспільної легітимізації влади.

Взаємовплив ключових акторів розгортається у двох вимірах. Горизонтальна модальність базується на паритетних засадах, де державні інституції та соціальні страти функціонують як рівноправні партнери,

об’єднані спільним цілепокладанням. Натомість, вертикальна модальність демонструє ієрархічну модель,за якої державна влада виступає як регулятивна підсистема, що кристалізує національні пріоритети, тоді як суспільство генерує імпульси тиску, спрямовані на артикуляцію та представництво групових інтересів.

Процес взаємодії між владною елітою та групами соціального тиску реалізується через послідовний цикл, що забезпечує життєздатність системи.

Під час фази ідентифікації та артикуляції інтересів відбувається кристалізація розпорошених індивідуальних запитів у консолідовані колективні інтереси. Ключовими медіаторами тут виступають профспілкові об’єднання, бізнес-асоціації та інші групи інтересів, які акумулюють специфічні вимоги щодо економічних реформ чи соціальної трансформації. Стадія агрегування та стратегічного синтезу полягає в інтеграції різновекторних запитів у цілісну партійно-політичну платформу. Це дозволяє трансформувати множинність вимог у конкретний вектор політичної волі.

Законодавчі та представницькі інституції виконують функцію нормативного оформлення колективних рішень, після чого виконавча гілка влади здійснює їх практичну реалізацію, забезпечуючи необхідний ресурсний супровід.

Завершальна фаза циклу передбачає функціонування органів судового та конституційного нагляду. Їхня місія полягає у нівелюванні суперечностей між акторами та забезпеченні правової стабільності на основі загальновизнаних норм.

На кожному етапі цього циклу домінування певних політичних акторів змінюється, проте відповідність політичної поведінки завжди визначається мірою реального впливу соціуму на побудову державної стратегії.

У межах демократичної парадигми суб’єктність громадян проявляється через їхню безпосередню роль у політико-владних взаємодіях. Залученість індивіда у процеси формування владних структур виступає не лише механізмом політичної соціалізації, а й фундаментальним запобіжником проти бюрократичної експансії та інституційної деградації. Політична участь постає як динамічний простір добровільних дій, спрямованих на корекцію політичного курсу та участь у верифікації управлінських рішень.

Спектр громадянської активності диференціюється за характером мотивації, легітимності та інтенсивності. Зокрема, у політичній науці виокремлюють такі ключові опозиції як **автономна vs мобілізована** участь. Автономна активність ґрунтується на раціональному виборі та усвідомлених цінностях суб’єкта. На противагу їй, мобілізована участь є продуктом зовнішнього маніпулювання, примусу або економічного детермінізму, де

воля індивіда підміняється інтересами маніпулятора. **Індивідуальна vs колективна** модальність орієнтована на персональну самореалізацію (електоральний вибір, професійний статус), передбачає синергію у групах інтересів або масових акціях протесту. **Конвенційна (легальна) vs нелегітимна участь.** Конвенційні форми регламентуються нормами права, тоді як нелегальні (аж до політичного тероризму чи заборонених страйків) свідомо розривають правове поле задля радикального впливу на систему. **Традиційна vs Інноваційна спрямованість**. Якщо традиційна активність репродукує політичну спадкоємність, то інноваційна виступає тригером системних трансформацій та модернізації. Професійна (постійна) vs Епізодична участь. Розрізняють діяльність професійних акторів та ситуативну залученість пересічних громадян (голосування, донації).

Політична участь у будь-яких своїх проявах є телеологічною, тобто спрямованою на досягнення конкретних суспільно-політичних результатів. Серед пріоритетних цілей виокремлюють:

1. Консолідація національної ідентичності та посилення почуття приналежності до державної спільноти.
2. Оптимізація регулятивного потенціалу держави, що включає легітимізацію податкової політики, формування оборонного ресурсу та впровадження нових правових норм.
3. Стимулювання макроекономічної стабільності та розробка антикризових стратегій через залучення експертних і громадських спільнот.
4. Екстерналізація зовнішньополітичного впливу. Демонстрація масової публічної підтримки політичного курсу часто стає потужним інструментом на міжнародній арені, замінюючи собою складні інституційні механізми.

Політична еліта нерідко використовує інструменти масової мобілізації (створення лояльних партій, організація маніфестацій) як альтернативу розвитку адміністративного апарату, прагнучи узаконити вигідні їй форми участі для зміцнення власного статусу та задоволення специфічних групових інтересів.

Якість і спрямованість політичної активності громадян не є випадковими, а детермінуються комплексною системою факторів. Ключове значення мають інституційний дизайн (тип політичного режиму та правове забезпечення прав громадян), історико-культурний контекст (традиції громадянського залучення, ментальні матриці та рівень політичної культури), а також технологічний розвиток систем масових комунікацій. Суттєвий вплив мають і ресурсні можливості: освітній ценз, доступ до верифікованої інформації та матеріальний добробут суб’єктів.

Окремим вектором є психологічна участь. Поведінка політичних акторів стимулюється динамічною взаємодією між базовими потребами, ціннісними орієнтаціями та суб'єктивним відчуттям причетності до владних процесів. Зворотний зв'язок між результатами політичної дії та первинними установками індивіда формує стійку модель його подальшої громадянської позиції.

Потреба в активному залученні актуалізується у моменти, коли зовнішнє середовище створює бар'єри для реалізації життєво важливих інтересів індивіда. У таких ситуаціях людина вдається до спроб трансформації владних відносин задля справедливого перерозподілу суспільних благ. Пряма кореляція спостерігається між рівнем включеності індивіда у процеси ухвалення стратегічних рішень та інтенсивністю його взаємодії з державними інститутами.

Не будь-яка соціальна активність може бути кваліфікована як політична участь. Науковий аналіз виокремлює конкретний політичний акт (включно з вербальними формами) як основну одиницю участі. На відміну від латентних емоційних реакцій (наприклад, непублічне обговорення політики в умовах тоталітарного обмеження), справжня участь має бути реалізованою, базуватися на добровільності та передбачати наявність реальних альтернатив вибору.

Через багатогранність чинників єдина класифікація форм участі залишається дискусійною, проте в прикладній політології їх групують за такими критеріями: **за правовим статусом**, а саме це легітимні, (регламентовані вибори, санкціоновані маніфестації) та нелегітимні (громадянська непокора, радикальні повстання, перевороти); **за рівнем інституціалізації**: формалізовані (електоральна діяльність, партійне будівництво) та стихійні (масові збурення, неформальні політичні угруповання); **за територіальним охопленням**: локальні (муніципальні) та загальнонаціональні ініціативи.

Конкретний інструментарій участі охоплює широкий спектр: від електоральної активності та референдумів до безпосередньої роботи в органах врядування, контролю за діяльністю еліт, участі у протестних акціях (мітингах, політичних страйках) та активного опрацювання й поширення політичних смислів.

Характер політичної участі пов'язаний із типом панівного режиму. У демократичному просторі засадничим атрибутом участі є її добровільність та ціннісна автономія. Натомість недемократичні системи трансформують участь у механізм мобілізаційного залучення, де замість реального впливу на владу громадяни стають учасниками зрежисованих дійств. Авторитарні

режими використовують такі практики для самолегітимації, прагнучи імітувати широку підтримку курсу та штучно підвищити валідність своїх рішень у публічному полі.

Політична мобілізація постає як стратегічне концентрування людських та матеріальних ресурсів задля досягнення цілей еліт. Вона реалізується через тотальний контроль над інформаційними потоками та фінансовими інструментами. До арсеналу мобілізаційного впливу належать як м'які методи (маніпуляція, авторитет), так і жорсткі інструменти: індоктринація (нав'язування ідеологічних догм), адміністративний примус та політичне насильство.

Розуміння політичної участі пройшло тривалий шлях трансформації. Класична модель С. Верби та Н. Ная фокусувалася переважно на електоральному процесі, виокремлюючи чотири базові форми: голосування, передвиборчу активність, групову кооперацію та індивідуальні контакти з урядовцями. Проте сучасний спектр залученості значно розширився, охоплюючи не лише традиційні процедури, а й цифрові петиції, «політичне споживання», мережеву агітацію та радикальні форми протесту. Це свідчить про те, що політична участь сьогодні інтегрована практично в усі виміри соціального буття.

Механізми народовладдя та потенціал «прямої дії». У структурі демократії реалізація волі народу здійснюється через два взаємодоповнюючі механізми:

1. Представницька модель: делегування повноважень органам влади (парламенту, муніципалітетам).

2. Пряма демократія та пряма дія: безпосередній вплив громадян на центри ухвалення рішень.

Пряма дія (від санкціонованих мітингів до страйків та голодувань) виконує низку критичних функцій:

– комунікативна та переконуюча (публічні виступи орієнтовані на трансформацію опіній аудиторії, де емоційно-ірраціональні чинники часто превалюють над раціональною логікою);

– мобілізаційна та ідентифікаційна (масові заходи створюють специфічне емоційне поле, що консолідує спільноту навколо певних ідей). У вітчизняному контексті участь у «Майданах» стала найпотужнішим індикатором ціннісно-світоглядного вибору та політичної самоідентифікації;

– демонстративна (публічна масовість виступає наочним доказом політичної ваги певної сили).

Ефективність такої активності прямо залежить від символізму політичного простору. Географічна локація акції (наприклад, Майдан

Незалежності в Києві) часто набуває сакрального значення, перетворюючись із простої площі на термін політичної боротьби, що маркує масштаб та легітимність протесту.

Чисельність учасників виступає базовою детермінантою політичного впливу акції. Масштабність заходу прямо корелює з рівнем сприйняття його політичної значущості. Проте в умовах медіакратії «ефект масовості» стає вразливим до інтерпретацій: недостатня наповненість простору може бути використана опонентами як доказ політичної фіаско. Важливим є врахування візуальних маніпуляцій, коли навіть значна кількість людей на великих площах може виглядати розпорошеною групою, що вимагає від організаторів ретельного підбору локацій для створення суб'єктивного відчуття щільності натовпу.

Ефективність акції прямо залежить від формування почуття групової приналежності та усвідомлення учасниками своєї місії. Інструментарієм для досягнення такої солідарності виступає наочна символіка: ідентифікаційні знаки (значки, елементи одягу, банти), прапори та транспаранти. Ці атрибути виконують подвійну функцію:

1. Внутрішня консолідація: візуальна однотипність стимулює відчуття єдності («ми-образ»).

2. Зовнішня артикуляція: плакати та слогани надають заходу видовищності та чітко транслюють цілі кампанії зовнішньому спостерігачеві.

Для введення мас у стан, релевантний цілям акції, використовуються методи психологічного впливу. Музичний супровід задає необхідний ритм і резонує з підсвідомістю, нівелюючи індивідуальну критичність. Додаткову роль відіграють світлові ефекти, особливо у вечірній час, коли зниження раціонального сприйняття дозволяє використовувати магію візуальних ілюзій для посилення емоційного враження від події.

Сприйнятливість маси досягається через встановлення емоційного зв'язку з комунікатором. Спільне відтворення лозунгів, хорове виконання гімнів та ритмічне скандування перетворюють аудиторію на єдиний організм. Технологічно це забезпечується через спеціально підготовлених модераторів (аніматорів у натовпі), які ініціюють гасла, забезпечуючи їх підхоплення масою в критичні моменти виступів.

Масові заходи виконують роль потужних інформаційних приводів. Успішна акція трансформується з одиничної події на тривалий медійний контент, що забезпечує опосередкований політичний вплив через ЗМІ. Історія (від падіння берлінської стіни до українських Революцій 2004 та 2014 років) підтверджує, що пряма дія є найвищим виявом народовладдя.

Такі акції не просто привертають увагу до суспільних викликів, а стають інструментом примусу еліт до політичної корекції або, у разі ігнорування запитів, призводять до повної реконфігурації владної системи. Комбінація традиційних методів та новітніх комунікаційних форм робить пряму дію гнучким і високоефективним засобом трансформації державної політики.

У сучасній практичній політології інструментарій прямого впливу диференціюється на дві засадничі групи. Традиційні форми (мітинги, демонстрації, страйки) мають тривалу історію розвитку, починаючи з XIX століття, та спираються на сталі процедурні канони. На противагу їм, новітні форми (флешмоби, політичні хепенінги та перформанси) є продуктом інформаційного суспільства. Вони виникають як реакція на дефіцит суспільної уваги в перенасиченому медіапросторі, де класичні акції часто губляться, поступаючись місцем візуально яскравим, театралізованим діям.

Мітинг виступає потужним агрегатором масової політичної волі, дозволяючи суб'єктам публічно задекларувати підтримку або протест. Проте ефективність мітингу детермінована його внутрішньою структурою:

1. Ядро мітингу (концентрована група біля трибуни, яка задає емоційний вектор та темпоритм заходу. Контроль над ядром є критичним для модерації настроїв натовпу).
2. Периферія (зона розмитого складу учасників, де найвищою є ймовірність провокацій та деструктивної поведінки).

Успіх мітингу прямо залежить від якості ораторського мистецтва. Науковий підхід вимагає від промовців використання емоційно забарвлених закликів та апеляції до універсальних цінностей (свобода, справедливість). Залучення «лідерів думок» - авторитетних діячів культури, спорту чи політики дозволяє здійснити трансфер їхнього особистого авторитету на цілі акції. Кульмінацією заходу стає прийняття резолюції, нормативно підготовленого документу, що фіксує колективні вимоги учасників.

Демонстрація (масова хода) часто ототожнюється з маніфестацією, хоча методологічно маніфестація - це наповнення ходи сенсами через наочну агітацію. Відмінною формою є піша хода, де символізм маршруту замінює потребу в додаткових транспарантах. Ефективність демонстрації базується на її масштабі, чіткій візуальній ідентифікації учасників та здатності мобілізувати прибічників, водночас, дестабілізуючи опонентів.

Пікетування визначено як статичну форму публічного вираження незгоди, яка базується на візуальному тиску на конкретні об'єкти влади без використання звукових засобів.

Страйк - найбільш радикальний інструмент, що трансформує економічне невдоволення у політичний тиск. Прикладом є шахтарські страйки в Україні

90-х років, що спричинили зміну владної конфігурації. Незважаючи на високу мобілізаційну здатність, страйки є «гострим лезом» політики: вони завдають системної шкоди економіці та провокують психологічну напругу в соціумі. Це покладає на організаторів особливу відповідальність, оскільки страйк є індикатором глибокої кризи, яку неможливо розв'язати в межах стандартних процедур.

З точки зору технологічної, при проведенні страйків необхідно враховувати такі моменти:

1. Треба чітко визначити мету, терміни проведення і засоби забезпечення страйку.

2. Визначення джерел матеріальної підтримки страйкуючих та компенсації негативних наслідків страйку.

3. Передбачення дії влади і розробка планів відповідних протидій з боку страйкуючих.

4. Проведення роз'яснювальної роботи з громадськістю, використовуючи ЗМІ для того, щоб отримати підтримку серед населення, яке, не беручи участі у страйку, може мати серйозні життєві проблеми в ситуації страйкової боротьби.

Страйки мали місце в українському суспільно-політичному житті, в основному, у 90-х роках минулого століття. З тих часів, а точніше - з кінця 80-х років того ж століття, бере свій початок використання ще однієї гострої і дуже небезпечної форми прямої дії - голодування. Хоча сьогодні випадки голодування як засобу політичної боротьби зустрічаються доволі нечасто, не виключаються ситуації, коли хтось може спробувати здійснити масове голодування, як це було під час подій Революції на граніті. Небезпека голодування обумовлена тим, що передбачити реакцію організму конкретної людини на голод практично неможливо. Відомі випадки, коли фізично здорові люди не витримували голодування. Ця обставина накладає особливу відповідальність на тих політиків, хто наважиться на голодування в ім'я політичних цілей. Обов'язковою умовою політичного голодування є забезпечення щоденного медичного нагляду за станом здоров'я учасників акції. Тут також важливо своєчасно припинити дійство і регулярно інформувати громадськість про стан здоров'я голодуючих і реакцію влади на вимоги протестуючих.

Особливе місце серед традиційних і новітніх форм прямої дії займає унікальне та самобутнє явище українського суспільства початку XXI століття. Йдеться про Помаранчевий Майдан (2004 р.) і Майдан Революції Гідності (2013–2014 рр.), які увійшли в історію України. Спроби повторити феномен Майдану відбувалися в інших країнах, але в достатній мірі досягти

політичного ефекту українських майданів нікому не вдалося. Майдан як суспільно-політичне явище потребує спеціального аналізу; зупинимося лише на його загальній характеристиці як втілення традиційних і новітніх технологій прямої дії. За своєю суттю українські майдани були акціями протесту щодо дій правлячих політичних сил, які в обох випадках йшли на обман народу. За формою це були акції із захоплення центральної площі столиці України Києва та утримання її тривалий час до отримання потрібної реакції влади. Технологічно організація і проведення майданів є складною і витратною акцією. З точки зору використання конкретних процедур, майдан є поєднанням традиційної мітингової форми зібрання з концертно-театралізованим додатком до неї.

Реалізація таких гострих форм прямої дії, як страйки та голодування, вимагає суворого дотримання технологічних регламентів. Ефективність страйку детермінується чіткістю цілепокладання, наявністю матеріальних ресурсів для підтримки учасників та превентивним плануванням контрзаходів у відповідь на дії влади. Критично важливим є залучення медіаресурсу для роз'яснювальної роботи, що дозволяє конвертувати потенційне роздратування населення у суспільну підтримку.

Голодування постає як найбільш екстремальна форма протесту, де головним інструментом тиску стає здоров'я та життя індивіда. Це накладає на суб'єктів особливу етичну відповідальність, вимагаючи безперервного медичного моніторингу та прозорого інформування громадськості про динаміку стану протестувальників.

Українські Майдани (2004, 2013–2014 рр.) репрезентують унікальну модель протесту, яку важко реплікувати в інших соціокультурних умовах. Технологічно Майдан поєднав у собі: традиційний елемент (захоплення та тривале утримання символічного центру (площі) як форма прямого тиску); інноваційний елемент (конвергенцію політичного мітингу з концертно-карнавальною культурою та мережевою самоорганізацією).

В умовах інформаційного перенасичення традиційні акції втрачають здатність утримувати увагу, що зумовлює виникнення новітніх форм:

1. Політичний флешмоб (інструмент розриву повсякденності через сценарії абсурду). Його мета - поставити під сумнів «нормальність» існуючого порядку та візуалізувати опозиційну позицію в умовах жорсткого цензурування.

2. Політичний перформанс (театралізація публічного простору, де ірраціонально-емоційна образність домінує над логікою). Це іміджева технологія, що оперує символами для створення потрібних значень.

3. Хепенінг (спонтанна та провокаційна дія, спрямована на руйнування політичних стереотипів через завуальовані, зовні «неполітичні» сюжети).

Глобальні дослідження кінця XX - початку XXI століття (Р. Далтон, Дж. Осер) фіксують перехід від моделі «зобов'язаного» громадянина до «залученого». Сучасний учасник процесу все частіше діє поза електоральною ареною, віддаючи перевагу онлайн-участі та політичному консьюмеризму (споживанню як форми протесту).

Типологізація за дослідником Дж. Осером виокремлює чотири профілі: від «всебічних активістів» (6%) до маси «незаангажованих» (60%). Проте діджиталізація нівелює ці бар'єри, створюючи «цифрові мережі участі» (Я. Теохаріс). У цьому просторі межа між політичним актом та побутовою комунікацією розмивається, а соціальні мережі стають головною платформою для розв'язання суспільних конфліктів. Ренесанс демократії сьогодні відбувається через індивідуалізовані, прямі форми впливу, які надають громадянину реальний інструментарій контролю над елітами.

3. Моделі політичної участі та їх залученість у практичній політології.

Для верифікації електоральної поведінки та проектування стратегій громадянського залучення в сучасній науці застосовується мультимодельний підхід. Він базується на аналізі п'яти фундаментальних конструктів: моделі «громадянського волюнтаризму», «раціонального вибору», «соціально-психологічної парадигми», концепції «мобілізації» та моделі «загальних **стимулів»**. Кожна з них пропонує власну оптику для вивчення драйверів політичної активності.

Фундамент цієї теорії був закладений у працях С. Верби та Н. Ная, а згодом розвинений у дослідженнях К. Л. Шлозман та Г. Брейді. В основі моделі лежить постулат про добровільний характер політичного залучення, проте сама можливість такої дії вважається похідною від трьох критичних ресурсних детермінант:

1. Психологічна мотивація - суб'єктивна готовність та інтерес індивіда до політичних процесів, що формує внутрішній імпульс до дії.
2. Когнітивна та ресурсна здатність - наявність у громадянина необхідного часу, фінансових можливостей, а також громадянських навичок (освіта, комунікативні здібності), що дозволяють ефективно оперувати у політичному полі.
3. Мережева архітектура вербування (recruitment networks**)** - соціальний контекст індивіда, членство в організаціях, професійні та особисті зв'язки, через які надходять запити на участь і здійснюється мобілізація активності.

Відповідно до цієї логіки, дефіцит будь-якого з цих елементів (наприклад, наявність мотивації при відсутності ресурсів або ізольованість від мобілізаційних мереж) стає бар'єром для повноцінної реалізації громадянської суб'єктності. Таким чином, політична участь постає не лише як вольовий акт, а як результат сприятливої кон'юнктури особистісних ресурсів та соціального оточення.

На противагу волюнтаристським підходам, модель раціонального вибору, фундамент якої заклав Ентоні Даунс, розглядає політичну участь крізь призму прагматичного розрахунку «витрати - вигода». У цій парадигмі громадянин постає як раціональний суб'єкт, що прагне максимізувати власну корисність при мінімальних витратах ресурсів, таких як час, зусилля та когнітивна енергія. Політична дія актуалізується лише тоді, коли очікувана вигода від її результату перевищує індивідуальні витрати на її реалізацію.

Ключовим викликом для цієї моделі є так званий **«парадокс голосування»**. Оскільки ймовірність того, що голос одного виборця стане вирішальним у масштабних перегонах, наближається до нуля, з точки зору чистої математичної раціональності витрати на участь (вивчення програм, похід до дільниці) завжди перевищують реальний вплив. Це зумовлює виникнення феномену раціонального ігнорування політики, де суб'єкт свідомо відмовляється від активності, вважаючи її неефективною інвестицією особистого ресурсу.

Соціально-психологічна інтерпретація зміщує фокус із раціонального розрахунку на глибинні внутрішні установки та соціальну ідентичність індивіда. Тут політична залученість детермінується почуттям громадянського обов'язку, лояльністю до певних соціальних груп або партійною ідентифікацією, що формується ще на етапі первинної соціалізації. У межах цього підходу участь розглядається як акт підтвердження власної належності до певної спільноти, де емоційна винагорода від виконання ролі «доброго громадянина» переважає будь-які матеріальні витрати.

Важливим компонентом моделі є відчуття політичної ефективності, суб'єктивне переконання людини в тому, що її дії здатні спричинити реальні зміни в державній побудові. Високий рівень політичного інтересу в поєднанні з довірою до інституцій створює стійку психологічну базу для системної участі, тоді як політичне відчуження та цинізм виступають головними деструкторами громадянської активності.

Модель загальних стимулів намагається синтезувати раціональні та психологічні підходи, стверджуючи, що мотивація до участі є багатошаровою. Вона поєднує індивідуальні стимули (кар'єрне просування, соціальний престиж) із колективними цілями (успіх партії, реалізація

суспільно значущих ідей). Окреме місце займає ефект солідарності, коли задоволення від спільної діяльності з однодумцями стає самостійним драйвером активності.

Нарешті, модель мобілізації акцентує увагу на ролі політичних еліт, партій та громадських організацій у «пробудженні» електорату. Участь тут розглядається не лише як внутрішній порив індивіда, а як результат цілеспрямованого зовнішнього впливу. Через канали комунікації та мережеві структури політичні актори знижують поріг входу для громадян, надаючи їм готові смисли, ресурси та організаційну підтримку, що трансформує потенційну готовність до дії в реальний політичний акт.

Розглядаючи економіко-центричні підходи в політології, особливої ваги набуває «Модель раціонального вибору», яка зміщує фокус із соціального тиску на індивідуальний прагматизм. Ця концепція, що бере свій початок від фундаментальних розробок Ентоні Даунса, пропонує розглядати громадянина як «homo politicus», чия поведінка ідентична поведінці споживача на ринку.

В основі моделі лежить презумпція логічної послідовності дій суб'єкта. Політична участь трактується не як емоційний порив, а як результат аналізу альтернатив. Раціональність індивіда в цій парадигмі базується на здатності до чіткого ранжування власних уподобань. Зіткнувшись із політичним вибором, людина вибудовує ієрархію варіантів, де кожен наступний крок або є пріоритетним, або еквівалентним за корисністю.

Ключовою ознакою такої моделі є транзитивність уподобань: якщо варіант «А» є кращим за «Б», а «Б» - за «В», то раціональний актор незмінно надасть перевагу «А» перед «В». Це робить поведінку виборця передбачуваною та стратегічною, оскільки він завжди спрямовує свою активність на ті сценарії, що займають найвищі щаблі в його персональній шкалі цінностей.

Теорія раціонального вибору висуває на перший план роль індивідуальних стимулів. Політична участь стає інструментальною частиною життєвої стратегії громадянина, спрямованою на максимізацію особистих вигод за умови мінімізації витрат. У цьому контексті рішення про участь у виборах, мітингах чи партійній діяльності залежить від того, наскільки відчутним є очікуваний «дивіденд» - чи то у формі сприятливого законодавства, економічних преференцій, чи соціального статусу.

Такий підхід дозволяє дослідникам аналізувати політичний процес як динамічну мережу взаємовигідних обмінів між громадянами та політичними силами. Однак варто зауважити, що абсолютизація раціональності часто стикається з критикою через ігнорування альтруїстичних мотивів та

емоційної прив’язаності, які також суттєво коригують реальну політичну ландшафтну картину.

Соціально-психологічна модель висуває на перший план психологічні орієнтації суб’єкта. У цій парадигмі політична залученість є похідною від стійких внутрішніх установок, серед яких ключовими виступають політичний інтерес, рівень довіри до державних інституцій та почуття громадянського обов’язку. Поведінка індивіда формується під впливом трьох взаємопов’язаних чинників: особистого ставлення до певної дії, системи нормативних переконань та внутрішньої мотивації відповідати цим нормам.

У межах цього підходу участь у політичних процесах сприймається не як пошук вигоди, а як реалізація ідентичності. Громадяни стають активними, оскільки ідентифікують себе з конкретною політичною групою або мають глибоке переконання, що їхня діяльність здатна реально змінити архітектуру влади. Важливим психологічним тригером тут є відчуття політичної ефективності, віри в те, що голос пересічного громадянина має значення і впливає на ухвалення стратегічних рішень.

Модель мобілізації пропонує інший ракурс, зміщуючи акцент із внутрішніх переконань на роль зовнішніх чинників, що спонукають людину до активності. Політична діяльність тут розглядається як рефлексія на прямий запит, запрошення або тиск із боку політичних акторів. Згідно з концепціями С. Розенстоуна та Дж. М. Гансена, фундаментальною причиною активності є персоналізоване звернення до індивіда з чіткою пропозицією діяти.

Процес залучення може відбуватися через два основні канали:

- Формальна інституційна мобілізація, що здійснюється політичними партіями, передвиборчими штабами чи професійними групами інтересів.
- Неформальна соціальна мобілізація, яка виникає стихійно у процесі щоденних політичних дискусій у межах соціальних мереж та найближчого оточення.

Досвід виборчих кампаній у США в другій половині XX століття емпірично підтвердив високу ефективність цього підходу. Дослідження продемонстрували пряму кореляцію між інтенсивністю агітаційної роботи та рівнем електоральної явки: активна комунікація з потенційними виборцями стабільно нівелює абстиненцію та трансформує пасивне спостереження у реальну політичну поведінку.

На завершення теоретичного огляду варто згадати модель загальних стимулів, яка синтезує переваги попередніх концепцій. Вона базується на ідеї, що мотивація до участі є багатошаровою і поєднує в собі: індивідуальні стимули (бажання реалізувати амбіції чи отримати доступ до ресурсів);

колективні стимули (прагнення до перемоги своєї ідеологічної групи); альтруїстичні чинники (прагнення до загального блага). Саме поєднання цих різновекторних імпульсів створює стійку основу для довготривалої політичної активності в сучасному демократичному суспільстві.

Аналіз теоретичних засад політичної активності був би неповним без розгляду конфліктної (протестної) підмоделі, яка пропонує принципово інший погляд на драйвери громадянської мобілізації. Якщо попередні концепції фокусувалися на ресурсах, психологічній лояльності або прагматичному розрахунку, то цей підхід акцентує увагу на реактивних механізмах суспільної поведінки.

За цією підмоделлю, політична діяльність постає як закономірна відповідь соціуму на системну соціальну, економічну або політичну дискомфортність. Ключовим рушієм тут виступає не наявність надлишкових ресурсів чи очікування персональних преференцій, а глибоке внутрішнє переконання в несправедливості чинного ладу. Коли громадяни стикаються з дискримінацією, системною корупцією або гострою кризою легітимності інститутів влади, виникає імпульс до колективного спротиву, спрямований на докорінну зміну існуючого статусу-кво.

У межах наукових розробок Сіднея Тарроу та Чарльза Тіллі політична участь інтерпретується як прямий наслідок ескалації соціальних конфліктів та нерівності. Автори розглядають протест як раціоналізовану форму колективної відповіді на закритість політичної системи. У ситуації, коли традиційні канали впливу на владу виявляються заблокованими, а рівень недовіри сягає критичної позначки, суспільство вбачає у колективному протистоянні єдино можливий інструмент відновлення справедливості.

Важливою особливістю конфліктної моделі є трансформація індивідуального невдоволення у спільну стратегію дії. Протестна активність виникає в точці перетину двох факторів: сприйняття існуючих умов як нестерпних та усвідомлення потенційної ефективності масового виступу. Таким чином, конфлікт стає не просто деструктивним явищем, а специфічним засобом комунікації між суспільством та державою, де кожна акція прямої дії є вимогою до перегляду суспільного договору.

Ця підмодель дозволяє глибше зрозуміти природу революційних подій та масових рухів непокори, де головним «паливом» для мобілізації є не фінансовий капітал учасників, а їхній солідарний гнів та прагнення до політичної реконфігурації. У поєднанні з іншими теоретичними конструктами конфліктна парадигма завершує цілісну картину мотивації політичного суб’єкта в сучасному динамічному світі.

Завершуючи огляд теоретичних підходів, розглянемо концепцію, що об’єднує раціональні та ментальні чинники, а також детально зупинимося на внеску української інтелектуальної традиції у вивчення цієї проблематики.

Модель загальних стимулів виникла як спроба синтезувати прагматизм теорії раціонального вибору із глибиною соціально-психологічних пояснень. Основний фокус тут зосереджений на системі стимулювання: участь розглядається як багатовекторний процес, де індивіду необхідна комбінація різних мотиваторів. Це можуть бути як селективні стимули (особиста вигода, кар’єра), так і колективні спонуки (успіх ідеологічної групи чи реалізація суспільно значущої мети), що разом забезпечують стійку громадянську активність.

Українська наукова думка збагатила світову теорію політичної участі ґрунтовним аналізом процесів трансформації та соціокультурної специфіки.

Зокрема, у працях дослідника В. Бортнікова політична активність розглядається крізь призму пострадянського переходу. Він визначає участь як специфічну форму діяльності всередині політичної системи, яка має на меті не лише вплив на владу, а й прагматичне регулювання розподілу ресурсів для задоволення життєвих потреб громадян.

Науковий доробок дослідниці Н. Ротар акцентує увагу на формах, що відповідають демократичному транзиту. Вона виокремлює електоральний, протестний та дискурсивний виміри участі, інтерпретуючи їх як безперервний процес формування інституційної структури влади та безпосереднього впливу на державні рішення.

Особливої уваги заслуговує комплексний підхід дослідниці С. Сальнікової, яка запропонувала розгалужену систему показників для вимірювання політичної суб’єктності. Її модель базується на трьох фундаментальних вимірах: залученість, яка охоплює пізнавальний рівень (інтерес до інформації), електоральну активність та комунікаційну складову (обговорення політики та контакти з владою). Політичні практики, що чітко диференціюються на інституціональні (робота в партіях та громадських рухах) та неінституціональні (протести, волонтерство, фінансова підтримка політичних сил). Суб’єктивна участь, яка фіксує самооцінку особистості та її усвідомлення власної ролі у владних відносинах, що дозволяє верифікувати реальну глибину залученості громадянина.

Сучасні вітчизняні дослідники також фокусуються на регіональній специфіці, яка є визначальною для України. Політична участь у різних частинах країни детермінована унікальним поєднанням історичної спадщини, мовних та культурних традицій, а також локальними соціально-економічними умовами. Ці чинники формують особливу регіональну

ідентичність, яка диктує характер ставлення до інститутів влади та визначає ідеологічні пріоритети виборців на місцях.

Таким чином, політична участь в українському контексті постає як багатошаровий феномен, де глобальні демократичні тренди тісно переплітаються з локальними соціокультурними особливостями.

Політична участь постає не просто як сукупність дій, а як багатогранний соціальний феномен, що безперервно еволюціонує під тиском економічних трансформацій та культурних зсувів. Вона слугує фундаментальним критерієм життєздатності демократичної системи, оскільки саме через активність громадян здійснюється реальний контроль за державним апаратом. Участь дозволяє соціуму не лише реагувати на готові рішення, а й безпосередньо конструювати політичний порядок денний, перетворюючи формальні права на дієві інструменти впливу.

Історичний ретроспектив свідчить про поступовий перехід від вузького, суто інституційного розуміння залученості (обмеженого електоральними актами) до багатовимірного сприйняття політичної суб'єктності. Сучасна наука розглядає цей феномен як комплекс комплементарних моделей: від раціонального розрахунку до емоційного протесту. Жодна з теоретичних парадигм не є вичерпною сама по собі, що зумовлює потребу в інтегративному підході, здатнім пояснити складну архітектуру мотивацій сучасної людини.

Глобальна цифрова трансформація радикально переформатувала ландшафт політичної взаємодії. Електронна демократія (е-демократія) відкриває безпрецедентні можливості для подолання бар'єрів між громадянином та владою, проте вона ж породжує нові виклики щодо інклюзивності та маніпулятивності інформаційного простору. Успішна імплементація цифрових інструментів вимагає не лише технологічних рішень, а й глибокого розуміння психологічних та соціальних стимулів, що спонукають людей до активності в онлайн-середовищі.

Досвід України демонструє унікальну динаміку політичної участі в умовах пострадянської трансформації. Це вимагає критичної адаптації класичних західних моделей до вітчизняного контексту, де високий рівень протестної мобілізації часто межує з електоральним скепсисом. Ефективність подальшого демократичного врядування в Україні залежить від здатності інститутів відновити суспільну довіру, використовуючи як перевірені часом традиційні форми, так і новітні цифрові платформи залучення.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте теоретичні підходи до визначення поняття «політична участь».

2. Який практичний зміст для політичного процесу переходу до демократії мають підходи, що визначають зміст політичної участі?

3. Що значила формалізація політичної участі та у чому це простежилося?

4. Простежте, як поява інформаційно-комунікаційних технологій, глобалізації та європейської інтеграції вплинула на розуміння політичної участі.

5. Виміри політичної участі за М. Гагеном: продемонструйте їх зміст та значення.

6. У чому полягає сенс політичної участі Теорела для практичної діяльності у політиці?

7. Визначте сутність, роль і форми прояву політичної участі як складової діяльності груп інтересів.

8. Визначіть суть політичної участі та її типологію стосовно практики політичних режимів.

9. Чим пояснити змінюваність змісту й типів політичної участі з середини XX століття по наш час?

10. Порівняйте форми прямої дії за демократії та авторитаризму. У чому різниця?

11. Охарактеризуйте моделі політичної участі та їх залученість у практичну діяльність.

12. У чому полягає значення політичної участі?

Рекомендована література

Бортніков В. Демократія участі як суспільний феномен. *Сучасна українська політика. Політика і політологи про неї*. 2018. № 12. С. 334-341.

Бучинська А. Категорія «політична участь» у західному політологічному дискурсі: еволюція та сучасний стан. *Політичні дослідження*. № 2 (4) 2022.С.26-41.

Іовчук О. Сучасні підходи до політичної участі. *Політологічний вісник*. 2021. № 24. С. 45–58.

Косілова О.І. Політична участь як форма реалізації політичних прав: теоретико-правовий дискурс. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2021. № 2(50). С. 127-133.

Крижанівська В. Політична участь та мотивація до неї: евристичний потенціал соціологічних концепцій Донателли Делла Порти і Дрю Халфмана

(порівняльна характеристика). *Український соціологічний журнал*. 2019. Випуск. 22. С. 36-51

Махно Ю. Політична участь: сутність поняття та функції. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія.* 2024. Вип. 17. С. 132-137.

Сальнікова С., Мацюк О. Політична участь: концептуальні схеми, методики вимірювання. *Соціологічні студії*. 2012. № 1. С. 87–92.

Янченко А.О. Форми політичної участі: аналітичні підходи до картування партисипації громадян. *Політикус*. 2021. № 3. С. 94-102.

Carpentier N., Dahlgren P., Pasquali F. The Democratic (Media) Revolution: A Parallel History of Political and Media Participation. 2014. P. 123–141.

Dalton R. J. Citizenship norms and the expansion of political participation. *Political Studies*. 2008. Vol. 56. No 1. P. 76–98.

Divjak T. *Public Participation in Decision-making: International Review of Legislative Framework with a set of best practices.* NTIOS, December 2014. P. 45-53.

Earl J., Kimport K. *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. Cambridge : MIT Press, 2011. 272 p.

Ekman J., Amnå E. Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human affairs*. 2012. Vol. 22. P. 283–300.

Norris P. *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. 308 p.

Political Participation in a Changing World, Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Citizen Engagement. By Y. Theocharis, Jan W. van Deth, 2018. 144 p.

Rosenstone S. J., Hansen J. M. *Mobilization, participation, and democracy in America*. New York : MacMillan, 2003. 333 p.

Teorell J., Torcal M. Political participation: Mapping the terrain. In: *Citizenship and involvement in European democracies*. Routledge, 2007. P. 358–381.

Theocharis Y., Van Deth J. W. The continuous expansion of citizen participation: A new taxonomy. *European political science review*. 2018. Vol. 10(1). P. 139–163.

Verba S., Schlozman K. L., Brady H. Voice and Equality. *Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge : Harvard University Press, 1995. 664 p.

Тема 5. Психологічні аспекти політичної діяльності

Навчальні питання

1. Психологія у політиці
2. Політика і маси: особливості трансформації. Феномен ІПСО
3. Психологія влади
4. Специфіка масової політичної поведінки
5. Використання політичної символіки: основні напрями і специфіка

1. Психологія у політиці. Дослідження реального політичного життя, функціонування владних структур, а також діяльності як фахових, так і непрофесійних учасників політичного процесу переконливо свідчить про те, що чимало явищ, здобутків і прорахунків неможливо усвідомити та пояснити без урахування ролі психологічного чинника. Учасниками політичного процесу є люди і як лідери, і як члени соціальних груп та політичних партій, загалом як особистості. Незалежно від ролі, яку вони виконують, їхньою поведінкою детермінуються певні мотиви й цілі, а в їхній політичній активності виявляються емоції та настрої. Більше того, сучасні українські дослідники звертають увагу на те, що всі політичні явища значно більшою мірою залежні від природи людини та її психіки, ніж незалежні від неї.

У зв'язку з цим постає необхідність вивчення політики, перебігу і результатів політичної діяльності опосередковано через людей, для яких і через яких функціонують політичні інститути.

Процес відображення політичної реальності в психіці суб'єкта завжди є багатошаровим та опосередкованим. Можна виділити ключові вектори, що визначають фінальну реакцію громадянина:

1. Діяльнісний контекст. Попередній досвід участі та характер щоденної активності людини визначають її готовність до нових викликів.
2. Соціально-побутові умови. Об'єктивна реальність існування індивіда формує межі його можливостей та специфіку сприйняття соціальної справедливості.
3. Телеологічний аспект. Особистісні цілі, ціннісні орієнтири та суб'єктивні очікування перетворюють зовнішній тиск на свідому політичну позицію.

З одного боку, на особистість здійснюють вплив численні агенти або фактори. З цих впливів, частково свідомих, частково стихійних, складається певна система впливу навколишнього середовища на особистість. З іншого боку, сама особистість має цілу низку внутрішніх механізмів реагування на зовнішні стимули, при цьому володіючи власною активністю, що

уможливлює вибір із запропонованого набору політичних позицій тієї, яка відповідає її внутрішнім переконанням.

Аналізуючи фундамент політичної суб'єктності, ми приходимо до висновку, що ефективність діяльності будь-якого актора чи то окремого громадянина, чи то потужної політичної партії визначається складним паритетом між зовнішніми обставинами та внутрішнім світом учасника процесу. Це означає, що політико-психологічний портрет суб'єкта неможливо вибудувати лише на основі об'єктивних індикаторів, таких як стан економіки, розстановка сил на арені чи домінантні традиції політичної культури. Не менш вагомим чинником стає суб'єктивне сприйняття цих умов, яке трансформує факти у конкретні мотиви для дії.

Для здійснення глибокого психологічного аналізу політичної поведінки критично важливо оперувати системою категорій, що розкривають внутрішню механіку суб'єкта. Першочергове значення мають мотиви та потреби, які людина намагається задовільнити через політичну участь, перетворюючи свою активність на інструмент досягнення життєво значущих результатів. Не менш важливим є ціннісно - смисловий рівень, де ідеали та цінності дозволяють індивіду не просто діяти, а ідентифікувати себе з певним політичним цілим, стаючи частиною спільноти з ідентичним світоглядом.

Водночас, пізнавальний та емоційний пласти діяльності додають політичній поведінці динаміки та змісту. Емоції та настрої, що супроводжують діяльність суб'єкта, часто стають каталізаторами швидких рішень, тоді як знання, думки та поширювана інформація формують раціональний каркас його стратегії. Саме поєднання цих психологічних компонентів визначає те, як суб'єкт буде реагувати на виклики системи та які форми поведінки він обере у критичних ситуаціях політичного протистояння.

З огляду на це, будь-який аналіз політичної ситуації має враховувати, що об'єктивні умови лише задають межі можливого, тоді як суб'єктивні чинники наповнюють ці межі реальним рухом. Розуміння того, як знання трансформуються у цінності, а потреби - у конкретні політичні цілі, дозволяє не лише прогнозувати реакції суб'єктів, а й розробляти стратегії залучення, що резонують із внутрішніми настановленнями громадян. Такий інтегративний підхід робить політичну теорію живою та адаптивною до реальних викликів сучасного суспільства.

Невипадково Е. Фромм наголошував на тому, що психологічний аналіз думок або ідеологій, які приводять суб'єкта до політики, «має завданням виявлення психологічних коренів, з яких виростають ці думки або ідеології». У зв'язку з цим людина досить часто прикриває свої справжні мотиви певною ідеологічною конструкцією. Аналіз ідей, стверджував він, має

відповісти на два запитання: по-перше, яка відносна вага певної ідеї, якою керується суб'єкт, у всій ідеологічній системі, якої він дотримується в цілому; по-друге, чи не маємо ми справу з раціоналізацією, що відрізняється від дійсного змісту думки.

Для ілюстрації наведемо конкретні факти. Відоме обурення Гітлера несправедливістю Версальського мирного договору. Безперечно, пише дослідник Е. Фромм, що він щиро обурювався цим договором, однак якщо проаналізувати його ідеологію в цілому, стає очевидним, що вона ґрунтується на прагненні до влади та загарбництва. Таким чином, хоч підсвідомо Гітлер і вважав Версальський договір несправедливим щодо Німеччини, насправді ця думка в загальній системі його поглядів не мала визначального значення. Підтвердження того, що свідома думка розходиться з її дійсним психологічним змістом, можна віднайти в аналізі дій Сталіна. Попри те, що Сталін міг щиро апелювати до концепції соціалізму як ідеального устрою, заснованого на принципах рівності, ретроспектива свідчить про радикальну маргіналізацію цих ідеалів у реальній системі його ціннісних пріоритетів.

У психологічному профілі радянського керманича домінуючим чинником виступала не месіанська візія суспільного добробуту, а прагнення до абсолютної, нічим не обмеженої влади. Ідеологічна надбудова в такому контексті перетворювалася на інструментальний засіб легітимізації репресивної політики, де ідея справедливості ставала лише зручною ширмою для зміцнення одноосібної диктатури. Практична реалізація сталінізму продемонструвала, що жадоба контролю та утримання владних важелів іманентно суперечили гуманістичним засадам соціалізму, оскільки побудова справедливого ладу апріорі виключає методи масового насильства та нехтування людським життям.

Цей історичний приклад ілюструє важливу політологічну закономірність: коли засоби досягнення мети вступають у фундаментальне протиріччя з самою метою, ідеологія втрачає свій змістоутворюючий потенціал. Спроба сконструювати «суспільство справедливості» через експлуатацію та фізичне нищення тих, для кого воно нібито будувалося, є онтологічно неможливою. Таким чином, у системі сталінських цінностей соціалістичне гасло виявилося повністю поглинутим тиранічною волею до влади, що й визначило трагічний вектор розвитку радянської політичної системи у цей період. Трагедія мільйонів жертв стає остаточним емпіричним доказом того, що суб'єктивна віра лідера в ідею не має значення, якщо вона підпорядкована механізмам тотального придушення.

Фундаментальна спрямованість особистості безпосередньо зумовлює структуру її політичної програми. Альтруїстична домінанта, зазвичай, трансформується у стратегію суспільного поступу, де пріоритетом виступає цивілізаційний розвиток, гуманізація соціальних відносин та встановлення справедливості. Водночас, егоїстична мотивація зміщує фокус на інструментальне використання політичного поля для досягнення персонального добробуту, здобуття медійної популярності або реалізації жадоби до безмежного контролю.

Важливо розуміти, що мотив є не просто психологічним імпульсом, а змістотворним фактором, який визначає фінальну мету будь-якої активності. Проте в реальному політичному процесі спостерігається феномен ідеологічного маскування, коли амбіційні та егоцентричні цілі свідомо легітимізуються через риторику «загального блага». Така симуляція благородних намірів дозволяє суб'єкту мобілізувати підтримку мас, приховуючи справжні прагнення за фасадом філантропічних гасел.

З огляду на це, фаховий політологічний аналіз вимагає верифікації проголошених цілей через призму реальних дій та історичного контексту. Здатність розрізнити справжній альтруїзм від маніпулятивної самопрезентації є критично важливою для оцінки якості політичного лідерства та стабільності демократичних інститутів. У кінцевому підсумку, саме істинний мотив, а не задекларована програма, стає тим лакмусовим папірцем, що визначає етичний вектор розвитку всієї політичної системи.

Важливо усвідомлювати, що головним із мотивуючих факторів є **потреба**. Можна стверджувати, що у прихованій або явній формі характер політичної поведінки визначають практично всі різновиди потреб: допитливість і потреба у самоствердженні, бажання проявити себе, потреба у визнанні, самозбереженні, свободі, потреба у владі, прагнення піднестися над іншими тощо. Тому при аналізі політичної діяльності особистості, як простого індивідуума, так і лідера, принципово важливо виявити справжні потреби, якими вона керується. Це уможливлює передбачення характеру й спрямованості дій, мети, а отже - результату.

Відсутність очікуваних позитивних наслідків від діяльності певної частини професійних політиків в сучасній Україні не є випадковою. Це визначається тим, що справжніми потребами, які привели цих людей до політики, виявились потреби у владі та добробуті (вирішення власних побутових проблем), а не ті декларовані зобов'язання, якими вони переконували виборців у передвиборчий період.

Активна участь у політичному житті рано чи пізно приводить людину до політичної партії або руху. Там її діяльність набуває більш-менш

упорядкованого характеру. Людина потрапляє у певні рамки цієї партії, оскільки статут і програма регламентують її активність, а отже й діяльність її члена. Це уможливлює прогнозування відносин з іншими політичними силами та владними структурами. Для фахового політика це має суттєве значення: знаючи цілі й завдання тієї чи іншої партії, він спроможний передбачати її поведінку в конкретній ситуації, регулювати відносини з іншими силами, розробляти превентивні заходи для запобігання ворожнечі й напруженості в суспільстві. Утім, у реальному житті активна участь людини у політиці, особливо у формі прямої дії, приводить її не лише до організованої сили (партія, рух), а й до неорганізованої - натовпу, маси.

2. Політика і маси: особливості трансформації. Феномен ІПСО. Накопичений політичний досвід переконливо свідчить, до яких серйозних негативних наслідків для суспільного життя та окремої особи здатні призвести дії натовпу (погроми, жертви тощо). Водночас фахові політики досі не мають достатнього обсягу знань про поведінку натовпу або маси. Оскільки в умовах нестабільності та складних процесів перехідного суспільства можливість виникнення натовпу (з усіма відповідними наслідками) існує й може зростати, виконання регулятивної функції діяльності зобов'язує політика мати ці знання.

Передусім зазначимо, що «маса» - це велика кількість ізольованих, відчужених людських індивідів. Це, як стверджує науковець Е. Канетті у праці «Маси і влада», що своєрідна форма спільного існування індивідуумів, якій притаманні властиві лише їй прояви. Виникнення маси може бути навмисним або випадковим (демонстрація, що розпочинається, група споглядачів тощо). Однак якщо маса виникла, вона прагне існувати далі. «Прагнення до зростання, - наголошує Е. Канетті, - це перша і головна властивість маси». Цікаву характеристику «масі» дає відомий дослідник минулого століття Г. Лебон. Він стверджував, що маса нічого не робить навмисно, вона нездатна до тривалого бажання; вона не сприймає жодного відстрочення між своїм бажанням та його здійсненням; поняття про неможливість у неї відсутнє; вона не знає ні хвилювань, ні коливань, схильна до всього крайнього. Маса збуджується лише надмірним роздратуванням.

Основним механізмом такого впливу стає створення яскравих, метафоричних картин майбутнього або минулого, які здатні витіснити критичне сприйняття реальності. Емоційна насиченість повідомлення стає значно вагомішою за його фактологічну точність. Через використання гіпербол - свідомого перебільшення як загроз, так і обіцяних переваг, політичний актор створює стан афекту в аудиторії, що робить її сприйнятливою до зовнішнього керування. У такому стані логічні

суперечності ігноруються, а складні проблеми редукуються до простих та зрозумілих символів.

Паралельно з візуальною експресією критичне значення має стратегія монотонного та багаторазового повторення ключових тез. Ця технологія базується на психологічному ефекті звикання: інформація, що звучить постійно, поступово починає сприйматися як самоочевидна істина, яка не потребує доказів. Постійне відтворення ідентичних гасел формує в колективній психіці стійкі домінанти, які блокують здатність до альтернативного мислення та аналізу. Таким чином, політична воля реалізується не через переконання інтелекту, а через насичення підсвідомості мас нав'язаними зразками сприйняття.

З огляду на це, політична риторика в межах масового впливу перетворюється на своєрідне мистецтво сугестії, де перемагає не той, хто має найсильніші докази, а той, хто здатен найдовше та найяскравіше утримувати увагу аудиторії на сконструйованих ілюзіях. Такий підхід підкреслює ірраціональну складову політичного процесу, де образність та емоційний резонанс стають головною валютою влади.

Ті, хто спостерігав дії натовпу та маси в реальному політичному житті України, напевне, можуть погодитися з такою їх характеристикою. Приблизно такої самої точки зору дотримується й дослідник Е. Канетті. Він підкреслює, що становлення маси веде ніби до «зняття» індивідуально-психологічних закономірностей. Маса починає жити власним життям, закономірності якого мають зовсім інший характер, ніж індивідуальна поведінка. У натовпі вона - варвар: у неї виявляється схильність до свавілля, буйства, люті, але поряд з цим - і до ентузіазму та героїзму, притаманних первісній людині.

Справедливість цих думок підтверджує реальна дійсність, зокрема, сталінських часів. Прикладів того, як маса на мітингах і зборах несамовито засуджувала чергових «ворогів народу», вимагаючи не лише їх засудження, а й смерті, більш ніж достатньо. Спогади учасників тих подій свідчать, що індивідуально культурна людина цього б ніколи не робила. Але чому така дія стає насильницькою? Це пояснюється, з одного боку, особливостями психології натовпу та природою його активності, а з іншого - діями влади. За сталінських часів існували навмисні зусилля влади сформувати з багатьох людей єдину масу, що рухається у визначеному напрямі. Аналогічну практику провадить у сучасній рф в. путін. Реалізувалось це через накази та страх. Безмежна віра маси у вождя, у гасла та виклики, що він проголошував, інстинктивно спонукала до виконання наказів. Відмова загрожувала смертю для індивіда. Тут вступало в дію природне людське почуття - страх. Він

слугував одним із джерел влади. У «масі» індивідуум шукає захисту від страху, оскільки діє як всі, і таким чином втрачає особисту відповідальність за свої дії. Підтвердженням цього є фашизм. Під впливом наказу німці вчиняли жахливі злочини, будучи при цьому індивідуально культурними людьми. Вбиваючи слов'янських та єврейських дітей, вони залишалися люблячими та ніжними батьками власних дітей. Коли ж історія поставила їх обличчям до наслідків злочинів, усі вони твердили одне: я виконував наказ. Наказ давала влада.

Масові заворушення, що нині інколи спостерігаються, з жертвами як наслідком, є результатом наказів тих сил або осіб, які мають владу над людьми, що перетворилися на натовп під час мітингів або демонстрацій. Більше того, на думку Е. Канетті, в людині, яка виконала наказ, залишилося «жало», здатне активізуватися в аналогічній ситуації. Вважаємо, що ця точка зору небезпідставна. Достатньо згадати «в'єтнамський синдром», що спрацьовує в певних умовах у американців, які воювали у В'єтнамі, або «афганський» - у солдатів, що побували в Афганістані. У рф «український синдром» поки відсутній, адже немає українців, а є «хохли». Утім, у реальному житті трапляються й інші ситуації. Лють та збудженість маси, що отримала наказ від тих, хто має владу, може обернутися і проти неї. Відомі випадки, коли маса солдатів вбивала офіцера, який давав наказ, або ж розлючена маса громила органи влади, вказівок яких вона до останнього дотримувалась.

Перше. Перетворення індивідуумів у натовп, масу за будь-яких обставин є небажаним, оскільки прояв тих негативних властивостей, про які йшлося, матиме небажані наслідки як для владних структур, так і для опозиційних сил. Для перших - тому, що дії натовпу призводять до стану нестабільності і напруженості в суспільстві, що підриває підвалини влади. Для опозиційних сил, які рвуться до влади, спроба використати натовп як засіб боротьби за неї свідчитиме про нецивілізований характер їхньої політичної боротьби, а їхні гасла щодо важливості суспільного миру та демократичного вирішення наявних проблем виявляться не більш ніж фікцією. Крім того, не варто забувати, що за певних обставин лють натовпу може обернутися проти тих, хто віддавав йому накази або провокував на конкретні дії.

Друге. Соціально-економічна дестабілізація та політична невизначеність діють як потужні каталізатори афективних станів у суспільстві. Коли значні верстви населення відчувають втрату соціальних орієнтирів та економічну деградацію, рівень критичного мислення знижується, поступаючись місцем емоційному резонансу. У таких умовах будь-який резонансний інцидент

може миттєво трансформувати розпорошене невдоволення в монолітну психологічну масу. Натовп у перехідних суспільствах стає формою компенсації безсилля індивіда, надаючи йому ілюзію сили та причетності до розв'язання масштабних проблем.

Стихійне утворення масс, зазвичай, базується на механізмі психічного зараження, де спільний біль або гнів стають змістотворним стрижнем. Однак не менш важливим є свідоме конструювання натовпу як інструменту політичного тиску. Сучасні технології мобілізації дозволяють використовувати соціальну напруженість для штучного створення ефектів масовості. Шляхом маніпулювання символами, експлуатації страхів та використання сугестивних методів, політичні гравці здатні перетворювати атомізованих громадян на керовану масу, готову до радикальних дій заради зміни політичної конфігурації.

Тому політичний діяч не повинен забувати, що утворений натовп прагне зростати, і кордонів та заборон для нього не існує. Отже, при загрозі виникнення натовпу доцільно вжити заходів, що обмежили б його зростання, тобто перетворили б його на закритий. З цією метою мітинг, що розгортається і здатний вийти за цивілізаційні межі, доцільно перенести в будь-яке приміщення, наприклад, до актового залу. Сама наявність стін регулює приріст маси, вносить заспокоєння в її настрої, дає можливість протилежним сторонам (представникам владних структур і мас) вислухати одне одного. З іншого боку, кордони (стіни) захистять масу від зовнішніх ворожих дій інших груп та сил, і тим самим зменшать ризик фізичної сутички.

Застосування владними структурами силових методів (поліція, спеціальні підрозділи тощо) може обмежити зростання натовпу і навіть розсіяти його. Однак такі дії нерідко призводять до численних жертв і фізичних травм, що так чи інакше формує у свідомості громадян уявлення про відповідальність влади за допущені жертви. Докази та аргументи щодо провини тих, хто організував мітинг і підштовхнув людей до безвідповідальних дій, часто не спрацьовують. Застосування сили викликає в індивідуумів, що складають натовп, не стільки страх, скільки лють і відповідну силову реакцію. У натовпі людина далеко не завжди відчуває страх. Поряд із цим перетворення відкритої маси на закриту, відмова від застосування сили й готовність вислухати створюють у людей переконаність у тому, що їхня думка має значення для владних осіб. А ця переконаність повертає індивідууму його особисті якості, тимчасово втрачені в натовпі.

Третє. Ураховуючи те, що натовп сприймає лише те, що йому подобається і що «навіяв» вождь, будь-які спроби переконати в чомусь

збуджений натовп є безрезультатними. Аргументи та докази він не сприймає взагалі. В умовах, коли мітингуюча маса перетворюється на натовп, промовця, який говорить те, чого натовп не бажає чути, просто скинуть або розтопчуть. У таких ситуаціях, на нашу думку, доцільно вести роботу не з натовпом, а з його вождем, якому він беззаперечно довіряє. Принципово важливо переконати вождя в тому, що здатність натовпу до руйнівних дій і можливість жертв є небажаними для обох протилежних сторін. Необхідно задіяти всі аргументи, щоб він (вождь) сприяв перетворенню маси з відкритої на закриту.

ІПСО (інформаційно-психологічні операції) як термін набув широкого вжитку саме з початком повномасштабного вторгнення рф. Утім, росія організовувала інформаційно-психологічні операції в Україні й раніше. До ІПСО відносяться: пропаганда, кібератаки, дезінформація, диверсії в тилу (відключення електропостачання, підпали, акти мародерства тощо).

Яскравим прикладом ІПСО є також так звані ворожі мітки на дахах та асфальтах, які нібито були цілями для атаки. Насправді ж подібні дії були спрямовані на те, щоб посіяти паніку серед населення, посилити відчуття тривоги та дезорієнтувати громадян. Творення шпигуноманії серед українців відволікало від розв'язання більш нагальних проблем.

Моделі дії ІПСО: ІПСО після обстрілу функціонує за кількома паралельними векторами. Посилення травми. Замість того, щоб дати людям заспокоїтися, інформаційне середовище штучно підтримує стан тривоги. Фейки про «нові хвилі атак», свідоме перебільшення кількості жертв, паніка навколо відключень світла, тепла, води. Мета - не дати людині вийти зі стану стресу, утримувати її в режимі «бий або біжи» якомога довше. Першим вектором ворожої активності є штучне продовження психологічної травми. У нормі після завершення загрози людська психіка прагне стабілізації, проте інформаційний простір насичується поштовхами, що блокують цей процес. Через поширення панічних прогнозів про повторні атаки, гіперболізацію масштабів руйнувань та маніпуляції темою комунального колапсу, ІПСО утримує населення у стані перманентного стресу. Режим «бий або біжи», який має бути короткостроковою реакцією на небезпеку, перетворюється на виснажливий хронічний стан, що паралізує здатність до тверезого аналізу ситуації.

Другим важливим напрямом є маніпуляція, спрямована на підміну джерела загрози у свідомості жертви. Попри очевидність того, що агресором є зовнішня сила, меседжі ІПСО цілеспрямовано переадресовують суспільне невдоволення на тих, хто забезпечує оборону та управління. Питання про ефективність протиповітряної оборони чи підготовку інфраструктури, які в

мирний час є частиною здорової дискусії, у момент кризи стають інструментами для провокування внутрішніх конфліктів. Таким чином, замість консолідації зусиль проти ворога, суспільство втягується у пошук винних всередині країни, що суттєво послаблює загальний опір.

Третій вектор спрямований на культивування відчуття життєвої безвиході. Тези про вічність конфлікту, відсутність дієвої допомоги та марність спроб захиститися покликані позбавити громадян суб'єктності. Безпорадність, як психологічний феномен, є найкоротшим шляхом до капітуляційних настроїв. Коли людина перестає вірити у можливість впливу на майбутнє, вона стає схильною до прийняття будь-яких умов, що обіцяють припинення страждань, навіть якщо ці умови є стратегічно програшними для держави.

Ефективність ІПСО простежується у здатності впливати на конкретні рішення на різних рівнях суспільної ієрархії. На побутовому рівні тривалий інформаційний тиск у поєднанні з фізичним виснаженням провокує настрої еміграції та зневіри. Психіка, намагаючись захистити себе від нескінченного стресу, починає сприймати втечу як єдиний логічний вихід, що призводить до втрати демографічного та людського капіталу країни.

На рівні бізнес-середовища стратегія спрямована на підрив економічної стійкості. Створення фону «відсутності перспектив» змушує підприємців та інвесторів відмовлятися від розвитку проєктів на користь виведення капіталу. Коли такі сигнали стають масовими, виникає кумулятивний ефект, що загрожує економічній безпеці держави.

З огляду на це, протидія ІПСО в умовах воєнного стану вимагає не лише розвінчування фейків, а й розуміння глибинних психологічних механізмів впливу. Тільки збереження стійкості та раціональної оцінки подій дозволяє підтримувати суспільну стабільність у часи найтяжчих випробувань.

Найбільша загроза ІПСО полягає у здатності деформувати пізнання суб'єктів, відповідальних за ухвалення доленосних рішень: військового командування, дипломатичного корпусу, вищого політичного керівництва.

Навіть за умови високої професійної підготовки та усвідомлення маніпулятивної природи вхідних даних, посадовці піддаються ефекту «фонового шуму». Постійний потік песимістичних наративів про суспільну втому чи вичерпання ресурсів створює ілюзію неминучої кризи. Це провокує виникнення сумнівів у здатності народу до тривалого опору, що, у свою чергу, штовхає лідерів до прийняття рішень з позиції страху, а не стратегічного розрахунку. Наслідком стають передчасні поступки та дипломатична слабкість, які ворог використовує для остаточного демонтажу суб'єктності держави.

Ефективність подібних операцій базується на експлуатації вроджених особливостей людського мислення, які в умовах війни стають точками входу для ворожого впливу. Психіка схильна переоцінювати ймовірність подій, інформація про які найчастіше з'являється у медіапросторі. Регулярна трансляція катастрофічних прогнозів змушує мозок сприймати поразку як найбільш вірогідний сценарій. Водночас тривалий стрес призводить до виснаження префронтальної кори головного мозку, відповідальної за складні рішення. У стані «втоми від вибору» суб'єкт підсвідомо шукає найменш енерговитратний шлях, яким часто видається капітуляція, що помилково сприймається як кінець страждань.

Соціальне підтвердження діє як потужний мобілізаційний або демобілізаційний фактор. Завдяки використанню мереж ботів ІПСО створює штучне враження, що «більшість уже здалася». Оскільки людині властиво долучатися до думки, яка здається загальноприйнятою, ілюзія консенсусу руйнує волю до боротьби. Ситуація посилюється природним ефектом негативу: повідомлення про невдачі поширюються у геометричній прогресії швидше, ніж звіти про успіхи, що дозволяє одному професійно сконструйованому фейку нівелювати результати десяти реальних перемог.

З огляду на це, безпека державних інституцій залежить не лише від фізичного захисту, а й від впровадження протоколів «інформаційної гігієни» на стратегічному рівні. Розуміння психологічних пасток, які використовує агресор, є єдиним способом зберегти здатність до ухвалення сильних, суверенних рішень у моменти найвищої історичної напруги.

Оскільки головним театром воєнних дій у цьому контексті стає свідомість громадянина, стратегія протидії має поєднувати індивідуальну гігієну та оперативне державне управління інформаційними потоками.

На персональному рівні першим кроком до безпеки є визнання власної психологічної вразливості в моменти гострої кризи. Після пережитого стресу, викликаного обстрілом чи іншою загрозою, ресурси мозку значно вичерпуються, що робить людину ідеальною мішенню для маніпуляцій. У цей період критично важливо запровадити режим «інформаційного карантину»: свідомо обмежити споживання новин та відкласти прийняття стратегічних життєвих рішень до моменту стабілізації емоційного фону.

Ефективний захист базується на відборі джерел інформації. Довіра має належати виключно офіційним та верифікованим каналам, тоді як анонімні Telegram-спільноти та сумнівні «експертні» коментарі повинні ігноруватися. Важливим навиком є верифікація суб'єктів комунікації: аналіз дати створення акаунтів, історії публікацій та виявлення типових патернів поведінки ботів, які маскуються під «голос народу». Зупинка ретрансляції

панічних повідомлень є аналогом роботи засобів протиповітряної оборони в інформаційному просторі.

Державні інституції та великі організації несуть відповідальність за недопущення «інформаційного вакууму», який миттєво заповнюється ворожими фейками. Швидкість та прозорість офіційної комунікації є головним запобіжником проти деструктивного впливу ІПСО. Кожна хвилина затримки у наданні достовірних даних про наслідки атак, хід відновлювальних робіт чи результати оборонних дій надає агресору простір для маніпуляцій.

Влада має демонструвати постійну присутність у медійному полі, надаючи суспільству повну та чесну картину подій без зайвого нагнітання, але й без замовчування критичних фактів. Прозорість зміцнює суспільну довіру, яка є фундаментом національної єдності. Коли громадяни бачать реальний стан справ та розуміють алгоритм дій держави, їхня здатність до тривалого опору суттєво зростає.

Сучасна війна ведеться не лише за території, а й за волю до боротьби. Якщо фізичні засоби ураження спрямовані на інфраструктуру, то інформаційні атаки цілять у надію, єдність та довіру всередині соціуму. У цій системі координат кожен громадянин стає активним учасником оборони.

Критичне мислення виступає головним щитом, що дозволяє нейтралізувати інформаційні ракети ворога. Кожен акт перевірки джерела, кожне свідоме рішення не поширювати паніку та кожне зусилля щодо збереження спокою є безпосереднім внеском у загальну перемогу. Це і є механіка гібридної війни, де інтелектуальна та емоційна стійкість суспільства стають не менш вагомими чинниками, ніж військова міць.

Події в Румунії - країні, що є стратегічним форпостом НАТО на Чорному морі та надійним союзником України, - продемонстрували вразливість традиційного політичного мейнстриму перед обличчям гібридних загроз.

Ситуація в Румунії перейшла у фазу глибокої невизначеності після безпрецедентного рішення Конституційного суду про повне скасування результатів президентських виборів. Підставою для такого радикального кроку стали дані спецслужб про масоване втручання зовнішнього державного суб’єкта, ідентифікованого як Російська Федерація. Метою цієї операції була штучна зміна електоральних уподобань на користь ультраправих сил, що перетворювало виборчий процес на прихований референдум щодо геополітичної орієнтації країни. Це створило ситуацію, де під загрозою опинився не просто результат голосування, а сама легітимність демократичних інститутів.

Справжньою політичною сенсацією став стрімкий злет Келіна Джорджеску, фігури, яка донедавна залишалася на периферії публічної уваги. Його перемога в першому турі президентських перегонів стала шоком для правлячої коаліції, сформованої Соціал-демократичною (PSD) та Національ-ліберальною (PNL) партіями. Електоральний удар по системних силах виявився нищівним: лідери коаліції Марчел Чолаку та Ніколає Чуке не лише програли особисту першість, а й привели свої партії до значних втрат у парламенті.

Результати парламентських виборів зафіксували тектонічний зсув у румунській політиці:

- Соціал-демократи (PSD) продемонстрували найгіршу динаміку за всю свою історію, втративши значну кількість мандатів та опинившись у ситуації неможливості самостійного формування стабільної більшості.
- Націонал-ліберали (PNL) втратили половину представництва, що фактично дезорганізувало правоцентристський табір.
- Праворадикальний блок, представлений партіями AUR, SOS Romania та POT, сумарно отримав контроль над понад третиною законодавчого органу, що докорінно змінює архітектуру ухвалення державних рішень.

Успіх ультраправих сил значною мірою став можливим завдяки агресивному використанню алгоритмів соціальних мереж та заповненню інформаційного вакууму, залишеного традиційними партіями. Маніпуляція емоціями населення, гра на економічних труднощах та експлуатація консервативних страхів дозволили магінальним раніше силам вийти у мейнстрим.

Румунський досвід слугує тривожним сигналом для всієї Європи, підкреслюючи, що в умовах гібридної війни необачність традиційних еліт та недооцінка технологій маніпулювання свідомістю можуть призвести до швидкої втрати демократичних здобутків. Подальша стабілізація Румунії вимагатиме не лише перезапуску виборів, а й глибокого переосмислення методів захисту демократії в цифрову епоху.

Келін Джорджеску, 62-річний діяч, який позиціонує себе як фахівець зі сталого розвитку, вибудував свою ідентичність на перетині ультрарелігійних та ультранаціоналістичних ідей. Його політичний шлях позначений дистанціюванням навіть від радикальних рухів, таких як AUR, чиї погляди виявилися менш екстремальними за заяви самого Джорджеску. Відсутність партійної підтримки стала стратегічною перевагою в умовах, коли румунське суспільство досягло історичного максимуму розчарування в партійній системі. Гасло про «банкрутство політичних партій» зрезонувало із запитом громадян на радикальну альтернативу існуючому істеблішменту.

Найбільш резонансним аспектом діяльності Джорджеску став прямий виклик основоположним засадам безпеки Румунії. Його риторика спрямована на підрив довіри до євроатлантичної інтеграції:

- Критика НАТО та США. Ставлячи під сумнів ефективність Альянсу, він відкрито атакує стратегічні об'єкти, зокрема систему ПРО *Deveselu Aegis Ashore*, називаючи її присутність у країні дипломатичною помилкою.
- Зближення з агресором. На відміну від більшості румунських політиків, які підтримують Україну, Джорджеску апелює до «російської мудрості» та пропонує досягнення миру через прямий діалог із Кремлем. Це знаходить відгук серед виборців, чий рівень тривоги щодо економічних та безпекових наслідків війни постійно зростає.

Електоральний успіх Джорджеску зосереджений у сільських та економічно депресивних регіонах, які відчувають себе відчуженими від результатів посткомуністичних реформ. Його програма пропонує низку заходів, що прямо суперечать нормам ЄС, але виглядають привабливими для місцевого виробника:

- Націоналізація ресурсів та встановлення пільгового податкового режиму для внутрішнього бізнесу.
- Захист аграріїв. Обіцянки обмежити конкуренцію, зокрема з боку українського агроімпорту, стали ключовим фактором підтримки серед дрібних фермерів, що потерпають від зростання собівартості виробництва.

Таким чином, піднесення Джорджеску є не випадковістю, а закономірним наслідком ігнорування потреб периферії та ефективного використання гібридних інструментів впливу. Його приклад демонструє, як внутрішні економічні труднощі можуть бути інструменталізовані для розвороту зовнішньополітичного вектора цілої держави, перетворюючи соціальне незадоволення на зброю проти міжнародної солідарності та демократичних цінностей.

Раптовий успіх Келіна Джорджеску став результатом не традиційної політичної агітації, а прихованої та технологічно досконалої кампанії. Розслідування румунських спецслужб та звіти Європейської Комісії підтвердили наявність розгалуженої мережі, що налічувала понад 27 тисяч акаунтів, орієнтованих виключно на маніпуляцію румунським сегментом мережі. Особливу тривогу викликав той факт, що сотні цих облікових записів були створені ще у 2016 році та залишалися в «сплячому» режимі до моменту активації виборчого циклу. Це свідчить про довгострокове планування та наявність стратегічного ресурсу за межами країни, спрямованого на дестабілізацію внутрішньополітичної ситуації.

Ефективність маніпуляції була зумовлена специфікою медіаспоживання в країні. Румунія демонструє один із найвищих показників залученості до TikTok у Європі: близько 57% населення є активними користувачами платформи. Для порівняння, цей показник суттєво перевищує аналогічні дані у Франції (36%) чи Німеччині (менш ніж 27%), що зробило румунське суспільство критично вразливим до алгоритмічного впливу.

Найбільш відчутним цей вплив виявився серед молодіжної аудиторії. У віковій групі 18–24 роки Джорджеску здобув понад 30% голосів, що вказує на успішність використання коротких, емоційно насичених відео форматів, які апелювали до антисистемних настроїв та пропонували прості відповіді на складні виклики. По суті, відбулася «алгоритмічна радикалізація» покоління, яке отримує інформацію переважно через некуровані соціальні медіа.

Румунський прецедент змусив Європейський Союз переглянути підходи до забезпечення кібербезпеки виборів. Події стали каталізатором для розслідування в межах Акта про цифрові послуги (DSA), спрямованого на перевірку того, як алгоритми TikTok сприяють поширенню дезінформації та іноземному втручанню. Випадок Джорджеску довів, що «цифрові ракети» здатні руйнувати надію та єдність суспільства так само ефективно, як фізична зброя руйнує інфраструктуру.

3. Психологія влади. Входження в коридори влади запускає процес адаптації, де індивід змушений прищеплювати собі якості, що відповідають запитам панівної системи. Незалежно від початкових намірів, ідеалів чи моральних орієнтирів, політичний суб’єкт опиняється під тиском структурних вимог. Тип режиму (від тоталітарного до демократичного) визначає, чи буде політик вільним агентом змін, чи лише функціональним елементом ієрархії.

У межах тоталітарного політичного режиму взаємовідносини всередині владної вертикалі вибудовуються за жорсткою схемою «командир - підлеглий». Тут панує культ безумовного виконання наказу, що стає головним мірилом придатності політичного працівника. У такій системі власна думка, яка бодай на крок відступає від генеральної лінії чи позиції вождя, розцінюється як деструктивний елемент, що підлягає негайній нейтралізації.

Психологічний портрет політика в тоталітарних структурах характеризується наступними рисами:

- підпорядкування індивідуальності системному механізму. Політик свідомо погоджується на роль «гвинтика» у великій державній машині, де особисті амбіції та переконання мають бути повністю розчинені у волі керівництва;

- пріоритет лояльності над фаховістю. Професійна підготовка відходить на другий план перед готовністю виконати будь-яке розпорядження. Виконавча дисципліна стає вищою цінністю за інтелектуальну спроможність чи експертну експертизу;

- відмова від свободи волі. Система вимагає від суб'єкта готовності діяти всупереч внутрішнім моральним фільтрам. Політик, який не здатен на таку психологічну капітуляцію, неминуче виштовхується за межі системи, втрачаючи будь-які важелі впливу.

В умовах демократії особистість політика оцінюється передусім за його здатністю до креативного та нестандартного мислення. Політична система, що прагне гнучкості та динамізму, потребує постійного генерування ідей, здатних надати імпульс суспільному розвитку. Це докорінно змінює роль керівника, який замість придушення ініціативи підлеглих, виступає модератором, який зацікавлений у розкритті професійного потенціалу своєї команди. Повага до особистісних цінностей та характеру працівника створює психологічний комфорт, що прямо конвертується у підвищення результативності державної діяльності та прагнення до постійного самовдосконалення.

Важливою рисою демократичних владних відносин є збереження за політиком права на власну позицію, яка може не збігатися з офіційною лінією керівництва. Хоча виконання наказів залишається необхідною складовою функціонування будь-якої структури, демократія залишає місце для морального маневру. Можливість відкрито дискутувати або навіть відмовитися від виконання розпорядження, що суперечить внутрішнім переконанням, є фундаментальним виявом політичної свободи. У такій культурі добровільна відставка через принципові розбіжності в поглядах сприймається не як вияв слабкості чи зради, а як акт високої політичної відповідальності та чесності, що заслуговує на суспільну й фахову повагу.

Здатність чинити опір рішенням, які політик вважає помилковими або деструктивними, виступає мірою його внутрішньої свободи та професійної зрілості. Саме ця автономія суб'єкта запобігає стагнації владних інституцій та захищає їх від узурпації чи фатальних помилок одноосібного керівництва. Таким чином, демократичний режим перетворює владу з інструменту нівелювання особистості на простір її самореалізації, де інтеграція індивідуальних інтелектів створює синергетичний ефект, необхідний для стабільного прогресу правової держави

Ключовим фактором, що визначає поведінку політика в умовах транзиту, є перманентна ротація кадрів та реструктуризація управлінського апарату. Часті зміни уряду, ліквідація одних міністерств на користь

створення інших, а також нестабільність депутатського корпусу формують специфічне відчуття плинності. Коли політик сприймає свою позицію не як сталу місію, а як короткостроковий епізод, у його свідомості закріплюється психологія «тимчасовості». Це негативно позначається на якості стратегічного планування, оскільки мотивація спрямовується на отримання швидких результатів або вирішення особистих питань, а не на реалізацію довгострокових державних реформ.

Відсутність стійких інституційних правил гри призводить до того, що державні службовці та політики перебувають у стані хронічного стресу. Психологічна нестійкість перехідного суспільства проявляється у владних кабінетах як криза лояльності та розмивання етичних стандартів. Водночас динамічність змін часто призводить до конфлікту між «старими» бюрократичними звичками та «новими» вимогами часу, що лише посилює внутрішню напруженість. За таких умов формування професійної еліти ускладнюється, адже замість накопичення досвіду система витрачає ресурс на постійну адаптацію до нових облич та структурних перебудов.

З огляду на це, головним завданням для стабілізації політичної психології в Україні є створення запобіжників проти хаотичних кадрових змін. Тільки через посилення інституційної пам’яті та формування захищеного корпусу професійної державної служби можна подолати деструктивне відчуття тимчасовості, перетворивши політичну діяльність із засобу виживання на інструмент системної модернізації країни.

У таких умовах врахування зазначених обставин є надзвичайно важливим для політика. Існує небезпека піддатися психології тимчасовості й основні зусилля спрямувати не на вирішення складних проблем у перехідний період, а на забезпечення власних матеріальних і побутових потреб (що, до речі, нерідко спостерігається в сучасних владних структурах різних рівнів). Перебування при владі надає для цього можливості. Але якщо шлях у політику обраний серйозно, то варто пам’ятати: спокуси й намагання сьогодні взяти якомога більше, використовуючи займану посаду, досить часто кладуть край подальшій політичній діяльності.

Реально й тверезо мислячий політичний діяч розуміє, що в умовах переходу від тоталітарного типу політичної системи до демократичного у владних структурах працюють люди різних ідеологічних і політичних орієнтацій. Зовні всі вони намагатимуться виглядати демократами й навряд чи хтось наважиться відкрито демонструвати свою прихильність колишній системі. Але їхні реальні дії та поведінка будуть суттєво відрізнятися.

Перший тип політичного працівника характеризується високим рівнем професійної адаптації до технічних аспектів діяльності. Такі особистості,

зазвичай, досконало володіють «кухнею» апаратної роботи, знають усі бюрократичні процедури та регламенти, проте залишаються заручниками застарілих стереотипів. Їхня психіка налаштована на відтворення звичних алгоритмів поведінки, що робить їх ефективними виконавцями у стабільних системах, але абсолютно непродуктивними в умовах реформ. Для них характерна стійкість до інновацій: навіть розуміючи необхідність змін, вони підсвідомо блокують їх, намагаючись вписати нові виклики у старі координати мислення.

Другий тип суб'єктів, попри наявність досвіду роботи в колишніх владних структурах, володіє високим рівнем критичної рефлексії та інтелектуальної автономії. Головною рисою таких політиків є здатність до перегляду фундаментальних парадигм діяльності. Вони сприймають свій попередній досвід не як догму, а як інструментарій, який можна і треба модернізувати. Такі працівники спроможні на вольове зусилля щодо відмови від професійних стереотипів, що дозволяє їм ставати генераторами інноваційних ідей та агентами реальних змін у політичній системі.

З огляду на це, успіх політичної модернізації залежить від критичної маси саме другого типу політиків у владних кабінетах. Якщо домінування виконавців-консерваторів призводить до імітації реформ через заміну вивісок при збереженні старих методів управління, то залучення інноваторів дозволяє наповнити нові інституційні форми реальним демократичним змістом. Психологічна готовність лідерів до інтелектуального ризику та відмови від комфортних, але застарілих схем поведінки стає головним внутрішнім ресурсом виходу суспільства із перехідного стану. Наявність таких фахівців забезпечує тяглість досвіду без тяглості помилок минулого, створюючи умови для формування якісно нової політичної еліти.

Третій тип – демократ. (Безумовно, такий розподіл на типи є умовним.) За волею долі та обставин усім їм доводиться працювати разом. Логічно припустити, що психологічно це дуже непросто. Тут не обійтися без сутичок, навіть конфронтацій.

У цих умовах можна стати, з власної волі або без неї, на шлях «з'ясування» відносин, безкомпромісно «боротися» лише за свої ідеали - і при цьому забути про головне, заради чого політик прийшов у політику: регулювання і збалансування політичних відносин у суспільстві, досягнення в ньому стабільності та згоди. У таких психологічно складних ситуаціях необхідно чітко й ясно усвідомлювати реалії перехідного суспільства: в цей період живуть і працюють люди різних орієнтацій, різних уявлень щодо шляхів вирішення складних проблем становлення демократичного українського суспільства.

Тому виникає проблема: або безкомпромісне політичне протиборство, або внесення культури в нього (оскільки в умовах перехідного суспільства повністю уникнути його неможливо). У зв'язку з цим постає необхідність у політичній етиці, тобто в глибокому усвідомленні моральних підвалин політики, її позитивних цілей, дозволених засобів, бажаних способів поведінки людей у політиці... Політична етика в такому її розумінні здатна не припинити політичне протиборство, але привнести в нього культуру.

Невипадково політична психологія так ретельно досліджує проблему «структури та люди». Як часто сьогодні доводиться чути: «винні люди». Необхідно зберегти структури, вводячи в них нових, хороших людей. Не вийде: структури здатні «переробляти» під себе навіть найкращих. Можна почути й протилежне - «винні структури». Ось зруйнуємо їх до кінця і тоді утворимо нові, кращі. Теж не вийде, людський матеріал наділений дивовижною здатністю відтворювати тоталітаризм навіть у нових, демократичних умовах (це підтверджується фактами закріплення тих або інших структур влади новими «особливими» повноваженнями, що не виключає можливості розвитку авторитарних або тоталітарних тенденцій). Неможливо вимагати: «Створіть умови, дайте гарантії, замініть структури, заберіть поганих і призначте «гарних» керівників, тоді ми станемо демократами». Не вийде, люди з архаїчною, рабською свідомістю, що ввійшли навіть у нові структури, наповнять їх колишнім змістом.

Тільки перебудовуючи старі форми життя, можна набути демократичної свідомості. Важко не погодитися з такою точкою зору, як і з тим, що психологія політики, облік психологічних факторів, що на неї впливають, мотивів, якими керується суб'єкт (особистість, група, маса) - учасник політичного процесу, є необхідною складовою професіоналізму політиків будь-якого ґатунку. Більше того, вони безпосередньо впливають на результати самої політичної діяльності.

4. Специфіка масової політичної поведінки.

Категорія «політична поведінка» має абстрактний характер і запозичена з психологічної традиції біхевіоризму. На відміну від діяльності, поведінка охоплює як спостережувані конкретні акти, так і приховані внутрішні стани - установки, емоції та настрої суб'єкта.

Політична поведінка індивідів та груп характеризується значною варіативністю щодо існуючої політичної системи та її нормативних вимог виокремимо наступні вектори цієї активності:

- Рівень публічності. Поведінка може виявлятися у відкритій формі через безпосередню участь у процесах або набувати закритого характеру у вигляді політичної абстиненції чи неучасті.

- Ставленння до норм. Виокремлюють нормативну поведінку, що базується на дотриманні встановлених правил гри, та девіантну, яка передбачає свідоме або стихійне відхилення від домінуючих у суспільстві стандартів.
- Ступінь новизни. Активність суб'єктів поділяється на традиційну, орієнтовану на відтворення існуючих зразків політичної культури, та інноваційну, спрямовану на модернізацію та пошук нових форм політичної взаємодії.

Особливе місце в політичній практиці посідають масовидні форми участі, які володіють унікальною психологічною специфікою, відмінною від організованої діяльності малих груп. Поведінка людей у масових утвореннях детермінується низкою спільних характеристик, що визначають її нестійкий та часто ірраціональний характер:

- Статистичність та схоластичність. Масові зібрання не є цілісними організмами, а мають імовірнісний характер із розмитими межами та випадковим складом, де якість акції визначається зовнішніми імпульсами, а не внутрішньою структурою.
- Ситуативність та аморфність. Такі утворення жорстко обмежені часом і місцем, вони позбавлені сталої організації, що робить їх надзвичайно чутливими до зміни настроїв.
- Гетерогенність та анонімність. У масі нівелюються соціальні, освітні та професійні відмінності. Стан анонімності знімає з індивіда тягар персональної відповідальності, послаблює самоконтроль і може стимулювати агресивні або антисоціальні дії під впливом колективного афекту.

Вивчаючи механіку масової поведінки, соціальна психологія, зокрема у працях Гюстава Ле Бона, виокремлює два фундаментальні типи зібрань, які мають різну природу та ступінь передбачуваності: публіку та натовп. Розуміння відмінностей між ними є критичним для організації будь-яких політичних акцій.

Публіка розглядається як форма масового об'єднання, що базується на інтелектуальній взаємодії та раціональному усвідомленні спільних інтересів. У таких групах раціональні мотиви домінують над емоційними імпульсами. Хоча присутність індивідів у складі публіки може бути випадковою, їхня поведінка залишається стабільною та прогнозованою, оскільки вона регулюється заздалегідь відомими нормами та цілями.

У політичній практиці цей тип поведінки реалізується під час проведення партійних з'їздів, конференцій або санкціонованих мітингів, де учасники поділяють спільну ідеологічну платформу та дотримуються встановленого регламенту. На відміну від натовпу, публіка зберігає здатність

до критичного сприйняття інформації, що робить її суб'єктом свідомого політичного процесу, а не просто об'єктом маніпуляцій. Розуміння цих відмінностей дозволяє політичним технологам правильно обирати інструменти комунікації залежно від того, чи мають вони справу з раціональною аудиторією, чи з афективною масою.

Процес перетворення свідомого громадянина на елемент некерованої маси базується на глибоких психофізіологічних змінах, зумовлених специфікою масового скупчення. Основним чинником тут виступає психічна втома, яка накопичується через неможливість вільного пересування та постійне сенсорне перевантаження. Втрата контролю над особистим простором призводить до розмивання меж власної ідентичності, внаслідок чого індивід звільняється від тягаря персональної відповідальності. Раціональні фільтри свідомості відключаються, поступаючись місцем первинним емоційним реакціям, що поширюються натовпом подібно до вірусної інфекції. Це породжує імпульсивну агресію, яка стає домінуючим вектором поведінки, перетворюючи колишню публіку на інструмент хаосу.

У політичному контексті поява натовпу свідчить про повну втрату управління ситуацією з боку організаторів. Якщо на початку акції політики можуть спиратися на ідеологічне переконання аудиторії, то у стані натовпу будь-яка логічна аргументація втрачає сенс. Некерованість бере гору над організованістю в той момент, коли емоційний афект маси перевищує здатність лідерів утримувати увагу та спрямовувати дії людей у конструктивне русло. Це не лише завдає фізичної шкоди суспільству, а й непоправно руйнує політичну репутацію організаторів, демонструючи їхню неспроможність контролювати залучені ними ж сили.

Забезпечення впорядкованого характеру масових політичних дій вимагає глибокого розуміння природи політичних відносин, які за своєю суттю є конфліктними. Регуляція поведінки мас має враховувати, що в одному просторі можуть зіткнутися не лише однодумці, а й носії діаметрально протилежних інтересів. Це зумовлює необхідність владного характеру регуляції, яка спирається на авторитет лідерів та, за потреби, на механізми легітимного примусу. Проте використання сили або жорсткого адміністративного контролю є двосічною зброєю, яка має суттєві обмеження у довгостроковій перспективі.

Надмірний контроль над свідомістю учасників політичних акцій та жорстка регламентація їхньої поведінки можуть дати короткочасний ефект стабільності, але водночас вони паралізують політичну суб'єктність мас. Коли зовнішній тиск стає надто сильним, учасники втрачають ініціативність та самостійність, перетворюючись на пасивних виконавців чужої волі. Це

підриває саму сутність демократичної участі, оскільки справжній політичний розвиток можливий лише за умови збереження розумного балансу між необхідною дисципліною та творчою свободою діючих суб'єктів. Таким чином, мистецтво політичної регуляції полягає не у придушенні маси, а у створенні таких умов, де індивідуальна активність кожного учасника гармонійно вписується у загальний вектор суспільного поступу, не переходячи межі деструктивної некерованості.

Ефективність та впорядкованість масових політичних процесів детермінуються сукупністю факторів, які дозволяють трансформувати стихійну енергію мас у конструктивне політичне русло. Центральне місце в цій системі координат посідає постать політичного лідера, чий вплив базується не лише на формальних повноваженнях, а й на глибокому психологічному зв'язку з аудиторією. Особливого значення тут набуває феномен харизматичності, що виявляється у здатності лідера акумулювати сподівання мас та виступати уособленням їхніх інтересів. Харизматичний лідер стає своєрідним етичним орієнтиром: високий рівень довіри до його слів дозволяє підтримувати дисципліну навіть у критичних ситуаціях. Проте справжня ефективність лідерства полягає у відповідальному ставленні до своєї ролі, що передбачає відмову від маніпулятивного збудження агресії та зосередження на консолідуючих смислах.

Психологічна специфіка масової свідомості вимагає особливого підходу до аргументації та закликів. Оскільки масове зібрання схильне до ірраціонального сприйняття, політичний дискурс має бути насичений яскравими образами, символами та щирою емоційністю. Використання раціональних, багатослівних доказів у момент масової акції часто виявляється неефективним. Водночас лідер повинен уникати надмірного педалювання негативних емоцій, оскільки це створює ризик перетворення організованої публіки на некерований натовп. Вміння балансувати між емоційною насиченістю та збереженням раціональної мети акції є ознакою високої політичної культури, що запобігає втраті контролю над ситуацією.

Важливим інструментом стабілізації є інституціоналізація політичної поведінки, що передбачає впровадження та дотримання чітких норм і традицій проведення масових заходів. Коли учасники акції заздалегідь знають регламент, правила поведінки та формальні вимоги, рівень невизначеності знижується, а порядок забезпечується природним шляхом. Цей чинник тісно пов'язаний із рівнем інформованості учасників: своєчасне надання повної інформації про мету та порядок денний акції знімає тривожність та блокує поширення деструктивних чуток. Прозорість

комунікації стає фундаментом для усвідомленої участі, де кожен громадянин розуміє власну роль у загальному процесі.

Групова ідентичність учасників виступає потужним регулятором масової поведінки, оскільки наявність спільних ціннісних орієнтацій полегшує координацію дій. Чим сильніше індивід ідентифікує себе з групою, тим легше він сприймає колективні норми та вимоги лідерів. Однак цей процес має зворотний бік - зниження критичності мислення, що змушує організаторів ще частіше апелювати до символічної та емоційної лексики. Ситуація посилюється через політизацію громадських організацій та посилення впливу партій, які вносять у масову активність елементи програмної дисципліни. Завдяки партійному впливу створюється атмосфера політичної відповідальності, де кожна акція сприймається не як ізольована подія, а як частина довгострокової стратегії розвитку держави.

Окремої уваги заслуговує вплив ступеня ризику на консолідацію мас. Психологічна закономірність свідчить, що загроза або високий рівень відповідальності під час акції відсіюють випадкових людей, залишаючи лише переконаних і свідомих прибічників. Це парадоксальним чином збільшує керованість масою, оскільки увага учасників фокусується на спільних ідеалах та необхідності взаємопідтримки. Таким чином, масова політична поведінка є складним, але керованим феноменом, який за умови правильного поєднання лідерського авторитету, інституційної визначеності та етичної аргументації стає рушійною силою позитивних суспільних трансформацій.

5. Використання політичної символіки: основні напрями і специфіка.

Використання політичної символіки як активного різновиду комунікації сьогодні є невід’ємною частиною загальної державної стратегії, що безпосередньо впливає на процеси модернізації соціуму та консолідації нації. Завдяки продуманому застосуванню символічних систем влада отримує можливість формувати стійку довіру громадян, створюючи ефективний механізм зворотного зв’язку. Це дозволяє мобілізувати населення для реалізації масштабних загальнодержавних програм та забезпечує необхідний рівень легітимації чинного політичного курсу через апеляцію до глибоких культурних кодів.

Поступ політичних процесів у напрямку демократизації вимагає від держави вироблення чіткої та цілеспрямованої політики щодо символічного простору. У цьому контексті символи виступають не просто як знаки, а як складні інструменти соціального пізнання та інтеграції, що дозволяють об’єднувати різнорідні суспільні групи навколо спільного бачення майбутнього. До ключових ресурсів, які забезпечують реалізацію такої

символічної політики, належать сучасні масмедіа, державні стратегічні документи, національна ідеологія та програмні послання вищого керівництва держави, які разом формують цілісну картину світу в свідомості виборця.

Аналізуючи природу символічної боротьби, варто зауважити, що за кожною системою слів, жестів чи ритуальних речей завжди стоять реальні відносини влади. Та енергія, з якою суспільство захищає одні символи та заперечує інші, свідчить про те, що символічне поле є головним плацдармом боротьби за владу.

Політичні суб'єкти прагнуть встановити монополію на інтерпретацію ситуації, використовуючи той факт, що значна частина суспільства через історичну інерцію та традиції звикла сприймати символічні атрибути як безпосередні елементи реальної політики. Таким чином, контроль над символами означає контроль над смислами, якими керується нація у своєму повсякденному та політичному житті.

Важливо підкреслити, що етичний вектор використання політичної символіки визначається характером політичного режиму. Якщо демократичні системи використовують символи для консолідації та діалогу, то тоталітарні та жорстко авторитарні режими перетворюють їх на інструменти маніпулювання громадською думкою та засоби гібридної агресії. У тоталітарному суспільстві символічна політика часто підміняє собою реальні дії, створюючи ілюзорну демократичну фасадність при фактичному деспотизмі. Феномен «естетичного насилля» дозволяє таким режимам здійснювати тотальний контроль над політичною свідомістю громадян, нав'язуючи їм викривлене сприйняття дійсності.

Проте надмірна символізація та відрив від соціальних реалій неминуче призводять до виникнення глибокого розриву між бажаним і дійсним. Коли символічні конструкції починають суперечити щоденному досвіду громадян, виникає криза довіри, внаслідок якої масова свідомість починає активно відторгати нав'язувані владою образи. Це свідчить про те, що символічна політика лише тоді є ефективною та стійкою, коли вона базується на реальних досягненнях держави та корелюється з актуальними потребами суспільства, а не слугує лише засобом маскування системних прорахунків політичного керівництва.

Проте варто враховувати значний потенціал психологічного впливу, яким наділені символічні системи. Навіть у сталих демократіях існує ризик того, що політичні лідери можуть використовувати символи для маскування реальних проблем через популістичну риторику, створюючи лише ілюзію прогресу. В ідеалі ж демократичний вектор застосування символіки має бути

зосереджений на зміцненні легітимності влади через досягнення реальних суспільно значущих результатів.

В Україні з моменту відновлення незалежності політична символіка стала сутнісним чинником збереження державного суверенітету та консолідації нації. Практичне застосування символів в українському державотворенні охоплює широкий спектр функцій: від дипломатичного представництва на міжнародній арені до формування стійкої національної ідентичності всередині країни. Державні символи - прапор, герб та гімн, виступають не просто юридично закріпленими атрибутами, а живими свідченнями історичної спадкоємності української нації, що символічно супроводжують кожен крок її політичного розвитку.

Державний символ як специфічний різновид політичного знака наділений унікальною місією та функціональним навантаженням. Державний прапор виконує роль найбільш місткого та лаконічного уособлення країни, позначаючи її присутність у світовому просторі та окреслюючи територіальні межі суверенітету. Державний герб у своїй графічній формі втілює глибинну історичну пам’ять та світосприйняття народу, представляючи державу як цілісну систему духовного та матеріального буття. Гімн же постає як музично-словесне втілення національної ідеї, що гармонійно доповнює візуальні образи прапора та герба, оспівуючи стійкість та звитягу нації.

Глибинний зв’язок української символіки з національною історією є ключовим фактором її легітимності в очах громадян. Витоки тризуба, що сягають княжої доби, символіка синьо-жовтого стяга, загартована у попередніх державотворчих зусиллях, та слова гімну, що відображають трагізм і героїзм визвольних змагань, усе це створює потужний емоційний фундамент для сучасної державності. Шанування цих символів є не лише юридичним обов’язком, закріпленим у нормативно-правових актах, а й моральним імперативом для кожного громадянина. Адже через повагу до державних атрибутів утверджується авторитет України як незалежного суб’єкта міжнародних відносин та забезпечується неперервність її історичного поступу.

Розширене тлумачення політичного інструментарію дозволяє виокремити категорію національно-державних символів як особливу сукупність об’єктів, явищ, образів та знаків, що мають потужний чуттєвий вплив на масову свідомість. Ці символи не просто маркують державні інституції, а ретранслюють багатовікову історію національного державотворення, перетворюючи абстрактні історичні факти на живі емоційні орієнтири. Ефективне використання таких символічних ресурсів є стратегічним завданням для будь-якої держави, оскільки воно дозволяє не

лише формувати громадську думку, а й досягати суспільного консенсусу щодо життєво важливих питань розвитку країни. Через виховання молодого покоління та консолідацію громадян довкола спільних ідей національно-державна символіка сприяє створенню цілісного, впізнаваного та авторитетного образу держави як на внутрішній, так і на міжнародній арені.

У періоди суспільно-політичних трансформацій та перехідного розвитку національні символи неминуче проходять процес інтенсивної політизації. Вони стають своєрідним захисним редутом, що оберігає унікальний культурний код та ціннісну матрицю нації від зовнішніх і внутрішніх загроз. Кожен народ у ході свого історичного поступу вибудовує неповторну символічну систему, яка стає фундаментом для процесів національної ідентифікації. Для окремої особистості ці символи слугують інструментом самоідентифікації, дозволяючи знайти своє місце в координатах «свій - чужий» та відчути приналежність до великої історичної спільноти.

Саме на базі цієї глибинної символічної системи формується громадянська ідентичність, яка є вищим рівнем усвідомлення приналежності до держави. Вона виходить далеко за межі формально-юридичного зв'язку між індивідом та державним апаратом у форматі взаємних прав та обов'язків. Громадянська ідентичність передбачає розвиток глибокого почуття солідарності, що базується на спільності цінностей та позитивному досвіді громадянської співпраці. У цьому контексті ключовою категорією стає громадянськість - психологічна та моральна готовність людини до активної, відповідальної участі у житті суспільства. Такий стан свідомості перетворює мешканця території на справжнього громадянина, для якого державна символіка є не просто формальним знаком, а закликом до дії на користь спільного блага.

Процес конструювання нової політичної реальності в Україні під час повномасштабного протистояння збагатився унікальними феноменами, де звичайні побутові предмети трансформувалися у потужні артефакти національної стійкості. Яскравим прикладом такої символізації стала кухонна шафка з керамічним півником у Бородянці, яка, уцілівши на стіні вщент зруйнованого будинку, перетворилася на візуальне втілення незламності духу. Передача цього об'єкта до Національного музею Революції Гідності закріпила його статус як історичного символу, що маркує здатність українського народу зберігати свою ідентичність навіть перед обличчям тотального нищення. Водночас культурний фронт збагатився потужними музичними символами, такими як відроджена пісня «Ой, у лузі червона калина» та перемога гурту «Kalush Orchestra» на Євробаченні, що

продемонстрували всьому світові нерозривний зв'язок між мистецтвом та політичною боротьбою за суверенітет.

Важливим інструментом ідеологічної детермінації знакової реальності виступає топоніміка, яка через назви вулиць, площ та міст формує повсякденний простір проживання людини. Політичне значення топонімів полягає у їхній здатності тривалий час впливати на систему цінностей без потреби у постійному ресурсному підкріпленні, адже частота згадуваності певної назви поступово інтегрує її у свідомість як природну норму. Проте тривале перебування України в межах російського імперського та радянського впливів призвело до цілеспрямованого спотворення історичної пам'яті через нав'язування чужої топонімічної картини світу. Російсько-радянська ідеологія використовувала географічні назви як плацдарм для маркування територій власного домінування, що десятиліттями генерувало у населення комплекс меншовартості та відчуження від власного коріння.

З огляду на це, процеси деколонізації, дерусифікації та декомунізації постали не просто як формальна зміна вивісок, а як акт самозбереження нації. Війна 2014 року та широкомасштабне вторгнення 2022 року остаточно довели, що боротьба за назви є частиною збройної боротьби за суверенітет. Окупаційна тактика ворога, яка першочергово передбачає повернення ідолів радянської епохи та старих імперських назв, підтверджує стратегічну важливість топонімічного простору. Відповідно, суспільна дискусія щодо вартості перейменувань має базуватися на розумінні того, що порятунок історичної пам'яті є неоціненним актом звільнення свідомості від ворожих міфів, а будь-які аргументи про «дороговизну» процесу часто інспіруються ідеологічними опонентами для гальмування національного відродження.

Зміни в суспільній свідомості підтверджуються даними соціологічних досліджень, які демонструють незворотність процесу повернення української пам'яті. Навіть у традиційно більш русифікованих регіонах півдня та сходу України спостерігається суттєве зростання підтримки перейменувань та засудження радянського тоталітарного режиму. Це свідчить про те, що українці почали сприймати декомунізацію як ключовий елемент зміцнення державної безпеки. Опанування символічної реальності дозволяє громадянам не лише емоційно реагувати на події, а й глибинно пізнавати суть політичного порядку, протистоячи зовнішнім маніпулятивним впливам.

Проте слід пам'ятати, що символічне управління може мати і деструктивний характер, якщо воно використовується для тотальної маніпуляції та спотворення свідомості мас. Прикладом такої масованої символізації є сучасна Росія, де за допомогою міфологізації та ритуалізації війни було сформовано агресивну більшість, позбавлену простору для

плюралізму та критичного мислення. Ідеологія, що базується на поділі світу на «своїх» і «чужих», використовує символи для придушення індивідуальної аргументації та легітимації злочинних дій влади. Таким чином, вивчення символічної політики у межах практичної політології є критично важливим для розуміння механізмів формування нового світогляду та захисту національного інформаційного простору від ворожих впливів.

Глосарій термінів і понять до теми

ІПСО - інформаційно-психологічні спецоперації, метою яких є здійснення психологічного тиску на населення.

Політична діяльність - сукупність дій як окремих індивідів, так і великих соціальних груп, щодо реалізації їхніх політичних інтересів, серед яких центральне місце займають інтереси завоювання та утримання влади.

Політична поведінка - будь-який прояв людської реакції на політичні явища та процеси.

Політична участь - тимчасові, епізодичні дії, спрямовані на виявлення тих чи інших інтересів, а також вплив на органи влади з метою реалізації цих інтересів, на підтримку чи заперечення певних рішень.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Психологічна природа мас: чому в натовпі у людини знижується рівень критичного мислення та посилюється емоційність (ефект «деіндивідуалізації»)?
2. Специфіка політичного лідерства: які основні типи політичного лідерства виділяють залежно від мотивації (лідер-служитель, лідер-торговець, лідер-пожежник за М. Герман)?
3. Деконструкція політичного символу: оберіть будь-який сучасний державний або партійний герб. Проаналізуйте його за трьома рівнями: *когнітивним* (що він повідомляє?), *емоційним* (які почуття викликає?) та *поведінковим* (до яких дій закликає?).
4. Аналіз механізмів ІПСО: знайдіть у медіапросторі приклад «фейкової новини», спрямованої на дискредитацію політичного опонента. Опишіть, на які базові людські страхи або упередження вона спирається.

Рекомендована література

Балан С. Символічна політика. *Українська правда*. 2012. 30 травня. URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2012/05/30/6965594/ (дата звернення: 03.01.2023).

Бобров А. Інформаційна зброя після атаки ракетами, або як працює російське ІПСО і чому воно найнебезпечніше зараз. *ТСН*. URL:

https://tsn.ua/ukrayina/informatsiyna-zbroia-pislia-ataky-raketamy-abo-iak-pratsiuye-rosiyske-ipso-i-chomu-vono-naynebezpechnishe-zaraz-2931140.html (дата звернення: 09.03.2026).

Бортніков В. Демократія участі як суспільний феномен. *Сучасна українська політика. Політика і політологи про неї*. 2018. № 12. С. 334-341.

Бучинська А. Категорія «політична участь» у західному політологічному дискурсі: еволюція та сучасний стан. *Політичні дослідження*. № 2 (4) 2022.С.26-41.

Вонсович С.Г. Вектори еволюції теорії легітимності як атрибута влади: минуле і сучасність. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія, політологія*. 2021. Вип. 31–32. С. 94–103.

Вонсович С.Г. Теоретичні домінанти дискурсу владних еліт. *Грані : наук.-теорет. і громад.-політ. альм.*. Дніпро : Грані, 2021. Т. 24. № 10. С. 25–33.

Гаврилова Л. Українські топоніми: альтернативи немає - треба повертати своє. *Укрінформ*. 2022. 29 жовтня. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3603635-toponimi-j-pamatniki-storicna-imperska-ipso-dobigae-kinca.html (дата звернення: 19.02.2023).

Євсєєв К. Символічна політика в Україні. *Наукові записки ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України*. Випуск 6 (62). С. 310–322.

Канетті Е. *Маса і влада*. Київ: Видавничий дім «Альтернативи», 2001. 416 с.

Карпов В. В. *Українська звитяга у символах*. Київ: Видавець Олег Філюк, 2016. 421 с.

Косілова О.І. Політична участь як форма реалізації політичних прав: теоретико-правовий дискурс. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2021. № 2(50). С. 127-133.

Кречетова Д. Від «Привида» до «Азовсталі». 7 символів незламності України під час війни. *Українська правда. Життя*. 2022. 23 серпня. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2022/08/23/250117/ (дата звернення: 14.02.2023).

Крижанівська В. Політична участь та мотивація до неї: евристичний потенціал соціологічних концепцій Донателли Делла Порти і Дрю Халфмана (порівняльна характеристика). *Український соціологічний журнал*. 2019. Випуск. 22. С. 36-51

Лебон Г. *Психологія натовпу*. Київ: Арій, 2021. 272 с.

Мамонтова Е. Символічний комплекс атрибуції державного суверенітету. *Політичний менеджмент*. 2011. № 1. С. 17–24.

Махно Ю. Політична участь: сутність поняття та функції. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія.* 2024. Вип. 17. С. 132-137.

Пахолок В. М. Декомунізація топонімів у стратегії формування політичних цінностей та зміцненні гуманітарної безпеки України. *Держава і*

право: Збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. Випуск 87. Київ: Юридична думка, 2020. С. 233–243.

Політичні механізми формування громадянської ідентичності в сучасному українському суспільстві : колективна монографія. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2014. 296 с.

Слободянюк М. В. Національно-патріотичні мотиви у символіці Сухопутних військ Збройних Сил України. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2016. № 4. С. 52–56.

Тереверко О. Дерусифікація топонімів в Україні: на розгляд Верховної Ради внесли відповідний законопроєкт. *АрміяInform*. 2022. 08 квітня. URL: https://armyinform.com.ua/2022/04/08/derusyfikacziya-toponimiv-v-ukrayini-na-rozglyad-verhovnoyi-rady-vnesly-vidpovidnyj-zakonoproyekt/ (дата звернення: 19.02.2023).

Янченко А.О. Форми політичної участі: аналітичні підходи до картування партисипації громадян. *Політикус.* 2021. № 3. С. 94-102.

Divjak T. *Public Participation in Decision-making: International Review of Legislative Framework with a set of best practices.* NTIOS, December 2014. P. 45-53.

Political Participation in a Changing World, Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Citizen Engagement. By Y. Theocharis, Jan W. van Deth, 2018. 144 p

ТЕМА 6. Політичний маркетинг

Навчальні питання

1. Сутність і функції політичного маркетингу
2. Види політичного маркетингу
3. Сегментація політичного ринку

1. Сутність і функції політичного маркетингу. Серед складових практичної політології вагому нішу займає політичний маркетинг, якому присвятили свої дослідження ряд українських науковців (О. Бабкіна, В. Бебик, В. Горбатенко, В. Корнієнко, Т. Кушнір, І. Надольський, О. Агарков, М. Афанасьєва, Н. Лікарчук, П. Оліщук та ряд інших). Основний зміст маркетингової діяльності в політичній сфері полягає у виявленні актуальних очікувань національних та соціальних груп з наступною репрезентацією тих якостей претендента, у яких ці групи найбільше зацікавлені. Це дозволяє владним суб'єктам не лише здобувати прихильність виборців, а й ефективно балансувати різні суспільні позиції, забезпечуючи стійкість політичної системи та консенсусний шлях розвитку суспільства. За допомогою спеціалізованих технологій маркетингу аналітики визначають орієнтації

громадської думки, конкретні прагнення людей та рівень реальної конкурентоспроможності політичних сил.

Історичне коріння поняття «маркетинг» пов’язане з представниками Гарвардської економічної школи США. Дослідники дійшли висновку, що саме нерегульованість ринкових процесів детермінує періодичні кризи, які з економічної площини швидко переходять у політичну. Спочатку ця концепція розглядалася виключно як спосіб формування цільових груп споживачів у комерційному секторі, проте її висока ефективність у маніпулюванні вибором та управлінні масовими уподобаннями зумовила стрімку інтеграцію маркетингових стратегій у сферу професійної політики.

З огляду на це, сучасний політичний маркетинг виступає не лише як інструмент виборчих кампаній, а як фундаментальна технологія управління політичними ризиками в умовах невизначеності. Перехід маркетингових постулатів із суто економічної царини в політологічну дозволив надати політичній діяльності ознак науково обґрунтованого планування. Замість інтуїтивних рішень суб’єкти політики почали спиратися на точні дані соціального зондування та сегментацію електорату, що докорінно змінило характер взаємин між владою та суспільством. Таким чином, маркетинг став мостом, що поєднує теоретичні засади управління з практичною необхідністю щоденного підтвердження легітимності владних структур у конкурентному середовищі.

Концептуальне обґрунтування універсальності маркетингового підходу в сучасній політичній науці значною мірою спирається на теоретичні напрацювання видатного американського вченого Філіпа Котлера. Дослідник сформулював логіку маркетингових відносин таким чином, що вона стала застосовуватися практично до всіх сфер суспільної життєдіяльності, виходячи за межі суто комерційного сектору. Ключовим елементом його теорії є розуміння маркетингових операцій як процесу обміну будь-якими цінностями між учасниками взаємодії. Це дозволило суттєво розширити коло суб’єктів некомерційного маркетингу, пов’язуючи їхні функціональні можливості не лише з безпосереднім наданням послуг, а й із системним впливом ідей, індивідуальних характеристик лідерів та специфіки їхніх статусних ролей на масову свідомість.

Еволюційне переміщення маркетингових механізмів із ринку товарів і послуг у політичну площину відбулося завдяки усвідомленню того, що ринок влади за багатьма структурними ознаками є ідентичним до економічного ринку. Цікаво, що подібність демократичного устрою та ринкового середовища відзначав ще давньогрецький мислитель Платон, який вказував на спільну для обох явищ фундаментальну рису - надання громадянам

можливості здійснювати вибір. Політичний ринок, попри його внутрішні суперечності, створює унікальне конкурентне середовище, де в процесі боротьби за прихильність виборця народжуються альтернативні концепції управління, урядові курси та програми розвитку держави.

Історичне виокремлення політичного маркетингу як самостійної галузі досліджень традиційно пов'язують із виборчою кампанією 34-го президента США Дуайта Дейвіда Ейзенгавера у 1952 році. Саме тоді його політичні консультанти вперше застосували інноваційну для того часу стратегію, випустивши серію кіносюжетів, що професійно популяризували передвиборчу платформу кандидата. Згодом, у середині 1960-х років, маркетингова термінологія почала використовуватися значно ширше - для аналізу конфліктів та опису складних прецедентів ухвалення політичних рішень. Перші спроби наукового визначення цього явища мали переважно утилітарний характер, фокусуючись на оптимізації зовнішніх характеристик кандидата, його публічної поведінки та інформаційного впливу з метою отримання максимальної електоральної підтримки.

Ядром концепції політичного маркетингу є твердження про ідентичність механізмів людської поведінки в економічній та політичній сферах. Науковці доводять, що під час голосування та під час вибору споживчого товару в магазині людина керується однаковими психологічними алгоритмами сприйняття, впізнавання та запам'ятовування інформації. Політичний товар, уособленням якого є лідери, партії та їхні програми, має спільні характеристики з економічним продуктом. Якщо в економіці споживач звертає увагу на колір, форму та функціональність товару, то в політиці аналогічну роль відіграють імідж політика, склад його команди та запропоновані форми діяльності, що в сукупності формують цілісну пропозицію на ринку влади.

З огляду на це, політичний маркетинг постає як інтегрована система управління іміджевими та програмними ресурсами, де кожен елемент політичної пропозиції ретельно адаптується під запити цільових груп. Такий підхід дозволяє перетворити складний процес державного управління на зрозумілий електорату набір символів та обіцянок, що значно полегшує комунікацію між владою та суспільством у конкурентному середовищі. Таким чином, політична сфера остаточно переймає логіку ринкових відносин, де успіх залежить від здатності суб'єкта створити найбільш привабливий та переконливий образ власного «продукту» в очах виборця.

Французький соціолог П'єр Бурдьє надав ідеям політичного маркетингу ґрунтовного теоретичного змісту, розглядаючи політику як специфічний ринок, де розгортаються процеси виробництва, а також існують динамічні

попит та пропозиція. У його концепції об'єктами ринкових відносин стають такі особливі продукти, як політичні партії, їхні ідеологічні програми, публічні позиції та сформовані думки. Для опису цього процесу вчений запровадив поняття «політичне поле», яке визначається як простір конкурентної боротьби між різними агентами. Саме в межах цього поля народжується політична продукція: концепції, аналітичні коментарі та інтерпретації подій, серед яких громадяни мають здійснити свій свідомий вибір. У цій теоретичній моделі становище громадян уподібнюється до позиції споживачів на звичайному ринку, які, обираючи товар, завжди ризикують припуститися помилки.

На подібних твердженнях базується сучасна концепція суспільного вибору та загальна «ринкова» парадигма політики. Відповідно до неї, електорат прирівнюється до маси споживачів, тоді як політичні партії та їхні лідери виступають у ролі підприємців, що пропонують власні інтелектуальні товари та управлінські послуги в обмін на голоси виборців. За такого підходу класична політична пропаганда трансформується у комерційну рекламу, орієнтовану на швидкий ефект та впізнаваність бренду. Навіть урядові установи в цій системі координат починають розглядатися як своєрідні державні фірми, ефективність та виживання яких безпосередньо залежать від обсягу політичної підтримки, отриманої внаслідок їхньої діяльності. Це створює ситуацію, де легітимність влади вимірюється її здатністю задовольнити запити «клієнтів-виборців».

У широкому розумінні вся політична система може бути представлена як гігантський ринок попиту і пропозиції суспільних товарів та послуг. Політична активність за будь-яких типів державного устрою та соціополітичних систем неминуче зосереджується на завоюванні та подальшому утриманні контролю над цим специфічним ринком влади. Однак методи боротьби за такий контроль докорінно різняться залежно від характеру режиму. Якщо за тоталітарних та диктаторських умов домінування на ринку влади досягалося переважно силовими методами, нерідко включаючи фізичне знищення конкурентів, то демократичне суспільство пропонує цивілізовані альтернативи. Навіть за умови високої конкуренції політична боротьба тут перетворюється на змагання за контроль над ринком влади, що базується на належних процедурах формування представницької, виконавчої та судової гілок.

Успіх такого змагання в демократичних країнах залежить не лише від наявності відповідної політичної ментальності та високої культури громадян, а й від суворого дотримання встановлених правил гри. Ці правила зафіксовані як у формальних нормах чинного законодавства, так і в

неформальних традиціях політичної поведінки виборців та претендентів на владні повноваження. Маркетинговий підхід у цьому контексті забезпечує прозорість та прогнозованість конкуренції, дозволяючи суб'єктам політики ефективно взаємодіяти в межах правового поля. Таким чином, політична діяльність у демократіях стає процесом постійного підтвердження права на управління через механізми ринкового вибору, де головним критерієм успіху є здатність політичного підприємця запропонувати суспільству найбільш якісну та затребувану модель розвитку.

Політичний маркетинг у своїй сутності постає як складний інтелектуальний комплекс, який об'єднує систему ідей, методів та теорій у межах цілеспрямованої політичної практики. Його функціонування ґрунтується на всебічному дослідженні конкурентного середовища в політичному просторі, а також на глибокому розумінні інтересів, потреб і сподівань як окремих індивідів, так і великих соціальних спільнот. Такий підхід вимагає детального вивчення властивостей політичної поведінки та прогнозування емоційних і раціональних реакцій населення на різні форми політичного впливу. Маркетингова стратегія перетворює стихійну боротьбу за владу на науково обґрунтований процес, де кожен крок суб'єкта прораховується з огляду на актуальну кон'юнктуру ринку.

Діяльність, яка організовується відповідно до жорстких вимог політичного маркетингу, передбачає виконання низки взаємопов'язаних аналітичних та практичних завдань. Першочерговим етапом є ґрунтовне дослідження суспільної свідомості, спрямоване на виявлення соціопсихологічних та соціальних настанов електорату, а також вивчення внутрішньої динаміки правлячої та політичної еліти. Цей процес неможливий без глибокого аналізу соціально-економічної ситуації в країні, що включає моніторинг показників національного доходу, обсягів промислової продукції, вартості споживчого кошика та реального рівня життя різних верств населення.

Паралельно з економічним моніторингом маркетингова діяльність охоплює детальний аналіз політичної ситуації для пошуку точок консенсусу та формування стратегічних планів. Це включає збір вичерпної інформації про електоральні вподобання, оцінку популярності й фінансових можливостей ймовірних конкурентів, а також розробку програм, покликаних реально поліпшити стан соціальної сфери. Важливою складовою є проєктування інституційних та процесуальних технологій ухвалення рішень, які дозволяють політичній силі діяти ефективно в межах правового поля. Завершальним етапом виступає розбудова комунікаційних каналів, що використовуються для створення привабливого іміджу лідерів,

формулювання мобілізуючих ідеологем та складання точних демографічних і професійних карт електорату для точкового впливу на різні групи населення.

Маркетингова свідомість пропонує специфічний погляд на політику, розглядаючи її крізь призму чітко визначених ринкових категорій. У цій системі координат суб'єктами політичного ринку виступають державні органи, окремі політики та політичні партії, які конкурують за увагу та підтримку. Об'єктами ринку постають різноманітні групи громадськості, телеглядачі, радіослухачі та читачі ЗМІ, чия думка і голос є головним ресурсом. Товари та послуги, що реалізуються на цьому специфічному ринку, охоплюють весь спектр інтелектуальної та медійної продукції: від ідеологічних програм і гасел до спеціалізованих телепередач та друкованих матеріалів.

У системному аналізі політичних процесів об'єктом маркетингового впливу постають політичні явища та комунікаційні зв'язки, що пронизують усі рівні суспільного буття. Предметна область цього напряму охоплює складні відносини щодо привласнення та розподілу владних повноважень у циклах виробництва, просування та обміну специфічної політичної продукції. Суб'єктний склад маркетингу в політиці є надзвичайно широким: він включає як інституційні структури (партії, державні органи, громадські об'єднання), так і окремих фізичних осіб, які беруть безпосередню участь у формуванні політичних пропозицій. Цілісна система маркетингу спрямована на глибоке вивчення уявлень людей про політичних акторів, виявлення ідеальних образів у масовій свідомості та подальшу реалізацію конкурентоспроможних програм, що забезпечують сталу підтримку ідей чи лідерів.

Спираючись на теоретичні розробки вітчизняного дослідника Валерія Бебика, можна визначити ключову функціональну структуру політичного маркетингу. Першочерговим завданням є формування розгалуженого інформаційного банку, що акумулює статистичні дані, звітність та результати міждисциплінарних досліджень. На цій основі виробляються методи глибокого аналізу даних для ідентифікації ключових чинників впливу на суб'єктів та об'єкти політики. Важливою складовою є оцінка маркетингового середовища, де мікросередовище охоплює фактори під прямим контролем партії чи лідера, а макросередовище включає глобальні соціально-економічні та демографічні сили.

Особлива роль відводиться створенню прогнозних моделей політичного попиту та життєвого циклу політичних ідей чи організацій. Це дозволяє аналізувати ефективність обраних стратегій та оперативно коригувати методи діяльності залежно від зміни ринкових можливостей. Така

багатовекторна аналітика забезпечує наукове підґрунтя для ухвалення політичних рішень, мінімізуючи ризики відторгнення програм електоратом та підвищуючи загальну керованість процесами.

Сучасна політична ситуація в Україні демонструє певну специфіку електорального попиту, де інтерес до класичних ідеологій залишається на низькому рівні, поступаючись місцем запиту на харизматичне лідерство. Велика кількість «іменних блоків» свідчить про те, що особистісні якості керівників часто стають домінуючим чинником, що може провокувати нераціональний вибір з боку виборців. Водночас аналіз кампаній останніх років дає підстави стверджувати про поступове формування умов для переходу від маніпулятивних «брудних» технологій до прозорих комунікативних методів взаємодії. Попри це, у експертному середовищі все ще гостро постає проблема мережевого маркетингу або прямого підкупу, що потребує посиленої уваги до вивчення політичної культури та настанов суспільної свідомості як ключових обмежувачів таких деструктивних практик.

Наближення «епохи маркетизації держави», що розпочалося у 1970-х роках, стало відповіддю на кризу соціальної держави та дефіцит бюджетів. Впровадження маркетингових принципів у сферу державного управління зумовлене потребою в ефективній технології подолання глобальних загроз. У демократичному суспільстві критерієм успіху стає задоволення потреб клієнта - громадянина чи спільноти, що базується на системі контрактів між тими, хто управляє, та тими, ким управляють. Політичний маркетинг у цьому контексті реалізується на мікро- та макрорівнях, де гасло «бажання клієнта - закон» стає дороговказом для адміністративних реформ.

Розширення сфери застосування маркетингових інструментів у державному менеджменті сприяє трансформації владних відносин у партнерську взаємодію, де легітимність кожного рішення підтверджується його відповідністю реальним інтересам і запитам населення.

Як універсальна управлінська технологія, політичний маркетинг є фундаментом для глибокого вивчення та стратегічного управління політичним простором. Його функціонування базується на принципах свободи конкуренції та вільного вибору, що реалізуються через складні політико-управлінські механізми. У внутрішній політиці державний маркетинг стає критично необхідним для забезпечення глобальної конкурентоспроможності країни та її ключових галузей.

Основна стратегія досягнення цієї мети полягає в максимально ефективному використанні наявних ресурсів. При цьому ключовим об’єктом уваги стає формування та підтримка позитивного міжнародного та

внутрішнього іміджу держави. Цей імідж є не просто абстрактною категорією, а вимірюється цілком конкретними індикаторами: від тривалості життя та рівня безробіття до стабільності національної валюти, інвестиційної привабливості, стану свободи слова та ефективності боротьби з корупцією.

Державний політичний маркетинг забезпечує цілісність державного організму через низку стратегічних функцій. По-перше, він відповідає за розробку та просування ключових державних програм - від оборонних до соціально-економічних. По-друге, маркетинг відіграє вирішальну роль у відтворенні та розподілі адміністративно-кадрового ресурсу, забезпечуючи приплив фахівців до владних структур. Окремим важливим напрямом є комунікаційний супровід нормативно-правової діяльності та виробництво інформаційної продукції державними медіа. Крім того, державний маркетинг спрямований на розбудову національного бренду та формування загальнонаціональної ідеології, що дозволяє конвертувати політичну лояльність громадян у можливості для кар'єрного зростання та набуття статусу в межах державної служби.

Партійно-політичний маркетинг виокремлюється як специфічна галузь, що охоплює теорію і практику діяльності партій, блоків та рухів у процесі просування їхньої політичної продукції. Ця діяльність зосереджена на формуванні привабливих партійних програм, ефективному лобіюванні інтересів у владних структурах та системній рекламі лідерів. Проте у безпосередній боротьбі за владні мандати суб'єкти часто вдаються до виборчої інженерії. Це поняття описує процес адаптації виборчих процедур під інтереси правлячих еліт з метою збереження або завоювання влади. Виборча інженерія передбачає глибокий аналіз та маніпулювання різними типами виборчих систем (мажоритарною, пропорційною чи змішаною) залежно від конкретних політичних умов та електоральних розкладів.

Методи виборчої інженерії часто балансують на межі етичних норм, залишаючись при цьому формально в межах демократичних процедур. Владна еліта може використовувати такі інструменти, як зміна правил голосування безпосередньо перед виборами, вибір найбільш вигідного моменту для призначення дати голосування або формування лояльного складу виборчих комісій. Більш складні технології включають маніпулювання межами виборчих округів (джеррімендеринг) або стимулювання міграції певних груп виборців між округами для забезпечення потрібного результату. Таким чином, політичний маркетинг у виборчому процесі трансформується у складну технологічну гру, де перемога залежить не лише від змісту програм, а й від майстерності володіння процедурними механізмами контролю над електоральним результатом.

Дослідження політичного ринку є комплексним процесом, що вимагає системного аналізу ключових детермінант суспільно-політичного життя. У межах маркетингової стратегії першочергова увага приділяється вивченню політичної культури суспільства, яка визначає межі допустимого та бажаного в політичній поведінці. Не менш важливим є аналіз політичної та правлячої еліти, що формують своєрідний банк потенційних лідерів держави. Паралельно проводиться моніторинг рівня розвитку партійно-політичних структур, що дозволяє оцінити ступінь інституціоналізації політичного процесу. Вагомим компонентом досліджень є настанови суспільної свідомості, які, на відміну від інших факторів, що вивчаються традиційними методами, потребують спеціалізованого аналізу через вивчення громадської думки.

Процес збору інформації про громадську думку здійснюється через розгалужену систему каналів. Опосередковані канали включають аналіз повідомлень мас-медіа та офіційних документів, що дозволяє відстежити публічний дискурс. Прямі канали базуються на безпосередніх особистих контактах із громадянами, забезпечуючи «живий» зворотний зв’язок. Найбільш глибоку та верифіковану інформацію надають спеціалізовані канали, які передбачають проведення професійних соціологічних та соціопсихологічних досліджень. Такий багатовекторний підхід дозволяє отримати об’єктивну картину електорального поля та виявити приховані тенденції в настроях виборців.

Центральною категорією політичного рекламування є імідж, спеціально сконструйований образ політичного діяча, що має відповідати очікуванням цільової аудиторії. У процесі підготовки рекламної кампанії лідер та його команда неминуче стикаються з дихотомією образу, реальним портретом політика та ідеальним архетипом діяча, який сформувався в масовій свідомості. Вивченням механізмів створення та функціонування таких образів займається іміджелогія. Фахівці цієї галузі фокусують увагу на ідеологічних, соціальних та психологічних уподобаннях виборців, ретельно аналізуючи їхні симпатії та антипатії для подальшої корекції візуальних та змістовних характеристик кандидата.

Ефективне політичне рекламування проходить кілька стратегічних етапів. На першому етапі здійснюється глибоке дослідження соціопсихологічних настанов громадян щодо «ідеального лідера», який є затребуваним у суспільстві на поточному історичному етапі. Другий етап передбачає об’єктивний аналіз стартових характеристик реального кандидата, які склалися внаслідок його попередньої спонтанної діяльності та незрежисованих виступів у медіапросторі. Ці дані стають фундаментом для

наступного кроку - «упаковки» іміджу. Це процес свідомого конструювання такого образу, який споживач-виборець захоче «купити» на політичному ринку.

Завершальні етапи рекламного циклу зосереджені на практичній реалізації розробленої стратегії. Фахівці готують специфічні методи, форми та засоби використання засобів масової комунікації, спираючись на результати постійних соціологічних опитувань. Кінцевою метою є масштабна трансляція або «продаж» створеного іміджу через медіаканали. Успіх цієї операції залежить від того, наскільки органічно сконструйований образ вписується в існуючі ціннісні орієнтири електорату та наскільки переконливо він презентує здатність політика вирішувати актуальні проблеми суспільства. Таким чином, імідж стає головним комунікативним містком між програмою партії та емоційним сприйняттям виборця.

Аналізуючи глибинні механізми політичної комунікації, фахівці в галузі рекламних технологій приходять до обґрунтованого висновку: у ситуації електорального вибору громадяни схильні орієнтуватися не стільки на абстрактні програмні положення чи перелік задекларованих проблем, скільки на персоналізований образ конкретного лідера.

Будь-який політичний суб’єкт апріорі переконаний у винятковості своїх позитивних якостей, проте в умовах широкої соціальної диференціації неможливо досягти універсального схвалення. Критичною точкою стає момент потенційної невідповідності між автентичними рисами характеру політика та тим ідеалізованим конструктом, який транслюється через засоби масової інформації. У разі виникнення такого дисонансу нейтралізація розбіжностей перетворюється на надскладне завдання, оскільки імідж за своєю природою є багатогранним феноменом. Він формується на перетині емоційно-комунікативних, інформаційних та діяльнісних факторів, представляючи собою складний сплав ірраціональних сподівань мас та раціональних оцінок реальних здобутків.

Паралельно із внутрішньополітичними процесами стрімкого розвитку набуває міжнародний маркетинг, що зумовлено тотальною інтернаціоналізацією політичних та економічних відносин. Глобалізація, підкріплена революційним поступом транспортних технологій та систем комунікації, зблизила національні ринки, перетворивши геополітичний простір на єдине конкурентне поле. Міжнародний маркетинг, реалізуючись на зовнішніх аренах, вимагає від суб’єктів глибокої експертизи щодо специфіки міжнародної конкуренції та механізмів функціонування глобального ринку влади. Основою цього напряму є чинники просторового

та географічного порядку, які визначають стратегії впливу окремих держав чи корпорацій на політичний ландшафт інших країн.

Зовнішньополітичний маркетинг у своїй суті охоплює складну архітектуру відносин між суверенними державами, військово-політичними блоками та стратегічними альянсами. Головним предметом маркетингових зусиль на цьому рівні стає легітимація сфер геополітичних інтересів та утвердження зон політичного впливу. У такий спосіб міжнародний маркетинг трансформується у високотехнологічний інструмент м'якої сили, де успіх держави залежить від здатності ефективно позиціонувати свої цінності, ідеологічні пріоритети та економічні переваги у світовому масштабі, забезпечуючи собі стабільні позиції в ієрархії сучасного світоустрою.

3. Сегментація політичного ринку. Архітектура політичного ринку вибудовується навколо тріади системотворчих елементів, які визначають динаміку владних відносин. Першу групу становлять виборці, які можуть виступати як атомізовані індивіди або як структуровані спільноти. Другу групу формують політики - незалежні актори чи представники потужних коаліцій та блоків. Третім, сполучним елементом, є розгалужена система механізмів взаємодії, де домінуючу роль відіграють засоби масової інформації. Розуміння ключових орієнтацій суб'єктів виборчого процесу стає критичною умовою для ефективного використання медіаресурсу, перетворюючи інформаційні потоки на інструмент цілеспрямованого впливу під час підготовки та проведення виборчих кампаній.

Процес розподілу населення на специфічні групи за об'єктивними ознаками, що визначають їхнє ставлення до пропонованого політичного продукту, визначається як **сегментація політичного ринку**. Вдалий вибір цільового сегмента є запорукою успіху в конкурентній боротьбі, оскільки дозволяє суб'єкту політичного управління сконцентрувати ресурси на найбільш перспективних напрямах. При проведенні сегментації аналітики враховують електоральний потенціал групи, з'ясовуючи кількість прибічників та опонентів, а також оцінюють доступність електорату - здатність партії чи кандидата ефективно доносити свої ідеї до конкретної аудиторії. Не менш важливими є показники конкуренції в сегменті, суттєвість його частки відносно всього електорату та можливість залучення професійних ресурсів і PR-технологій для роботи в цій зоні.

Особлива увага приділяється стримувальним чинникам, які можуть дестабілізувати роботу в сегменті. До них належать економічні параметри, такі як рівень розвитку соціальної сфери чи вплив монополій; політичні фактори, включаючи адміністративний ресурс та ризики виникнення

етнорелігійних або соціальних конфліктів; а також кримінальні аспекти, пов'язані з діяльністю тіньової економіки чи екстремістських угруповань. Глибокий аналіз цих загроз дозволяє сформувати життєздатну стратегію виходу на ринок з новим політичним «товаром», мінімізуючи ймовірність провалу через зовнішні деструктивні впливи.

У сучасній політичній практиці сегментація ринку здійснюється за допомогою розгалуженої системи критеріїв, що дозволяє отримати максимально точний портрет виборця: Демографічний та соціопрофесійний підхід: передбачає розподіл населення за віком, статтю, рівнем освіти та сферою зайнятості. Це дозволяє виокремити специфічні потреби таких груп, як студенти, підприємці, банкіри чи шахтарі, адаптуючи політичну риторику під їхні професійні та соціальні очікування. Психографічний критерій фокусується на приналежності індивіда до певного соціального класу, його стилі життя (від елітарного до молодіжного) та особистісних якостях, таких як амбітність чи авторитарність. Важливим аспектом тут є здатність споживачів адаптуватися до нових ідеологічних платформ. Географічний та етнічний вимір враховує регіональний менталітет, спільність традицій та цінностей, притаманних жителям певної місцевості (наприклад, специфіку Закарпаття чи інших регіонів). Сегментація за місцем проживання та чисельністю населення дозволяє врахувати відмінності між мегаполісами та сільськими громадами, що є критичним для розробки локальних стратегій.

Етнічний критерій набуває особливої ваги в регіонах компактного проживання різних національних груп, де політична агітація повинна бути чутливою до культурних особливостей. Таким чином, сегментація політичного ринку, що реалізується із застосуванням точних кількісних методів, перетворює хаотичну масу населення на структуровану сукупність цільових аудиторій. Це дозволяє суб'єктам політики не лише завоювати підтримку, а й вибудувати довготривалі відносини з громадянами, засновані на розумінні їхніх реальних потреб та світоглядних установок.

Формування цілісної маркетингової політики передбачає створення адаптованих інформаційних продуктів для широкого спектра соціальних спільнот. Проте завершальним етапом цього процесу є трансформація адресних груп у цільові. Цільова група - це та частина електорату, яка виявляє відкритість до інформаційного впливу конкретного суб'єкта політичного управління і стає основним об'єктом його комунікаційної стратегії. Робота з цільовими групами дозволяє максимально ефективно використовувати ресурси кампанії, фокусуючись на тих сегментах, де ймовірність конвертації інформаційного сигналу в реальний голос є найвищою.

Центральною ланкою маркетингового підходу є ідентифікація політичного діяча або організації як продукту, що має успішно пройти випробування ринком. У межах цієї парадигми науковці вирізняють кілька критичних типів попиту, кожен з яких потребує специфічного інструментарію управління:

− негативний та латентний попит. Негативна реакція часто є наслідком розчарування колишніх прихильників, що вимагає від маркетингу глибокого аналізу причин відчуження та спроб їх мінімізації. Латентний попит, своєю чергою, вказує на стан ринку, коли жодна існуюча пропозиція не задовольняє виборців, що провокує протестне голосування.

− відсутність попиту та попит, який зменшується. Пасивність виборців часто корениться в зневірі у можливості впливати на державні процеси. Якщо ж попит на політика стрімко падає, маркетингові технології мають або ініціювати «ребрендинг» (модернізацію іміджу та програм), або переорієнтувати зусилля на абсолютно нові електоральні сегменти.

− повний та надмірний попит. Ситуація масового і сталого визнання вимагає від виробника політичного продукту уникати самозаспокоєності, постійно вдосконалюючи програму для утримання лідерства. Надмірний попит є ознакою тріумфу, проте він може створювати внутрішньокоаліційну напругу через очікування майбутніх винагород.

Для професійного політика критично важливим є збереження динамічного балансу між інноваційністю та вірністю традиціям. Висуваючи нові гасла, лідер повинен дбати, щоб радикальна новизна не відштовхнула його стабільне електоральне ядро, яке забезпечує базовий рівень підтримки. У цьому контексті маркетинг виступає як інструмент ювелірної настройки смислів, що дозволяє залучати нових прихильників, не втрачаючи довіри давніх послідовників.

Окремим викликом є **феномен небажаного попиту**. Він виникає тоді, коли підтримка з боку певного одіозного чи маргінального сегмента ринку починає дискредитувати політика в очах широкого загалу, зменшуючи його шанси на загальну перемогу. У таких випадках стратегія політичного маркетингу диктує необхідність публічного та рішучого відмежування від небажаних «союзників». Здатність вчасно розпізнати таку токсичну підтримку і дистанціюватися від неї є ознакою високої політичної культури та майстерності в управлінні ризиками на ринку влади.

Аналіз сучасних електоральних процесів свідчить про те, що маркетинговий підхід у політиці не може обмежуватися виключно прагматичними розрахунками. Вагому, а подекуди й визначальну роль відіграє ірраціональний чинник, який формує глибинний характер комунікації та логіку ухвалення рішень. Ці ірраціональні чинники

виступають прихованими передумовами політичного вибору, залишаючись недоступними для безпосереднього спостереження.

Саме формування політичного ринку зумовило появу політичного маркетингу як інструменту врівноваження попиту та пропозиції в боротьбі за владу. Об'єктами маркетингового впливу стають політичні ідеї, гасла, організації та самі особистості політиків, які трансформуються у специфічний «товар». У сучасних умовах жорсткої конкуренції будь-який лідер, що прагне стратегічного успіху, змушений інтегрувати маркетингову діяльність у свою повсякденну практику. Це дозволяє не лише завоювати симпатії, а й утримувати їх протягом тривалого часу через систему зворотного зв'язку та постійну адаптацію програмних положень до мінливих суспільних запитів.

Ключовими завданнями професійного політичного маркетингу є безперервний збір, опрацювання та системний аналіз інформації про стан ринку та потенційні можливості суб'єкта. Важливою складовою є розробка розгалуженої системи комунікацій для просування ідеологічних установок та оцінка ступеня їх реального сприйняття різними верствами суспільства. Маркетинговий аналіз дозволяє точно сформулювати позиціонування кандидата, враховуючи його унікальні особисті якості, поточне становище в політичній ієрархії та інтенсивність опозиційного тиску з боку конкурентів. Такий комплексний підхід перетворює політичну боротьбу на високотехнологічний процес, де кожен символ і заклик працює на зміцнення легітимності та довіри.

Типологія політичного маркетингу вирізняється своєю багатовекторністю, охоплюючи всі ключові рівні державного та партійного життя. Державний політичний маркетинг спрямований на стратегічне просування державних програм та кристалізацію загальнонаціональної ідеології, що консолідує суспільство навколо спільних цілей. У виборчому процесі особливе місце посідає виборча інженерія, яка забезпечує адаптацію процедур для реалізації електоральних завдань.

Партійно-політичний маркетинг зосереджений на розробці та просуванні партійних платформ, ефективному управлінні кадровим резервом та системному лобіюванні інтересів структур в органах влади. Весь цей комплекс базується на глибокому дослідженні політичного ринку, що передбачає прискіпливий аналіз політичної культури, моніторинг діяльності правлячої еліти та вивчення фундаментальних настанов суспільної свідомості.

Важливою складовою маркетингової активності є політичне рекламування, яке фокусується на моделюванні ідеального образу суб'єкта

політики, що здатен домінувати в масовій уяві. Цим питанням опікується іміджелогія - наука, що розробляє складні технології та інструментарій для трансформації реальних характеристик лідера у належний символічний образ.

Маркетингові технології дозволяють точно ідентифікувати орієнтації громадської думки, вимірювати конкурентоспроможність політичних груп та адаптувати заклики до конкретних прагнень громадян. Застосування таких прийомів стає необхідною умовою для здобуття електоральної популярності та довготривалого утримання владних позицій у динамічному конкурентному середовищі.

Становлення демократичного суспільства неминуче супроводжується процесом маркетизації, що проявляється у функціонуванні політичного ринку. На цьому специфічному майданчику інтереси електорату формують попит, який є первинним джерелом легітимної влади. Виборці в цій моделі виступають у ролі «покупців», тоді як партії та окремі політики позиціонуються як «продавці», що пропонують певний управлінський товар. Ефективність такої пропозиції залежить від якості сегментації ринку - процесу розподілу населення за ознаками їхнього ставлення до політичного продукту.

Вдало сформований сегмент дозволяє політичній силі отримати вирішальну перевагу, якщо під час його моделювання були враховані об’єктивна соціально-політична ситуація в конкретній місцевості та її унікальні географічні та ментальні особливості.

Глосарій термінів і понять до теми

Адресні (франц. addresser - скеровувати) групи - соціальні групи, що виокремлюються за результатами сегментації політичного ринку і на які здійснюється специфічний вплив.

Політичний маркетинг (англ. marketing, від market - ринок, збут) - сукупність різних методів, форм і технологій дослідження, що діють задля утримання та завоювання контролю над ринком влади.

Мікромаркетинг - це електоральний маркетинг і маркетинг громадської думки;

Макромаркетинг - це вирішення глобальних політичних проблем і проблем дефіциту бюджету та ефективного споживання природних ресурсів.

Виборчий маркетинг - сфера купівлі та продажу послуг політконсультантів, фахівців у галузі зв’язків із громадськістю, політичної реклами, іміджмейкерства, зосереджених на проведенні виборчих кампаній.

Іміджелогія - вивчення проблем утворення і формування в суспільній свідомості образів суспільних інститутів (політичних партій, держави, організацій, установ) і окремих політичних лідерів, розроблення різних прийомів, технологій та засобів формування в суспільній свідомості образів реальних суб'єктів політики.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Проаналізуйте способи і методи політичного маркетингу, особливості його впливу на розвиток політичного буття
2. Яку роль відіграє політичний маркетинг у політичному житті українського суспільства?
3. Які функції виконує опитування громадської думки в процесі здійснення політичного маркетингу?
4. Особливості організації і проведення рекламних кампаній політичних сил України
5. У чому, на вашу думку, полягають завдання і функції іміджелогії?
6. Аналіз «політичного продукту»: оберіть відомого політичного діяча. Складіть його «маркетингову карту», визначивши: ядро продукту (ідеологія, цінності); фактичний продукт (зовнішній вигляд, манера мовлення, партійна приналежність); додатковий продукт (обіцянки, очікувані вигоди для виборця).
7. Розробка стратегії сегментації (кейс): уявіть, що ви ведете кампанію кандидата в мери невеликого міста. виділіть 3 ключові сегменти аудиторії (наприклад: пенсіонери, молоді підприємці, працівники бюджетної сфери).
8. Для кожного сегмента сформулюйте унікальну торгову пропозицію (УТП) - одне речення, яке пояснює, чому саме цей кандидат вигідний цій групі.

Рекомендована література

Агарков О. А. *Соціально-політичний маркетинг: теоретичний і практичний аспекти* : монографія / за наук. ред. В. М. Бебика. Запоріжжя : Просвіта, 2011. 314 с.

Афанасьєва М. В. *Виборча інженерія в Україні* : монографія. Одеса : Юридична література, 2014. 382 с.

Бабіна В. О. Реклама в контексті маркетингової сегментації політичного ринку. *Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів: матеріали Шостої Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 23 квітня 2021 р.).* Одеса : ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 2021. С. 5-7.

Бебик В. М., Гонюкова Л. *Політичний маркетинг і менеджмент в системі публічного управління* : навч. посіб. Київ : НАДУ, 2019. 222 с.

Бугрим В. В. *Іміджологія / Іміджмейкінг* : навч. посіб. / за ред. В. В. Різуна. Київ : КВЦ «Київський університет», 2013. 255 с.

Вонсович С.Г. Вектори трактування політичного процесу в політичній науці. *Політикус : наук. журнал*. Одеса : Гельветика, 2021. № 5. С. 7–12.

Вонсович С.Г. Концепт «євроінтеграція»: історико-політологічний дискурс. *Політикус : наук. журнал*. Одеса : Гельветика, 2022. № 4-2. С. 34–39.

Газізов М.М. Концептуальні можливості політичного ринку сучасної політичної системи. Вісник НАДУ. 2015. 4. С. 62-66.

Кіянка І. Б. *Популізм в історії та сучасності: ідеологічні течії, рухи та політичні технології* : монографія. Львів : Простір-М, 2016. 386 с.

Козьміних А. В. *Методологія політичних досліджень та прикладний політичний аналіз* : навч.-метод. посіб. Одеса : Фенікс, 2024. 80 с. URL: https://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/27314 (дата звернення: 09.03.2026).

Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. *Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації* : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 144 с.

Кушнір Т. М., Надольський І. М. Методологія та інструментарій політичного маркетингу. *Політичне життя*. 2025. С. 114–120.

Лікарчук Н. В. *Політичний маркетинг: теорія і практика* : монографія. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. 355 с.

Макота А. В. Маркетизація політики: концепт «політичного ринку» *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України.* 2013. Вип. 1. С. 403-415.

Маркетинг у публічному управлінні: монографія: за ред. Ромат Є.В., Ю. В. Гаврилечко. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 288 с.

Науменко О. Застосування технологій політичного маркетингу в Україні (на прикладі виборчих кампаній) *Політикус.* 2022.Вип.5.С.48-54.

Николин Л. Теоретичні аспекти дослідження концепції політичного маркетингу. В*існик Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії.* 2015. Випуск 9, С.59-64

Олещук П. М. *Новітні політичні технології інформаційного впливу* : монографія. Київ : Вадим Карпенко, 2018. 287 с.

Політичний маркетинг: сутність, функції, проблеми використання : монографія / за ред. В. А. Полторака. Дніпро : Вид-во ДУЕП ім. А. Нобеля, 2010. 152 с.

Практична політологія. Бульбенюк С.С., Довганик Н.М., Зайцева З.І. та інші. Київ. КНЕУ, 2022. 328 с.

Прикладна політологія : навч. посіб. / за ред. В. П. Горбатенка. Київ : ВЦ «Академія», 2008. 472 с.

Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : монографія / за наук. ред. В. П. Пилипчука. Київ : КНЕУ, 2019. 463 с.

Россоха В., Бочаров Б. Використання технології 20 «блокчейн» у політичному маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 5. С. 211-215.

Сучасні політичні технології: досвід та перспективи реалізації в Україні : матеріали Всеукр. відкрит. наук.-практ. конф. / редкол.: І. Дегтярьова та ін. Київ : ДКС-Центр, 2021. 174 с.

Фурашев В.М., Самчинська О.А. Маніпуляції свідомістю людини як основний спосіб ведення передвиборчих кампаній. *Інформація і право*. №3(30). 2019. С. 119-125.

Шубін С. П. *Політичний маркетинг* : монографія. Миколаїв : Іліон, 2018. 1155 с.

Тема 7. Лобізм у політиці

Навчальні питання

1. Лобізм як поняття практичної політології, його сутність
2. Лобізм - представництво інтересів, його типологія і функції
3. Моделі лобізму
4. Лобізм в Україні, його особливості
5. Типологія, методи та технології лобізму в Україні

1. Лобізм як поняття практичної політології, його сутність. Серед механізмів представництва групових інтересів особливе місце посідає лобізм. У переважній більшості держав ця діяльність набула статусу визнаної професії, що функціонує в межах законодавчого регулювання. Так, у США, починаючи з 1946 року, лобістська активність регулювалась «Законом про регулювання лобізму», а в 1995 році набрав чинності «Закон про розкриття лобістської діяльності», покликаний відобразити трансформації умов, у яких функціонує цей інститут. Головне призначення лобістів зводиться до захисту інтересів бізнесу в законодавчій площині. Для «відкритого суспільства» цивілізований лобізм загрози не становить: у контексті транспарентного дискурсу він пропонує альтернативні стратегії вирішення суспільних проблем і сприймається як корисний та необхідний інструмент функціонування соціуму. Незважаючи на присутність лобізму майже в усіх суспільствах, ставлення до нього, а також ступінь його розвиненості й цивілізованості в різних країнах суттєво варіюються: ці характеристики визначаються природою політичного режиму, рівнем політичної культури, аксіологічними та етичними традиціями, специфікою правового регулювання даного виду діяльності, а також стереотипами масової свідомості.

Специфічна ситуація складається в Україні, де чимало груп за інтересом одночасно діють у кількох сферах суспільної життєдіяльності, передусім бізнесовій і політичній. За таких умов дотримання вимоги соціальної відповідальності є апріорі нездійсненним, оскільки кожна сфера послуговується власними критеріями розуміння її змісту. Конструктивний вихід із цієї ситуації – як найчіткіше інституційне розмежування бізнесу та політики. Не менш гострою хронічною проблемою функціонування груп за інтересом у сучасній Україні є цинічне ігнорування національних інтересів, що простежується в абсолютній більшості випадків. Ця тенденція охоплює як групи за інтересом, так і групи тиску, однак найбільш виразно вона виявляється в діяльності лобістських груп, для яких національні інтереси постають якщо не цілковитим абсурдом, то принаймні обтяжливою абстракцією, що ускладнює їхню практичну діяльність.

Артикуляція політичних інтересів групами репрезентації, на думку британського політолога Г. Джордана, є найважливішою ознакою лобістських груп у політиці. Попри широкий спектр визначень лобістських груп у наукових студіях таких дослідників, як А. Косон, К. Ліндблом, А. Поттер, Р. Солсбері, Дж. Тьєрі та К. Шлозман, у їх підходах простежується спільний знаменник: до груп репрезентації політичних інтересів зараховуються особи, які тим чи іншим чином спроможні впливати на ухвалення політичного рішення або на процес його реалізації, а також на кадрову політику органів влади. Нині лобізм перетворився на органічну складову системи політичного і державного управління в переважній більшості держав з демократичним устроєм.

Слід одразу зазначити, що термін «лобізм» у повсякденному вживанні нерідко набуває негативного смислового забарвлення, фактично позначаючи купівлю голосів або ухвалення вигідних політичних рішень за винагороду. У такому трактуванні лобізм охоплює «блат», «протекціонізм», «підкуп» державних чиновників із корисливою метою. Крайнім виявленням негативного аспекту лобізму є незаконний тиск на представників влади, хабарництво та корупція, через які управлінські рішення ухвалюються в інтересах певних груп або осіб. Саме ця практика і сформувала стійко негативне ставлення суспільства до лобізму. Натомість у позитивному розумінні лобізм постає як цілком здорове та суспільно необхідне явище. Адже як система організаційного оформлення, вираження та представництва різноманітних групових інтересів він є такою ж невід'ємною частиною суспільства, як і саме розмаїття груп інтересів, кожна з яких прагне привернути увагу владних інституцій.

Між лобізмом і реальною владою існує стійкий взаємозв'язок, за чого простежується така закономірність: інтенсивність лобізму прямо корелює з концентрацією реальної влади - там, де її більше, лобізм є виразнішим. Він виступає своєрідним маркером влади, її специфічним атрибутом. І навпаки - там, де влада відсутня або має суто номінальний характер, лобізм не проявляється.

Як повноцінний інститут лобізм функціонує за наявності щонайменше двох необхідних умов:

• У суспільстві формується значне розмаїття інтересів як наслідок соціальної диференціації.

• Розширюється доступ до важелів влади завдяки розвитку політичного плюралізму, притаманного передусім демократичним суспільствам.

Оскільки влада об'єктивно неспроможна одночасно задовольнити весь спектр суспільних інтересів, виникає проблема їх пріоритизації. За цих умов прагнення різних груп здійснювати вплив на державну політику задля її переорієнтації у власних інтересах є цілком закономірним. Лобізм реалізується в різних сферах і формах, набуваючи відповідних видів. Залежно від того, в якій гілці влади вирішується питання, прийнято вирізняти: Законодавчий лобізм. Виконавчий лобізм. Судовий лобізм.

З огляду на тип управлінського рішення, у якому досягаються цілі лобіювання, воно поділяється на правотворне (лобізм в законодавчих органах через нормативні акти), право застосувальне та правоінтерпретаційне. Залежно від характеру інтересу, що просувається, розрізняють політичний, соціальний, економічний, фінансовий, правовий та інші різновиди лобізму. За рівнем здійснення лобіювання воно може бути загальнодержавним (реалізується через систему вищих органів державної влади) та місцевим (здійснюється в регіональних органах влади). Згідно з тим, чиї інтереси просуваються, прийнято вирізняти такі підвиди:

• Лобіювання різноманітних соціальних структур: суспільних організацій, рухів, партій, груп тощо.

• Відомче лобіювання -просування інтересів міністерств та відомств, державних комітетів та інших установ.

• Регіональне лобіювання -вплив на центральні органи влади з боку представників регіонів, що домагаються дотацій чи інших преференцій.

• Іноземне лобіювання -тиск іноземних груп на національні державні органи з метою отримання вигідних рішень.

У політологічному дискурсі існує конспірологічний підхід, який розглядає лобізм як різновид закулісної, тіньової політики. У межах цієї парадигми явище трактується як спеціальний прихований механізм тиску на

засоби масової інформації та органи влади з метою обслуговування вузькокорпоративних інтересів певних соціальних прошарків. За такої моделі лобісти часто діють безпосередньо зсередини владних структур, використовуючи стратегії просування своїх представників до ключових посад у законодавчих чи виконавчих органах.

Особливістю конспірологічного підходу є те, що вплив спрямовується не лише на суб'єктів законодавчої ініціативи, а й на широке коло чиновників, політичних лідерів та впливових представників медіаспільноти. Характерними ознаками такого прихованого лобіювання є висока координованість дій, масовість залучених ресурсів та надзвичайна інтенсивність впливу. Це перетворює лобізм на потужну технологію «невидимого» управління політичними процесами, де реальні центри ухвалення рішень зміщуються з публічних інститутів у сферу приватних домовленостей та закритих елітних мереж.

У практичній політології вирізняють два підходи до визначення сутності лобізму. Перший охоплює діяльність суб'єктів, які впливають на структури державної влади задля прийняття ними потрібних рішень. Другий пов'язує лобізм виключно з професійною діяльністю фізичних осіб чи організацій з просування інтересів клієнтів у структурах державної або муніципальної влади. На теоретичному рівні різниця між цими позиціями зводиться до питання: чи варто зараховувати **аномічні** (спонтанні) виступи громадян, петиції та інші громадянські акції до лобістських? Усі юридико-інституціональні визначення тяжіють до другого підходу, тоді як політико-соціологічні - до першого. Перший підхід є ширшим і забезпечує більші аналітичні можливості, особливо в умовах несформованості громадянського суспільства.

Для окреслення меж поняття «лобізм» необхідно враховувати такі положення:

1. Лобіювання пов'язане виключно з прийняттям державних рішень.
2. Всі різновиди лобізму детерміновані свідомим наміром здійснити вплив.
3. Лобіювання передбачає наявність посередника або представника між групою громадян та офіційними державними органами.
4. Будь-яке лобіювання реалізується через встановлення контактів і передачу цілеспрямованих повідомлень.

У найширшому теоретичному значенні лобізм постає як динамічний процес встановлення стратегічних контактів та цілеспрямованого передавання інформаційних повідомлень представникам владних інституцій. Головне завдання такої комунікації полягає у здійсненні системного впливу

на процес ухвалення управлінських рішень, щоб спрямувати їх у русло, вигідне для певної зацікавленої групи. Це перетворює лобістську діяльність на специфічний інструмент медіації між приватними інтересами та державною політикою, де інформація стає головним ресурсом переконання.

Сучасне нормативне визначення лобіювання в Україні фіксує лобізм як спеціалізовану діяльність, що спрямована на здійснення впливу (або навіть спроби такого впливу) на об'єкт лобіювання, виходячи з комерційних інтересів бенефіціара. Важливою характеристикою цієї діяльності є її відплатний характер: лобіювання здійснюється за винагороду, яка може бути отримана як прямо, так і опосередковано, або ж супроводжуватися компенсацією фактичних витрат, необхідних для реалізації стратегії впливу.

Окрім представлення інтересів третіх осіб, законодавче поле України допускає лобіювання у власних комерційних інтересах особи, якщо це стосується конкретного предмета лобіювання. Такий підхід дозволяє вивести цю діяльність із тіньового сектору, перетворюючи її на легальну професійну послугу. Таким чином, українська модель лобізму фокусується на прозорості фінансових потоків та чіткій ідентифікації кінцевих вигодонабувачів, що є критично важливим для мінімізації корупційних ризиків та формування цивілізованого ринку політичного впливу.

Аналіз наведених вище визначень дає підстави виокремити такі основні риси лобізму:

• Наявність певної зацікавленої групи.

• Наявність професійного найнятого представника або групи представників, які обстоюють інтереси цієї групи.

• Кінцева мета - досягти ухвалення вигідних для замовника управлінських рішень.

Хоча більшість лобістів і справді представляють групи зі спеціальними інтересами, зводити лобізм виключно до діяльності цих груп некоректно. По-перше, окремі індивіди також можуть здійснювати лобіювання – що, як правило, в інтересах груп чи компаній, а не власних. По-друге, групи зі спільними інтересами долучаються й до інших форм діяльності, а не тільки до лобіювання. По-третє, зацікавлені групи можуть знаходити шляхи прямого представництва, обминаючи посередників-лобістів. Таким чином, лобіювання є лише одним із інструментів представництва інтересів зацікавленої групи.

Зростання ролі лобізму трансформує демократичне представництво: від цивільного до представництва інтересів. Ця трансформація визначається появою нових впливових агентів політичного поля - груп інтересів, які здійснюють переважно прямий вплив на владу. Лобізм виступає не лише

одним з ключових механізмів вироблення й прийняття державних рішень, а й важливою рушійною силою становлення плюралістичної демократії. За своєю природою він є явищем комунікаційним, адже ґрунтується на впливі та домовленостях. Визнання цього факту відображено навіть у законодавстві США, де запроваджено поняття «лобістської комунікації».

Сам термін «лобізм» є порівняно новим і утвердився в політичному лексиконі наприкінці XIX ст. Ще з середини XIX ст. у США представники зацікавлених груп проводили чимало часу в кулуарах, очікуючи законодавців із метою впливу на їхні рішення. Поступово термін закріпився у політичному обігу та тепер охоплює всіх, хто намагається впливати на ухвалення політичних рішень. Це явище привертало увагу дослідників давно: філософи Т. Гоббс та Ж.-Ж. Руссо розглядали вплив приватних інтересів на прийняття рішень негативно. Першим у політології системно дослідив проблему лобізму американський вчений А. Бентлі у праці «Процес управління. Вивчення суспільних тисків».

Теоретичну основу для розуміння лобізму як міжнародного феномену склали: а) постулат Артура Бентлі, за яким основу політики становить взаємодія груп інтересів, а не конкуренція ідей; б) постулат Мансура Олсона про колективне благо як рушійну силу групової діяльності; в) напрацювання теорії «груп інтересів», закладені вченими та політиками ще у XVIII–XIX ст. Вже на цьому етапі розвиток демократичних інститутів у Європі та США виявив усю складність цього політичного процесу.

Питання балансу інтересів і справедливості в політиці стало центральним для одного з творців американської Конституції - Джеймса Медісона. Він першим звернув увагу на розмаїття громадських інтересів і запровадив у науковий обіг поняття «фракції». Як дві найбільші непримиренні фракції дослідник Д. Медісон розрізняв багатих і бідних. Загрозу від існування фракцій він бачив у підриві суспільного блага, проте боротьбу з інакодумством не вважав засобом усунення цієї загрози. Завданням держави він визначав створення умов для мирного врегулювання протилежних інтересів.

Міжнародний лобізм є інституційно вагомою складовою світової політики, оскільки в ньому беруть активну участь актори світового рівня та групи інтересів. Ці суб’єкти не лише справляють вплив на функціонування міжнародних відносин, а й формують клімат міжнародної політики. Міжнародний лобізм тісно пов’язаний із концепціями «груп інтересів» та «теорією еліти». Акторами міжнародного лобізму є: держави, особи, міжнародні організації, транснаціональні корпорації (ТНК), політичні партії та неурядові організації (НУО).

Вплив держави як актора міжнародного лобізму здійснюється через економічні ресурси, технологічний прогрес, армію, культуру, науку та ЗМІ. На міжнародному рівні відсутні норми, які б комплексно регулювали лобізм та лобістські структури. Принцип «суверенної рівності держав» формально зрівнює всі країни в правах, проте деякі держави, що втручаються у справи інших, керуються егоїстичними геополітичними та геоекономічними розрахунками. На сьогодні лобізм офіційно визнано політичним інститутом у ряді держав: США, Великобританії, Австралії, Канаді, Німеччині, Австрії, Угорщині, Італії, Литві, Польщі, Словенії, Франції, Чехії та Японії. Вашингтон як глобальний центр лобізму формує політичний імідж США та інших країн, а в Євросоюзі аналогічну роль відіграє Брюссель. ТНК стали нетрадиційними, але надзвичайно потужними акторами лобістського процесу на міжнародній арені, здатними за кілька років досягти того, що окремим державам не вдається протягом десятиліть.

Фінансові ресурси ТНК зміцнюють позиції лобістських організацій. Глобалізація розширила вплив великих транснаціональних корпорацій, що дозволило великому бізнесу зміцнити позиції в системі глобального управління та в Організації Об'єднаних Націй. Корпоративні суб'єкти отримали привілейований доступ до осіб, що приймають рішення, тоді як вимоги до юридично обов'язкових інструментів для ТНК залишаються здебільшого декларативними. У дискусіях щодо сталого розвитку після 2022 року приватний сектор позиціонує себе як генератор вирішення глобальних проблем, одночасно уникаючи на інших майданчиках нагляду та регулювання з боку ООН. Добровільна «партнерська» модель фактично закріплює парадигму управління за участю багатьох зацікавлених сторін, яку підтримують великий бізнес та уряди, що вклали кошти у Світовий економічний форум, Світову організацію торгівлі та структури ООН.

Серед усіх акторів міжнародного лобізму неурядові організації (НУО) є найактивнішими на міжнародній арені. Вони просувають врахування інтересів бідних та маргіналізованих верств населення в діяльності осіб, що приймають рішення, та домагаються змін на місцевому, національному й глобальному рівнях. Деякі міжнародні НУО інформують громадськість заможних країн про становище бідних у інших куточках світу. Водночас НУО стикаються з труднощами: цілі лобіювання можуть відображати поточну політичну кон'юнктуру, а не реальні пріоритети бенефіціарів. Лобістська діяльність НУО може зачіпати впливові інтереси та шкодити їхній роботі на місцях. Зрештою, НУО постає питання: чи лобіюють вони «від імені» місцевих жителів, чи «підсилюють» їхні голоси. Відповідь на нього безпосередньо впливає на легітимність лобістських груп.

2. Лобізм як представництво інтересів, його типологія і функції.

Описаний вище різновид лобізму являє собою тиск знизу самоорганізованих груп населення на державні органи з метою отримання певних переваг та пільг. Держава при цьому зберігає суверенітет і контролює розподіл ресурсів, статусів, економічних і соціальних благ. Групи інтересів впливають на державну політику, однак остаточне рішення залишається за державою. Проте цей спосіб взаємодії є не єдиним.

Інша модель ґрунтується на тому, що держава укладає з певною групою тиску або групою інтересів своєрідну конвенцію (явну чи неявну угоду). В обмін на надані привілеї держава отримує лояльність групи та гарантію підтримки державних інтересів. Якщо перша модель трактується як лобіювання у формі «тиску» на державу, то друга - як лобіювання у формі «обміну» або «контракту». Перша модель позначається як плюралістичний тип представництва інтересів, друга - як корпоративістський тип представництва інтересів.

Плюралізм - тип представництва інтересів. Групи тиску самостійно визначають свої інтереси та лідерів, незалежно від держави. В одній сфері може співіснувати кілька таких груп, жодна з яких не монополізує представництво певних інтересів, а результат залежить від конкурентної боротьби між ними.

Корпоративістський тип представництва інтересів докорінно відрізняється від плюралістичного. Тут групи інтересів порівняно нечисленні, функціонально упорядковані. Кожна «відповідає» за певну категорію інтересів та ієрархізовані. Джерелом цього порядку є держава, яка надає певній групі монопольне право на представництво визначеної категорії інтересів в обмін на можливість впливати на формулювання цих інтересів і добір лідерів. Отже, якщо плюралізм визначається конкуренцією та вільним змаганням, то корпоративізм відзначається «картельним» характером угод, функціональною диференціацією та монополією.

На практиці жодна з цих форм у чистому вигляді майже не трапляється - як правило, наявним є їхній синтез. Корпоративістське представництво виникає не лише внаслідок авторитарних практик. Навіть у демократичних суспільствах кількість абсолютно вільних конкурентних груп тиску порівняно невелика, адже союзи й об’єднання для ефективного виконання функцій потребують певного ступеня монополії. Так формуються «природні» монополії представництва.

У практичній площині лобізм є потужним чинником стимулювання державної машини, створюючи здорову конкуренцію органам влади. Це не дозволяє бюрократичним структурам «застоюватися» у межах власних

вузьких інтересів, надаючи процесу ухвалення рішень необхідної динамічності та адаптивності до мінливих суспільних запитів.

Окрім того, лобіювання постає фундаментальним інструментом самоорганізації громадянського суспільства. Саме через ці механізми відбувається мобілізація громадської підтримки або формування фахової опозиції до конкретних законодавчих ініціатив, що змушує владу зважати на голос різних соціальних груп.

Важливою функцією лобізму є забезпечення захисту інтересів меншин, що втілюється у специфічній формі політичного плюралізму. Це відкриває реальні можливості для недержавних структур та асоціацій у досягненні їхніх законних цілей, які інакше могли б бути проігноровані домінуючою більшістю. Активізуючи політичні процеси, лобізм діє як соціально-політичний стимул, що прискорює реалізацію актуальних суспільних потреб та запобігає політичній апатії.

Однією з найбільш значущих переваг лобістської діяльності є суттєве розширення інформаційної бази, на якій ґрунтуються державні рішення. Лобісти забезпечують органи влади експертною інформацією про нагальні проблеми, яка часто є більш детальною та оперативною, ніж дані офіційної звітності. Такі матеріали стають основою для парламентських слухань та фахової підготовки нормативних актів, що значно підвищує якість законодавчого процесу.

Нарешті, лобізм функціонує як складний механізм досягнення компромісів та взаємного примирення суперечливих інтересів. У ситуації, коли різні групи впливу відстоюють діаметрально протилежні позиції, конкуренція між ними сприяє збереженню загальної політичної рівноваги. У такому середовищі влада отримує можливість знайти збалансований консенсус, що враховує позиції всіх сторін і забезпечує стабільність суспільного розвитку. Таким чином, легітимний лобізм перетворюється на технологію узгодження інтересів, яка є критично важливою для функціонування будь-якої зрілої демократії.

Натомість недоліки лобізму є достатньо серйозними:

1. Лобізм може перетворитися на інструмент задоволення іноземних інтересів на шкоду національним.

2. Лобізм нерідко є каналом не правового впливу на владу через корупцію та хабарництво, що підривають основи демократичного суспільства.

3. Лобізм може посилювати відомчість та крайні форми задоволення «спеціальних інтересів».

4. Лобізм несе загрозу розмиття владних устоїв, перетворюючи демократичні інститути на інструмент окремих груп.

5. Лобістські заходи можуть набирати форми соціальної несправедливості: великий бізнес, завдяки фінансовій перевазі, досягає результатів значно ефективніше, ніж інші групи.

6. Лобізм здатний блокувати суспільно важливі управлінські рішення, перешкоджаючи задоволенню загальних інтересів.

7. Лобізм може дестабілізувати державну політику, зокрема, провокуючи постійний перегляд бюджетних пріоритетів або посилення однієї гілки влади за рахунок іншої.

8. Лобізм може слугувати інструментом незаконного збагачення окремих груп або еліт.

Лише за наявності реальної влади демократичних інститутів, стабільного громадянського суспільства, незалежних ЗМІ та економічної рівноваги лобізм може функціонувати в суспільних інтересах. В умовах нестабільності та перехідних процесів, коли кожна група прагне отримати максимум «тут і зараз», лобізм виходить за межі цивілізованих форм.

У системі світової політики лобізм виступає як багатогранний інструментарій, що комбінує стратегії «жорсткої» та «м'якої» сили для досягнення поставлених цілей. Під технологіями лобіювання науковці розуміють цілісну сукупність інструментальних механізмів, за допомогою яких організовані групи інтересів здійснюють системний та цілеспрямований тиск на центри ухвалення стратегічних рішень. Цей процес не є хаотичним, він базується на чіткій технологічній послідовності, де кожен етап має своє функціональне призначення та специфічні засоби реалізації.

Процес лобістського впливу включає: технології артикуляції інтересів, що має на меті. надати розмитим суспільним чи корпоративним запитам чіткої політичної форми, зробивши їх зрозумілими та вагомими для державних акторів.

Аналітичні технології. Через безперервний збір, систематизацію та глибоку обробку великих масивів інформації лобісти формують доказову базу для своїх вимог. Якісна аналітика дозволяє не просто просити про рішення, а обґрунтовувати його необхідність через мову цифр, прогнозів та експертних висновків.

Консалтингові технології**.** Цей рівень зосереджений на забезпеченні внутрішніх потреб лідерів груп інтересів, які безпосередньо виконують лобістські функції. Консалтинг охоплює стратегічне консультування, підготовку до переговорів, медіа-супровід та розробку сценаріїв реагування на дії опонентів.

Застосування цих технологій дозволяє групам впливу діяти максимально гнучко. Використання «м'якої сили» через інтелектуальний консалтинг та аналітику часто виявляється набагато ефективнішим, ніж прямий тиск, оскільки воно інтегрує інтереси лобістів безпосередньо в інтелектуальне поле діяльності державних органів.

Значення лобізму для суспільства найповніше розкривається через його функції:

1. Посередництво між суспільством та державою. Лобісти представляють інтереси суспільства в органах влади. Наприклад, представляючи велику промисловість і домагаючись державних замовлень, лобіст забезпечує зайнятість робітників і наповнення бюджету.

2. Заміщення представництва. У певних ситуаціях лобісти представляють інтереси частини суспільства замість офіційних представників.

3. Інформаційна функція. Лобісти доводять до органів влади інформацію про актуальні проблеми, а через ЗМІ - інформують широкий загал про політичну ситуацію.

4. Постановка актуальних питань. Добиваючись своїх цілей, лобісти виносять на порядок денний важливі суспільні питання. Показовий приклад: поширення відеокасет у США саме завдяки лобістам поставило перед законодавцями проблему незаконного копіювання.

5. Впорядкування плюралізму суспільної думки. Лобісти структурують різноголосся позицій, реалізуючи конкретні інтереси, а не захищаючи партійні платформи.

Підсумовуючи, зазначимо: по-перше, лобізм є явищем, притаманним суспільствам з розвиненою демократичною системою, і свідчить про відкритість системи представництва інтересів. По-друге, маючи чимало переваг, лобізм може перетворитися на інструмент збагачення, саме тому він і набув негативного смислового відтінку. По-третє, лобізм виконує суспільно важливі функції посередника між державою та суспільством. По-четверте, через недостатній розвиток демократичних інститутів та громадянського суспільства лобізм в Україні у своїй позитивній іпостасі залишається недорозвиненим.

3. Моделі лобізму: англосаксонська і європейська. У наукових студіях з проблем лобізму прийнято розрізняти дві основні моделі - англосаксонську та європейську. Англосаксонська модель регулювання лобістської діяльності визначається наявністю єдиного спеціального закону про лобіювання. Її відмінною рисою є три ланкова схема: група інтересів - посередник (професійний лобіст) - законодавець. Групи тиску не мають

безпосереднього доступу до важелів влади і змушені діяти через посередників, діяльність яких жорстко врегульована законодавством.

Англосаксонська модель не є монолітною. Країни з вестмінстерською системою влади (Велика Британія, Нова Зеландія, Австралія) акцентують увагу не на регулюванні діяльності лобістів, а на дотриманні ними етичних норм. У Великій Британії функціонує кодекс ділової етики для членів парламенту: регуляторний фокус зміщено від лобістів до об'єктів лобізму - політиків. Така система фактично запроваджує принцип саморегулювання, де єдиним зовнішнім контролером залишаються ЗМІ. При цьому обов'язкова реєстрація лобістів збережена й у «вестмінстерському» варіанті моделі.

Європейська, або континентальна модель лобізму не передбачає створення окремого законодавства, яке б детально регламентувало лобістську діяльність як самостійну галузь чи професію. Натомість основний акцент державного контролю зміщується з тих, хто намагається впливати, на тих, хто є об'єктом цього впливу. Регулюванню підлягає, насамперед, етична та службова поведінка самих політиків, народних обранців та державних службовців, що створює специфічну рамку відповідальності всередині владних інституцій.

За такої правової архітектури групи інтересів отримують значно ширший простір для безпосередньої взаємодії з представниками влади. Відсутність жорстких процедурних бар'єрів для реєстрації лобістів дозволяє бізнесу та громадським структурам вступати в прямий діалог із суб'єктами ухвалення рішень. Це зумовлює характер класичної європейської моделі як корпоративістської системи. Її фундаментом є налагоджена та ієрархічно вибудована взаємодія між ключовими соціальними партнерами: великим бізнесом, державою та потужними профспілковими об'єднаннями.

Корпоративістський підхід у Європі розглядає лобізм не як конкуренцію розрізнених груп впливу, а як процес системного узгодження позицій найважливіших соціально-економічних акторів. Держава в цій моделі виступає не просто пасивним об'єктом тиску, а активним посередником, що зацікавлений у стабільності та соціальному мирі. Такий механізм дозволяє враховувати інтереси найманих працівників та роботодавців ще на етапі розробки стратегічних законопроєктів, що робить політику більш прогнозованою та збалансованою, хоча й дещо менш відкритою для дрібних груп впливу порівняно з плюралістичними системами.

Проте в міру того як лобізм дедалі більше обслуговує приватні інтереси, а тріада «корпоративний лобіст – держава» поступається схемі «компанія – консультант – держава», європейська модель зближується з американською.

Фактично відбувається інвазія англосаксонської моделі в континентальний простір без відповідного правового оформлення.

По-перше, держави Північної Америки першими на законодавчому рівні врегулювали лобіювання. Передумовами стали: швидке зростання ролі лобізму, його перетворення на самостійну професію, ефективність лобістських методів та запит громадянського суспільства на прозорість після резонансних корупційних скандалів. По-друге, американська модель правового регулювання лобіювання пройшла тривалий шлях трансформацій. Сьогодні вона передбачає комплексний закон, що визначає лобіювання, встановлює обов'язкову реєстрацію та звітність лобістів, поділяє їх за категоріями, запроваджує триланкову систему контактів (клієнт – лобіст – орган влади), обмежує лобістську діяльність колишніх держслужбовців та забезпечує онлайн доступність реєстру для громадськості. По-третє, завдяки цим засадам лобіювання в США та Канаді перетворилося на ефективний політичний інститут. Ключовими галузями залишаються енергетика, фармацевтика, промисловість, будівництво, міжнародна торгівля, медицина, ІТ-сфера та сільське господарство. По-четверте, лобіювання в цих країнах є самостійною професійною діяльністю з високим рівнем саморегуляції, власними асоціаціями та кодексами професійної етики.

Сектор неурядових організацій у системі європейського лобізму відіграє роль ключового стабілізатора, що забезпечує представництво інтересів широких верств громадянського суспільства. Структурно лобіювання з боку НУО охоплює чотири стратегічні напрями: екологічну безпеку, захист прав споживачів, територіальний (регіональний) розвиток та підтримку специфічних громадських спільнот (молодіжних, жіночих, спортивних об'єднань). Кожна з цих категорій має свої інституційні центри впливу, які професійно артикулюють запити громадськості на рівні наднаціональних органів управління.

У сфері екологічного моніторингу домінують такі потужні гравці, як Європейське бюро навколишнього середовища, Грінпіс та Міжнародний фонд захисту природи (WWF). Їхня діяльність спрямована на впровадження жорстких екологічних стандартів та контроль за дотриманням кліматичних угод. Споживчий сектор представлений розгалуженою мережею організацій, серед яких ключову роль відіграють Європейський союз споживачів (BEUC), Європейське співтовариство споживчих кооперативів (EUROCOOP) та Eurocommerce. Ці структури забезпечують захист прав покупців, безпеку товарів та справедливу конкуренцію на внутрішньому ринку ЄС.

Регіональні та муніципальні інтереси знаходять своє відображення через роботу Асамблеї Європейських регіонів, Ради європейських муніципалітетів

та регіонів, а також об'єднання EUROCITIES. Ці інституції лобіюють децентралізацію та збалансований розвиток територій. Яскравим прикладом успішного сегментарного впливу є діяльність Європейського жіночого лобі, стратегічні зусилля якого призвели до імплементації фундаментальних положень про гендерну рівність безпосередньо в текст Амстердамської угоди, що продемонструвало здатність НУО трансформувати політичний порядок денний на найвищому рівні.

Ключовими об'єктами лобістського впливу незмінно залишаються Європейська Комісія та Європейський Парламент, що зумовлює розвиток потужних загальноєвропейських галузевих асоціацій із широким географічним охопленням. Проте експертне середовище часто критикує існуючу систему за надмірну ліберальність. Головним об'єктом критики виступає саме принцип добровільності реєстрації, що створює передумови для зниження ефективності громадського контролю та потенційного виникнення зон нерегульованого впливу, де реальні бенефіціари рішень можуть залишатися в тіні.

Таким чином інтерес до регулювання лобізму в Європі активізувався на початку XXI ст., що відрізняє її від Північної Америки: регулювання здійснюється як на національному, так і на наднаціональному рівні; правові засади ЄС стали першою спробою врегулювати лобізм на наднаціональному рівні; лобістська практика ЄС характеризується розвиненим галузевим лобіюванням через асоціації, центральною роллю Євро інститутів, широким географічним охопленням та домінуванням промислових інтересів над суспільними.

За інструментами регулювання країни-члени ЄС поділяються на: тих, що обрали американську модель з окремим законом (7 країн: Великобританія, Ірландія, Австрія, Франція, Литва, Польща та, до 2011 року, Угорщина); тих, де панує саморегуляція і м'який контроль (9 країн: Німеччина, Італія, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Чехія, Хорватія, Латвія, Румунія); тих, де питання окремого законодавства не стоїть на порядку денному (12 країн). Досвід свідчить, що навіть найдосконаліші правові вимоги до прозорості лобіювання будуть неефективними без готовності до цього всієї політичної системи, розвиненої культури та підтримки всіх зацікавлених сторін.

4. Лобізм в Україні. В умовах економічної, політичної і духовної кризи, збройного конфлікту та перехідних процесів лобізм виходить за межі цивілізованих форм і набуває значно більше вад, ніж переваг. Трансформуючи структуру економіки, приватний бізнес перетворює й форми просування своїх проєктів у владних структурах, доводячи їх до витончених

зловживань і відкритого підкупу. Якщо в умовах адміністративно-командної системи провідну роль у лобістському змаганні відігравали галузеві лобі, то тепер дедалі більшу вагу здобуває торговельно-фінансовий капітал. Найпотужніші лобісти спроможні впливати на уряд, президентські структури і парламент. До кола їхніх інтересів входять: максимальна лібералізація зовнішньоекономічної діяльності, демонтаж протекціоністських бар'єрів, приватизація промисловості та введення приватної власності на землю.

Аналіз функціонування лобістських груп поза чіткими законодавчими рамками вказує на складність вимірювання реальних збитків, які такий вплив наносить державним інституціям. Найбільш критичною є ситуація, коли представник владних структур одночасно виступає і в ролі народного обранця, і в ролі провідника інтересів певної лобістської групи. У таких випадках межа між легітимним лобізмом, протекціонізмом та відвертою корупцією стає практично невидимою. Окрім етичних викликів, існує й термінологічна дискусія: тривале домінування форми «лобізм» у вітчизняній науці часто пов'язують із запозиченням пострадянської традиції. Сучасні дослідники наполягають на розмежуванні дефініцій, пропонуючи розглядати «лобізм» та «лобіювання» крізь призму юридично-інституційного підходу.

Тому під лобізмом розуміють цілісну сукупність політичних норм, що потребують повної правової легалізації. Цей інститут базується на конституційному праві громадян брати участь в управлінні державними справами. Відповідно, лобізм регулює відносини, що виникають під час відстоювання інтересів через незаборонені законом методи впливу. Такий підхід перетворює лобізм на правову форму взаємодії суспільства та влади, де головною умовою є прозорість методів та публічність цілей, що дозволяє відокремити законне представництво інтересів від тіньових схем впливу.

Шлях до правового врегулювання цієї сфери в Україні позначений поступовим уточненням термінології та обсягу діяльності. Остаточну крапку в інституціоналізації цього явища поставив Закон України «Про лобіювання» від 2024 року. Він закріпив термін «лобіювання» як цілеспрямовану діяльність із впливу на об'єкт лобіювання (державний орган чи посадову особу). Ключовим критерієм постає комерційний інтерес бенефіціара або самої особи, що здійснює вплив. Таке формулювання дозволяє чітко ідентифікувати предмет лобіювання та впровадити механізми контролю за фінансовими аспектами такої діяльності, що є необхідним кроком для деолігархізації політичного процесу та переходу до цивілізованих методів взаємодії бізнесу і держави.

Сучасна наукова думка, зокрема позиція дослідника В. Нестеровича, схиляється до широкого трактування лобістської діяльності, яке значно

виходить за межі традиційного впливу на парламентські законотворчі процеси. Інститут лобіювання як *de facto*, так і *de jure* вже давно інтегрований у функціонування органів виконавчої влади, структур місцевого самоврядування та інших суб'єктів владних повноважень. Навіть за умови фрагментарного правового регулювання, лобістські практики пронизують усі рівні державного управління. За масштабом впливу доцільно розрізняти внутрішній (загальнодержавний) лобізм, що діє в межах національної правової системи, та зовнішній лобізм, який реалізується на міжнародній арені для просування геополітичних чи транснаціональних інтересів.

Особливістю українського політичного ландшафту тривалий час залишалося безпосереднє поєднання ролей: представники великого фінансово-промислового капіталу особисто лобіювали власні інтереси у Верховній Раді, виступаючи одночасно і замовниками, і виконавцями лобістських послуг. Повноцінне нормативно-правове врегулювання інституту лобізму покликане змінити цю парадигму, трансформуючи суспільне сприйняття феномену з «тіньового впливу» на легітимну професійну діяльність. Чітке визначення меж і можливостей лобістів дозволить відокремити законне представництво інтересів від корупційних практик, що є критично важливим для демократичної трансформації.

Досвід розвинених демократій, таких як США, Велика Британія, Німеччина, Франція та Австралія, переконливо демонструє, що інституціоналізований лобізм стає дієвим інструментом суспільного впливу на публічну владу. Ця діяльність забезпечує реалізацію двох стратегічних функцій. З одного боку, вона гарантує інклюзивність політичного процесу, надаючи навіть невеликим об'єднанням без значних фінансових ресурсів можливість бути почутими та долучитися до ухвалення рішень. З другого боку, лобіювання стає джерелом незалежної експертизи для органів влади.

Уряди провідних держав світу об'єктивно зацікавлені у функціонуванні організованих груп інтересів, оскільки вони постачають унікальну інформацію про реальні соціальні проблеми та специфічні потреби галузей. Заохочуючи участь таких груп у прийнятті рішень, держава отримує можливість готувати більш якісні, життєздатні та збалансовані нормативні акти, що базуються на глибокому знанні контексту.

Таким чином, легалізація лобізму сприяє зміцненню довіри між суспільством і владою, перетворюючи лобіювання на цивілізований механізм політичного діалогу та соціального партнерства.

5. **Типологія, методи та технології лобізму в Україні.** Реалії українського лобізму - відсутність законодавчого визначення, неврегульованість

відповідної діяльності - об’єктивно наближають його до континентальної моделі. Водночас методологічно невиправдано намагатися «вкласти» національну специфіку лобізму в прокрустове ложе тієї чи іншої стандартної моделі, оскільки розрізнення англосаксонської та континентальної Проте фундаментальною основою для типологізації цього суспільно-політичного феномену залишаються дві базові теоретичні парадигми: теорія лобістського плюралізму та теорія лобістського корпоративізму. Кожна з них пропонує власний погляд на роль держави та механізми взаємодії груп інтересів у політичному просторі.

Згідно з теорією **лобістського плюралізму**, процес лобіювання розглядається як безперервний конкурентний вплив множини розрізнених груп інтересів на державні органи. У цій моделі держава виступає як нейтральний арбітр, який забезпечує рівні правила гри для всіх учасників і ухвалює остаточне управлінське рішення лише після ретельного аналізу всіх альтернативних варіантів, запропонованих конкуруючими сторонами.

Плюралістична модель характеризується низкою специфічних рис, які визначають динаміку політичного ринку:

- Стихійність та масовість. Групи інтересів виникають самовільно, реагуючи на актуальні суспільні потреби, і є надзвичайно численними.
- Відсутність ієрархії. Всередині системи не існує жорсткої підпорядкованості; групи діють автономно, кожна у своєму напрямі.
- Державна незалежність. Суб’єкти лобізму не інкорпоровані у владні структури та самостійно визначають свої стратегії та джерела фінансування.
- Антимонополізм. Жодна група не здатна повністю монополізувати право на представлення інтересів у певній сфері, що створює умови для постійного суперництва.
- Змагальний характер. Кінцева мета лобістів досягається виключно через відкриту конкурентну боротьбу за увагу та підтримку суб’єктів ухвалення рішень.

Такий підхід стимулює активність громадянського суспільства, оскільки кожен суб’єкт має теоретичну можливість вплинути на державну політику. Проте успіх у плюралістичній системі часто залежить від обсягу ресурсів, якими володіє та чи інша група, що змушує державу постійно вдосконалювати антимонопольні механізми в політичній сфері для збереження реальної рівності можливостей.

Лобістський корпоративізм визначається такими ключовими рисами: по-перше, корпоративістські організації є монопольними, а їхня монополія санкціонована державою, яка укладає з групою угоду (явну чи таємну), отримуючи в обмін на привілеї лояльність і гарантії підтримки державних

інтересів; по-друге, такі організації поєднують функції управління і представництва; по-третє, держава розглядається як головний інструмент консолідації суспільних груп навколо певних інтересів і відбору «ідеологічно надійного» монопольного представника.

Аналіз сучасного стану політичної системи України дає підстави стверджувати, що вітчизняному лобізму притаманний виразний корпоративістський тип, який має свої специфічні, подекуди деструктивні риси. У цій моделі держава та її інститути виступають центральним вузлом усього лобістського процесу. На відміну від класичного західного корпоративізму, де відбувається рівноправний діалог між державою, бізнесом та профспілками, українська практика тривалий час базувалася на феномені «вмонтованого» лобізму.

Основним суб'єктом впливу в цій системі виступають особи, які поєднують у собі статус державного посадовця та безпосереднього носія лобістського інтересу. Це створює ситуацію, за якої рішення ухвалюються не в результаті публічного обговорення, а внаслідок внутрішньоапаратних домовленостей.

Характерними рисами такої моделі є: і**нституційне зрощення** (більшість лобістів є представниками потужних фінансово-промислових олігархічних групп). Ці групи не просто впливають на владу ззовні, а фактично інтегрують своїх представників у державні інституції; **монополізація впливу**. Замість відкритої конкуренції, властивої плюралістичній моделі, спостерігається концентрація лобістських можливостей у руках обмеженого кола суб'єктів, що обмежує доступ до процесу ухвалення рішень для малого бізнесу та громадських організацій; к**онфлікт інтересів як норма.** Оскільки посадовець одночасно репрезентує інтереси певної бізнес-структури, межа між державним служінням та приватним зиском часто стирається.

Така структура перетворює лобізм на механізм «приватизації» державних функцій, де органи влади стають інструментом для захисту та примноження капіталу окремих фінансових груп. Саме тому впровадження нового законодавства про лобіювання є критично важливим кроком для демонтажу цієї закритої системи та переходу до прозорих, конкурентних методів представництва інтересів, де держава виступатиме незалежним арбітром, а не частиною лобістської схеми.

У науковому дискурсі прийнято вирізняти тіньовий (або «дикий»), публічний (відкритий) і інституціолізований лобізм. Тіньовий різновид характеризується прямими, непрозорими особистими контактами зацікавленої сторони з особою, що приймає рішення, внаслідок яких

з’являється акт протекції: постанова, указ, закон, що стають підставою для пільг, дотацій чи субсидій. Публічний лобізм відрізняється від тіньового тим, що спрямований не просто на просування інтересів окремих підприємств, а й на корегування загальних «правил гри» для цілих галузей та сфер економіки. Він захищає загальнонаціональні інтереси і має більше значення для економіки країни.

До критеріїв цивілізованості лобіювання належать: опосередкованість лобістськими структурами, гласність, прозорість, контроль і конкуренція між лобістськими групами. Дослідники Ч. Ендрейн і Д. Ептер розрізняють три типи лобізму: прямий (здійснюється лобістами-професіоналами, включаючи GR); непрямий (масштабні кампанії в ЗМІ, збір підписів, розсилка листів) та внутрішній (захист інтересів особами, що перебувають всередині органів влади або мають до них прямий доступ). За таким підходом українському лобізму притаманні характеристики всіх трьох типів.

Об’єктами лобіювання є центри прийняття рішень: органи вищої виконавчої і законодавчої влади та місцевого самоврядування. Науковиця А. Гросфельд визначає основний метод лобіювання в уряді як «коридорний лобізм». Коридорний лобіст мусить досконало знати систему функціонування апарату, механізми прийняття рішень та ступінь впливу найближчого оточення на керівника. Від імені клієнтів лобісти контактують із держпосадовцями щодо розробки законодавчих пропозицій, концепцій, програм, надання грантів, виділення державних замовлень або призначень на посади. Поширеною практикою є просування «своїх людей» у владні структури - у міністерства, так і в менш помітні, але стратегічно важливі установи.

Верховна Рада України є вагомим об’єктом лобіювання: вона може блокувати рішення Кабміну, ухвалювати закони і формувати нормативне поле. Об’єктами парламентського лобіювання є: комітети ВРУ, парламентські фракції і партії, рідше - апарат ВРУ та рада голів депутатських фракцій. Найбільша концентрація лобістських зусиль на бюджетному комітеті (29 осіб). Пильна увага приділяється також комітетам з питань економічної політики, промислової політики, паливно-енергетичного комплексу та фінансів і банківської діяльності.

Негативною особливістю вітчизняного парламентаризму є те, що партії та фракції нерідко слугують механізмом представництва інтересів фінансово-промислових груп, а не виборців. За словами доктора політичних наук, професора С. Телешуна, фінансово-промислові групи фактично «утримують» державу. У вітчизняній науці суб’єктів лобізму прийнято поділяти на внутрішніх і зовнішніх. Внутрішні - урядовці, депутати, парламентські

фракції («вмонтовані» лобісти), що поєднують прийняття рішень із просуванням приватних інтересів. Зовнішні -бізнесові структури, галузеві об'єднання, неурядові організації, громадські об'єднання, ЗМІ тощо.

За оцінками 2017 р., Україна посідала 99-е місце зі 140 за рівнем фаворитизму в Глобальному індексі конкурентоспроможності. За якістю антимонопольної політики -136 місце (проти 50-го у Польщі та 116-го у Грузії). Так, у паливно-енергетичному комплексі активно лобіюються інтереси Р. Ахметова, власника ДТЕК, до якої входять численні обленерго та теплоелектроцентралі. Йому також належить холдинг SCM із металургійною корпорацією «Метінвест», шахтами на Донбасі та Дніпропетровщині, «Укртелекомом» та «Київенерго». Захист бізнесу через міцний політичний «дах» в умовах недосконалого законодавства і непрозорої конкуренції надав фінансово-промисловим угрупованням майже необмежені можливості для незаконного збагачення у поєднанні з політичним впливом. Для них влада стала головною конкурентною перевагою, а держава - інструментом бізнесу.

Період після Революції Гідності став переломним моментом для українського політикуму, ознаменувавши стрімке зростання активності громадянського суспільства. Неурядові організації (НУО) трансформувалися у вагомих гравців, чия роль у лобістських процесах набула подвійного характеру. З одного боку, вони виступають як самостійні суб'єкти лобізму, просуваючи суспільно важливі реформи. З іншого - виконують функцію "вартових" (watchdogs), здійснюючи жорсткий моніторинг діяльності органів влади для запобігання корупції та нейтралізації тіньових схем впливу.

Вітчизняна політична наука виокремлює дві основні групи методів впливу, які використовують сучасні лобісти:

Традиційні (стандартні) методи. Це легітимний інструментарій, притаманний розвиненим демократіям. Він охоплює участь у парламентських слуханнях, прямі контакти з посадовцями, надання експертних наукових досліджень та допомогу в розробці законопроєктів. Важливе місце тут посідає публічна активність: співпраця із ЗМІ, формування широких коаліцій та організація протестних акцій.

Нестандартні методи. Це специфічні, часто маніпулятивні технології. Вони включають впровадження агентів впливу в структури конкурентів, використання судових позовів як засобу тиску або гру на внутрішніх суперечностях між депутатами та їхніми партійними активами.

Дослідниця А. Гросфельд пропонує розділяти лобістські зусилля за характером комунікації на два основні канали:

Цивілізований канал. Прозорий шлях, що базується на відкритих зверненнях, петиціях, участі в офіційних заходах та формуванні громадської думки через медіа.

Тіньовий канал: Закрита система, де домінують політичні "клани" та олігархічні об'єднання. Тут панують неформальні контакти, кулуарні домовленості та використання адміністративного ресурсу.

Окремої уваги заслуговують специфічні парламентські технології. Попри існування прямого підкупу чи "найму" спікерів для просування законів, сучасний український парламентаризм дедалі частіше демонструє складніші моделі. Нерідко ухвалення потрібної норми є результатом багатоходових політичних компромісів: обміну підтримки законопроєкту на кадрові призначення або розв'язання стратегічних питань між фракціями. Це перетворює лобізм на мистецтво політичного торгу, де результатом є баланс інтересів різних груп впливу.

Серед конкретних методів лобістської практики виокремлюємо: персональні контакти з представниками органів влади; участь у засіданнях комітетів і комісій ВРУ, уряду, міністерств; роботу в експертних групах; з'їзди і конгреси підприємців за участю представників влади; громадські слухання законопроєктів; вплив через громадську думку і ЗМІ; зустрічі з вищими керівниками держави.

Прямі форми лобіювання охоплюють: підготовку проєктів нормативно-правових актів; вплив на призначення посадовців; переговори з уповноваженими органами; участь у комісіях різного рівня.

Непрямі форми включають: підготовку наукових і аналітичних досліджень; висловлення позиції щодо законопроєктів; організацію і участь у круглих столах, конференціях, семінарах; вплив на громадську думку через ЗМІ; організацію суспільних груп до активних дій тощо.

Таким чином, чітка типологізація українського лобізму ускладнена через його суперечливу природу. Коли посадовець одночасно діє як депутат і представник лобі-групи, розмежувати протекціонізм, лобізм і корупцію практично неможливо. Відсутність правового регулювання та нерозвиненість інституту посередника в ланцюгу «суспільний (приватний) інтерес – влада» наближають вітчизняний лобізм до континентальної моделі.

Переважання внутрішнього («вмонтованого») лобізму, поширеність тіньових схем, відсутність реєстрації лобістів та наявність корупційної складової дають підстави більшості дослідників кваліфікувати лобізм в Україні як «нецивілізований», зумовлений олігархічною системою влади і бізнесу. Водночас в Україні існує й відкрите, публічне лобіювання - передусім там, де суб'єктами є GR-компанії, галузеві асоціації або структури

громадянського суспільства. Методи і технології лобізму в Україні доцільно розподіляти на публічні, демократичні та тіньові, пам'ятаючи, що публічні методи можуть приховувати елементи тіньового закулісного лобізму.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкрийте сутність лобізму у політиці

2. Проаналізуйте зміст поняття «міжнародний лобізм», схарактеризуйте його акторів

1. 5. Охарактеризуйте лобізм як представництво інтересів, його типологію і функції

2. 6. У чому специфіка лобіювання в ЄС?

3. 9. Обґрунтуйте особливості лобіювання в Україні та у ЄС

4. Аналіз технологій лобіювання (Кейс-стаді): оберіть реальний приклад прийняття будь-якого резонансного закону в Україні за останній рік; визначте основні групи інтересів (стейкхолдерів), які були зацікавлені у його прийнятті або відхиленні; опишіть методи, які вони використовували (наприклад: експертне консультування депутатів, залучення медіа, «GR-технології» або прямі контакти з органами виконавчої влади)

5. Проєктування стратегії лобіювання: уявіть, що ви представляєте інтереси Асоціації виробників відновлюваної енергії. Вам потрібно пролобіювати зниження податкового навантаження на імпорт обладнання

6. Складіть короткий план «дорожньої карти» лобістської кампанії: визначте «точки доступу» (комітети ВРУ, міністерства); оберіть 3 ключові аргументи (економічні, екологічні чи соціальні), які ви використаєте в офіційному зверненні

Рекомендована література

Bentley A. *The Process of Government*. Cambridge : Cambridge University Press, 1967. 501 p.

Holyoke T. Interest Groups and Lobbying: Pursuing Political Interests in America. New York: Routledge, 2021. 390 p.

Truman D. B. *The Governmental Process*. New York : Alfred A. Knopf, 1968. 544 p.

Бурбело О. А. Лобізм в сучасній Україні. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2017. № 10. С. 24–29.

Виговський Д. Суть лобізму як категорії політичної науки. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2008. Вип. 20. С. 42–48.

Вонсович С.Г. Вектори еволюції теорії легітимності як атрибута влади: минуле і сучасність. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія, політологія*. 2021. Вип. 31–32. С. 94–103.

Вонсович С.Г. Теоретичні домінанти дискурсу владних еліт. *Грані : наук.-теорет. і громад.-політ. альм.*. Дніпро : Грані, 2021. Т. 24. № 10. С. 25–33.

Ворчакова І. Є. Проблеми та перспективи розвитку лобізму як політичного інституту в Україні. *Політикус*. 2016. Вип. 1. С. 88–91.

Ворчакова І. Є. Регіональний лобізм в сучасній політичній системі: проблеми теоретичного та прикладного характеру. *Політичне життя*. 2017. № 1–2. С. 27–32.

Ворчакова І.Є. Лобізм в політиці: сутність явища та способи реалізації. *European politicaland law discourse*. 2018. № 1(5). С. 105-110.

Ганжуров Ю. Парламентське лобіювання в контексті політичної комунікації. *Політичний менеджмент*. 2005. № 4. С. 50–62.

Герасіна Л. Практики лобізму в політичному процесі України та світу: політико-соціологічний аспект. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2016. № 3. С. 6–17.

Гнатенко Н. Г. Інституціоналізація лобізму в Україні: історія та сучасність. *Гілея: Науковий вісник* : зб. наук. пр. 2016. Вип. 115. С. 434–438.

Годний С. Лобізм і теоретичні моделі політичної комунікації. *Studia Politologica Ucraino-Polona.* 2018. Вип. 8. С. 193-198

Дацій Н.В. Близнюк А.С. Костюк В.І. Теоретико-методологічний аналіз лобізму у світовій політиці. *Інвестиції: практика та досвід 2025*. № 2 С.194-198.

Євценко Р. І. Лобізм в Україні: регулювати не можна заборонити. *Політікус.* 2024. № 1. С.15-20.

Закон України «Про лобіювання». *Відомості Верховної Ради*. 2024. № 18. ст. 77.

Інститут лобіювання в Україні та за кордоном: походження, проблеми, перспективи розвитку : наук.-інформаційне вид. Київ, 2015. 111 с.

Корнієнко В.О., Годний С.П. Лобіювання як засіб реалізації політичних інтересів. *Innovative solutions in modern science*. 2017. № 1(10).С.1-6.

Коцупал Д.В Лобізм у публічному управлінні: сутність, особливості та функції. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування.* 2023. Том 34. №5. С.30-35

Лазарева М.О. Особливості лобістської діяльності на сучасному етапі: міжнародно-правовий вимір. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету, Серія Право*. 2024.Випуск 84: частина 4. С.292-298.

Лубінець Д. В. Англосаксонська та континентальна моделі регулювання лобізму: порівняльний аналіз. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія*. 2018. Вип. 21. С. 190–196.

Лубінець Д. В. До питання про типологію українського лобізму. *Політикус*. 2019. Вип. 4. С. 34–40.

Лубінець Д. В. Теоретичні підходи до поняття лобіювання та його типології. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія*. 2018. Вип. 22–23. С. 226–235.

Нестерович В. Ф. Етимологія та феномен поняття «лобіювання»: гносеологічний вимір. *Бюлетень Міністерства юстиції України*. 2010. № 1. С. 40–51.

Про лобізм : Проєкт Закону України від 21 лютого 2017 № 5144. *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=60052 (дата звернення: 09.03.2026).

Сергєєв В. Лобізм в Україні: можливості неурядових організацій. *Політичний менеджмент*. 2007. № 3. С. 88–95.

Старовойтов Д.Ф. Роль лобіювання в публічному управлінні, як інструменту впливу на національну та державну безпеку. *Публічне управління та адміністрування в Україні*. 2024.Вип. 41. С. 202-207.

Узун Ю.В. Індустрія лобіювання: перспективи порівняльних досліджень. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса Серія «Політичні науки». 2023. №8. С. 9-22.

Яровой Т. С. Лобізм: визначення поняття в рамках теоретико-дискусійного поля та нормотворчого процесу. *Публічне Урядування*. 2018. С. 276–285.

Яровой Т.С. Теоретико-методологічні засади функціонування лобізму в Україні в інтересах громадянина, суспільства, безпеки держави. Київ : Людмила, 2019. 383 с.

Тема 8. Політична комунікація у технологіях практичної політології

Навчальні питання

1.Сутність та особливості здійснення політичної комунікації в технологічному вимірі

2. Легітимація влади як функція політичної комунікації

3. Технології політичної комунікації

1. Сутність та особливості здійснення політичної комунікації в технологічному вимірі. Посилення цифровізації соціальних відносин зумовило суттєву трансформацію політичної комунікації, яка продовжується донині. Завдяки цьому особливої цінності набувають нещодавні наукові публікації, що фіксують та відображають нові тенденції в розвитку відповідної сфери. Водночас теоретичні здобутки дослідників попередніх поколінь не втрачають своєї актуальності, зберігаючи значення, насамперед, як методологічні оптики (інструментального налаштування саморефлексії дослідника, що дозволяє структурувати, інтерпретувати та переосмислювати об’єкт дослідження через призму певного парадигмального підходу. Вони

слугують інструментом пізнання та оптимізації наукових досліджень, калібруючи смислові, сутнісні та функціональні аспекти теорії). Цей аналітичний матеріал спирається на наукові досягнення авторів, що зробили вагомий внесок у осмислення феномену політичної комунікації та комунікативних технологій. Дослідник Дж. Ліпшульц проаналізував механізми використання соціальних медіа активістами та громадськими рухами з метою підвищення громадянської активності й актуалізації соціальних проблем, розкривши методи медіа комунікації, зокрема, технології управління новинами пропаганди, переконання та персонального впливу.

Дослідник Н. Холісох зробив вагомий внесок у дослідження переконливого спілкування як інструменту формування позитивної громадської думки. Б. Банга репрезентував оригінальні погляди стосовно кінематографу як інструменту політичної комунікації. науковці Б. Булат та М. Хілберт детально висвітлили роль ботів в онлайновій політичній комунікації, а К. Бджола та І. Манор дослідили вплив цифрової революції на комунікативні практики. Зокрема М. Холмс звернув увагу на значення образів та ідентичностей у цифровій комунікації. П. Суровець-Капелл висвітлив способи та методи пропаганди в умовах цифровізації. Науковець Р. Чік проаналізував політичну технічну комунікацію крізь призму риторичного підходу та вирізнив чотири самостійні жанри технологій політичної комунікації: вибори, передвиборча агітація, виборчі послуги та публіцистика.

Український науковець О. Висоцький осмислив взаємозв'язок між комунікацією, легітимністю та правовими нормами. Дослідники С. М. Коулз та Д. Лейн обґрунтували, що раса й етнічність є фундаментальними чинниками політичної комунікації, а С. Буліан та А. О. Ларссон виокремили три ключових виміри порівняльного дослідження політичної комунікації країни, платформи і час, наголосивши на тому, що часовий чинник є вирішальним для розуміння перманентно мінливих цифрових медіа-платформ. Дослідники П. Чаверо та Р. Родрігес здійснили аналіз цифрової стратегічної комунікації, яку використовував колишній президент Еквадору Гільєрмо Лассо в умовах політичної кризи, спричиненої імпічментним процесом проти нього.

Ряд дослідників здійснили науково обґрунтували успішність політичної комунікації, цифрові засоби комунікації та інше. Зокрема, Х. С. Альруфай та А. А. Альрікабі проаналізували ефективні синтаксичні структури, що визначають успішність політичної комунікації у донесенні повідомлень та здобутті схвалення аудиторії. П. Донгес досліджував цифрові засоби

комунікації - зокрема соціальні медіа-платформи - і дійшов висновку, що вони демонструють власну інституційну логіку та тим самим впливають на правила здійснення політичної комунікації. Дж. Кім та Е. Рохас у своєму дослідженні аналізували зв'язок між політичною комунікацією і сприйняттям поляризації, а також те, яким чином таке сприйняття відображається на політичній участі та висловленні думок.

Наукові розвідки Сію Сонг та Мінвей Ай відкривають принципово нові горизонти у розумінні природи комунікаційного посередництва. Дослідники обґрунтовують тезу, згідно з якою сприйняття політичних новин не трансформується у безпосередню політичну участь автоматично, а проходить крізь складну систему фільтрів, де ключовим медіатором виступає канал міжособистісних політичних дискусій. У цьому контексті особливої ваги набуває феномен структурної однорідності соціальних мереж: чим вищим є рівень ідеологічної однорідності оточення індивіда, тим потужнішим виявляється мобілізаційний ефект від спільних обговорень, що фактично легітимізує та підсилює готовність до активних дій у публічному просторі.

Паралельно з цим, теоретична модель, запропонована Б. Хамраком, Г. Симоновичем та Ф. Шучем, дозволяє глибше осягнути специфіку взаємодії еліт та електоральних груп у кризових ситуаціях. Автори розглядають комунікацію під час політичного скандалу не як хаотичний обмін репліками, а як динамічну комунікаційну рівновагу, параметри якої жорстко детерміновані співвідношенням суворості висунутих звинувачень та інтенсивністю медійної уваги. Аналізуючи стратегії виживання політичних лідерів, дослідники приходять до парадоксального, на перший погляд, висновку: інституційна позиція чинного президента дозволяє йому успішно транслювати заперечення власної провини та утримувати підтримку виборців навіть за умови реальної загрози оприлюднення беззаперечних доказів правопорушення, що свідчить про домінування символічного капіталу над фактологічною аргументацією у гострокризових дискурсах.

Якщо ж розглядати це питання крізь призму технологічного підходу, розробленого Д. Грабер та Дж. Сміт, то сутність політичної комунікації зміщується у площину суто прагматичного впливу на політичні процеси. У межах цієї парадигми комунікація трактується як цілісний технологічний цикл, що охоплює етапи створення, трансляції, рецепції та подальшої обробки повідомлень, кожне з яких володіє значним потенціалом для прямої чи опосередкованої трансформації політичної реальності. Важливо підкреслити, що в такій системі суб'єктно-об'єктні ролі є надзвичайно пластичними: політики, медіа-фахівці, представники організованих груп інтересів та пересічні громадяни постійно взаємодіють у межах єдиного

інформаційного поля, виступаючи одночасно і генераторами, і реципієнтами політичних смислів. Це перетворює політичну комунікацію на універсальний інструмент конструювання владних відносин, де легітимність та підтримка залежать від здатності суб'єкта ефективно оперувати інформаційними ресурсами в умовах високої нестабільності суспільної думки.

У своїй основі політика проявляється через комунікаційні процеси. У політичній сфері комунікативні акти слугують поширенню ідеологічних рамок і конструюванню наративів морального конфлікту, в якому різні угруповання змагаються за політичне верховенство чи збереження влади. За умов відсутності комунікаційних каналів поширення ідеології стає неможливим. Понад те, багатогранна природа комунікації, різноманітні форми, методології, зміст і характеристики фундаментально формує траєкторії та наслідки політичного впливу.

Розглядаючи багатовимірну природу спрямованості політичної комунікації, дослідники традиційно виокремлюють три засадничі різновиди, що диференціюються за вектором та обсягом аудиторного охоплення: індивідуально-орієнтовану, групову та масову. Індивідуально-спрямована модель фокусує свій вплив на вузькому колі ключових акторів, чинних носіях владних повноважень, лідерах опозиційних сил чи керівниках стратегічно важливих союзних об'єднань, де результативність залежить від глибини персоналізованого звернення.

Водночас ефективність політичного діалогу, вцілому, прямо корелює із рівнем повідомлень запитам виборців, що спонукає суб'єктів до прискіпливого аналізу внутрішньої динаміки конкретних соціальних спільнот. На противагу цьому, комунікація, апелююча до масової аудиторії, зазвичай, оперує максимально спрощеними смисловими конструкціями, концентруючись на елементарних дефініціях та резонансних подіях, які мають потенціал для генерування інтенсивної емоційної відповіді у найширших верствах соціуму.

У контексті способів практичної реалізації, політична комунікація структурується через три основні форми: спонтанну, тактичну та стратегічну. Кожна з них має власний часовий горизонт та цільові установки. Політичні суб'єкти перебувають у стані перманентної комунікаційної активності, де значна частина взаємодії реалізується через спонтанні, контекстуально зумовлені реакції на миттєві зміни політичної кон'юнктури.

Більш виважена тактична комунікація базується на алгоритмічному плануванні, де кожен крок підпорядкований досягненню конкретної переваги в поточному політичному моменті. Проте найбільш досконалою є стратегічна форма, яка виходить за межі простого інформування, прагнучи сформувати

сталу ідентичність та ядро відданих прихильників, котрі згодом стають добровільними ретрансляторами ідеологічних меседжів у суспільстві.

Аналізуючи оперативний характер технологій впливу, доцільно інтерпретувати комунікаційні акти як наступальні або оборонні стратегії в межах політичного протистояння.

Захисна (оборонна) комунікація розгортається переважно як система контрзаходів, покликана нейтралізувати негативний ефект від ворожих інформаційних атак та деконструктивних повідомлень опонентів.

Натомість наступальна технологія характеризується проактивною спрямованістю, де головною метою постає системне зниження політичної ваги та електоральної ефективності супротивників через захоплення ініціативи в інформаційному просторі. Таке функціональне розмежування дозволяє суб'єктам гнучко комбінувати інструменти впливу залежно від фази політичного циклу, забезпечуючи стійкість власної позиції та максимізуючи символічний капітал у конкурентному середовищі.

За просторовою локалізацією політична комунікація поділяється на внутрішню та міжнародну. Внутрішня комунікація адресована суспільній аудиторії всередині держави, а міжнародна - глобальній або конкретній зовнішній аудиторії.

Переосмислення природи політичної комунікації дозволяє стверджувати, що вона виходить за вузькі межі виключно словесного (текстового) вираження, постаючи всеосяжним соціальним конструктом, який функціонує через розгалужену систему каналів і символічних кодів: від мовних і поведінкових до символічних, церемоніальних та матеріально-емоційних. Відтак, сучасні технології політичного впливу зосереджують основний ресурс на дискурсивному інжинірингу, перетворюючи їх на високоефективні інструменти реалізації владних амбіцій та інженерії соціальних трансформацій. Саме спільне значення виступає потужним каталізатором громадянської суб'єктності, стимулюючи масову мобілізацію навколо конкретних політичних акторів. При цьому стратегічне маніпулювання смисловими контекстами здатне не лише зміцнювати, а й радикально дестабілізувати існуючі владні структури, спрямовуючи енергію соціальних сил до проєктування альтернативних візій майбутнього під егідою харизматичного лідерства.

Комунікативний процес незмінно встановлює жорсткі соціально-політичні ієрархії, визначаючи позиції авторів та одержувачів повідомлень і визначаючи їхній статус у владній вертикалі. Внутрішня динаміка такої взаємодії, що базується на складній інтерзалежності учасників, висуває

управління сприйняттям на роль вирішального детермінанта поведінкових результатів.

Творці політичного контенту змушені враховувати багаторівневу систему змінних від формату і змістовної якості до рівня абстракції та контекстуальних чинників, які в сукупності формують поведінку реципієнта.

До основних функцій політичної комунікації належать:

1. Управління інтерпретацією. Ця функція реалізується через визнання громадськістю авторитету та довіри до комунікатора. Замість простого поширення інформації, політична комунікація переважно спрямована на трансформацію громадського сприйняття згідно з інтерпретаційною системою комунікатора. У сфері державних справ комунікативні процеси формують певні парадигми та оціночні рамки для мас, слугуючи підтримці ідеологічної єдності та стандартизації політичної думки серед громадян. Цей процес нерідко стає засобом, за допомогою якого політичні суб'єкти прагнуть встановити домінування над інформаційними каналами.
2. Регулювання свідомості. Комунікація функціонує як механізм у ширшому апараті політичного управління, задіяний як для формування нових прибічників певних ідеологічних позицій, так і для підтримки лояльності наявних прихильників.
3. Поведінковий процес. Ця функція трансформує набуті аудиторією знання та усвідомлення в конкретні мотиваційні сили, що спонукають до політичних дій, сумісних зі стратегічними цілями комунікатора.
4. Ідеологічна конкуренція. Структура та зміст комунікативних зусиль свідомо конструюються таким чином, щоб послабити протилежні політичні позиції та знизити мобілізаційний потенціал конкуруючих програм і цінностей. Цей змагальний вимір політичної комунікації здатний виходити за суто політичні межі, вносячи напруженість у ширші соціальні взаємодії. Така динаміка розкриває бінарну природу політичної комунікації у її сутнісному прояві.
5. Захисна функція. Охоплює необхідні контрзаходи проти інформаційної та психологічної війни, ініційованої політичними суперниками, включаючи оборонні комунікативні стратегії у ширший контекст політичної діяльності.
6. Легітимаційна функція. Шляхом впливу на соціальну динаміку, політична комунікація забезпечує суспільне визнання та прийняття політичної влади.

Значення розмежування цих функцій визначається їхньою роллю як аналітичних рамок, завдяки яким стає можливим вирізнення та дослідження

ефективних технологій, а також вдосконалення методологічного інструментарію політичної комунікації.

2. Легітимація влади як функція політичної комунікації. Проблематику легітимації першим систематично впровадив у контекст політичної науки М. Вебер, хоча питання легітимності та легітимації політики в європейській філософії було поставлено ще Платоном як проблема правильного, доброго, розумного, вправного і справедливого правління.

Фундаментальний процес легітимації політичної влади розгортається крізь призму тривимірної комунікаційної будови, де взаємодія суб'єктів виступає одночасно і каналом, і самостійним процесом, і стратегічною метою зміцнення владних повноважень. У сучасних умовах, коли комунікація визначається як провідний чинник визнання влади, вона трансформується у витончений інструмент раціонального виправдання, цілеспрямованого переконання та всеосяжного впливу на соціальну структуру. Це зумовлює критичну роль новітніх інформаційних технологій, які, розширюючи горизонти маніпулювання громадською думкою, стають безальтернативним фундаментом для вибудовування дієвих механізмів легітимації в цифрову епоху.

З суто технологічної позиції, системне управління легітимацією вимагає моніторингу та контролю як миттєвих, так і довготривалих реакцій учасників комунікативного акту. Ці учасники постають як активні агенти впливу, чия здатність до генерування та ретрансляції суспільних смислів визначає рівень визнання політичного режиму. Взаємні інвестиції соціуму та окремих індивідів у конструкт легітимності перетворюють комунікативну взаємодію на універсальний механізм дистрибуції владних ресурсів у публічному просторі, формуючи специфічне середовище для перманентного обміну та трансформації різних типів легітимності.

У цьому складному дискурсивному полі такі чинники, як військові конфлікти, концентрація фінансового капіталу, символи статусної ієрархії та маркери групової ідентичності, інтегруються з вербальними конструкціями, створюючи цілісну рамку для присвоєння та трансляції легітимних цінностей. Зазначені елементи детермінують глобальну боротьбу за домінування у когнітивній, ціннісній та політико-економічній сферах, екстраполюючи великі наративи на рівень індивідуальних людських доль. Сфера обміну легітимністю функціонує як магістральний вузол соціальної організації, де міфологічні, релігійні, ідеологічні, правові та етнічні дискурси вступають у синергію задля консервації або радикальної реконструкції існуючих соціальних ієрархій.

Особливе місце в цій системі посідає харизматичне лідерство, яке, згідно з веберівською традицією, генерує унікальні технології політичної комунікації - технології харизматизації. Ці специфічні методи спрямовані на штучне конструювання та підтримку виняткових якостей лідера в очах мас, що дозволяє виводити процес легітимації за межі раціонально-правових процедур у сферу емоційної відданості та віри. Таким чином, харизма стає не просто особистісною рисою, а продуктом високотехнологічного комунікаційного дизайну, що забезпечує надзвичайну стійкість владних структур навіть у періоди глибоких системних трансформацій.

Стрімка еволюція інструментарію та засобів конструювання віртуальної реальності радикально змінила ландшафт сучасної політики. Вдосконалення алгоритмів генерації тривимірних графічних об'єктів та інтеграція складних комп'ютерних технологій в опрацювання аудіовізуального контенту кіно- та телеіндустрії, а також їхня всеосяжна експансія у простір глобальної мережі Інтернет, перетворили віртуальність на одну з провідних інстанцій реалізації технологій політичної комунікації.

У цьому новому комунікаційному вимірі віртуальність перестає бути просто цифровим доповненням реальності, натомість вона стає автономним простором, де здійснюється системна легітимація владних структур. Технологічне оперування віртуальними образами дозволяє суб'єктам політики конструювати гіперреальність, у якій владні ініціативи та лідерські якості набувають безпрецедентної переконливості. Використання технологій та маніпулювання цифровим середовищем створюють ефект безпосередньої присутності та залученості громадян, що критично важливо для формування стійкого визнання легітимності влади в епоху, де межа між фізичним та віртуальним дедалі більше розмивається.

3. Сутність технологій політичної комунікації. Природа технологій політичної комунікації полягає в системній організації комунікативних процесів усередині суспільно-політичного простору, де основним вектором активності є культивування та ретельна підтримка специфічних світоглядних парадигм. Це досягається через складне поєднання індивідуальних та колективних рівнів інтерпретації, що в сукупності слугують стратегічним інтересам як панівних, так і опозиційних сил у їхній перманентній боротьбі за здобуття, утримання чи легітимну реалізацію владного ресурсу. Зазначені технології акумулюють у собі розмаїття методів та процедур, спрямованих на конструювання особливих інтерпретаційних рамок (фреймів), крізь які учасники політичного процесу сприймають дійсність, що в кінцевому підсумку визначає стабільність або трансформацію існуючої владної динаміки.

Якщо загальна комунікація може бути процесом стихійної трансляції смислів, то технології політичної комунікації вирізняються своєю виразністю та жорсткою орієнтацією на кінцевий результат. Вони функціонують як стратегічні механізми маніпулювання значеннями, де кожна семантична одиниця стає зброєю у процесі позбавлення опонентів легітимності або акумуляції символічної влади новими акторами.

Ефективність впливу таких технологій значно перевищує просту модифікацію свідомості, оскільки вони спрямовані на саме сприйняття та глибинну інтерпретацію реальності. Принципово важливим аспектом є те, що процес інтерпретації політичних подій часто розгортається поза межами раціональної логіки та критичної рефлексії. Людська психіка у своїй діяльності нерідко спирається на ірраціональний фундамент, де панують потужні емоційні стани: від страху, заздрості та ненависті до віри, надії та всеосяжної любові. Результативність політичного меседжу, таким чином, детермінується рівнем його емоційного резонансу та здатністю викликати інтуїтивне схвалення, а не логічною довершеністю аргументації.

З огляду на підсвідоме прагнення індивіда уникнути виснажливої інтелектуальної рефлексії, тягаря самостійного вибору та відповідальності за його наслідки , що в класичній політології визначається як різні форми «втечі від свободи», більшість суспільних інтерпретацій залишаються спонтанними, стереотипізованими та внутрішньо суперечливими. Це перетворює політичну комунікацію на мистецтво управління ірраціональним, де успіх суб'єкта залежить від точності попадання в емоційний архетип аудиторії.

За умов застосування комунікаційних технологій зміст передається і конструюється не стільки через раціональне сприйняття чи аналітичне мислення, скільки через емоційну залученість, емпатію та інтуїцію.

Технології політичної комунікації посідають чільне місце серед механізмів спрямування суспільно-політичних процесів. Кожна окрема технологічна модель розробляється для реалізації чітко визначених цілей та інтегрується у специфічні сфери соціального життя, де її результативність безпосередньо залежить від пізнавальних механізмів, що визначають спосіб інтерпретації політичної реальності ключовими акторами. Ефективність політичного впливу в довгостроковій перспективі досягається не через епізодичні акти, а завдяки скоординованому та системному впровадженню всього спектру комунікаційних інструментів. Поєднання взаємодоповнюючих технологій дозволяє не лише оптимізувати використання наявних ресурсів, а й забезпечити пролонговане закріплення результатів, перетворюючи ситуативну підтримку на стійку політичну лояльність.

Центральним об’єктом і, водночас, головною мішенню цих технологій виступає громадська думка, яка в руках досвідченого комунікатора перетворюється на стратегічний важіль управління колективною поведінкою соціуму. Суб’єкти владних відносин, прагнучи максимізувати власні преференції, нерідко віддають перевагу штучному конструюванню та моделюванню суспільних настроїв замість сприяння їх вільному формуванню. Це призводить до виникнення складних систем керованої рефлексії, де громадська думка стає не стільки джерелом влади, скільки продуктом технологічної обробки.

Фундаментальна трансформація медіасфери зумовила незворотну генезу модифікацій політичного діалогу. У цьому еволюційному процесі дослідники виокремлюють три ключові стадії, що базуються на специфіці медіа-ефектів. Початковий етап характеризувався моделлю «підшкірної комунікації», де вплив засобів масової інформації сприймався як прямий, потужний та невідворотний. Згодом на зміну їй прийшла парадигма обмеженої комунікації, яка акцентувала увагу на вибірковості сприйняття, розглядаючи медіа-ефекти як рідкісні та випадкові явища.

Сучасна фаза описується як етап «тонкої» або поміркованої комунікації. Хоча пряме переконання через екран сьогодні може бути менш ефективним, ніж раніше, на перший план виходять більш витончені методи латентного впливу. До них належать технології **формування порядку денного** (agenda-setting), **праймінг** (актуалізація певних тем у свідомості) та **фреймінг** (задання контексту інтерпретації). Ці методи забезпечують стійкий кумулятивний ефект, особливо у певних соціальних категорій та за специфічних умов політичного циклу.

Історично занепокоєння щодо всемогутності масової інформації зростало паралельно з розвитком преси, радіо та кінематографа. Вчені повоєнного періоду, травмовані досвідом тоталітарної пропаганди, схилялися до думки, що масові аудиторії є беззахисними перед «підшкірними» ін’єкціями ідеологічних меседжів. Цей страх підживлювався розповідями про колективну істерію, наприклад, під час відомої радіопостановки «Війни світів» Г. Веллса, що стала хрестоматійним символом вразливості людської психіки перед обличчям технологічно досконалої політичної комунікації.

Наукові пошуки у сфері політичної комунікації тривалий час були зосереджені на інструментах впливу, здатних забезпечити ефективне управління масовою політичною свідомістю. Фундаментальний внесок у розробку цієї проблематики зробив дослідник Гарольд Лассвелл, який одним із перших артикулював ключову роль процесів масової комунікації у реалізації пропагандистських стратегій. У праці «Структура і функції

комунікації в суспільстві» він презентував п’ятиступеневу лінійну модель, яка згодом набула статусу класичної парадигми в політичній науці.

За Лассвеллом, масова комунікація постає як суворо цілеспрямований акт, де активний суб’єкт (комунікатор) здійснює масований вплив на об’єкт (аудиторію) через специфічно сконструйовані повідомлення. Цей процес опосередковується інституційними каналами мас-медіа, які залучають до своєї орбіти атомізовану аудиторію - розпорошену сукупність індивідів, позбавлених міцних горизонтальних зв’язків і солідарності. Споживання ідеологічного контенту через такі вертикальні, монологічні канали неминуче призводить до ерозії критичного мислення, що дозволяє стратегічному ініціатору комунікації - пропагандисту ефективно моделювати колективні уподобання, використовуючи символічні коди, які знаходять резонанс у глибинних шарах масової психіки.

Подальший розвиток технологій політичного впливу пов’язаний з ім’ям дослідника Карла Ховланда, який розробив Єльську комунікаційну модель, перенісши акцент на трансформацію індивідуальних психологічних установок як необхідну передумову зміни загальносуспільної думки. Спираючись на лассвеллівський підхід, Ховланд деталізував структуру інформаційної обробки, виокремивши джерело, повідомлення, аудиторію та її реакцію як взаємозалежні змінні. Він довів, що легітимація політичного меседжу є багатоетапним процесом, успіх якого визначається здатністю спочатку привернути увагу, забезпечити розуміння, домогтися їх прийняття та, зрештою, гарантувати довготривале збереження інформації в пам’яті. Важливим відкриттям Ховланда стала нерівномірність процесів забування, а також доведена ефективність двосторонньої, діалогічної пропаганди. Остання виявилася критично важливою у роботі з вороже налаштованою або скептичною аудиторією, де прямий тиск поступається місцем складним стратегіям аргументації та контраргументації.

Принциповий зсув у розумінні механізмів медіа-впливу відбувся завдяки дослідженням Пола Лазарсфельда, який піддав сумніву концепцію прямої «ін’єкції» ідей у свідомість мас. У своїй знаменитій двоступеневій моделі інформаційного потоку Лазарсфельд продемонстрував, що суспільство не є однорідною мішенню, а має складну внутрішню архітектуру з вираженими вузлами впливу лідерами думок.

Згідно з цією теорією, засоби масової інформації не чинять прямого тиску на пересічного громадянина, натомість їхній контент спочатку засвоюється та інтерпретується лідерами думок - найбільш активними та авторитетними членами мікрогруп. Саме вони, переосмислюючи медійні повідомлення та насичуючи їх власними оціночними судженнями,

виступають ретрансляторами змінених смислів у своїх соціальних мережах. Таким чином, лідери думок стають головним об'єктом і, водночас, найефективнішим інструментом політичних комунікаційних технологій, забезпечуючи легітимацію політичних ідей через механізми міжособистісної довіри та локального авторитету.

Спадщин Уолтера Ліппманна, у праці «Громадська думка» заклала підвалини критичного розуміння механізмів масового сприйняття. Дослідник переконливо обґрунтував тезу про те, що суспільна свідомість оперує не безпосередніми політичними реаліями, а стійкими конструктами - стереотипами. Засоби масової інформації в цій системі виступають не просто ретрансляторами, що формують ці спрощені образи на основі фрагментарних знань та поверхневих суджень аудиторії. У такий спосіб масова комунікація конструює специфічне псевдосередовище, яке стає для індивіда єдино доступною реальністю. Це штучно створене інформаційне поле витісняє об'єктивну дійсність, суттєво обмежуючи здатність соціуму до самостійного критичного аналізу та перетворюючи політичний процес на маніпуляцію символами, а не фактами.

Продовжуючи аналіз механіки комунікативного впливу науковці Г. Джоветт і В. О'Доннелл у роботі «Пропаганда і переконання» розглядають пропаганду як гранично цілеспрямовану та систематичну технологію. Згідно з їхньою концепцією, сутність цього процесу полягає в агресивному формуванні сприйняття та маніпулюванні свідомістю для програмування конкретних поведінкових реакцій, що відповідають намірам суб'єкта впливу. Проте автори зауважують важливий нюанс, що результативність такої комунікації не завжди базується на примусі. За певних умов висока якість пропагандистського меседжу може сприяти тимчасовому зміцненню довіри навіть між антагоністичними сторонами, що робить її витонченим інструментом м'якої сили та соціальної інженерії.

Сучасна цифрова ера внесла радикальні корективи у будову політичних комунікацій. Експансія Інтернету та домінування цифрових платформ призвели до фактичного зближення класичної політичної комунікації та пропаганди, роблячи їхню різницю дедалі складнішим завданням. Сьогодні м'яка сила цифрового впливу базується на п'яти фундаментальних принципах: технологічній дієвості, енциклопедичності охоплення інформації, візуальній привабливості контенту, логічній структурованості та досконалій функціональності. Ці чинники перетворюють цифрові платформи на ідеальне середовище для розгортання політичних стратегій, де технологічна довершеність інтерфейсу стає не менш важливою за ідеологічний зміст повідомлення.

Децентралізований за своєю природою характер цифрових технологій уможливив надлишкове продукування інформації в мережі та надав окремим користувачам змогу створювати інформацію, обмінюватися нею та публічно реагувати на неї. Ця «логіка мережевих медіа» означає, що люди є водночас і членами аудиторії, і виробниками контенту, і одержувачами, і повноцінними учасниками.

Трансформація глобальної мережі на початку 2000-х років, пов'язана з появою та стрімкою експансією таких платформ, як Вікіпедія, YouTube, Facebook та Twitter, докорінно змінила структуру суспільної взаємодії. Епоха Веб 2.0 ознаменувала перехід від децентралізованого контролю до влади соціальних мереж, що базуються на горизонтальних зв'язках, переплетінні спільнот друзів, колег та родичів. У цьому новому цифровому ландшафті аудиторія перестала бути пасивною, роз'єднаною масою; вона зазнала якісної метаморфози, ставши активним творцем контенту. Цифрові технології вмонтували політичний дискурс безпосередньо у соціальний контекст, що вимагає від дослідників осмислення політичної комунікації насамперед крізь призму міжособистісного спілкування та мережевої логіки.

Наслідком такої структурної перебудови стала поява специфічних технологій, таких як ехо-камери та політичні боти, що функціонують як потужні інструменти конструювання нової політичної реальності. Перехід мас від традиційних засобів масової інформації до цифрових платформ створив сприятливе середовище для підкріплення або радикальної зміни переконань за допомогою алгоритмічного впливу. Дослідники К. Діас Руїс та Т. Нілссон детально проаналізували двофазну дезінформаційну технологію, яка спирається на механіку ехо-камер (закритих інформаційних просторів), де певні наративи циркулюють без критичної перевірки, посилюючи існуючі упередження та створюючи ефект інтелектуальної ізоляції.

У цьому процесі особлива роль відведена політичним ботам, які використовуються для реалізації деструктивних стратегій у публічному дискурсі. Імітуючи добові ритми та трафік реальних користувачів, ці автоматизовані агенти стають невидимими диригентами громадської думки. Вони штучно посилюють необхідні наративи, провокують гостру поляризацію суспільства та ставлять під сумнів цілісність і достовірність демократичного обговорення.

Таким чином, сучасні технології політичної комунікації еволюціонували у складні механізми управління інтерпретаціями, де інтерактивність та контент, створений користувачами, стають важелями для зміцнення або послаблення владних позицій політичних акторів у глобальному цифровому вимірі.

Глосарій термінів і понять до теми

Політична комунікація - механізм, за допомогою якого повідомлення трансформують когнітивні моделі та поведінкові прояви учасників політичного процесу

Технології політичної комунікації - складні способи та процедури поширення інформації, що генерують певні публічні інтерпретації, вигідні задіяним політичним акторам

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкрийте зміст і напрями досліджень політичної комунікації.
2. Проаналізуйте функції політичної комунікації.
3. Охарактеризуйте легітимацію влади як функцію політичної комунікації.
4. Розкрийте типологію та сутність технологій політичної комунікації.
5. Проаналізуйте ґенезу та віртуалізацію політичної комунікації.
6. Проєктування кампанії з легітимації: уявіть, що новообраний орган місцевого самоврядування впроваджує непопулярну, але необхідну реформу (наприклад, зміну системи збору сміття або реорганізацію руху в центрі міста).

Завдання: Складіть план комунікаційних заходів (3-4 кроки), спрямованих на *легітимацію* цього рішення. Вкажіть, які канали комунікації та типи повідомлень ви використаєте, щоб перетворити пасивний супротив громади на згоду та підтримку.

7. Аналіз комунікаційних технологій у соцмережах.

Завдання: Оберіть офіційну сторінку відомого українського політика або державного органу у Facebook чи Telegram. Проаналізуйте останні 5 публікацій та визначте: які технології політичної комунікації там переважають (інформування, маніпулювання емоціями, створення образу «свого хлопця», прямий діалог)? наскільки ефективно реалізується зворотний зв’язок із аудиторією (робота з коментарями, реакції)?

Рекомендована література

Висоцький О. Ю. Електронна дипломатія як інструмент пропаганди. *Політологічний вісник*. 2018. Вип. 81. С. 51–59.

Висоцький О. Ю. Комунікативний вимір легітимності міжнародного права. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. Спеціальний випуск. 2021. № 2 (116). С. 81–92.

Вонсович С. Г. Політична маніпуляція у міждисциплінарному контексті: основні підходи. *Регіональні студії : наук. зб.* 2024. Вип. 36. С. 22–26.

Кравець А. Ю. Політичний інтернет-простір: потенційні можливості та реальні виклики. *Політичне життя*. 2025. № 1. С. 114–119.

Кропивко В. Політична реклама у публічній комунікації: між державним регулюванням та ринком. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2022. Вип. 43. С. 282–288.

Махно Ю. Політична участь: сутність поняття та функції. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. Вип. 17. С. 132–137.

Музиченко Г. В. Ефективність каналів поширення політичної реклами в президентських виборчих кампаніях 2014 та 2019 років в Україні. *Регіональні студії*. 2020. № 22. С. 33–40.

Почапська О. І. Провокація як спосіб заграваннz з аудиторією в сучасних Інтернет-ЗМІ (на прикладі журналу «Український тиждень»). *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 207–212.

Популістські орієнтації в українському суспільстві : монографія / за наук. ред. О. Резніка. Київ : Інститут соціології НАН України, 2024. 250 с.

Романенко О. В. Чинники формування громадської думки в системі політичних PR. *Юридична психологія*. 2019. № 1 (24). С. 39–45.

Світла В. В. Політичне структурування громадської думки: теоретичні засади дослідження. *Регіональні студії*. 2020. № 23. С. 54–57.

Технології сучасних міжнародних відносин : колективна монографія / І. В. Іщенко, О. Ю. Висоцький, В. О. Пермінов та ін. ; за заг. ред. І. В. Іщенка. Дніпро : Акцент ПП, 2021. 292 с.

Третяк О. А., Торяник В. М. Публічна політика як чинник формування громадської думки: значення для сучасного партійного будівництва. *Політичне життя*. 2023. № 3. С. 35–40.

Шабанов М. О. *Сучасні політичні режими: концептуальні засади та практичний вимір* : навч. посіб. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2022. 143 с.

Шманатов М. С. Цифрові технології як фактор впливу на політичні процеси: спроба концептуалізації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології»*. 2021. Вип. 40. С. 23–29.

Alrufaiey H. S., Alrikabi A. A. A pragmatic analysis of effective political communication from a relevance-theoretic perspective. *Arab World English Journal*. 2024. Vol. 15 (1). P. 91–116.

Banga B. Political communication and promotion through cinema. *Recent Trends in Business and Management*. Ghaziabad, 2023. P. 76–87.

Boulianne S., Larsson A. O. Comparative digital political communication: Comparisons across countries, platforms, and time. *Social Science Computer Review*. 2024. Vol. 42 (5). P. 1092–1100..

Coles S. M., Lane D. Race and ethnicity as foundational forces in political communication: Special issue introduction. *Political Communication*. 2023. Vol. 40 (4). P. 367–376.

Holmes M. Digital diplomacy: Projection and retrieval of images and identities. In: *The Oxford handbook of digital diplomacy* / ed. by C. Bjola, I. Manor. New York : Oxford University Press, 2024. 29-44p.

Kholisoh N. The role of spin doctor in political communications to win the most votes. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. 2023. Vol. 8 (1). P. 157–168.

Kim J., Rojas H. How does political communication relate to perceived extremity of partisans and their divides? *Communication Studies*. 2024. Vol. 76 (1). P. 48–71.

Тема 9. Популізм та його роль у контексті практичної політології

Навчальні питання

1. Популізм у системі політичної комунікації
2. Загрози і небезпеки популізму
3. Поширення популізму в розвинутих та перехідних суспільствах
4. Формування масового запиту на популізм за умов суспільних трансформацій в Україні

1. **Популізм у системі політичної комунікації.** Генезис та динаміка популістських ідей у соціумі постають як специфічне відображення суспільної структури на інтенсивні соціальні трансформації, що супроводжуються розмиванням звичних ідентичностей. У цьому контексті формується цілісна система популістських установок-орієнтацій, яка функціонує як механізм неґативної та протестної мобілізації, насамперед, серед маргіналізованих та аполітичних верств населення. Цей рух спрямований проти усталеного політичного класу, визначається глибоким відчуттям відчуження. Спираючись на класичну концепцію Г. Алмонда та С. Верби, які інтерпретували політичну культуру крізь призму пізнавальних, афективних та оцінювальних орієнтацій індивідів стосовно владної системи, цілком обґрунтованим є трактування популізму як органічного, хоча й руйнівного елемента політичної культури певних суспільств.

У межах сучасної політичної соціології найбільш авторитетним визначенням популізму вважається дефініція К. Мадде, який окреслює це явище як «тонку» ідеологію. Її центральним постулатом є радикальний поділ соціуму на дві однорідні та неминуче антагоністичні групи: доброчесний (простий народ) та корумповану, відірвану від реальності еліту. Відповідно до цієї логіки, політика має бути не компромісом інтересів, а безальтернативним вираженням спільної волі народу. Дослідник Б. Стенлі

доповнює цей аналіз, виокремлюючи ключові ідейні компоненти феномену, серед яких домінують ідея народного суверенітету та акцентована бінарна опозиція, де позитивне забарвлення народу нерозривно пов'язане з тотальним очорненням еліти.

Систематизація наукових поглядів дозволяє виокремити чотири засадничі ідеї, що складають ядро популістського світосприйняття. По-перше, це презумпція існування двох складників: народу та правлячої верхівки. По-друге, твердження про їхній фатальний антагонізм, за якого виживає лише один. По-третє, моралізаторська оцінка, де народ наділяється винятковою доброчесністю, а еліта піддається зневазі як осередок корупції. Зрештою, це призводить до вимоги повернення політики до її джерела - волі народу як єдиної основи легітимності.

На основі цих положень дослідники констатують, що структура популістських орієнтацій неминуче включає народоцентризм, антиелітизм, радикальний антиплюралізм та маніхейський світогляд, де політична боротьба сприймається не як конкуренція програм, а як зіткнення абсолютного добра з абсолютним злом.

Аналізуючи структуру популістського розуміння, варто зауважити, що народоцентризм постає як фундаментальна опора цієї ідеології. У межах популістської риторики концепт «народ» набуває специфічних семантичних відтінків - від «об'єднаної нації» до «звичайних людей», що апелюють до ідеалізованого образу «мовчазної більшості». Ця спільнота змальовується як доброчесна, незаплямована та морально вища за будь-які владні структури, що яскраво ілюструється відомими метафорами про «маленьких українців». Однак таке розуміння абсолютної однорідності «доброго народу», об'єднаного монолітними цінностями, входить у радикальну суперечність із плюралістичним сприйнятям суспільством. Плюралізм розглядає суспільство як динамічну й неоднорідну мережу індивідів та груп із почасти антагоністичними інтересами, тоді як популізм штучно поглиблює прірву між елітою та масами, нівелюючи внутрішні відмінності всередині самого народу.

Логічним продовженням народоцентризму виступає специфічна інтерпретація народного суверенітету, де суверенна влада мислиться як безпосереднє й абсолютне право народу визначати політичний курс. У цій системі координат воля мас стає єдиним і межовим джерелом легітимності, що девальвує роль фахової компетентності та професіоналізму в управлінні державою. Популістські орієнтації продукують запит на представництво «звичайними громадянами», протиставляючи їх «зарозумілим фахівцям», які ніби втратили зв'язок із реальним життям. Антиелітаризм виражається у

тотальній делегітимації еліти як егоїстичної верстви, що ігнорує потреби простої людини, перетворюючи політичну боротьбу на акт моральної відплати.

Популізм заперечує необхідність складних політичних компромісів та посередницьких органів, розцінюючи їх як перешкоди на шляху до реалізації волі більшості. Замість багаторівневого діалогу пропонується плебісцитарна політика, що неминуче веде до екстремальної персоналізації влади. Це пояснює феномен харизматичного лідерства, оскільки популістські рухи, зазвичай, структуруються навколо вождя, який є живим втіленням народного духу, що зумовлює створення жорстко централізованих, вождистських партійних організацій, де інституційна стабільність приноситься в жертву особистому авторитету лідера.

Маніхейський світогляд у системі популістських координат є радикальною моделлю, що трансформує складну політичну реальність у гранично спрощений дуалізм Добра і Зла. Ця ментальна структура ґрунтується на безкомпромісному розмежуванні політичного світу на «нас» і «них», де «ми» - це монолітний, морально чистий і добропорядний народ, а «вони» - привілейована, корумпована та ворожа еліта. Антагонізм у такому сприйнятті набуває характеру, де будь-яке відхилення від волі «народу» трактується не як альтернативна позиція, а як прояв морального розпаду. Категорія «чужих» може розширюватися, включаючи до переліку ворогів не лише політичний істеблішмент, а й носіїв відмінних поглядів, етнічні меншини чи іммігрантів, які маркуються як загроза цілісності народного тіла.

Відтак, популістські орієнтації слід інтерпретувати як цілісну сукупність щодо політичного представництва, які виникають як форма протестної мобілізації у відповідь на травматичні соціальні трансформації. Проте самі лише несприятливі економічні чи соціальні умови не є визначальними успіху популізму. Для його інституціоналізації необхідна потужна ідеологічна рамка, яка надає змісту колективним страхам. Дослідник Дж. Форґас визначає популізм як архаїчну, колективістську та по суті «племінну» ідеологію. Вона не просто протиставляє народ гнобителям, а ідеалізує власну групу як абсолютну моральну цінність, водночас легітимізуючи автократичні тенденції та заперечуючи індивідуальні свободи й права меншин заради міфічної єдності.

Сучасний політичний ландшафт демонструє диференціацію популізму на ліві та праві відгалуження, кожне з яких використовує специфічні механізми мобілізації. **Правий популізм** спирається на ідеологеми - ксенофобські модифікації націоналізму, що апелюють до традиційного порядку, консервативних цінностей та суворої ієрархії. Натомість **лівий**

популізм експлуатує форми економічної, гендерної та етнічної нерівності, пропонуючи утопічні ідеї соціальної справедливості. Спираючись на засади культурного марксизму та політики ідентичності, ліві популісти пропагують практики позитивної дискримінації та радикальний перерозподіл ресурсів. У своєму крайньому прояві цей напрям тяжіє до нео-трайбалізму та тоталітарних методів управління, таких як «культура виключення», необґрунтовані публічні звинувачення та системні переслідування інакодумців, що зводить складну соціальну взаємодію до агресивного нав'язування волі однієї групи над іншими.

Досліджуючи психологічну природу популізму, Дж. Форґас акцентує увагу на специфічних вразливостях людської психіки, які стають підґрунтям для стрімкого поширення цієї ідеології. Одним із центральних чинників є глибинна потреба в позитивній груповій ідентичності, що загострюється в періоди соціальної невизначеності та відчуття втрати сенсів. У таких умовах індивід шукає прихистку в приналежності до ідеалізованої групи, що нерідко трансформується у феномен колективного нарцисизму. Це явище характеризується приписуванням власній групі (народу) ілюзорних чеснот та фіктивних історичних досягнень, що виступає надійним індикатором готовності особи приєднатися до популістських рухів.

Паралельно з цим, популістські наративи задовольняють ментальну потребу у визначеності, пропонуючи максимально спрощену чорно-білу типологію світу. Поділ реальності на елементарні категорії «ми» та «вони», «добрі» та «погані» дозволяє індивіду уникнути складного аналізу суперечливих соціальних процесів, замінюючи його комфортними, але стереотипізованими ментальними схемами.

Вирішальну роль у механізмах популістської мобілізації відіграють **емоційні процеси**, де страх, гнів та образа стають паливом для політичної агресії. Страх, як еволюційний механізм, змушує шукати безпеку в жорстких колективних нормах та виявляти нетерпимість до будь-яких відхилень. Гнів, своєю чергою, призводить до звуження фокусу, концентруючи увагу виключно на об'єкті відплати. Культивування жалю за втраченим минулим породжує вимогу задоволення, що нерідко трансформується в емоцію, яка легітимізує насильство та дегуманізує призначених «ворогів», виводячи їх за межі моральної спільноти.

Зрештою, популізм пропонує своїм послідовникам моральний абсолютизм, який становить фундаментальну загрозу для демократичного ландшафту. Ця модель заперечує легітимність будь-якої альтернативної позиції, оскільки власна точка зору афішується як єдино правильна і доброчесна. У такому дискурсі будь-яка опозиція автоматично таврується як

зло, що робить компроміс неможливим. Для правих популістських течій такий абсолютизм найчастіше базується на релігійних, етнічних або націоналістичних системах цінностей, які створюють ілюзію непогрішності та забезпечують високу психологічну привабливість ідеології для тих, хто прагне безальтернативних істин.

Аналіз еволюції та стійкості популістських орієнтацій виокремлює **переконання** як один із найпотужніших психологічних важелів впливу. Людина за своєю природою прагне передбачуваності та безпеки, і саме цей постійний пошук стає мішенню для популістської риторики. Як наслідок, виникає серйозна небезпека повної втрати комунікативної взаємодії між різними соціальними групами, що замикаються у власних «бульбашках» абсолютної істини.

Глибинною біологічною та соціальною основою успіху популізму виступає **трайбалізм**. Здатність формувати згуртовані мікрогрупи була запорукою виживання виду, і популістські технології майстерно експлуатують цю схильність, пропонуючи послідовникам відчуття беззастережної належності та чітко детермінованого статусу. Трайбалістські наративи стають особливо привабливими для верств, що відчувають травматичний груповий досвід або відсутність особистих досягнень. У такому контексті популізм пропонує зручну схему пояснення реальності, побудовану на темах історичної несправедливості, зради еліт та ментальності жертви, що потребує негайного колективного захисту.

Центральним елементом стратегії є конструювання специфічних популістських історій-наративів, які задовольняють пізнавальні обмеження мас і спрямовують їхні емоції в необхідне русло. Ці розповіді часто насичені утопічними та месіанськими ідеями, що обіцяють досконале майбутнє в обмін на лояльність та жертви. Особливої уваги заслуговує феномен «великої брехні». Чим зухвалішою є фальсифікація, тим менше шансів у послідовників розпізнати її, оскільки вона стає частиною їхньої ідентичності. Доповнюють цю картину конспірологічні теорії змов, які дарують вірянам відчуття привілейованого знання та власної значущості у боротьбі проти «невидимих ворогів».

Інституційна стійкість популістських рухів неможлива без харизматичного лідерства. Лідер-популіст виступає як символічне втілення справи, монополізуючи роль остаточного арбітра групи. Його мова - це інструмент спрощення: вона відверта, позбавлена півтонів та надзвичайно ефективна для аудиторії, що перебуває у стані тривоги через складність сучасного світу. Харизматик пропонує прості відповіді на складні запитання, конвертуючи соціальну невизначеність у політичну підтримку.

2. Загрози і небезпеки популізму: Провідні західні дослідники, зокрема дослідники Н. Урбінаті, С. Левітськи та К. Руменс констатують, що популістські рухи, попри їхню демократичну риторику, несуть у собі деструктивний потенціал, здатний розмити самі засади ліберального світопорядку. Основна небезпека полягає в апеляції до абсолютистської концепції мажоритарного суверенітету, яка, де-факто, вступає у суперечність із засадничими принципами конституціоналізму: верховенством права, поділом гілок влади та системою стримувань і противаг. Відкидаючи складність представницької демократії як «крадіжку влади у народу», популісти пропонують спрощені механізми прямого народовладдя, які часто стають ширмою для встановлення авторитаризму та пригнічення прав меншин.

Популістська стратегія базується на тотальній делегітимації політичного істеблішменту, який звинувачується у глухоті до потреб громадян. Позиціонуючи себе як єдиних справжніх рятівників демократії, такі лідери активно експлуатують інструменти референдумів та громадянських ініціатив не для посилення народовладдя, а для легітимації власного волюнтаризму. Наслідком приходу до влади подібних сил стає системна дестабілізація соціального порядку: повага до державних інститутів стрімко нівелюється, політичний клас піддається агресивній демаркації, а в суспільстві культивуються ксенофобія та архаїчні форми конфронтації. Це веде до глибокого розколу соціуму, де кожна спроба раціонального діалогу підміняється емоційним зіткненням та соціальною деструкцією.

Водночас, у науковому середовищі існує менш поширена, проте вагома точка зору, що пропонує розглядати популізм не лише як загрозу, а й як специфічний «демократичний коректив». Прибічники цього підходу, зокрема дослідник М. Канован, вказують на те, що популістська мобілізація часто є симптомом реальних дисбалансів у політичній системі. Через залучення маргіналізованих груп, чиї інтереси тривалий час ігнорувалися традиційними партіями та медіа-елітами, популізм може зробити політичний процес більш поглибленим, змушуючи владу реагувати на приховані соціальні виразки. Популізм постає як жорстке нагадування про необхідність чуйності урядів до народного голосу, виступаючи своєрідним санітаром демократії, який, попри свою проблематичність, змушує систему до самооновлення та відновлення зв’язку з електоратом.

Зауважимо, що популізм має два основні принципи: він претендує на те, щоб говорити від імені простих людей та протистояти елітному істеблішменту, який заважає їм реалізовувати свої політичні уподобання. Ці два основні принципи по-різному подаються різними популістськими

партіями, лідерами та рухами. Неоднозначність термінів «народ» і «еліта» призводить до того, що основні принципи народоцентризму та антиелітизму можуть використовуватися для різних цілей.

Проблема розширення політичної участі громадян у сучасній публічній сфері нерозривно пов'язана з мобілізаційними зусиллями популістських сил. У межах популізму політична активність презентується як вища форма прямої демократії, що покликана стати альтернативою «дефектній» представницькій системі. Проте громадяни, що поділяють популістські гасла, часто демонструють високу міру пасивності та небажання брати на себе відповідальність за управлінські рішення. Сутність цього феномену полягає в тому, що електорат прагне не стільки безпосереднього владарювання, скільки наявності «співчутливого» уряду, який би втілював їхні очікування без необхідності глибокого залучення самих громадян до складних політичних процедур.

Так, особи зі стійкими популістськими переконаннями активно підтримують ідею референдумів та дорадчих форм участі на декларативному рівні, проте на практиці вони не виявляють вищої виборчої активності чи готовності до тривалих протестних акцій порівняно з іншими верствами. Водночас, популістські настрої здатні стимулювати позаінституційні форми активності, підписання петицій або цифрову активність у мережах, що живиться почуттям групової ідентичності та моральним обуренням. Таким чином, популізм має потенціал лише частково скорочувати соціально-економічні розриви в участі, зміщуючи фокус із традиційних демократичних процедур на емоційно забарвлений онлайн-активізм.

Західна наукова думка акцентує увагу на тріаді загроз, які глобальний популізм несе демократичному устрою: поглиблення соціальної поляризації, що руйнує єдність соціуму; системна деградація та розмивання формальних політичних інститутів; поступове згасання реальної громадянської активності за фасадом гучних гасел. Дані аналітичних звітів, зокрема Deutsche Bank, свідчать, що сучасний рівень популістських настроїв досяг критичних позначок, небачених з кінця 1930-х років періоду, коли подібні тенденції завершилися крахом демократій та встановленням тоталітарних диктатур. Особливо тривожною є динаміка у Східній Європі, де зростання популізму відбувається найбільш стрімко, загрожуючи стійкості молодим демократичним інституціям.

Поширення популізму в розвинених країнах та суспільствах перехідного типу зумовлене глибокою дезорієнтацією населення перед глобалізацією. Процеси деіндустріалізації в західному світі призвели до упослідження традиційного середнього класу, який втратив звичні економічні гарантії. Це,

у поєднанні з інтенсифікацією міграційних потоків, створило важливе середовище для популістських ідей та загострення конфліктів між автохтонним населенням і прибульцями. У такому контексті популістське розмежування на «народ» та «еліту» стає для дезорієнтованих індивідів простою та привабливою матрицею пояснення світу, де всі соціальні негаразди списуються на зраду владної верхівки, що ігнорує національні інтереси заради глобальних проєктів.

Огляд профілю носіїв популістських орієнтацій свідчить, що це, переважно, особи, які опинилися у вразливому економічному стані або переживають кризу соціальної ідентичності. Глобалізаційні процеси та технологічні зрушення часто залишають населення з почуттям політичного безсилля. Для дезорієнтованих індивідів популістська дихотомія «Ми - Народ» проти «Вони - Еліта» стає рятівною моделлю. Вона дозволяє показати причини власних невдач та життєвої невпевненості, перекладаючи відповідальність на зовнішні чинники, що перебувають поза межами їхнього безпосереднього контролю.

Важливо розрізняти функціональне призначення популістських орієнтацій залежно від політичного режиму. У демократичних суспільствах популізм виступає як форма акумуляції соціального незадоволення. Його мета - делегітимація чинного політичного класу та приведення до влади позасистемних гравців, які обіцяють радикальний розрив зі старим порядком.

В авторитарних суспільствах популістські механізми стають інструментом мобілізації «знизу» на підтримку діючого режиму. Тут він функціонує як засіб штучної легітимації влади через імітацію народної підтримки та таврування опозиції як «ворогів народу».

Показовими, що демонструє складність та іноді парадоксальність популістських настроїв, стали президентські вибори у США 2016 року. Частина електорату, об’єднана протестним потенціалом проти істеблішменту, спочатку тяжіла до лівого популізму Берні Сандерса з його акцентом на економічній справедливості. Однак після його виходу з перегонів ці самі виборці віддали перевагу правому популісту Дональду Трампу. Це підтверджує тезу про те, що для носіїв таких орієнтацій антиелітарний пафос та обіцянка «зламати систему» часто виявляються вагомішими за конкретний ідеологічний вектор (правий чи лівий).

Зростанню нерівності та, відповідно, популізму сприяє кілька повільних структурних трендів. Передусім, це зростання імпорту, насамперед, після вступу Китаю до Світової організації торгівлі у 2001 році, що призвело до скорочення робочих місць у промисловості для людей із відносно невисоким рівнем освіти. Другий повільний тренд - автоматизація впродовж останніх

20–30 років, що також збільшує нерівність. Нові робочі місця створюються у низькокваліфікованих чи висококваліфікованих послугах, тоді як середні «рутинні» робочі місця зникають завдяки офшорингу та автоматизації.

Генеза сучасних нерівностей у доходах і загальному добробуті значною мірою визначається переходом до економіки знань. Основна додана вартість зосереджується в інтелектуально містких галузях, що автоматично створює прірву між висококваліфікованими фахівцями та представниками традиційних професій. Ситуація ускладнюється технологічною автоматизацією, яка вимиває робочі місця середньої ланки, та мобільністю глобальних потоків капіталу, що дозволяє транснаціональним корпораціям мінімізувати витрати, часто ігноруючи інтереси національних ринків праці. Це відчуття упосліджености неминуче посилює народне обурення, об'єктом якого стають традиційні політичні класи. Останні звинувачуються у неспроможності захистити «звичайну людину» від стихії глобального ринку, що створює ідеальні умови для легітимації популістських наративів.

В аналізі практичної політології особливе місце посідає парадоксальний феномен електоральної поведінки в розвинених країнах. Сучасний виборець часто виявляє високий рівень прагматизму, навіть підтримуючи радикальні гасла. Мешканці постіндустріальних держав можуть цілком усвідомлювати, що популістські заходи, такі як протекціонізм чи обмеження міжнародної торгівлі, сповільнюють глобалізаційні процеси та можуть негативно вплинути на загальне економічне зростання країни в довгостроковій перспективі.

Проте голосуючи за популістів, громадяни сподіваються не стільки на примноження національного багатства, скільки на стримування подальшого поглиблення нерівності. У цьому контексті популізм розглядається виборцем як інструмент примусового перерозподілу ресурсів та захисту свого соціального статусу, навіть якщо ціною такого захисту буде загальне сповільнення економічної динаміки. Таким чином, політична участь стає способом вираження протесту проти системи, яка забезпечує зростання лише для обраних.

Роль культурних чинників пов'язана з ідентичністю та усвідомленням того, що добре, а що погано. Інший чинник - міґрації. Люди занепокоєні тим, що міґранти або біженці не поділяють тих самих цінностей та підривають стійкість соціальної структури. Важливим моментом є також еміґрація молоді зі Східної Європи до Західної, пов'язана з втратою національної ідентичності цих країн. Загальне пояснення сплеску популізму пов'язане зі швидким зростанням еміґрації в останні десятиліття, кризою біженців 2015 року через війну в Сирії та активізацією культурних протиріч, що давно

накопичилися. Не слід забувати і про технологічний чинник, коли популісти виграють від розвитку Інтернету та соціальних мереж.

Аналіз чинників зміни масової підтримки популістів традиційно робить акцент або на економічній нерівності й депривації, або на соціокультурних чинниках, пов'язаних зі зміною культурних цінностей чи важливістю соціальних ідентичностей.

Генезу сучасного популізму неможливо звести виключно до економічних детермінант. Важливою аналітичною моделлю для розуміння цього явища є теза про культурну реакцію, яка розглядає підтримку популістських партій як форму ідеологічного опору глибоким соціокультурним трансформаціям останніх десятиліть. В основі цієї теорії лежать праці Р. Інґлгарта та П. Норріс, які пов'язують успіх популістських рухів із наслідками так званої «тихої революції», масштабного переходу західних суспільств до постматеріалістичних, прогресивних цінностей (космополітизму, мультикультуралізму, гендерної рівності та екологізму).

Згідно з цією моделлю, стрімка еволюція ціннісного ландшафту викликала потужну «контрреволюційну ретро-реакцію». Цей спротив є найбільш виразним серед представників старшого покоління, осіб із базовим рівнем освіти та соціальних груп, які історично складали більшість, але нині відчувають загрозу своєму статусу. Для них прогресивні зміни виглядають як занепад традиційного способу життя, що спонукає їх до підтримки політичних сил, які обіцяють повернення до «старого порядку».

Важливим аспектом практичної політології є аналіз співвідношення між станом державних інститутів та електоральними вподобаннями мас. Емпіричні дослідження в країнах Європейського Союзу підтверджують пряму залежність: нижчий рівень довіри до державних інституцій (парламенту, суду, уряду) автоматично конвертується у вищу підтримку популістських партій. Популісти майстерно експлуатують цей дефіцит легітимності, представляючи існуючі інституції як інструменти «корумпованої еліти». Коли громадяни відчувають, що державні структури не здатні забезпечити справедливість або захистити їхні інтереси, вони стають більш сприйнятливими до антисистемних закликів.

Освітній ценз та вік: особи старшого віку та люди з нижчим рівнем освіти частіше відчувають дезорієнтацію в умовах глобалізованого світу, що робить їх чутливими до простих відповідей популістів. Регіональний чинник: проживання у депресивних або «небагатих» регіонах підсилює відчуття покинутості з боку центру, що трансформується у територіальну форму соціального протесту. Ціннісна орієнтація**:** прихильність до авторитарних або традиційних цінностей вступає в прямий конфлікт із ліберальним

плюралізмом, що робить популістські заклики до «сильної руки» та «єдності народу» психологічно привабливими.

У країнах Центральної та Східної Європи пояснення популістських орієнтацій пов'язано з тим, що громадяни цих суспільств мають більш матеріалістичні цінності. Дослідники Б. Стенлі і М. Чешнік встановили, що роль соціально-економічного статусу є визначальною у співвідношенні між підтримкою популізму й політичними знаннями. Питання корупції та реґуляції економіки стали визначальними у поширенні популізму в країнах Центрально-Східної Європи.

У Польщі на момент парламентських виборів 2015 року популізм став центральним у політиці. Привабливість партії «Право і справедливість» пов'язана з аргументами про неавтентичність і нелеґітимність польських еліт у поєднанні з традиціоналізмом, скептицизмом щодо наднаціональної інтеґрації. У Південній Європі зміцнилися популістські партії лівого ґатунку: іспанська «Подемос», грецька «Сириза» тощо.

У другій половині XX століття популізм ототожнювали з програмами латиноамериканських лідерів, таких як Хуан Перон, Жетуліо Варґас та Уго Чавес. На початку XXI століття популістські авторитарні режими виникли у Туреччині, Польщі, Угорщині та інших країнах.

Попри спільну антиелітарну природу, популізм у різних частинах Європи має відмінні цільові орієнтири, зумовлені структурою економічних та соціальних викликів.

Так, у Західноєвропейських суспільствах глобалізація призвела до деіндустріалізації та стрімкої інформатизації, що супроводжувалося радикальною зміною культурних стереотипів. У відповідь на загрозу втрати національної ідентичності та стабільності тут спостерігається зростання правопопулістських орієнтацій. Ці сили акцентують на захисті кордонів та консервативних цінностях як противазі космополітичному лібералізму. Посткомуністичні країни (ЦСЄ**).** Крім викликів глобалізації, цей регіон зіткнувся з гострими проблемами корупції та труднощами переходу до ринкової регуляції економіки. Соціальна незахищеність та запит на державний патерналізм викликали активізацію переважно лівопопулістських політичних акторів. Їхня риторика часто будується на обіцянках розширення соціальних гарантій, перерозподілу ресурсів та посилення державного контролю над економічними процесами.

4**. Формування масового запиту на популізм за умов суспільних трансформацій в Україні.** Після проголошення незалежності Україною спостерігалися тенденції зростання популістських настроїв серед населення, пов'язані з кризою суспільної свідомості внаслідок соціальних

трансформацій, нездатністю політичного істеблішменту ефективно реагувати на виклики економічних і політичних реформ. Антиелітистські настрої були зумовлені тим, що після краху радянської системи кадрові зміни серед політичного керівництва всіх рівнів мали переважно декоративний характер. Такі державні інститути, як парламент і Уряд України, виросли на основі старих республіканських інститутів: Верховної Ради УРСР та Ради Міністрів УРСР. Адміністрація Президента формувалася Л. Кравчуком на основі людей середньої ланки, які працювали ще за часів В. Щербицького. На базі обкомів і райкомів КПУ відтворилися регіональні представництва Президента, старі інституційні моделі успішно трансформувалися в ключові політичні інститути незалежної держави.

Проте результати репрезентативного загальноукраїнського опитування, проведеного Інститутом соціології НАН України у грудні 1996 року, зафіксували глибокий скепсис населення щодо якості цих змін. На запитання про те, чи відбулася зміна правлячої еліти після 1991 року, громадська думка розподілилася таким чином: 8% респондентів вважали, що еліта змінилася повністю. 40% відзначили лише часткове оновлення. 34% були переконані, що у владних кабінетах залишилися ті самі люди, які керували країною до проголошення суверенітету.

Такі показники свідчать, що в масовій свідомості процес транзиту сприймався не як революційна зміна еліт, а як їхня мімікрія та адаптація до нових умов. Це створило підґрунтя для тривалої політичної апатії та недовіри до будь-яких реформаторських ініціатив зверху.

Найбільш тривожним аспектом політичної культури того періоду став надзвичайно високий рівень відчуження громадян від процесів державного управління. Соціологічні дані 1996 року демонструють майже тотальну переконаність мас у егоцентризмі політичного класу: 90,5% українців тією чи іншою мірою погоджувалися з твердженням, що люди, які отримали владу, припиняють піклуватися про інтереси народу. З них 68% висловлювали цілковиту згоду з цією думкою, тоді як лише мізерна частка (3,5%) намагалася захистити позитивний імідж нової влади. Цей феномен «владного егоїзму» в очах населення став фундаментом для формування потужних популістських запитів у майбутньому. Коли абсолютна більшість громадян сприймає владу не як сервісний інструмент, а як закриту корпорацію, що діє виключно у власних інтересах, легітимність демократичних процедур опиняється під загрозою, поступаючись місцем протестним настроям.

Характерно, що і в 1996 році, і через десять років дослідження Інституту соціології НАН України «Громадська думка - 2006» відтворило схожу картину залежності від правлячого класу. Той факт, що в українському

суспільстві тривалий час частка «екстерналів» (тих, хто приписує відповідальність зовнішнім силам) суттєво переважала частку «інтерналів» (тих, хто вважає себе відповідальним за результати своєї діяльності), пояснює потенціал поширення популізму. Адже «екстернали» частіше знаходять у популістських гаслах групове розмежування, що дозволяє приписувати відповідальність чинникам поза їхнім контролем.

Амбівалентність у політичному контексті - це стан, за якого в межах однієї особистості та суспільства загалом одночасно співіснують два ціннісно-нормативні світи, що ідеологічно не перетинаються. Така свідомість відтворює суперечливі переконання та установки, що призводить до постійної невизначеності індивіда щодо ключових політичних питань. Емпіричні дослідження української політичної культури, побудовані на аналізі шкал «активність/пасивність» та «демократія/тоталітаризм», дозволяють класифікувати її як амбівалентну. У такій культурі химерним чином поєднуються елементи колишньої тоталітарної спадщини та сучасні демократичні прагнення, що часто є взаємовиключними.

Дослідниця О. Злобіна, аналізуючи підґрунтя популістських настроїв в Україні, підтверджує дві засадничі гіпотези: зв’язок із соціальним неспокоєм, коли налаштованість на популізм прямо пропорційна рівню колективної тривоги, страху та невпевненості у майбутньому. Механізм психологічної розрядки, коли популізм виступає дієвим інструментом зняття соціальної напруженості, оскільки пропонує масам максимально спрощені, хоча й ілюзорні, «рецепти» подолання складних системних труднощів.

Дослідник В. Казаков вказує на те, що передумови розквіту популізму в Україні криються у зростанні прошарку громадян, які характеризуються позаідеологічністю та схильністю до авторитарних методів управління, глибоким незадоволенням функціонування демократичних інститутів.

Саме ця ідеологічна розмитість, стан соціальної аномії та поверхневе розуміння демократичних процедур створили умови, за яких політичне життя інтерпретується через примітивні опозиції. Амбівалентність українського суспільства стала тим живильним середовищем, де спрощені популістські ідеї легко витісняють складний раціональний аналіз, перетворюючи політичний вибір на акт емоційної реакції.

Носії авторитарної свідомості готові підтримувати лідерів, які просувають популістські ідеї та сприймаються як сильні й рішучі, навіть якщо це означає жертву особистими свободами. В основі авторитарної свідомості лежить прагнення «сильної руки», покладання сподівань на певну посадову особу і глибока недовіра до демократичних процедур.

Дані соціологічних опитувань 2021 року засвідчують, що ідея прямого обмеження свобод не має домінуючої підтримки: 22,2% громадян вважали за доцільне тимчасове обмеження політичних прав і свобод заради стабілізації ситуації; 42,3% склала сукупна частка тих, хто підтримував авторитарні методи управління цілком або частково; 34,1% респондентів чітко артикулювали, що єдиним надійним фундаментом суспільного порядку є виборна демократія, верховенство права та незалежна судова система.

Ці цифри свідчать про те, що українське суспільство залишається інституційно розділеним, проте ядро прихильників демократичного шляху розвитку є достатньо стійким, щоб запобігти швидкій консолідації авторитаризму. Ключовим для розуміння українського контексту є розмежування між реальним прагненням диктатури та так званою **декларативною авторитарністю**. Остання постає не як свідомий вибір на користь тиранії, а як форма радикальної делегітимації чинного політичного порядку.

Політолог Т. Карозерс, аналізуючи перехідні суспільства, визначив їхнє становище як постійне коливання між двома станами. Безпорадний плюралізм (ситуація, коли за наявності формальних свобод державні інститути залишаються неефективними, корумпованими та нездатними виконувати базові сервісні функції). Політика домінантної влади (тяжіння до концентрації ресурсів у руках однієї групи задля подолання хаосу). У цьому світлі віра українців у «сильних керівників» є не стільки прагненням «сильної руки» (у значенні репресій та придушення свобод), скільки надією на ефективне врядування. Громадяни не сприймають чинні законодавчі процедури та парламентські дискусії не через заперечення демократії як такої, а через їхню очевидну неспроможність розв’язувати нагальні проблеми.

У роки напередодні президентських виборів 2019 року склалася ситуація нашарування соціальної втоми від конфлікту на Донбасі та розчарування в ефективності проведених реформ. На цьому тлі фіксувалася низька довіра до владних інститутів, зростання негативного балансу недовіри до відомих політиків. Зникнення чіткої поляризації суспільства за геополітичними орієнтаціями позбавило сенсу підтримувати традиційний істеблішмент.

Ключовим фактором перемоги стала антиполяризаційна популістська риторика. На відміну від традиційних партій, які будували свої кампанії на чітких ідеологічних чи геополітичних розмежуваннях, нова політична сила орієнтувалася на виборця з протилежними позиціями.

Електорат «Слуги народу» 2019 року характеризувався відсутністю жорстких установок щодо найбільш дискусійних питань: асоціація з

Європейським Союзом; оцінка Революції Гідності 2014 року; напрями мовної політики.

Замість ідеологічних дискусій кампанія сфокусувалася на антагонізмі «Ми (Народ) проти Них (Стара еліта)». Грамотно сконструйований образ опонентів як корумпованих, некомпетентних та відірваних від реальності представників істеблішменту дозволив акумулювати голоси громадян, які прагнули «нової перспективи», не вимагаючи при цьому деталізованих програм реформ.

Дослідження практичної політології фіксують унікальне явище, що навіть після повної ротації влади та приходу «нових облич» антиістеблішментські настрої не зникли. Навпаки, у суспільстві продовжував існувати суперечливий феномен підтримки популізму.

Більшість українців демонструвала амбівалентність, одночасно погоджуючись як із популістськими тезами (наприклад, про потребу прямого народовладдя), так і з антипопулістськими твердженнями щодо необхідності професійного державного управління. Це свідчить про те, що популізм в Україні є не стільки ідеологією, скільки специфічним станом масової свідомості, яка шукає розв'язання складних проблем через взаємовиключні ідеї.

Повномасштабна війна внесла радикальні корективи в політичну динаміку. Стрімке зростання довіри до державних інститутів та формування безпрецедентної національної єдності фактично нівелювали класичний популістський антагонізм між «народом» та «правлячою елітою». Зовнішня загроза змусила суспільство консолідуватися навколо центрів прийняття рішень.

Глосарій термінів і понять до теми

Амбівалентність - подвійне суперечливе ставлення до перспектив розвитку суспільства.

Плебісцитарна політика - це модель демократії, де влада спирається на безпосереднє волевиявлення народу (плебісцит, референдум) для схвалення чи відхилення політичних рішень. Вона часто передбачає харизматичного лідера, який апелює безпосередньо до мас, обходячи парламентські процедури, що може призвести до акламації (формального схвалення)

Популізм - сукупність ідей як комунікаційного феномену з використанням характерних змістових і стильових особливостей антиелітарного дискурсу в політичній сфері або як форми політичної мобілізації

Популістські атитюди - поняття, яке у соціальній психології позначається як соціальна установка, сформована на основі досвіду схильність особистості певно визначеної реагувати думати, відчувати, діяти на об'єкти чи ситуації.

Трайбалізм - форма родоплемінної організації спільноти, яка базується на родоплемінних зв'язках

Заитання і завдання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте кожний із підходів до визначення популізму в соціальних науках.
2. Проаналізуйте зміст і роль складових популістських орієнтацій: народоцентризму, антиелітизму, ідеї народного суверенітету, антиплюралізму та маніхейського світогляду
3. Змоделюйте варіанти правого і лівого популізму
4. Наведіть приклади популізму під час російсько-української війни.
5. Визначте відмінності між західноєвропейським популізмом і східноєвропейським
6. Проаналізуйте особливості популізму в Україні за трансформаційних процесів.

Рекомендована література

Баранівська М. М. Методи дискурсивної психології у дослідженні політичного популізму: доцільність і можливості застосування. *Політичне життя*. 2024. Жовтень. С. 85–90.

Верба С. Представницька демократія і демократичні громадяни: філософське та емпіричне розуміння. В: *Демократія: Антологія*. Київ : Смолоскип, 2005. С. 943–982.

Вонсович С. Г., Кулик В. О. Дефініювання поняття популізму в контексті західної політичної науки. *Політикус : наук. журнал*. 2025. Вип. 2. С. 9–14. DOI: https://doi.org/10.24195/24149616.2025-2.1.

Головаха Є., Паніна Н. Пострадянська деінституціоналізація і становлення нових соціальних інститутів в українському суспільстві. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 4. С. 5–22.

Дем'яненко Б. Л. Внутрішньосистемні фактори кризи ліберальної демократії в сучасному світі. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2025. № 15. С. 66–90.

Житко А. «Вибух популізму» у XXI столітті: дослідницькі інтенції щодо визначення «універсальних» характеристик. *Сучасне суспільство*. 2019. Вип. 2. С. 72–81.

Заславська О. О. Новий популізм як технологія політичного маркетингу політичних партій. *Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр.* 2022. Вип. 69. С. 65–73.

Злобіна О. Г. Народ vs влада: популізм в оцінках та очікуваннях населення. В: *Капіталізм, популізм та модерн* : матеріали VIII міжнародної

науково-практичної конференції з соціології, м. Одеса, 18–19 травня 2017 р. Одеса : Гельветика, 2017. С. 15–17.

Казаков В. Україна: деякі передумови популізму. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін*. 2018. Вип. 5 (19). С. 37–44.

Казьмірук Д. Роль стратегічної комунікації в забезпеченні національної безпеки України в умовах гібридної війни. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2025. Вип. 20. С. 82–88.

Кіянка І. Популізм як політологічна категорія. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках (Вісник Дніпропетровського університету. Серія: філософія, соціологія, політологія)*. 2015. № 1. С. 67–75.

Лукіна Л. Концептуалізація популізму в політичному дискурсі. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2021. Вип. 35. С. 211–220.

Ляшенко Т. Популізм як загроза повоєнного відновлення України. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2024. Випуск 52. С. 403–409.

Макеєв С. До виправдання популізму. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2020. № 1. С. 159–164.

Паращевін М. Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992–2021 років. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. 30 років незалежності*. 2021. Вип. 8 (22). С. 621–714.

Політична система України: конституційна модель та політичні практики : монографія / кол. авт.: Г. І. Зеленько (кер., наук. ред.) та ін. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2023. 536 с.

Політичні трансформації сучасного суспільства : зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 22 лютого 2024 р.). Полтава : ПДАУ, 2024. 370 с.

Популістські орієнтації в українському суспільстві : монографія / за наук. ред. О. Резніка. Київ : Інститут соціології НАН України, 2024.165 с.

Практична політологія / С. С. Бульбенюк, Н. М. Довганик, З. І. Зайцева та ін. Київ : КНЕУ, 2022. 328 с.

Рахманов О. Феномен популізму у розвинених та перехідних суспільствах: особливості проявів та детермінанти. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2022. № 2. С. 59–73.

Резнік О. Детермінанти ставлення громадян до діяльності президента України (1994–2020). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2021. № 1. С. 25–41.

Резнік О., Козловський О. Уявлення про державні інститути України у масовій свідомості населення. *Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. 30 років незалежності*. 2021. Вип. 8 (22). С. 259–267.

Резнік О., Рахманов О., Резнік В. Суспільно-політичні наслідки пандемії COVID-19 як виклики легітимності соціального порядку в Україні. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2021. № 3. С. 91–112.

Свідерська О. І. Ціннісна складова політичного маніпулювання соромом у правому популізмі. *Регіональні студії*. 2023. № 25. С. 27–32.

Agerberg M. Failed expectations: Quality of government and support for populist parties in Europe. *European Journal of Political Research*. 2017. Vol. 56 (3). P. 578–600.

Akkerman A., Zaslove A., Spruyt B. 'We the people' or 'We the peoples'? A comparison of support for the populist radical right and populist radical left in the Netherlands. *Swiss Political Science Review*. 2017. Vol. 23 (4). P. 377–403.

Albertazzi D., Mueller S. Populism and liberal democracy: Populists in government in Austria, Italy, Poland and Switzerland. *Government and Opposition*. 2013. Vol. 48 (3). P. 343–371.

Anduiza E., Guinjoan M., Rico G. Populism, participation, and political equality. *European Political Science Review*. 2019. Vol. 11 (1). P. 109–124.

Autor D. H., Dorn D. The growth of low-skill service jobs and the polarization of the US labor market. *American Economic Review*. 2013. Vol. 103 (5). P. 1553–1597.

Bustikova L., Kitschelt H. The radical right in post-communist Europe: Comparative perspectives on legacies and party competition. *Communist and Post-Communist Studies*. 2009. Vol. 42 (4). P. 459–483.

Dennison J., Turnbull-Dugarte S. J. Populist attitudes and threat perceptions of global transformations and governance: Experimental evidence from India and the United Kingdom. *Political Psychology*. 2022. Vol. 43 (5). P. 873–892.

Feldman S. Authoritarianism, education, and support for right-wing populism. In: *The psychology of populism: The tribal challenge to liberal democracy* / ed. by J. P. Forgas, W. D. Crano, K. Fiedler. New York : Routledge, 2021. P. 348–364.

Hawkins K. A., Riding S., Mudde C. Measuring populist attitudes. *Political Concepts Committee on Concepts and Methods Working Paper Series*. 2012. No. 55. P. 1–35.

Jacobs K., Akkerman A., Zaslove A. The voice of populist people? Referendum preferences, practices and populist attitudes. *Acta Politica*. 2018. Vol. 53 (4). P. 517–541.

Тема 10. Практична політологія і засади інформаційної безпеки

Навчальні питання

1. Інфобезпека як складова національної безпеки
2. Специфіка та особливості інфобезпеки в сучасних умовах
3. Проблематика інфобезпеки в контексті державницької політики

1. Інфобезпека як складова національної безпеки. Глобалізаційні процеси та інформаційна революція суттєво підвищують значущість інформаційної безпеки у практичній політології: нарощування обсягів даних і технологічний поступ формують принципово нові виклики для національної безпеки, передусім, у площині гібридних загроз і кіберконфліктів.

Інформаційні операції, цілеспрямована дезінформація, маніпулювання суспільними настроями крізь соціальні медіа та кібератаки на об'єкти критичної інфраструктури перетворилися на типові інструменти сучасного конфліктного середовища. У цих реаліях інформаційна безпека набуває не лише технологічного, а й стратегічного виміру, вимагаючи від держав комплексних механізмів захисту на всіх рівнях управління. Стабільна інформаційна політика, що враховує політичні, економічні та геополітичні чинники, є необхідною передумовою для відстоювання національних інтересів в умовах глобальних загроз. Досягнення балансу між відкритістю інформаційного середовища та захистом чутливих даних залишається надзвичайно актуальним завданням для демократичних держав, де кіберзагрози гостро конкурують із конституційними гарантіями прозорості. Захист свободи слова у поєднанні з протидією інформаційним атакам є критично важливим для збереження функціональності демократичних інститутів і суспільної злагоди. Поряд із цим, активний розвиток цифрових технологій та їх поступове впровадження в усі сфери державного управління розширюють можливості для зміцнення кібербезпеки та підвищення рівня захищеності національного інформаційного простору.

Застосування штучного інтелекту, технологій блокчейну, біометричних систем та хмарних рішень здатне суттєво підвищити рівень захисту даних і державних інформаційних систем. Водночас повноцінна інтеграція цифрових технологій у структури публічного управління наштовхується на низку перешкод зокрема, пов'язаних з інституційними трансформаціями, фінансовими обмеженнями та зовнішньополітичними викликами.

Успішна цифровізація державного управління потребує системного підходу, який передбачає оновлення законодавчої бази, удосконалення механізмів захисту персональних даних та підвищення кіберграмотності серед держслужбовців. З урахуванням цих факторів, вкрай важливим є

поступальний розвиток стратегій кібербезпеки, вдосконалення нормативно-правового регулювання та поглиблення міжнародної кооперації для ефективного реагування на новітні кіберзагрози. Україна послідовно інтегрується до європейських і глобальних ініціатив у сфері кібербезпеки, що зміцнює її позиції у протистоянні кіберагресії. Розбудова інформаційного суспільства та цифрова трансформація мають стати підґрунтям для підвищення рівня безпеки через зростання інформаційної та цифрової компетентності населення й органів влади - це дасть змогу країні зберегти стабільність і конкурентоспроможність в умовах сучасних загроз. Формування національних програм із кібербезпеки, підтримка технологічних стартапів у захисній сфері та розширення міжнародного співробітництва здатні стати ключовими інструментами побудови ефективної системи інформаційної безпеки в умовах цифрової доби.

2. Специфіка та особливості інфобезпеки в сучасних умовах. Сучасне безпекове середовище визначає інформаційну безпеку не лише як технологічний, а й як стратегічний пріоритет, що зобов'язує держави оперативно реагувати на постійно мінливі глобальні та внутрішні загрози. Гібридні війни, кібератаки і маніпулювання інформаційним простором дедалі ширше застосовуються як засоби тиску на державні інститути, що змушує виробляти ефективні захисні стратегії. Цифровізація державного управління та суспільного життя посилює вагу кібербезпеки, ставлячи перед державами завдання забезпечення належного рівня захисту інформаційних ресурсів. Беручи до уваги зазначене, питання забезпечення інформаційної безпеки в умовах глобалізації та цифрової трансформації набуває першочергового значення для розвитку національних і міжнародних безпекових систем.

Наукові розвідки у сфері інформаційних технологій та кібернетичного захисту засвідчують їх ключову роль у протидії сучасним загрозам національній безпеці. Серед вітчизняних досліджень можна розрізняти кілька основних напрямів. Політолог А. Миколюк акцентує увагу на доцільності стратегічного підходу до кіберзахисту в умовах гібридної війни, підкреслюючи значення інформаційних технологій для державного управління.

Дослідник С. Житко аналізує формування системи кібербезпеки в Україні в умовах збройного конфлікту, вказуючи на необхідність удосконалення нормативно-правової бази та кооперації між державними органами, приватним сектором і науковими установами. Р. Грищук і Ю.Даник досліджують термінологічні виміри кібербезпеки, наголошуючи на потребі вироблення єдиного понятійного апарату для ефективної боротьби з кіберзагрозами.

Питання технологічного суверенітету та стійкості цифрового контуру виходять на передній план, що зумовлює детермінований інтерес вітчизняних науковців до вдосконалення правових та управлінських засад кібербезпеки. Розглядаючи цей феномен, дослідник Я. Мазур акцентує на критичній необхідності модернізації нормативно-правового регулювання, яке б відповідало динаміці транскордонних цифрових загроз. Ця думка співпадає з концептуальними підходами дослідника В. Савченка, який визначає кібербезпеку як наріжний камінь загальної системи інформаційної безпеки держави, без якого неможливе функціонування сучасних інститутів публічної влади в умовах гібридних викликів.

Процес цифрової трансформації в контексті безпеки розглядається в працях дослідників В. Куйбіди, О. Карпенка та В. Наместніка не просто як технічне оновлення, а як комплексне переосмислення державного управління на всіх його ієрархічних рівнях. Таке бачення доповнюється позицією дослідника З. Свердлика, який зміщує фокус на антропологічний чинник кіберзахисту. Зокрема, йдеться про впровадження жорстких стандартів кібергігієни серед працівників державних органів, що є фундаментальною передумовою мінімізації ризиків, зумовлених людським фактором у глобальній мережі.

Ефективність методів захисту в епоху цифрових метаморфоз, на переконання дослідників Ю. Нікітіна та О. Кульчицького, напряму залежить від глибини міжсекторального партнерства. Створення дієвої синергії між державними структурами та приватним сектором дозволяє оперативно впроваджувати інноваційні протоколи безпеки, які часто народжуються саме в комерційному сегменті ІТ-індустрії. Аналогічно, дослідник В. Денісенко, аналізуючи роль інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні, доводить, що їхня інтеграція є не лише питанням сервісної зручності, а передусім стратегічним елементом зміцнення безпекового потенціалу держави.

Особливої уваги заслуговує програмна позиція науковця Н. Вовка щодо технологічного наповнення публічного управління у сфері кібербезпеки. Дослідник наполягає на переході від моделей захисту до проактивних інтелектуальних систем. Це передбачає впровадження розвідки загроз, алгоритмів машинного навчання та поведінкової аналітики, які дозволяють ідентифікувати аномалії ще на стадії їх зародження. Важливим елементом такої структури постає концепція «нульової довіри» (Zero Trust Architecture) та системне управління ризиками, що в сукупності формує адаптивну та стійку модель національної безпеки.

Підсумовуючи, можна констатувати, що в українській науці утвердився комплексний підхід, де цифрова трансформація, правовий інструментарій та міжсекторальна кооперація розглядаються як єдиний механізм забезпечення цифрового суверенітету України.

3. **Проблематика інфобезпеки в контексті державницької політики**. Динамічне зростання обсягів та значення інформації в останні роки надає питанням інформаційної безпеки особливої актуальності. Це зростання детерміноване суттєвим розширенням кола суб'єктів інформаційних відносин і споживачів інформації. З урахуванням цих чинників, забезпечення інформаційної безпеки перетворюється на один із пріоритетних напрямів державної політики. Стрімка інтенсифікація інформаційних обмінів у глобалізованому просторі, посилена безпрецедентним технологічним поступом, докорінно трансформує структуру національної безпеки, висуваючи на передній план виклики екзистенційного характеру. Особливої гостроти цей процес набуває в умовах гібридної війни, де інформаційна сфера перетворюється на повноцінний театр воєнних дій. Для сучасної України, що тривалий час протистоїть цілеспрямованим деструктивним впливам з боку країни-агресора, забезпечення інформаційної безпеки переростає межі суто технічного захисту даних, набуваючи статусу критичного стратегічного пріоритету. Така ситуація диктує необхідність переходу до комплексного, багаторівневого підходу, який би поєднував оперативну мінімізацію поточних загроз із розробкою довгострокових механізмів стійкості державного організму.

Здатність держави ефективно захищати національні інтереси в медіаційному та цифровому просторах сьогодні є головним індикатором її спроможності протидіяти як внутрішній дестабілізації, так і зовнішньому тиску. Відтак, формування та імплементація сучасної інформаційної політики постає не просто як адміністративне завдання, а як фундаментальна основа збереження державного суверенітету. Реалізація цієї стратегії вимагає від суб'єктів публічного управління глибокого аналізу політико-економічної та геополітичної кон'юнктури на міжнародній арені, де інформаційне домінування часто виявляється вагомішим за традиційні військові чинники. Водночас, діджиталізація всіх сфер суспільного буття створює нові точки вразливості, що потребує синхронізації темпів розвитку інформаційних технологій із темпами вдосконалення засобів їхнього захисту.

Рівень захищеності національного інформаційного простору слід розглядати як системоутворюючий фактор, що детермінує загальний стан стабільності держави в її політичному, соціальному та воєнному вимірах. В умовах, коли межа між глобальними та локальними загрозами остаточно

розмивається, стратегія національної безпеки має базуватися на принципах адаптивності та випереджаючого реагування. Важливо враховувати загальносвітовий тренд на відкритість даних та вільний доступ до інформації, що, з одного боку, є ознакою демократичного поступу, а з іншого - інструментом, який ворожі актори використовують для маніпуляцій та підриву суспільної згоди.

Таким чином, сучасна державна політика має балансувати між цінностями відкритого суспільства та жорсткою необхідністю фільтрації ворожих наративів, що є єдиним шляхом до забезпечення стійкості України в епоху глобальної інформаційної нестабільності.

Разом з тим, у різних країнах підходи до цього питання можуть суттєво різнитися. В авторитарних режимах інформаційна політика трактується як жорстко централізований та контрольований процес, що визначає чіткі й обмежені межі доступу до відомостей. У демократичних державах, натомість, цей процес характеризується широкою участю різних суб'єктів, що породжує ситуації напруженості та дискусійності. Принципово важливим залишається досягнення балансу між відкритістю інформаційного середовища та його захистом. Це складне завдання для будь-якого уряду.

Окремі науковці зауважують, що в умовах серйозних загроз національній безпеці демократичні держави можуть частково відступати від проголошених цінностей прозорості, оскільки захист безпеки у кризових ситуаціях може вимагати суттєвих обмежень у доступі до інформації. Потреба в ефективному захисті інформаційних ресурсів зближує демократичні та авторитарні підходи до регулювання цієї сфери, зумовлюючи зміщення акцентів у бік централізації та керованості інформаційними потоками. Така трансформація спричиняє внутрішній конфлікт, що загострюється на тлі розвитку глобальної мережі Інтернет. З одного боку, повна прозорість, властива демократичним нормам, вступає в суперечність із державною таємницею та секретністю, необхідними у певних сферах, зокрема - в питаннях національної безпеки та оборони. З іншого боку, з огляду на поточну геополітичну ситуацію та зростання кількості конфліктів, більшість урядів нині надає пріоритет захисту критично важливої інформації над її широким поширенням.

Трансформація безпекового ландшафту України під впливом інтенсифікації гібридних загроз в інформаційному просторі зумовлює нагальну потребу в якісному переосмисленні нормативно-правового базису кібербезпеки. Попри те, що держава вже заклала фундаментальні підвалини інституційної стійкості, зокрема через імплементацію «Стратегії кібербезпеки України», ухвалення профільного закону про основні засади

забезпечення кібербезпеки та ратифікацію міжнародних угод, як-от Конвенція про кіберзлочинність, існуюча структура правового регулювання все ще потребує адаптації до динамічних умов сучасності.

Особливої ваги у поточному дискурсі набуває проблема правової детермінації меж застосування кіберпростору в умовах збройних конфліктів. Незважаючи на те, що методологічний інструментарій кіберборотьби вже оперує такими категоріями, як кіберзахист, кіберрозвідка та кібервплив, ці поняття досі залишаються в межах теоретичних концепцій та керівних документів відомчого характеру. Критичним завданням для публічного управління у сфері національної безпеки постає не просто нарощування технічних спроможностей, а, насамперед, гармонізація термінологічного апарату із реальними викликами інформаційної війни. Лише через офіційну легітимацію інструментів кіберборотьби на рівні закону можливо забезпечити сталий розвиток оборонного потенціалу України, де кіберпростір визнається повноправним та критично важливим доменом ведення операцій. Це, у свою чергу, дозволить чітко розмежувати оборонні заходи від розвідувальних операцій та активних заходів впливу, створюючи легітимну рамку для діяльності суб'єктів забезпечення кібербезпеки в умовах воєнної агресії.

Розвиток інформаційного суспільства в Україні є необхідною передумовою для ефективної реалізації державної інформаційної політики. Досягнення цієї мети вимагає оновлення застарілої нормативно-правової бази в інформаційній сфері, підвищення рівня цифрової та інформаційної компетентності населення, впровадження новітніх методів навчання, а також забезпечення загального доступу до мережі Інтернет. Роботу в цих напрямах вже розпочато, однак темпи її реалізації ще не відповідають вимогам часу, що загрожує конкурентоспроможності країни в інформаційному просторі на міжнародній арені. Досягнення ефективної кібербезпеки неможливе без комплексної цифрової трансформації державних інституцій та адаптації провідних інформаційних і цифрових технологій до сфери національної безпеки.

Сучасний розвиток цифрових технологій супроводжується множинністю дефініцій цифрової трансформації, кожна з яких акцентує різні аспекти цього процесу. Однак, небагато з них враховують комплексний підхід, що передбачає інтеграцію стратегічного партнерства між усіма зацікавленими сторонами, паралельну розробку цифрових послуг і програмного забезпечення, а також оцінку рівня трансформації. Дослідники В. Куйбіда, О. Карпенко та В. Наместнік трактують цифрову трансформацію як процес змін у природі людини, її мисленні, способі життя та управлінні,

детермінований використанням цифрових технологій. Дослідники Ю. Нікітін та О. Кульчицький уточнюють: цифрова трансформація охоплює перехід до нових форм діяльності, що здійснюється через впровадження цифрових технологій і сервісів на основі стратегічного партнерства всіх учасників і передбачає одночасну розробку програмного забезпечення та оцінку рівня трансформації й інтеграцію в національні стратегії. В Україні процес цифрової трансформації підтримується загальною тенденцією до діджиталізації більшості сфер суспільного життя.

Сучасні трансформаційні динаміки зумовлюють зближення технологічних, економічних та соціокультурних функцій держави. Це призводить до виникнення нових, гнучких моделей публічного врядування, які базуються на зміні філософії взаємодії між владними структурами та громадянським суспільством. Традиційні ієрархічні методи поступаються місцем мережевим формам організації, де цифрова платформа стає основним медіатором соціально-політичних процесів.

Якісна новизна цифрової трансформації полягає у формуванні специфічного типу інституційної взаємодії. В межах цієї структури інформаційно-комунікаційні технології інтегруються в управлінські цикли не як допоміжні засоби, а як органічна складова прийняття рішень. Така інституційна перебудова дозволяє державі оперативно адаптуватися до мінливого безпекового середовища, забезпечуючи високу резистентність критичної інфраструктури до зовнішніх деструктивних впливів. Відтак, **діджиталізація** в сучасній практичній політології трактується як стратегічний ресурс, що конвертує технологічний потенціал у реальний інструментарій зміцнення державної стійкості та національного суверенітету.

Впровадження інноваційних алгоритмів в управління свідчить про перехід до гнучких (agile) моделей врядування, проте цей поступ відбувається на тлі суперечності. Позитивні зрушення в системі стримуються дефіцитністю фінансових ресурсів, інертністю інституційного середовища та перманентними зовнішньополітичними загрозами, які в сукупності створюють тиск на стабільність державного апарату.

Особливого аналітичного фокусу потребує змістовна еволюція феномену кіберборотьби. В сучасній практичній політології цей процес розглядається як багатовекторна активність, що виходить далеко за межі пасивної оборони. По-перше, це профілактика та активний захист критичної кіберінфраструктури від безпосередніх нападів. По-друге, це стратегічна кіберрозвідка, спрямована на ідентифікацію латентних вразливостей супротивника, та здійснення превентивного кібервпливу для нейтралізації потенційних загрозоутворюючих факторів.

Проте спостерігається певний доктринальний розрив: існуючі правові дефініції «кіберзахисту» та «кіберрозвідки» не повною мірою корелюють із динамічною природою кіберборотьби. Зокрема, законодавче обмеження суб'єктів кіберрозвідки виключно спеціалізованими органами України суттєво звужує можливості держави в умовах розмивання кордонів між цивільним та військовим кіберпросторами.

Досвід російсько-української війни остаточно визначив перетворення кіберборотьби на інструмент міжнародних відносин, що функціонує незалежно від формального стану миру чи війни. Спостерігається трансформація кіберборотьби у складне кіберпротиборство - двосторонній, високоінтенсивний процес, який інтегрується в єдиний замисел воєнних операцій. Кібернетичні операції сьогодні синхронізуються з діями у сухопутному, повітряному та морському доменах, формуючи концепцію багатодоменних операцій (Multi-Domain Operations).

Ця реальність актуалізує не лише питання внутрішньодержавного вдосконалення безпекових протоколів, а й нагальну потребу в розробці уніфікованих міжнародних стандартів кіберповедінки. У межах практичної політології, з метою зміцнення національної безпеки та резистентності держави до цифрових викликів, стратегічно доцільним вбачається врахування концептуальних рекомендацій, спрямованих на гармонізацію технологічного потенціалу з правовими та управлінськими механізмами захисту державного суверенітету.

Фундаментальною передумовою успішної трансформації є тотальна інтеграція цифрових технологій у контур національної безпеки. Це передбачає не лише технічне переоснащення, а насамперед впровадження інноваційних інформаційно-комунікаційних протоколів безпосередньо в управлінські цикли. Така інтелектуалізація управління дозволяє мінімізувати бюрократичні затримки та забезпечити оперативність реагування на інциденти.

На особливу увагу заслуговує формування багатовекторного стратегічного партнерства, яке має об'єднати державні інституції, приватний сектор та академічну спільноту. Створення цього сприятиме не лише генерації нових цифрових послуг, а й розробці об'єктивних методик оцінки рівня цифрової готовності (Cyber Readiness) до масштабних загроз. Це дозволяє синхронізувати наукові розробки з реальними потребами ринку та сектору оборони.

Паралельно з технологічним розвитком критично важливим постає питання еволюції нормативно-правового базису. Системне вдосконалення законодавства має на меті перехід від загальних декларацій до чіткої

стандартизації процесів кіберзахисту, кіберрозвідки та активного кібервпливу. Легітимація цих інструментів у правовому полі є необхідною умовою для діяльності суб'єктів забезпечення безпеки в межах міжнародного гуманітарного права.

Нівелювання ризиків, пов'язаних із людським фактором, досягається через масштабне підвищення рівня цифрової та інформаційної грамотності. Цей процес має охоплювати як пересічне населення, так і представників органів влади, створюючи культуру «цифрової відповідальності». В умовах гібридної війни стійкість громадянина стає таким самим елементом оборони, як і технічні фільтри на серверах.

Технологічний прорив у сфері захисту пов'язаний із впровадженням адаптивних методів кібербезпеки, що базуються на використанні штучного інтелекту та алгоритмів машинного навчання. Застосування нейронних мереж для безперервного моніторингу кіберпростору дозволяє виявляти аномалії в режимі реального часу, забезпечуючи перехід від реактивного до проактивного захисту. Це, своєю чергою, корелює з необхідністю постійної модернізації національної кіберінфраструктури, яка має бути адаптована до захисту об'єктів критичної інфраструктури від найскладніших типів атак (як-от APT-загрози).

Нарешті, ефективна протидія глобальним кібервикликам неможлива без поглиблення міжнародної кооперації. Обмін розвідувальними даними, спільна координація дій та участь у створенні глобальних стандартів безпеки дозволяють Україні не лише запозичувати кращий світовий досвід, а й виступати активним суб'єктом формування нової архітектури міжнародної кібербезпеки. Врахування цих факторів у практичній діяльності органів публічного управління є запорукою формування стійкої, сучасної та захищеної держави.

Глосарій термінів і понять до теми

Блокчейн - (англ. *blockchain, block chain* від *block* - блок, *chain* - ланцюг, тобто *ланцюжок блоків*) - розподілена база даних, що зберігає впорядкований ланцюжок записів (так званих блоків), який постійно довшає

Діджиталізація - це поняття означає «оцифрування», «цифровізація» або «перетворення у цифрову форму»

Кібербезпека - заходи, які вживають для захисту даних або пристроїв, підключених до мережі, від несанкціонованого доступу та використання у злочинних цілях.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Визначте причини, за яких інфобезпека є складовою національної безпеки.

2. У чому полягає специфіка інфобезпеки в сучасних умовах? Наведіть приклади.

3. Змоделюйте ситуацію, за якою інформаційні війни, дезінформація, маніпуляції громадською думкою через соціальні мережі та кібератаки на критичну інфраструктуру стають інструментами сучасних конфліктів, що посилює потребу в ефективних механізмах захисту.

4. Продемонструйте на прикладах, що використання штучного інтелекту, технологій блокчейну, біометричних систем і хмарних рішень може значно підвищити рівень безпеки даних та державних інформаційних систем.

5. Змоделюйте, як повна інтеграція цифрових технологій у державні структури стикається з низкою викликів, зокрема у сфері інституційних змін, фінансових обмежень і зовнішньополітичних загроз.

6. Визначте і проаналізуйте напрями вітчизняних досліджень у царині інфобезпеки.

Рекомендована література

Бортник Н. В. Інформаційна безпека в контексті національної безпеки: адміністративно-правова характеристика. *Академічні візії*. 2023. Вип. 26. С. 1–7.

Буряченко О. Сучасні виклики глобальної інформаційної безпеки. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2024. Вип. 55. С. 247–254.

Вовк А. Сучасні проблеми публічного управління забезпеченням кібербезпеки в Україні. *Публічне управління: концепції, парадигма, розвиток, удосконалення*. 2024. № 8. С. 28–35.

Вонсович С. Г., Кулик В. О. Концепт сепаратизму в контексті політологічного аналізу. *Політикус*. 2025. Вип. 1. С. 9–13. DOI: https://doi.org/10.24195/24149616.2025-1.1.

Галіпчак В. Д. Сучасні виклики та стратегії забезпечення інформаційної безпеки в Україні в умовах російської агресії: перспективи та завдання. *Країнознавство*. 2023. № 35. С. 65–69.

Горгуленко В. Військово-теоретичне обґрунтування рекомендацій стосовно розвитку термінологічного апарату в сфері кіберборотьби. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2024. № 3 (51). С. 11–28.

Грищук Р. В., Даник Ю. Г. *Основи кібернетичної безпеки* : монографія. Житомир : ЖНАЕУ, 2016. 636 с.

Денісенко В. А. Концептуальні аспекти цифрової трансформації як визначального фактора підвищення ефективності забезпечення національної безпеки в Україні. *Правові новели*. 2024. № 21 (2). С. 184–189.

Житко А. О. Кібервійна як складова гібридної війни. В: *Українське суспільство в умовах війни: виклики сьогодення та перспективи миротворення* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Маріуполь : ДонДУУ, 2017. С. 263–266.

Казмірук Д. Інформаційні технології та кібернетичний захист як важливі елементи національної безпеки. *Грані*. 2025. Т. 26, № 1. С. 171–175.

Клочко А. Забезпечення інформаційної безпеки в умовах сучасного суспільства. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2023. № 3 (63). С. 38–42.

Куйбіда В. С., Карпенко О. В., Наместнік В. В. Цифрове врядування в Україні: базові дефініції понятійно-категоріального апарату. *Інформаційні технології*. 2018. № 1. С. 5–10.

Курсик О. В. Особливості політики інформаційної безпеки в сучасних умовах воєнного стану в Україні. *Регіональні студії*. 2024. № 37. С. 150–154.

Мазур Я. П. Правові основи регламентації кібербезпеки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2024. № 3 (85). С. 11–15.

Миколюк А. Публічне управління інформаційною безпекою: діджиталізація та інформаційна війна. *Право та державне управління*. 2022. № 1. С. 156–161.

Милосердна І. Е. Інформаційна безпека як елемент національної безпеки: теоретичний вимір та особливості впровадження. *Політикус*. 2024. № 4. С. 179–185.

Нашинець-Наумова А. Ю. *Інформаційна безпека: питання правового регулювання* : монографія. Київ : Гельветика, 2017. 168 с.

Нікітін Ю. О., Кульчицький О. І. Цифрова парадигма як основа визначень: цифровий бізнес, цифрове підприємство, цифрова трансформація. *Маркетинг і цифрові технології*. 2019. № 3 (4). С. 77–87.

Почапська О. І. Провокація як спосіб загравання з аудиторією в сучасних Інтернет-ЗМІ (на прикладі журналу «Український тиждень»). *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 207–212.

Ржевська Н. Сучасна інформаційна політика: досвід США для України. *Політичні дослідження*. 2024. № 1 (7). С. 68–85.

Савченко В. А. Забезпечення стійкості кібероборони держави в умовах збройного конфлікту. *Сучасний захист інформації*. 2023. № 3. С. 6–11.

Свердлик З. Кібербезпека та кіберзахист: питання порядку денного в українському суспільстві. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2024. № 10. С. 175–188.

Сілаєв В., Горінов В. Політика інформаційної безпеки в умовах цифрової трансформації України: виклики та шляхи попередження. *Наукові*

праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. 2024. Вип. 3 (75). С. 12–21.

Струтинська І. В. Дефініції поняття «цифрова трансформація». *Економіка та управління підприємствами*. 2023. № 48-2. С. 91–96.

Hunter L., Albert C., Henningan C., Rutland J. The military application of artificial intelligence technology in the United States, China, and Russia and the implications for global security. *Defense & Security Analysis*. 2023. Vol. 39 (2). P. 207–232. DOI: https://doi.org/10.1080/14702436.2023.2185448.

McChesney R. W. The Internet and U.S. Communication Policy-Making in Historical and Critical Perspective. *Journal of Communication*. 1996. Vol. 46 (1). P. 98–124. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01463.x.

Rosenzweig P. *Cyber Warfare: How Conflicts in Cyberspace are Challenging America and Changing the World*. Praeger Publishers, 2013. 304 p.

Тема 11. Комунікативно-інформаційні підходи у неперервності розвитку політичної системи і режиму

Навчальні питання

1. Осмислення комунікаційно-інформаційної природи політичної системи практичною політологією
2. Політична система в контексті практики сучасних комунікативно-інформаційних технологій
3. Сучасний авторитаризм та технології його впливів на демократію
4. Сучасна демократія та її специфіка і небезпеки
5. Неототалітарні тенденції як загроза демократії
6. Технології інформаційної протидії недемократичним режимам

1. Осмислення комунікаційно-інформаційної природи політичної системи практичною політологією. Новітні здобутки інформаційно-технологічного прогресу трансформують уявлення про політичну реальність, стимулюючи переосмислення політичних процесів крізь призму системного аналізу. Реалії українського політичного буття стрімко змінюються й актуалізують науковий інтерес до вивчення поточних викликів та потенційних моделей трансформації політичної системи. Особливу увагу привертають різноманітні інформаційні та комунікаційні феномени й процеси, що визначають стійкість механізмів ухвалення рішень і ефективність функціонування політичних інститутів. Політична система виступає механізмом адаптації та регуляції, передусім, в умовах технологічного прогресу, що ускладнює як процеси матеріального виробництва, так і продукування символічних та інформаційних структур.

Осмислення природи політичної системи як такої, що перебуває в комунікаційно-інформаційному континуумі, вимагає застосування комплексу різних методологічних підходів. Дослідниця Олена Постол обґрунтовує ефективність поєднання структурно-функціонального, системного та кібернетичного наукових підходів.

Політична система не є ізольованим конструктом. Вона виступає органічною підсистемою загального соціального організму, існуючи паралельно з економічною, культурною та інформаційною сферами. Ключовою характеристикою цієї моделі є її кібернетичний характер, де наріжним каменем стає механізм зворотного зв'язку. Це забезпечує системі здатність до саморегуляції та адаптації, що в сучасних дослідженнях політичної комунікації трактується через закономірності «кібернетичного гомеостазу» - стану динамічної рівноваги, необхідного для синхронного існування всіх елементів влади.

Проблема гармонійного функціонування системи актуалізує питання політичної асинхронності. Як зазначає український дослідник А. Лясота, показниками розбалансованості системи на макрорівні є низька транспарентність електоральних процедур, герметичність процесів рекрутування еліт та цензурування медіапростору. Природа такої асинхронності може бути подвійною. Ендогенна породжується внутрішніми інституційними дефектами та корелює зі ступенем недемократичності режиму. Екзогенна зумовлюється деструктивними імпульсами з навколишнього середовища, що перебуває поза межами безпосереднього політичного контролю.

Взаємодія системи із зовнішнім середовищем структурується через потік соціальних імпульсів, які поділяються на два ключові типи. Імпульси-вимоги артикулюють запити соціуму щодо перерозподілу матеріальних активів, встановлення нових стандартів комунікації або регулювання поведінкових норм. Імпульси-підтримки виражаються через легітимацію системи громадянами, їхню участь у виборах, законослухняність, довіру до державних інституцій та офіційних каналів інформації.

Вхідні сигнали проходять через «чорну скриньку» політичної конверсії, трансформуючись у зворотні імпульси (виходи). Це ухвалення нормативно-правових актів, зміну економічних пріоритетів та регулювання суспільних відносин. Саме в ефективності цієї трансформації полягає здатність системи адекватно відповідати на суспільні запити. У цьому криється запорука її стабільності та довгострокової життєздатності.

Таким чином, системний підхід Істона забезпечує аналітичний інструментарій для моніторингу «здоров'я» політичного режиму через якість комунікаційних циклів між владою та суспільством.

Такі зворотні імпульси мають вплив на зовнішнє середовище, що включає громадян конкретної держави, населення сусідніх країн і світову громадську думку. У відповідь середовище формує нові імпульси до системи, утворюючи комунікаційний контур зворотного зв'язку. Він виконує важливу стабілізаційну функцію, сприяє зниженню напруження від зовнішніх викликів та адаптації системи до динамічних умов. Для ефективного функціонування усі компоненти системи повинні мати узгодженість і виконувати стандартизовані функції

Згідно з концепцією українського науковця О. Рудакевича, процес вибудовування моделі національної політичної культури є глибоко комунікативним за своєю суттю. Він базується на зацікавленому обміні цінностями між членами нації та цілеспрямованому впливі інтелектуальних еліт і владних структур на суспільну свідомість. У межах цього процесу виокремлюються три ключові вектори формування культури.

Ціннісний обмін як добровільна взаємодія індивідів навколо спільних національних орієнтирів.

Інституційний вплив як діяльність органів влади та творців культури, спрямована на виховання певного типу політичної ідентичності.

Еталонне наслідування як творче переосмислення та репродукція рис видатних національних постатей і авторитетних лідерів як взірців політичної поведінки.

Важливою рисою комунікації в межах політичної культури є її неадресний характер. Суб'єкт, що транслює культурні коди, здебільшого не орієнтується на конкретного реципієнта та не вимагає миттєвої реакції. Натомість учасники політичного процесу діють як активні споживачі «культурного поля»: вони свідомо обирають із наявного масиву зразки, що відповідають їхнім переконанням, або ж керуються самостійно сформованими внутрішніми настановами.

Таким чином, політична культура постає як середовище вільного, але структурованого вибору, де комунікація слугує містком між особистими переконаннями громадянина та загальнонаціональним політичним досвідом. Це робить систему стабільною не через примус, а через добровільну інтеграцію індивідів у спільне смислове поле держави.

2. **Політична система в контексті сучасних комунікативно-інформаційних технологій**. Еволюційна динаміка сучасних комунікаційних процесів у межах практичної політології зумовлює радикальну

трансформацію структури владних відносин, де інформаційно-комунікаційний простір перетворюється на основу соціального життя. Глобалізація цифрової інфраструктури не лише розширює горизонти політичної взаємодії, а й провокує поглиблення інтеракцій між акторами на всіх ієрархічних рівнях від локального самоврядування до наднаціональних структур. Ключовим трендом сучасності постає віртуалізація політичної діяльності, яка характеризується стрімкою децентралізацією, гіпертрофованою швидкістю трансакцій та домінуванням опосередкованих форм комунікації, де суб'єкти дедалі частіше взаємодіють не з фізичними об'єктами, а з символічними структурами віртуалізованої реальності.

Розглядаючи генезис кібернетичного підходу до аналізу влади, варто звернутися до концептуальної спадщини американського дослідника Карла Дойча. У праці «Нерви управління: моделі політичної комунікації та контролю» вчений обґрунтовує розуміння політичної системи як складного процесу координації суспільних зусиль. Дойч пропонує дескриптивну модель, що складається з чотирьох послідовно інтегрованих функціональних блоків, які разом формують інформаційний каркас державного управління.

Перший етап цієї системи репрезентований розгалуженою мережею елементів, які акумулюють безперервні масиви даних як із внутрішньодержавного соціуму, так і з міжнародного екстрасоціального середовища. Саме тут відбувається відбір та кодування вхідних імпульсів, що виокремлює сигнали з інформаційного шуму. На другому етапі отримана інформація проходить крізь фільтри колективної пам'яті, зіставляючись із домінуючою аксіологічною матрицею, традиціями, нормами та пріоритетами конкретної політичної спільноти. Цей етап є критичним для збереження інституційної ідентичності, оскільки саме тут накопичується досвід, що зумовлює майбутні сценарії розвитку.

Наступне перетворення інформації відбувається у центрі ухвалення рішень - третьому блоці, де потенційні варіанти політичного курсу трансформуються у конкретні управлінські акти. Завершальна стадія передбачає трансляцію цих рішень до виконавчих структур (четвертий блок), які не лише імплементують волю центру на практиці, а й генерують критично важливі потоки зворотного зв'язку. Саме механізм зворотного зв'язку виступає гарантом стабільності динамічної системи, дозволяючи їй вчасно коригувати власну поведінку відповідно до реакції середовища.

Ефективність функціонування будь-якої політичної системи в епоху інформаційного суспільства прямо залежить від її здатності зберігати, відтворювати та творчо трансформувати накопичений комунікативний досвід. Політична пам'ять у кібернетичній моделі Дойча постає не як

статичний архів, а як активний інструмент адаптації, що дозволяє державі зберігати стійкість перед обличчям непередбачуваних технологічних та соціальних викликів, перетворюючи інформаційні потоки на реальний ресурс публічного врядування. Аналіз результативності політичної взаємодії в межах сучасного дискурсу вимагає розуміння природи комунікаційного впливу, що розгортається в діапазоні між двома теоретичними детермінантами.

У практичній площині реальна ефективність політичних стратегій є динамічною величиною, що перманентно дрейфує між цими полюсами, зумовлюючи потребу в системній верифікації обраних каналів трансляції та методів психологічного впливу на цільову аудиторію.

У добу гіпертехнологізації інформаційна політика держави балансує між розширенням демократичного інструментарію та ризиками цифрової маніпуляції. Дискурсивна модель комунікації за цих умов набуває нормативного значення, орієнтуючи систему на досягнення консенсусу через рівноправну участь акторів. Це передбачає готовність суб'єктів до аргументованої згоди та критичної рефлексії власних доктринальних установок, що є єдиним легітимним шляхом до стабілізації політичного порядку.

Отже, політична система як інституційне втілення цієї динамічної реальності життєздатна лише за умови сталої комунікативної взаємодії, де особистий досвід індивіда органічно інтегрується в колективну пам'ять нації, набуваючи стійких форм через легітимовані канали комунікації.

Демократія як система і режим зіштовхується з серйозними випробуваннями у XXI столітті. Спостерігається поступове цивілізаційне розділення світу, назрівання конфлікту між наддержавами за домінування в геополітичному просторі. Президент Дональд Трамп переніс дискусію у практичну площину - фактично оголосивши весь світ зоною впливу США. Свого часу Радянський Союз також претендував на глобальне домінування і мав намір перебудувати світ, що завершилося роками застою та пошуком зовнішніх ворогів, а врешті-решт - розпадом держави. Ще Аристотель застерігав, що застигла політична система є смертю для держави. Схожий шлях пройшли й інші імперії: каталізатором занепаду Афін стала війна зі Спартою (431–404 рр. до н.е.), Римської імперії - протистояння з готами (378–395 рр.), Речі Посполитої - Польсько-Російська війна 1792 р. Держави, що її поглинули, також припинили існування внаслідок Першої світової. СРСР розпався у процесі афганської кампанії. Схожі ознаки спостерігаються й у США - розкол суспільства після президентських виборів 2016 і 2020 рр., штурм Капітолію, застосування сили проти протестувальників. Четвертий

президент США Джеймс Медісон попереджав: небезпека тиранії приходить під приводом боротьби з зовнішнім ворогом. Причини відступу від демократії охоплюють: популізм як риторичну позицію, економічну нерівність, персоналізм влади, вплив пандемії COVID-19. Піппа Норріс з Гарвардської школи Кеннеді визначає «дві подвійні сили» найбільшою загрозою для ліберальних демократій: терористичні атаки на внутрішній території і зростання популістських настроїв - авторитарні сили, що паразитують на цих проблемах. Британський політолог Майкл Савард у «Демократичному дизайні» наполягає, що для ефективної реакції на виклики сучасності необхідно оперувати новим набором концепцій та інституцій. Комунікаційно-інформаційний континуум є нестійким у сучасних суспільствах, що потребує постійно адаптивних політичних систем. У межах сучасної політичної аксіології здатність демократичного устрою до системної рефлексії та адаптивної самокорекції постає як його перевага. На відміну від автократичних конструкцій, демократія функціонує як динамічний організм, де базові цілепокладальні орієнтири (індивідуальна свобода, соціальна рівність, верховенство права та непорушність прав людини) виступають незмінним ціннісним ядром, навколо якого вибудовується гнучка інституційна оболонка. Така структура дозволяє системі зберігати свою ідентичність, одночасно трансформуючи методи досягнення стратегічних цілей відповідно до викликів часу.

Впровадження новітніх політичних технологій у простір публічного врядування радикально масштабує інтенсивність впливу на громадянське суспільство, проте цей процес має двояку природу. Технологічна модернізація створює інноваційні платформи для відкритої інституційної взаємодії, децентралізуючи механізми участі та утверджуючи горизонтальні моделі політичної активності. Це веде до якісного оновлення організаційної структури влади на всіх ієрархічних рівнях, роблячи її більш чутливою до суспільних запитів.

З огляду на кібернетичну логіку функціонування складних систем, цей процес виражається у двох паралельних стратегіях життєзабезпечення.

Перша - стратегія внутрішньої адаптації, що полягає у здатності політичного об’єкта до структурно-функціональної перебудови у відповідь на зовнішні зміни.

Друга - стратегія зовнішньої експансії, в межах якої система активно впливає на навколишнє середовище, «пристосовуючи» його до власних потреб через ефективну мобілізацію ресурсів та превентивну нейтралізацію дестабілізуючих чинників.

Таким чином, сучасна демократія постає не як статичний набір правил, а як високоефективна технологія соціального менеджменту, що забезпечує сталий розвиток через безперервний цикл самовдосконалення та активного діалогу з соціумом.

3. Сучасний авторитаризм та технології його впливів на демократію.

Всупереч деклараціям про демократизацію, впродовж останніх десятиліть зростає кількість режимів, які науковці кваліфікують як авторитарні. За авторитаризму фундаментальні права людини не дотримуються, і тому збереження адекватної реакції світового співтовариства залишається актуальним. Неоавторитаризм, з його здатністю маскуватися за фасадом демократії, заслуговує на особливу увагу. Характерною рисою неоавторитаризму після Холодної війни стало ширше застосування псевдодемократичних інститутів для підтримки режиму. Це явище пов'язане з посиленням попиту на демократію в міжнародному співтоваристві та з потребами самих режимів у легітимності.

Сьогодні науковці застосовують термін «неоавторитаризм» для опису режимів із спільними характеристиками: по-перше, для позначення змін у Китаї після піднесення Сі Цзінпіня у 2013 р. за умов порівняно обмеженого державного контролю; по-друге, щоб зафіксувати диктатуру путіна, яка попри авторитарну природу відмінна від радянських тоталітарних попередників; по-третє, щоб відзначити несподіваний зсув до авторитаризму в низці держав Центральної та Східної Європи. Ментальність народу є важливою характеристикою для опису політичних режимів. Лінц і Степан вважають ментальність первинною, а ідеологію - вторинною. Розуміння впливу щоденних практик, які проростають із спільних поглядів і уподобань певної групи, є важливим для вивчення відмінностей між сучасними неоавторитарними режимами. Прикладом прагматичного використання ментальності є режим прем'єра Угорщини Віктора Орбана. Дослідники зазначають, що цю автократію неможливо зрозуміти з позицій націоналізму чи консерватизму - антисемітизм і ксенофобія тут використовуються не з ідеологічних міркувань, а для мобілізації підтримки. Партія «Фідеш» активно трансформує свою ідеологію з лібералізму на етатизм, з центризму на правоцентризм. Апеляція до релігійності має на меті перенести легітимацію влади зі сфери підзвітності до сфери абсолютної влади.

Неоавторитаризм еволюціонує, починаючи з завершення третьої «хвилі» демократизації (середина 1990-х рр.), і відповідного старту третьої «хвилі» автократизації, яка триває й донині. За змістом це недемократичний режим із характеристиками фасадної демократії (квазідемократія). Автократію характеризує імітація демократичних принципів та інститутів, адаптованість

до умов глобалізації і цифровізації, зацікавленість у зміні світового порядку. Від класичного авторитаризму неоавторитаризм відрізняється: приходом до влади частіше шляхом виборів, а не силових сценаріїв; меншою роллю ідеології; широким деструктивним використанням цифрових технологій; інтегрованістю в глобальну капіталістичну економіку; намаганням приховати недемократичну природу; заміною масових репресій прихованими формами тиску та маніпуляцій; підведенням нормативної основи під антидемократичні ініціативи.

Трансформований авторитаризм спрямований не лише на просування авторитарних цінностей, а й на знецінення ліберально-демократичних інститутів, підрив довіри громадян до них, поглиблення соціальних розломів у демократичних спільнотах. Авторитаризм, відтак, є стратегією глобального стримування демократії та формування її іміджу як недієздатного режиму в умовах сучасних глобальних викликів.

У науковій літературі панівним є підхід, за яким глобальна експансія неоавторитаризму - це виклик для демократії. Дослідники Є. Вятр, М. Ніколаєва, Н. Хома констатують, що новий авторитаризм є явищем не локальним, а глобальним. К. Оґден вважає, що світ стоїть на межі капітуляції перед авторитарним порядком. Аналіз наслідків висхідного неоавторитаризму в глобальному вимірі переконливо свідчить про деструктивну авторитарну динаміку без ознак підвищення якості демократії. Відбуваються «тектонічні» зміни: авторитарний режим загрожує демократії як панівній глобальній моделі; зростає кількість держав, де на виборах перемагають лідери, що відходять від демократичного вектора. Відтак неоавторитарні лідери кооперуються, об’єднують ресурси задля зміцнення влади та прискорення наступу на ліберальні цінності. Особливо яскраво реальність ймовірної зміни світового порядку та ризики застосування ядерної зброї увиразнюються в подіях 2022–2025 рр. Більшість держав, де демократичні реформи були декларативними, а транзит - фрагментарним, схиляються до недемократичного шляху під демократичним прикриттям. До прикладу - пострадянські держави Центральної Азії. Зростає кількість різного типу переворотів: у 2021 р. - в Малі, Гвінеї, Судані, М’янмі; у 2022–2023 рр. - в Буркіна Фасо, Єгипті, Габоні, Конго, Нігері та ін.

Ескалація неоавторитарних тенденцій в глобальному просторі виокремлює системну дестабілізацію міжнародного порядку, що проявляється через комплекс деструктивних наслідків у політичній, безпековій та інформаційній сферах. Насамперед, цей регрес виражається у переході до силових сценаріїв вирішення територіальних та геополітичних суперечок, що провокує розв’язання конвенційних воєн та ініціює новий

виток глобальної гонки озброєнь. Така мілітаризація міжнародних відносин супроводжується фактичним паралічем колективних систем безпеки, які виявляються неспроможними виробити консенсусну стратегію реагування на акти агресії, що підриває основи світового правопорядку.

Паралельно спостерігається цілеспрямована ерозія правозахисного дискурсу. Авторитарні режими не лише ігнорують рекомендації міжнародних інституцій, а й системно демонтують внутрішні механізми захисту прав людини, вдаючись до переслідування правозахисників та журналістів-розслідувачів. Цей процес тісно корелює з безпрецедентним зростанням масштабів політичної корупції, яка стає інструментом утримання влади та засобом підкупу лояльності. У таких умовах міждержавна кооперація суттєво ускладнюється, що стає каталізатором ланцюгової реакції глобальних криз - від продовольчого дефіциту до енергетичної нестабільності, поглиблюючи соціально-економічні проблеми внаслідок деградації демократичних інституцій.

Особливо небезпечним сегментом неоавторитарної експансії є трансформація інформаційного простору в інструмент тотального маніпулювання. Обмеження свободи медіа та встановлення жорсткого контролю над інформаційними потоками поєднується з активним використанням соціальних мереж для поширення теорій змов та дезінформації. Це дозволяє режимам штучно конструювати громадську думку та сегментувати суспільство, нівелюючи можливість раціонального політичного діалогу.

Наслідком зростання авторитаризму є тенденція держав виходити з міжнародних угод і конвенцій: за Трампа США вийшли з Паризької кліматичної угоди; росія у 2019 р. вийшла з Женевської конвенції про захист цивільного населення, у 2022 р. заявила про невиконання рішень Європейського суду з прав людини та вийшла з Конвенції про захист прав людини; Туреччина у 2021 р. вийшла зі Стамбульської конвенції.

Таким чином, головним наслідком висхідного неоавторитаризму в глобальному масштабі є посилення загроз для демократії. Неоавторитарні наддержави поєднують «м'яку», «жорстку», «розумну» та «гостру» сили для впливу на інші держави. Зокрема, вони організовують: блокування резолюцій Ради безпеки ООН; продаж технологій стеження; підготовку військових та постачання зброї; латентне втручання у виборчі кампанії; визнання результатів фальсифікованих виборів; приховане політичне фінансування тощо.

4. Сучасна демократія та її специфіка і небезпеки. Питання готовності суспільств до демократії є надзвичайно актуальним. Філософ

Френсіс Фукуяма у праці «Витоки політичного порядку» переконливо довів, що демократія є наслідком тривалого процесу суспільного розвитку, а природним станом суспільств залишається кланово-родова структура. Саме тому кількість автократій у світі досі значна, а демократичний шлях важко підтримувати. Для демократії необхідні щонайменше дві передумови - демократичні громадяни й демократичні інституції. Поняття громадянина є винаходом модерної епохи. Уявлення про народ як джерело влади потребує формально-логічного мислення, що формується в ході наукової революції та Просвітництва. Демократичні інституції не виникають автоматично: поділ влади, незалежні медіа, верховенство права потребують постійних зусиль для збереження навіть там, де вже створені.

Де відсутнє відчуття громадянства, горизонтальні соціальні зв'язки, мінімальний рівень економічного розвитку, демократичні інституції там демократія неможлива. Це не прояв зверхності, а встановлений факт, підтверджений трагічним досвідом Афганістану, Іраку та інших країн. Після Другої світової війни демократії розвивалися там, де їх засновували й підтримували власні еліти. У трьох балтійських республіках і Польщі ще в середині 1990-х рр. правлячі еліти ухвалили конституції парламентських республік - і відтоді демократія там поступально розвивається.

В Україні й у 10 інших колишніх радянських республіках були ухвалені конституції змішаних республік, фактично суперпрезидентських автократій, де президент має конституційні повноваження фактично вибраного монарха. Після Другої світової в двох корейських державах різні еліти збудували диктатуру на Північ і демократію на Південь; так само різні еліти одного китайського народу збудували демократичні Тайвань, Гонконг, Сінгапур і тоталітарний КНР.

Батьки-засновники США Джеймс Медісон, Джон Адамс та Олександр Гамільтон висловлювали занепокоєння щодо «чистої демократії» та її потенційних загроз. Вони вбачали три основні небезпеки. По-перше, ризик «тиранії більшості»: Медісон у «Федералісті №10» попереджав про «фракції» - групи, керовані пристрастями, що ігнорують загальне благо. По-друге, нестабільність і вплив натовпу: спираючись на приклад давньогрецьких демократій, засновники вважали пряме народне правління вразливим до маніпуляцій демагогів. По-третє, захист прав і свободи через республіканську форму: вони надавали перевагу представницькій республіці, де влада делегується обраним представникам, що дозволяє фільтрувати «пристрасті» мас. США - це не демократія, а конституційна республіка: слово «демократія» відсутнє в тексті Конституції США.

5. **Неототалітарні тенденції як загроза демократії.** Феномен неототалітаризму постає як специфічна світоглядна парадигма, що виникає внаслідок страху суспільства перед непередбачуваністю глобальних трансформацій. Цей комплекс установок базується на небезпечній синергії радикальних правоцентристських та почасти лівоекстремістських тенденцій, що стають особливо актуальними для соціумів, наляканих неконтрольованою міграцією, перманентними воєнними конфліктами та загальною кризою ідентичності. Радикалізована картина світу, яку формує неототалітарна свідомість, є унікальним інтелектуальним конструктом, що запозичує елементи з трьох ключових цивілізаційних епох, створюючи складний та суперечливий наратив.

З огляду на ідейну архітектуру цього явища, з аграрного (премодерного) суспільства неототалітаризм імпортує романтизований етноцентризм, що апелює до «крові та ґрунту», тоді як від індустріального модерну він переймає агресивний імперіалістичний дискурс та жорстку ідеологічну структурованість. Проте найбільш специфічною рисою є запозичення з постіндустріального (постмодерного) світу: йдеться про використання плюральності, релятивності та фрагментації істини не для демократичного діалогу, а для розмивання реальності та створення маніпулятивних симулякрів. У такій системі відбувається кардинальний зсув центрів тяжіння: реальні важелі управління переходять від традиційних національних держав до глобалізованого віртуального простору, де влада стає анонімною та всюдисущою.

Зрештою, неототалітарні тенденції виступають головним рушієм для утвердження псевдодемократій - політичних режимів, які зберігають формальні декорації народовладдя (вибори, парламент, конституцію), проте позбавляють їх будь-якого реального змісту через маніпулятивні технології та контроль над цифровою інфраструктурою. Це створює легітимаційний дискурс нової якості, де свобода вибору замінюється ілюзією участі, а державний апарат трансформується у високоефективну машину з виробництва згоди в умовах штучно підтримуваного стану суспільної тривоги.

На сучасному етапі відбувається трансформація класичної демократії у бік посилення неототалітарних тенденцій. Концепцію тоталітарної демократії вперше запропонував Джейкоб Талмон у 1952 р. Вона являє форму режиму, де формально наявне демократичне законодавство, однак участь суспільства в управлінні реально мінімальна. Тоталітарна демократія має псевдоплюралістичну систему з домінуючою владною партією. У площині класифікацій гібридних режимів Вольфганг Меркель та Аврель Круассан

розрізняють три типи дефектних демократій: «ексклюзивна демократія» - порушення принципу загальних виборів; «анклавна демократія» - позбавлення демократично обраних представників доступу до певних сфер групами вето; «неліберальна демократія» - пошкодження верховенства права. Круассан і Тері додають четвертий тип: «делегативна демократія», де підривається система стримувань і противаг, виконавча влада домінує над законодавчою, а харизматичний лідер управляє за допомогою декретів.

Науковець Мікаель Вігелл виокремлює три типи гібридних режимів на основі електоральних і конституційних критеріїв: «обмежена» демократія, «електоральна» демократія та «конституційна» демократія. Дослідник Леонардо Морліно розрізняє: «захищену», «обмежену» демократію, «демократію без закону» та «квазідемократію». Дослідники Стівен Левіцький і Лукан Вей виокремлюють «змагальний авторитаризм» - режим, де формальні демократичні інститути існують, але поле суттєво викривлене на користь тих, хто при владі. Незважаючи на регіональні особливості, неототалітаризм характеризується: редукцією загальнолюдських цінностей до корпоративної аксіології; «асиметричною взаємозалежністю»; активізацією реваншистських рухів; поширенням попкультури і симулятивних практик; маніпулюванням масовою свідомістю при збереженні зовнішньодемократичного порядку. Якщо класичний тоталітаризм будував «дисциплінарне суспільство» (Паноптикон), де меншість контролювала більшість зверху вниз, то неототалітаризм вибудовує «суспільство контролю» (Синоптикон), в якому всі контролюють усіх у двох напрямах.

Ідеологія неототалітаризму принципово відрізняється від класичного: якщо класичний тоталітаризм спирався на колективістську модель механічної масовізації, то неототалітарний кіч тяжіє до продукування хибних форм індивідуальності й популістського елітаризму.

Пандемія COVID-19 продемонструвала неефективність ліберальної демократії у протидії смертельній хворобі, що може посилити «дефекти» демократичного режиму в бік неототалітарних тенденцій. В постпандемічний період цілком імовірне включення деяких елементів неототалітарних практик у політичні механізми здійснення влади - особливо в інформаційно-комунікаційній сфері.

Серед проявів неототалітаризму: розвиток методів управління електоральною поведінкою; комунікаційна революція, що відкриває нові технічні можливості управління масовою свідомістю; глобалізація, яка надає можливість використання фінансово-наукових ресурсів для встановлення контролю; послаблення демократичних рухів, здатних обмежити авторитарні устремління еліт. Цифрові технології суттєво полегшують управління

масовою свідомістю і контроль за способом думок людей, сприяючи систематичній ідеологічній індоктринації.

6. Технології інформаційної протидії недемократичним режимам. Еволюція засобів масової комунікації на межі тисячоліть детермінувала фундаментальний зсув у методології інформаційно-технологічного супроводу владних відносин. Стрімка інтернет-експансія не лише нівелювала традиційні бар'єри між акторами політичного поля, а й радикально диверсифікувала арсенал інструментів стратегічного управління інформаційними потоками. У цьому контексті особливої релевантності набуває класична типологія моделей комунікації, обґрунтована Джеймсом Грюнігом та Тоддом Гантом, яка дозволяє диференціювати рівень демократичності та етичності взаємодії між владою та соціумом.

Згідно з цією концепцією, комунікаційні стратегії еволюціонують від маніпулятивно-пропагандистського впливу та суто інформативно-журналістської констатації фактів до складних дворівневих систем. Якщо двобічна асиметрична модель орієнтована передусім на зміну поведінки аудиторії без корекції стратегії самого актора, то ідеальним типом постає двобічна симетрична комунікація. Вона базується на принципах аксіологічного балансу, взаємовигідності та відкритого діалогу, де зворотний зв'язок слугує не інструментом маніпуляції, а засобом досягнення автентичного консенсусу.

Проте сучасна політична реальність демонструє домінування перших трьох моделей, що зумовлює гіпертрофоване використання технологій спін-докторингу. Ці методи спрямовані на штучну корекцію сприйняття подій через «правильне» подання інформації або зміщення акцентів у медійному дискурсі. Така практика дедалі частіше стає об'єктом жорсткої академічної рефлексії та професійної критики, оскільки підміна реального діалогу технологічними симулякрами веде до ерозії довіри в системі «влада - суспільство». Це актуалізує потребу в деконструкції традиційних підходів до комунікації та пошуку шляхів до реальної симетричності, яка б відповідала викликам інформаційного суспільства та принципам етичної публічної політики.

Цінності модерних демократій не корелюються зі спіновими технологіями, які гальмують розвиток демократії. Натомість в автократіях спін-докторінг успішно вкорінюється, легітимізуючи очільників через ретельно вибудовані однобічні послання. Тому для демократій екзистенційно необхідним є впровадження технологій ефективних комунікацій, що відповідають двобічній симетричній моделі.

Спін-докторінг вперше вжито у жовтні 1984 р. в New York Times у статті Джека Розенталя в контексті теледебатів між Рейганом і Мондейлом. Тодішнього очільника штабу Білого Дому Дональда Рейґана неофіційно називали «Director of Spin Control». Згодом ця фаховість перейшла в категорію престижної професії, а з середини 1990-х рр. спін-докторінгом почали займатися й науковці-комунікологи. На думку Н. Гофа «спін» - це інтерпретація, упередженість або нахил інформації при її представленні громадськості; «доктор» позначає спеціаліста, який «оздоровлює» інформаційні новини. Тенденція відходу від пієтету щодо спін-технологій простежується в країнах західних демократій. Л. Фолл вказує, що спін є неетичною поведінкою, оскільки викривляє правду. Відтак спін-технології маргіналізуються в демократіях, тоді як у автократіях «успішно» впроваджуються. С. Гурієв та Д. Трейсман концептуалізують явище «спін-диктатури». До сучасних спін-диктатур Гурієв і Трейсман відносять режими Сінгапуру, Казахстану (Назарбаєв), Венесуели (Чавес), Угорщини (Орбан), Туреччини (Ердоган до 2016 р.), росії (путін).

Концептуальне переосмислення природи інформаційного впливу в межах сучасної політичної комунікації дозволяє відійти від вузького розуміння маніпуляції на користь парадигми стратегічної інтелектуальної роботи. Фундаментальним підґрунтям для такого підходу слугує методологічна спадщина бригадного генерала армії США Вашингтона Плетта, який у своїй праці «Strategic intelligence production: Basic principles» запропонував метафоричну модель «інформаційної тканини».

У цій конструкції достовірна інформація постає як результат органічного переплетення «основи» - валідних науково-дослідних методів - та «качку», що репрезентує професійні методи інформаційної роботи. Саме така інтеграція забезпечує цілісність та міцність «продукту», перетворюючи розрізнені дані на стратегічний актив.

Сутність спін-докторингу зазнає кардинальної семантичної трансформації. Він перестає бути синонімом викривлення реальності, натомість набуваючи ознак цілісної системи стратегічної комунікації, що охоплює повний цикл роботи з контентом: від інтелектуального здобуття та критичного опрацювання до соціально відповідальної дифузії інформації в суспільний дискурс. Цей підхід корелює з ідеями Джеймса Грюніга щодо модернізації сфери зв’язків із громадськістю, де ключовим імперативом є набуття фахом рис стратегічного менеджменту, здатного не просто реагувати на події, а формувати конструктивне інформаційне середовище.

Впровадження стратегічного спін-докторингу як технології публічного врядування є критично важливим для підтримання життєздатності

демократичних систем. Це дозволяє провести чітку демаркаційну лінію між етичним управлінням інформацією, зорієнтованим на суспільне благо, та маніпулятивними практиками автократичних режимів, де спін використовується виключно для придушення інакомислення та конструювання паралельних реальностей. Таким чином, перехід до стратегічної моделі інформаційної діяльності постає не лише як технологічне вдосконалення, а як ціннісний вибір на користь прозорості та інституційної довіри в умовах сучасної глобальної нестабільності.

.

Глосарій термінів і понять до теми

Кібернетичний гомеостаз - стійке саморегульоване функціонування складних відкритих систем в умовах змінного середовища.

Комунікаційно - інформаційний континуум (тобто безперервність, тривале цілісне середовище).

Інтрасоціальне середовище - екологічна, біологічна, особистісна та соціальна системи, остання з яких диференціюється на підсистеми культури, економіки, соціальної структури, демографії та ін.

Екстрасоціальне середовище – утворюють зовнішні політичні, екологічні та соціальні системи з відповідними підсистемами.

Ментальність - образ думок і відчуттів, радше емоційний, ніж раціональний, що визначає спонтанну реакцію на різні ситуації.

Неоавторитаризм (або «новий авторитаризм») – сучасний тип недемократичного режиму, що поєднує централізовану владу (особи чи групи) з формальними ознаками демократії, економічними свободами та контролем над ЗМІ. Він базується на ідеології, залякуванні опозиції та використанні патрон-клієнтських мереж, часто маскуючись під «електоральний» чи «змагальний» авторитаризм.

Неототалітаризм - інформаційний або комунікаційний тоталітаризм, зумовлений руйнуванням традиційних комунікацій та формуванням громадської думки навколо полюсів споживацтва й матеріального успіху.

Псевдодемократії - суміш рис демократичних і недемократичних режимів, де зростає вплив бюрократії, «стирається» людська індивідуальність, а суспільство характеризує прагнення самоусунутись від вирішення проблем, конформність і некритичність мислення.

Спін-докторінг у широкому розумінні трактується як менеджмент новин, процес управління інформацією та її представлення в бажаному контексті.

Спін-диктатури - на відміну від «диктатури страху» спін-диктатори маніпулюють ЗМІ, здобувають популярність сучасними технологіями, імітують демократію й обмежують суспільне насильство.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Чому осмислення природи політичної системи як такої, що перебуває в комунікаційно-інформаційному континуумі, потребує комплексу різних методологічних підходів?

2. Обґрунтуйте, чому ефективним є поєднання структурно-функціонального, системного та кібернетичного наукових підходів.

3. Чи погоджуєтеся ви з тим, що макрорівневими показниками асинхронності політичної системи можна вважати низьку транспарентність електоральних процесів, закритий тип рекрутування еліти, підконтрольність ЗМІ владі?

4. Чим і чому неоавторитаризм вирізняється від класичного авторитаризму?

Рекомендована література

Батюк Д. А., Кисленко Р. В. Типологія гібридних політичних режимів. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. 2013. Вип. 6 (I). С. 18–23.

Березовська-Чміль О. Порівняльний аналіз демократичного та авторитарного політичних режимів. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2023. Вип. 15. С. 11–17.

Булгаков Д. О. Комунікаційна діяльність органів влади. *Політичне життя*. 2024. № 3. С. 1–10.

Вайєр А. М., Іванова А. В. Політичні технології як чинник процесу демократизації громадянського суспільства. *Актуальні проблеми політики*. 2020. Вип. 65. С. 33–40.

Вонсович С.Г. Політичний транзит в контексті неототалітарного вектора світової політичної системи. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2014. Вип. 118(1). С. 25-34.

Вонсович С. Г. Виникнення ідейних засад тоталітаризму. *Політологічні студії* : зб. наук. праць. Кам'янець-Подільський, 2025. Вип. 7. С. 3–15. URI: http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9557.

Гурієв С., Трейсман Д. *Спін-диктатори. Як змінюється обличчя тиранії в XXI столітті* / пер. О. Бершадської. Київ : Букшеф, 2023. 432 с.

Демартино А. П. Поняття і класифікація новітніх інформаційно-комунікативних технологій. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2018. Вип. 24. С. 94–99.

Дем'яненко Б. Л. Внутрішньосистемні фактори кризи ліберальної демократії в сучасному світі. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2025. № 15. С. 66–90.

Дойч К. Народи, нації та комунікація. В: *Націоналізм : антологія* / упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. Київ : Смолоскип, 2000. С. 546–566.

Дубас О. П. *Інформаційно-комунікаційний простір: культурно-політичні детермінанти* : монографія. Київ : Генеза, 2011. 256 с.

Інформаційно-комунікаційні технології у сфері національної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. Г. П. Ситника. Київ : Академпрес, 2024. 176 с.

Калиніна А. О. Від класичного тоталітаризму до тоталітарної демократії. *Актуальні проблеми політики*. 2014. Вип. 52. С. 281–288.

Левченко І. Соціальна комунікація як важлива складова інформаційно-комунікаційного простору. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2022. Вип. 14. С. 253–265.

Лисенко Ю. В., Манелюк Ю. М. Маніпулювання як складова політичної комунікації в умовах інформаційних протистоянь. *Політикус*. 2024. Вип. 1. С. 67–72.

Лясота А. Є. Критерії асинхронності функціонування політичної системи перехідних суспільств. *Регіональні студії*. 2020. Вип. 20. С. 32–37.

Мак-Люен М. *Галактика Гутенберга. Становлення людини друкованої книги*. Київ : Лабораторія, 2024. 384 с.

Недбай В. В. *Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект* : монографія. Одеса : Фенікс, 2009. 341 с.

Політичні технології в сучасних владних процесах : навчальний посібник / В. Ф. Смолянюк, С. С. Бульбенюк, Ю. М. Манелюк та ін. Київ : КНЕУ, 2021. 328 с.

Постол О. Комунікаційно-інформаційний континуум політичної системи. *Політикус*. 2025. Вип. 2. С. 114–118.

Почепцов Г. Г. *Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття* : монографія. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

Проноза І. І. Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. *Політикус*. 2021. Вип. 3. С. 65–79.

Рєзанова Н. О., Волобуєв В. В. Принципи системного підходу в аналізі політичної системи суспільства. *Політикус*. 2024. № 3. С. 32–39.

Романюк О. І. Що таке «дефектні демократії» і якими вони бувають. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2017. № 2 (33). С. 114–123.

Рудакевич О. Комунікативна модель національної політичної культури. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія. Соціологія. Філософія*. 2010. Вип. 14. С. 49–52.

Саутьонков В. Посилення неоавторитаризму: наслідки для глобальної безпеки та якості демократії. *Політикус*. 2024. Вип. 1. С. 100–105.

Специфіка комунікативних впливів у соціокультурному просторі : монографія / за заг. ред. В. І. Башманівського. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2023. 461 с.

Шабанов М. Патримоніальний політичний режим та його відтворення: системні риси та специфіка. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2017. Вип. 13. С. 159–165.

Deutsch K. *The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control*. New York : The Free Press, 1973. 316 p.

Diamond L. The State of Democratization at the Beginning of the 21 Century. *The Whitehead Journal of Diplomacy and International Relations*. 2005. Vol. 11, № 1. P. 13–18.

Diamond L. Thinking About Hybrid Regimes. *Journal of Democracy*. 2002. Vol. 13, № 2. P. 21–35.

ТЕМА 12. Політична іміджелогія як складова практичної діяльності

Навчальні питання

1. Джерела, етапи і сутність політичної іміджелогії у структурі суспільства
2. Персоніфікація політики і формування політичного іміджу. Політичний іміджмейкінг
3. Політичний імідж сучасного владно-політичного істеблішменту України
4. Процес формування позитивного іміджу
5. Етапи формування політичного іміджу
6. Сучасні орієнтири іміджевої політики України
7. Трансформація іміджу політика в умовах війни

1. Джерела, етапи і сутність політичної іміджелогії у структурі суспільства. Політична іміджелогія як самостійна галузь наукового знання характеризується специфічним предметом та об’єктом дослідження. Об’єктом виступає імідж, тоді як предметом слугують шляхи та методи його конструювання у політичній сфері. Варто зазначити, що як окрема наукова дисципліна іміджелогія сформувалась лише у 90-х роках ХХ століття. Саме міждисциплінарний характер цієї науки сприяв актуалізації феномену іміджу та аналізу потреб цільової аудиторії.

Становлення іміджмейкінгу як професійної діяльності розглядається у нерозривному зв’язку з інституціоналізацією іміджелогії як самостійної наукової дисципліни. Наукове утвердження цієї галузі дозволило трансформувати практичний досвід візуальної репрезентації у структуроване теоретичне знання, що охоплює фундаментальні засади та прикладні технології конструювання образу. З огляду на це, іміджелогія постає не просто як збірник прагматичних порад, а як синтетична наука, покликана розробляти складні алгоритми формування та реалізації іміджу суб’єктів різного рівня - від окремих лідерів та політичних партій до цілих державних інститутів і націй у глобальному вимірі.

Окремим критично важливим сегментом у структурі іміджелогічних досліджень є аналіз негативного, або так званого непривабливого іміджу, що в умовах гострої електоральної конкуренції набуває статусу деструктивного інструментарію.

У практичній політології цей напрям фокусується на вивченні механізмів дискредитації політичних опонентів, де фахівці з PR та політтехнологи використовують методи для цілеспрямованого усунення конкурентів із публічного поля. Така амбівалентність дисципліни підкреслює її технологічну складність, де створення привабливого образу неминуче супроводжується моніторингом ризиків репутаційної дестабілізації.

Проблемне поле іміджелогії, яке забезпечує її теоретичну автономність та наукову легітимацію, структурується через чотири фундаментальні компоненти: об'єкт, предмет, методологію та внутрішню архітектуру. Дослідник В. Шепель пропонує інтерпретувати іміджелогію як специфічну галузь знання, що фокусується на технологіях продукування особистісної привабливості (атрактивності) та оволодінні механізмами впливу навіювання. У такій системі координат об'єктом постає весь багатогранний простір соціальної комунікації індивіда, тоді як предметом виступає сам імідж як віртуальна, проєктована конструкція, що прагне до заміщення реального об'єкта в свідомості реципієнта.

Це, своєю чергою, корелює з розумінням іміджу як функціональної реальності, де проєкція (віртуальний образ) нерідко набуває більшої легітимаційної сили, ніж безпосередні характеристики суб'єкта. Якщо розглядати цей феномен крізь призму політичного дискурсу, то іміджелогія виявляється фундаментальною опорою для формування стабільного легітимаційного наративу, де кожен елемент візуальної та змістовної присутності політика в інформаційному середовищі є результатом глибокого методологічного розрахунку.

Таким чином, науковий статус іміджелогії забезпечує не лише ефективність політичної реклами, а й загальну стійкість комунікаційної системи.

Антропологічний фундамент іміджелогії, на якому акцентує увагу В. Шепель, визначає розуміння успішного публічного образу як похідної від цілісного стану особистості, де фізичне, психічне та моральне здоров'я є не просто фоновими характеристиками, а базовою запорукою трансляції життєздатного іміджу. Такий підхід зумовлює глибоку наукову інтегративність дисципліни, яка в процесі поєднання єдиного образу залучає міждисциплінарне інформаційне оснащення з психології, соціології, лінгвістики та медицини.

Політична іміджелогія в цій системі координат постає як універсальний інтегративний інструментарій, що дозволяє не лише створювати характеристики іміджевих конструкцій, а й проводити глибокий аналіз пізнавальних стереотипів та ціннісних запитів електорату з метою кристалізації найбільш адекватної іміджевої стратегії.

До структури методологічного оснащення іміджелогії входять імідж-діагностика, спрямована на ідентифікацію наявних рис суб'єкта, імідж-консалтинг, що забезпечує стратегічне супроводження, іміджмейкінг як безпосередня технологія творення та імідж-прогностика, яка моделює майбутні репутаційні траєкторії. Метою цієї наукової архітектури є надання фахівцям верифікованого методичного інструментарію для професійної трансформації «іміджобразу», що дозволяє перетворювати стихійні прояви особистості на керовані символічні активи.

Це взаємодіє з глобальним трендом персоніфікації політики, де публічний дискурс, під яким розуміється сукупність публічних висловлювань, обговорень, текстів та комунікативних практик, через які суспільство обговорює важливі проблеми, формує громадську думку, приймає колективні рішення та здійснює вплив на владу, дедалі частіше зміщується від змагання програм до конкуренції особистостей. Успішна персоніфікація вимагає від суб'єкта жорсткого «відмежування» від політичних опонентів через акцентування унікальних персональних характеристик, які найвигідніше підкреслюють його особливість у сприйнятті мас. На передній план виходять атрибути політичної персони: невербальна комунікація, особливості тембру голосу. Якщо розглядати цей феномен крізь призму політичного маркетингу, стає очевидним парадокс, що хоча зовнішня атрибутика не має прямого зв'язку з управлінською компетентністю лідера, саме вона слугує вхідним квитком у владні структури, дозволяючи індивіду набути статусу повноцінного актора.

У сучасній практиці легітимації імідж вибудовується за аналогією з маркетинговою стратегією унікальної ціннісної пропозиції (USP). Політик презентується як своєрідний «соціальний товар», здатний задовольняти специфічні потреби електорату та продукувати бажані емоційні асоціації. Використання теорій PR та масових комунікацій як теоретичної бази іміджмейкінгу дозволяє спиратися на масив емпіричних даних, нівелюючи суперечливість між очікуваннями виборців та пропонованим медійним образом.

Таким чином, політична іміджелогія забезпечує трансформацію суб'єктивної привабливості у реальний владний ресурс, конвертуючи візуальні та поведінкові коди у політичний капітал.

Процес генези політичного іміджу незмінно визначається застосуванням розгалуженої системи прийомів та технологій, що функціонують на стику практичної політології та психології. У межах професійного іміджмейкінгу розмежовують стратегічні технології, що забезпечують існування образу протягом усього життєвого циклу суб'єкта на політичній арені, та тактичні інструменти, орієнтовані на короткострокову корекцію сприйняття у межах конкретних ситуативних запитів. З огляду на концептуальні розробки науковця Г. Почепцова, імідж слід інтерпретувати як специфічний знаковий замінник, що репрезентує ключові дескриптори - ключові слова, характеристики, коди або структури даних, які використовуються для опису, ідентифікації чи класифікації особистості. Важливою ознакою цього феномену є його семантична насиченість. Він транслює реципієнту сукупність ознак, які можуть як базуватися на об'єктивних характеристиках об'єкта, так і бути продуктом довільної **атрибуції** (процесу визначення авторства, приписування певних властивостей або розподілу цінностей між різними подіями), сконструйованої креативною групою з метою досягнення прагматичних цілей.

Центральна місія іміджмейкера в цій структурі полягає в ідентифікації та гіперболізації автентичних позитивних якостей суб'єкта, що дозволяє уникнути **когнітивного дисонансу** (психологічного стану внутрішнього дискомфорту, який виникає, коли переконання, цінності або ідеї людини суперечать її власним діям чи новій інформації.), який неминуче виникає при спробі штучного вживлення рис, що радикально суперечать внутрішній природі людини. Політичний імідж у такому трактуванні постає як цілеспрямовано сформований образ, який викристалізовується під впливом моди, традицій, пропагандистських установок та існуючих у соціумі забобонів. Це, у свою чергу, корелює з потребою здійснення емоційно-психологічного впливу на електоральні групи, де імідж виконує роль стимулятора необхідних реакцій та легітимації лідерських амбіцій. Еволюція політичного іміджу починається з моменту його «публічного народження», коли персональні характеристики індивіда стають предметом масового споживання та оцінки. Попри свою універсальність, такий образ завжди характеризується певною мірою абстрактності та схематизації, виступаючи спрощеною, але динамічною версією свого носія. В іміджелогії сутнісні параметри образу часто сприймаються крізь призму таких характеристик, як еталонність, архетипність, домінантність та агресивність, що апелюють до глибинних шарів підсвідомості виборця.

Сучасні тренди в публічній політиці демонструють виразну тенденцію до ускладнення іміджевих конструкцій, що вимагає відповідної модернізації

технологій їх моделювання через корекцію публічної активності, вчинків та дискурсивних практик суб'єкта. Для досягнення стабільного сприйняття фахівці фокусуються на таких іміджевих детермінантах як яскравість (експресивність мовлення та поведінки), зрозумілість (що забезпечує реципієнту відчуття психологічної безпеки), позитивність та впливовість. Остання є особливо важливою, оскільки пов'язує образ із силою та політичною значущістю. Популярність досягається не лише через кількісне збільшення медійної присутності, а й через забезпечення органічності образу, його максимальної відповідності внутрішньому прототипу, що унеможливлює сприйняття лідера як штучного симулякра.

Структура сучасного політичного іміджмейкінгу постає як багаторівнева система стратегічних комунікацій, що вибудовується в межах трикутної конфігурації «політик - іміджмейкер - аудиторія».

Необхідно провести чітку лінію між політичною іміджелогією як фундаментальною теоретичною базою та політичним іміджмейкінгом як прикладною технологічною надбудовою. Останній, спираючись на чітку методологію, охоплює весь спектр структурних компонентів, перетворюючи формування образу на високотехнологічний творчий процес, успіх якого корелює з обраним інструментарієм побудови.

Завдяки іміджмейкінгу образ лідера набуває функціональної суб'єктності. Він не лише забезпечує ідентифікацію особистості в насиченому конкурентному полі, а й виконує роль містка, що зв'язує суб'єкта з аудиторією. Технологія цього процесу включає в себе **неймінг-** процес розробки стратегічної, унікальної та такої, що запам'ятовується, назви для компанії, бренду, продукту чи послуг; **брендинг -** безперервний процес створення, розвитку та управління образом компанії чи продукту **та складні механізми соціальної перцепції -** процесу сприйняття, розуміння та оцінки людьми одне одного, соціальних груп і суспільних явищ**.** Використання ролієвого ряду, ефектів контрасту та подібності дозволяє сформувати стійкий кредит довіри з боку громадськості. Це корелює з тезою Г. Почепцова про імідж як найбільш ефективну форму подачі відомостей, здатну долати психологічні фільтри та критичні бар'єри індивідуальної свідомості.

Комунікативна стратегія політичного іміджмейкінгу структурується через три ключові вектори: орієнтацію, яка полягає у зрозумілій артикуляції політичної позиції; інтеграцію, спрямовану на консолідацію електорального ядра; та агресію, що виражається у контрпропаганді та нейтралізації опонентів. Оскільки імідж за своєю природою тяжіє до міфологізації та стереотипізації, він апелює до архетипних очікувань масової свідомості, вкарбовуючись у колективну пам'ять як сукупний, цілісний образ. Якщо

розглядати цей феномен крізь призму виборчих технологій, то створення єдиного образу кандидата вимагає синхронізації чотирьох рівнів характеристик.

До цієї структури належать особистісні детермінанти (темперамент та психофізіологічні особливості), соціальні параметри (статус, національна ідентичність та групова приналежність), професійно-політичний бекграунд (місце в ієрархії та репутаційний капітал), а також зовнішні та комунікативні атрибути. Тільки за умови гармонійної інтеграції цих компонентів стає можливою реалізація головного завдання іміджмейкера - успішна інституціоналізація суб'єкта у структурах державної влади через формування легітимаційного дискурсу, що сприймається виборцем як єдино прийнятний. Таким чином, політичний іміджмейкінг виступає не просто інструментом реклами, а стратегічним механізмом конструювання політичної реальності.

Системне узагальнення сучасних напрацювань у галузі іміджелогії дозволяє визначити комплекс факторів, що структурують електоральну ефективність політичного образу. У межах методологічного процесу усвідомлення, критичного аналізу та осмислення наукового знання, методів пізнання, власних дослідницьких дій або самого процесу наукового пошуку виокремлюється низка характеристик, які формують профіль ідеального кандидата в масовій свідомості. Зокрема, пріоритетне значення має освітній ценз, де найвищий рівень довіри фіксується щодо осіб із вищою освітою суспільно-гуманітарного профілю, що сприймається як гарантія управлінської компетентності.

Сімейний статус та досвід професійної діяльності (мінімальний поріг якого становить три роки у владних структурах або місцевому самоврядуванні) виступають маркерами соціальної стабільності та інституційної зрілості. Додатковими репутаційними активами постають бездоганна законослухняність, активна меценатська діяльність та чітка ідеологічна ідентифікація, що в сукупності з міжнародним визнанням конвертують персональні дані в потужний політичний капітал.

Реалізація сформованого іміджу в агресивному комунікаційному середовищі нерідко супроводжується застосуванням специфічних маніпулятивних технологій, які в практичній політології класифікуються за вектором впливу. Аргументативне маніпулювання базується на свідомому порушенні логіки повідомлень для маскування сумнівних тез, тоді як референціальний підхід оперує спектром відвертої дезінформації, напівправди чи стратегічного замовчування.

Попри високу технологічність сучасного іміджмейкінгу, його справжня ефективність досягається лише за умови подолання «політтехнічної

обгортки» та наповнення образу реальними результатами діяльності. В умовах сучасної медіакратії політична іміджелогія та іміджмейкінг постають як цілісна теоретико-прикладна платформа, що здійснює міждисциплінарний синтез інструментарію психології, маркетингу, риторики, дизайну та антропології.

Це дозволяє реалізовувати складні механізми впливу - від міфологізації та архаїзації образу до його деталізації та візуальної вербалізації. Якщо розглядати цей процес крізь призму стратегічного менеджменту, то дистанціювання, емоціоналізація та метафоризація стають тими диференційованими важелями, які дозволяють не просто моделювати імідж, а конструювати нову політичну реальність, де символічний капітал лідера трансформується у реальну владну суб'єктність.

3. Політичний імідж сучасного владно-політичного істеблішменту України. У межах практичної політології електоральний успіх розглядається як похідна від здатності актора трансформувати персональні характеристики у відповідність до актуальних очікувань соціуму. Зокрема, сценарій обрання до вищих законодавчих органів вимагає від іміджмейкера попередньої відповіді на фундаментальні запитання щодо психотипу «ідеального кандидата», який домінує у масовій свідомості в конкретний історичний момент.

Порівняльний аналіз стандартів політичної привабливості демонструє наявність певних універсальних вимог, що особливо виразно простежуються в американській політичній традиції. Кандидат має не лише володіти медійною привабливістю («телегеніічність»), а й демонструвати матеріальну автономність, успішність у попередніх професійних іпостасях та бездоганну репутацію сім'янина. Такі критерії слугують фільтрами, які верифікують право індивіда на входження до владної еліти. Це, своєю чергою, корелює з класичною типологією політичних образів, запропонованою Р. Шварценбергом, де амплуа політичного лідера інтерпретують крізь призму театральних архетипів.

В межах цієї театралізованої парадигми виокремлюються чотири ключові ролі:

«Рятівник Батьківщини», герой, який з'являється у моменти криз, оточений ореолом легендарності та виняткової місії.

«Батько нації», авторитарний, проте справедливий лідер, чий образ базується на патерналістських очікуваннях і суворій шляхетності.

«Чарівний лідер», архетип, який робить ставку на емоційність, розкутість та прагнення сподобатися електорату без зайвого інтелектуального тиску.

«Своя людина», образ «простака», який завдяки випадковості чи долі потрапляє на політичний олімп, залишаючись зрозумілим і близьким до пересічного громадянина.

Формування політико-управлінської еліти відбувається переважно через медіатизацію персональних портретів, де засоби масової інформації виступають головними будівничими віртуальної реальності. Оскільки сучасна політика є гіперперсоніфікованою, конкуренція ідеологій поступається місцем боротьбі іміджів. Перемогу в цьому змаганні отримує той суб'єкт, чий сконструйований образ виявляється найбільш сприйнятним архетипним запитам виборців. Отже, професійно сформований імідж стає не просто допоміжним інструментом, а вирішальним фактором легітимації та інституційної перемоги у боротьбі за владний ресурс.

Процес електорального вибору в українському соціокультурному просторі характеризується вираженою ірраціональністю, де домінантну роль відіграють не раціонально-логічні розрахунки, а глибинні ментальні структури, архетипи, національні традиції та специфічні політичні ідеали. В умовах, коли чітка система політичних цінностей ще не набула остаточної інституційної форми, виникає широке поле для технологічного маніпулювання та конструювання варіативних моделей лідерства.

Сучасна ситуація позначена паралельним існуванням двох ціннісних культур та систем оцінок, що провокує стан суспільної дестабілізації та змушує виборця шукати того суб'єкта, який здатен забезпечити негайну реалізацію нагальних прагматичних потреб населення. Утворення іміджу українського політика відбувається на тлі занепаду патріархальних і радянських ціннісних матриць за одночасного впровадження агресивних інструментів новітніх виборчих технологій. Перший рівень складають домінуючі ідеї-цінності, такі як свобода та політична стабільність, що виступають стратегічними орієнтирами. Другий рівень охоплює розвиваючі цінності: законність, толерантність, відповідальність, безпеку, патріотизм та політичний плюралізм. Кожна з яких у різному ступені інтегрується в структуру іміджу, визначаючи його легітимність та мобілізаційний потенціал.

Ефективна іміджева стратегія потребує синхронізації «сценічних даних» самого кандидата із соціально-психологічними очікуваннями електорату та актуальним політичним контекстом. У цій системі медіакратії засоби масової комунікації є не просто трансляторами, а ретрансляторами політичної реальності, що нерідко вдаються до глибокого маніпулювання масовою свідомістю. Центральне місце в архітектурі такого впливу займає специфічна політична мова, яка володіє особливою владою над індивідом. Наративи, що

продукуються політиками, апелюють, насамперед, до емоційної сфери реципієнта, минаючи раціональні фільтри та програмуючи конкретні форми поведінки.

Таким чином, у політичному просторі України іміджмейкінг перетворюється на мистецтво балансування між архетипними запитами народу та вимогами модерної політичної конкуренції, де перемагає той образ, який найбільш органічно вписується в матрицю національного характеру.

Концептуальна модель політичного іміджу в сучасних умовах вимагає досягнення максимального зближення між **екстернальними атрибутами** кандидата - це зовнішні, матеріальні або поведінкові ознаки, що приписуються людині, соціальній групі чи об'єкту, які полегшують їх ідентифікацію, але часто не відображають їхньої внутрішньої сутності або змісту, артикульованими вимогами електорату та автентичною психологічною сутністю суб’єкта. Гуманістично орієнтований підхід до іміджмейкінгу передбачає відмову від стратегій тотальної симуляції на користь етичної відповідності, де задекларовані політичні наміри фактично корелюють із подальшою управлінською практикою. Таке узгодження мінімізує ризики когнітивного дисонансу у виборців та забезпечує довгострокову легітимацію лідера, перетворюючи імідж із маніпулятивної конструкції на інструмент суспільної довіри.

Процеси глобалізації, попри тенденцію до універсалізації інструментарію політичного маркетингу, не нівелюють значення національного контексту. Ефективна імплементація виборчих технологій безпосередньо залежить від їх пристосованості до специфічної політичної культури, що охоплює лінгвістичні особливості, національний характер, ментальні алгоритми сприйняття інформації та темпоритм соціальних процесів. Варто враховувати фундаментальну відмінність: якщо у західних демократіях технології еволюціонували синхронно з розбудовою громадянського суспільства, то в українських реаліях вони були впроваджені в умовах інституційної незрілості. Це створило підґрунтя для домінування маніпулятивних практик, де віртуальний образ часто підмінював собою реальну політичну суб’єктність.

4. Процес формування позитивного іміджу. У сучасній медіакратичній реальності засоби масової комунікації активно експлуатують методи підсвідомого стимулювання, де ставлення аудиторії до політичних феноменів реформується через впровадження стандартизованих конструктів. Цей механізм базується на здатності людської психіки утримувати абстрактні символічні образи, які поступово заміщують об’єктивну дійсність,

створюючи паралельну міфологізовану реальність, що сприймається індивідом як навколишній світ.

Психолінгвістичний інструментарій, який застосовується мас-медіа для маніпулятивної корекції сприйняття політичного іміджу, характеризується високим ступенем технологічної витонченості. Формування інформаційного повідомлення відбувається у точці перетину професійного досвіду журналіста та очікувань реципієнта, що дозволяє створювати ілюзію об'єктивності.

Серед ключових психолінгвістичних маркерів варто виокремити специфічне вживання імен (від офіційно-повних до інтимізовано-пестливих), фіктивних аналітичних структур та некоректну інтерпретацію соціологічних даних. Використання ефекту приєднання журналіста до позиції актора та перманентне дублювання ідеологічних ярликів дозволяє закріпити в пам'яті виборця стійкі асоціативні зв'язки, що працюють на посилення або руйнацію конкретного іміджу.

Стратегічне планування іміджевої кампанії лідера в українському контексті вимагає врахування глибокої соціокультурної диференціації електорату, зокрема дихотомії між міською та сільською типами соціалізації. Вітчизняний політичний простір фрагментований на кілька домінуючих субкультур - західну, центральноукраїнську та проросійську (у її залишкових формах). Разом із виразними регіональними особливостями, універсальні підходи виявляються неефективними. Оптимальним рішенням постає стратегія «прагматичного політика», яка передбачає адаптацію персональних компонентів іміджу до специфіки кожного регіону. Це дозволяє акцентувати увагу на розв'язанні локальних проблем, інтегруючи лідера в конкретний соціопростір через відповідність місцевим архетипам та прагматичним очікуванням громад.

Своєрідністю формування іміджу українського політика є те, що він конструюється в умовах занепаду цінностей минулих поколінь та одночасного застосування новітніх виборчих технологій. Сьогодні, в умовах відсутності єдиних цілісних ідеологічних поглядів лідерів на розвиток держави та чіткої національної ідеї, відсутній загальний стрижень, який визначає напрям дій і думок людей. Тому в процесі формування іміджу політика робиться наголос саме на політичну психологію, в межах якої відбуваються маніпулятивні процеси через різноманітні політичні технології.

5. Етапи формування політичного іміджу. Процес генези політичного іміджу в межах сучасної стратегічної комунікації розгортається як послідовність етапів, кожен з яких спирається на специфічний інструментарій соціальної інженерії та психологічного моделювання.

Вихідним пунктом цієї траєкторії виступає етап акумуляції та глибокого аналізу даних, що слугують основою для майбутнього конструкту.

На цій стадії відомості систематизуються за багаторівневою класифікацією: від іманентних природних якостей та набутих компетенцій суб'єкта до його соціальних характеристик, політичного бекграунду та прецизійних даних соціологічного моніторингу. Такий комплексний аудит дозволяє ідентифікувати як точки потенційного зростання, так і критичні вразливості майбутнього образу.

На другому етапі розгортається безпосереднє конструювання іміджу, що фокусується на трьох магістральних векторах: естетизації зовнішньої привабливості (габітусу), відпрацюванні комунікативної механіки та шліфуванні ділової риторики. Це корелює з третім етапом адаптації реального індивіда до сконструйованого ідеального образу, що вимагає від політика високого рівня психологічної пластичності.

Апробація результату на електоральному полі здійснюється двоступенево. Спочатку через опосередковані канали та лідерів думок, а згодом - через пряму взаємодію, де актор остаточно входить у нову роль. Цикл завершується системним аналізом отриманого фідбеку та подальшою корекцією іміджу, що забезпечує його динамічну стійкість у мінливому політичному середовищі.

Проблемне поле дослідження процесів трансформації іміджу в сучасному дискурсі зосереджене навколо специфіки інструментарію засобів масової комунікації. Особливої гостроти набуває питання органічної інтеграції медійних технік із технологіями маркетингової комунікації, що часто веде до зміщення акцентів від змісту до форми. Якщо розглядати цей феномен крізь призму психолінгвістики та загальної теорії комунікації, стає очевидною проблема суб'єктивізму журналістського корпусу, який у процесі трансляції іміджу може як підсилювати задані характеристики, так і деформувати їх через власні ідеологічні фільтри.

6. Сучасні орієнтири іміджевої політики України. У системі координат сучасних міжнародних відносин державний імідж постає як стратегічний актив першорядної ваги. Він дозволяє не лише фіксувати конкурентні переваги країни на глобальній арені, а й виступає потужним інструментом легітимації внутрішніх реформаторських зусиль уряду.

Ефективно сконструйований образ держави сприяє залученню іноземних інвестицій та вирішенню складних геополітичних завдань, що зумовлює необхідність інтеграції іміджевої складової безпосередньо структуру державного управління. З огляду на це, **імідж держ**ави інтерпретується як

багаторівнева система, фундаментом якої є організаційна спроможність владних структур та ціннісні орієнтири політичної діяльності.

Мірою успішності держави, особливо під час війни, постає здатність її іміджевих характеристик позитивно впливати на політичний клімат, економічну стабільність та соціокультурну привабливість. Масова свідомість фіксує репутацію країни через низку масштабних публічних проявів: від обороноздатності та комунікаційної стратегії збройних сил до характеру політичного режиму, що оцінюється за рівнем розвитку демократії, прозорістю виборчих циклів та дотриманням фундаментальних прав людини..

Структурування державного іміджу передбачає диференціацію пріоритетів для внутрішнього та зовнішнього просування. Якщо екстернальна стратегія робить акцент на природних ресурсах, міжнародному лідерстві, публічній історії та потужних експортних брендах, то інтернальна орієнтована на консолідацію суспільства навколо спільних цінностей, успішності соціальних реформ та захищеності громадян. Окремого значення в поточному контексті набуває медіатизація воєнних подій в Україні. Міжнародні засоби масової комунікації, будучи критичними фільтрами та ретрансляторами інформації, фактично конструюють глобальне сприйняття країни. Від того, як саме фільтрується інформація про воєнний конфлікт, залежить стійкість державного іміджу та рівень міжнародної солідарності, що перетворює журналістський інструментарій на безпосередній чинник національної безпеки.

Трансформація іміджевої політики сучасної України постає як виклик, який вимагає від вищого керівництва держави оперативного впровадження ефективних механізмів менеджменту. Фундаментальним завданням на цьому шляху є інституціоналізація державного механізму, який би забезпечував повний цикл від концептуального вироблення до практичної реалізації іміджевих стратегій на міжнародній арені. Підвищення авторитету країни як серед світової спільноти, так і у внутрішньому дискурсі, має ґрунтуватися на комплексному «портреті держави», критерії якого охоплюють усі сфери національного бутя від економічної життєздатності до культурної унікальності.

Ключовими детермінантами цього портрета виступають внутрішня впевненість у власній суб’єктності, що стимулює модернізаційні процеси, та зовнішня відкритість, заснована на принципах толерантності й конструктивного співробітництва. У цьому контексті легітимаційний потенціал України залежить від спроможності продемонструвати реальну демократію, забезпечення фундаментальних прав людини та послідовну

політичну стабільність. Економічна самостійність у поєднанні з високою інвестиційною привабливістю мають стати прагматичним доповненням до соціокультурної автентичності, створюючи цілісний та конкурентоспроможний бренд держави.

З огляду на зазначене, український уряд повинен фокусуватися на стратегії, що органічно поєднує національні цінності з глобальними прагненнями. Створення позитивного та, що найважливіше, реального іміджу вимагає відмови від декларативності на користь реальних реформаторських кроків. Тільки такий підхід дозволить конвертувати символічний капітал держави у реальний політичний вплив, зміцнюючи міжнародний авторитет України та забезпечуючи її стале місце у світовій побудові безпеки та розвитку.

Таким чином, іміджева політика перетворюється із допоміжної функції на стратегічний пріоритет державного будівництва, де кожен успіх всередині країни стає вагомим аргументом у глобальному діалозі.

7. Трансформація іміджу політика в умовах війни. Символічні уявлення електорату про політичних лідерів є продуктом складної медійної трансляції, де суб'єктивне самосприйняття актора переплітається з відображенням зовнішніх спостерігачів. Присутність лідера в медіапросторі виступає умовою його політичного позиціонування, набуваючи особливої ваги в екстремальних умовах воєнного стану. У такому контексті формування доцільного іміджу виходить за межі персональних інтересів політика, перетворюючись на стратегічний чинник впливу на перебіг бойових дій та рівень консолідації міжнародної підтримки.

Динаміка довіри до Президента В. Зеленського, зафіксована соціологічними моніторингами (зокрема КМІС), демонструє суттєву мінливість електоральних симпатій: від пікових 90% у травні 2022 року до 60% у лютому 2024 року. Така регресія зумовлена комплексом об'єктивних та суб'єктивних факторів, серед яких ключове місце посідають резонансні кадрові рішення (відставка Головнокомандувача В. Залужного), стагнація на фронті, амбівалентність позицій міжнародних партнерів та перманентні корупційні кризи. Це актуалізує потребу в посиленні органічності іміджу глави держави, який має не лише забезпечувати впізнаваність, а й виступати гарантом інституційної надійності.

Фундаментальна трансформація візуального коду Володимира Зеленського, що розпочалася 24 лютого 2022 року, стала одним із найпотужніших зсувів у сучасній політичній історії. Відмова від класичного ділового костюма на користь мілітарі-стилістики (футболки та худі кольору хакі, флісові куртки, штани карго) символізує повний розрив із довоєнною

реальністю. Цей габітус не просто забезпечує функціональну зручність, а виступає носієм стратегічних меседжів, де кожен елемент (від тризуба на грудях до напису «I'M UKRAINIAN») працює на візуалізацію незламності та єдності лідера з нацією, що воює.

У межах такого позиціонування стиль мілітарі транслює світові образ сильного керівника, який перебуває в епіцентрі боротьби. Повсякденність та аскетичність одягу підкреслюють відсутність дистанції між Президентом і народом, маркуючи його як очільника держави в стані тотальної війни. Така візуальна стратегія дозволяє конвертувати зовнішній вигляд у політичний меседж, де відсутність формалізму свідчить про пріоритетність реальних дій над протокольною декоративністю, що є критично важливим для утримання легітимаційного дискурсу в умовах тривалого воєнного конфлікту.

Аскетична стилістика В. Зеленського уособлює фундаментальну ієрархію пріоритетів, де доля держави та її екзистенційне виживання домінують над персональними інтересами чи естетичними потребами суб'єкта. Відмова від часових витрат на моделювання зовнішнього вигляду та вибір офіційного вбрання транслює меседж про цілодобову залученість лідера у процеси державного управління та оборони. Така візуальна стратегія базується на принциповій відмові від ділового дрес-коду до моменту остаточного завершення воєнних дій, що підкреслює стадійність політичного процесу: час офіційної дипломатії костюмів поступився часові воєнної прагматики.

У межах сучасної іміджелогії цей феномен розглядається як запуск глобального тренду на мілітарі-кежуал з національною ідентикою, що фактично деконструювало багатовікову традицію консервативного політичного етикету. В. Зеленський став першим вітчизняним лідером, який повністю замістив офіційні атрибути влади на продукцію національних виробників із патріотичною символікою, перетворивши власний зовнішній вигляд на інструмент публічної дипломатії. Це корелює з ідеями дослідниці А. Лукашевської щодо трансформації зовнішнього образу в носія стратегічних смислів, де зручність та функціональність одягу є вторинними щодо його здатності комунікувати стан нації зовнішньому світові.

Глосарій термінів і понять до теми

Агресивність - здатність викликати гнів чи страх

Архетипність - відображення архаїчних уявлень

Близькість - доступність образу, його здатність викликати відчуття «свого»

Домінантність - здатність викликати бажання наслідувати

Еталонність - втілення домінуючих соціальних цінностей і настановлень

Експресивність - емоційність, яскравість, динамічність

Іміджмейкінг - у перекладі з англійської воно позначає «створювати імідж» (від англ. image - зображення, зразок, образ), а основним поняттям цього процесу виступає «політичний імідж»

Політична іміджелогія - наука про сутність, зміст, способи, засоби і методи формування, розробки та механізми впровадження у суспільну свідомість бажаного (позитивного і привабливого) іміджу суб'єктів політики

Поняття «імідж» - від латинського imago, спорідненого з латинським imitari - імітувати.

Імідж - це уявний образ людини, групи, організації, події, процесу чи явища, що конструюється професійними іміджмейкерами у свідомості аудиторії.

Сексуальність - чуттєвість, привабливість

Термін «іміджелогія» - об'єднання двох слів: «image» (англ.) - образ, подоба, зображення та «logos» (грец.) - слово, роздум.

Запитання і завдання для для самоконтролю

1. Проаналізуйте поняття політичного іміджу, його структуру та типологію. Який інструментарій використовують та синтезують політична іміджелогія та політичний іміджмейкінг для моделювання політичного іміджу?

3. В чому важливість спадщини концепції лідерства для українського політичного іміджмейкінгу? Наведіть приклади.

4. Розкрийте розуміння того, що може досягти вдалий іміджмейкінг у формуванні іміджу політичного лідера? Які фактори цьому можуть допомогти?

5. На основі яких форм іміджів, з точки зору французького спеціаліста з виборчих технологій Ж. Сегела, можна сформувати успішний імідж політичного діяча? Як комбінація соціальних характеристик і психологічних архетипів впливає на формування іміджу?

7. Проаналізуйте особливості формування політичного іміджу партії. Які методи конструювання іміджу є найбільш вдалими?

8. Поміркуйте: які структурні компоненти важливі для формування цілісного іміджу держави. Наведіть приклади.

9. Які суперечливі фактори є перешкодою у формуванні іміджу України? Обґрунтуйте історичну складову цього чинника.

10. Поміркуйте, які напрямки у формуванні національного бренду сучасної іміджевої стратегії України варто використати. Яка роль у цьому «публічної дипломатії»?

Рекомендована література

Барановський Ф. В. Роль візуального іміджу політичного лідера в демократичному суспільстві. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2023. Вип. 2 (58). С. 40–47.

Березовська-Чміль О. Б. Политична іміджелогія та політичний іміджмейкінг як теорія та практика творення політичного іміджу. *Прикарпатський вісник НТШ. Думка*. 2018. № 5. С. 107–114.

Вайєр А. Технологія створення політичного іміджу. *Evropský politický a právní diskurz*. 2018. Sv. 5, Vyd. 1. С. 176–180.

Вонсович С. Г. Політична маніпуляція у міждисциплінарному контексті: основні підходи. *Регіональні студії*. 2024. Вип. 36. С. 22–26.

Вонсович С. Г. Формат харизматичного політичного лідерства в контексті авторитарного й тоталітарного суспільств. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2026. № 22. С. 75–82. DOI: https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-22.

Гидик А., Герман І. Специфіка діагностики показників ефективності іміджу політичного лідера. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*. 2016. № 1. С. 42–51.

Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. *Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації* : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.

Лаврентій А. Імідж як предмет наукового аналізу. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління*. 2019. № 3. С. 30–38.

Лазор К. П. Роль імпліцитної теорії лідерства для побудови іміджу політичного лідера. *Психологія та соціальна робота*. 2020. Вип. 2 (52). С. 95–109.

Лукашевська А. Рік, закарбований на обличчі. *24tv.ua*. 2023. URL: https:// https://24tv.ua/volodimir-zelenskiy-yak-prezident-zminivsya-za-rik-viyni-foto_n2242235.

Марчук В. Іміджеві та репутаційні виклики в період воєнного стану. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2025. Вип. 21. С. 233–240.

Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 118–133.

Перепелиця Н. О. Роль політичного іміджу у виборчих кампаніях: як образ лідера впливає на результати виборів. *Регіональні студії*. 2023. № 35. С. 183–188.

Прищак М. Д., Лесько О. Й. *Етика та психологія ділових відносин* : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2016. 151 с.

Хавкіна Л. М. Соціокомунікаційний феномен іміджу: параметри вивчення та викладання. *Всеукраїнська науково-практична конференція* : матеріали доповідей, 2014. С. 261–268.

Холод О. Роль ЗМІ у формуванні парадигми психолінгвістичного інструментарію при іміджуванні політиків. *Atlant.ws*. 2019. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1357

Karabin T., Lukyanov V., Popovych I. Local Government Transfer into the Process of Ukraine's European Integration: Achievements of Communities and Losses of the Executive Branch of Power. *Lex Localis*. 2021. Vol. 19 (4). P. 1015–1037.

Lindholm J., Carlson T., Högväg J. See Me, Like Me! Exploring Viewers' Visual Attention to and Trait Perceptions of Party Leaders on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*. 2021. Vol. 26, No 1. P. 167–187.

Trushevych H. B. The role of language image in creating a favorable image of Ukrainian politicians: analysis of New Year's speeches of the Presidents. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*. 2021. No. 4. P. 138–145.

ТЕМА 13. Політична реклама у практичній політології

Навчальні питання

1. Поняття політичної реклами та її роль як комунікаційного процесу в практичній політиці. Феномен «чорного піару»
2. Трансформації політичної рекламістики у інтернет-комунікаціях
3. Реклама у сталих демократіях та її вплив на громадську думку
4. Пропагандистська ідеологічна індоктринація громадської думки в сучасних автократіях
5. Структурування громадської думки в Україні в контексті політичної реклами

1. Поняття політичної реклами та її роль як комунікаційного процесу в практичній політиці. Феномен «чорного піару». У структурі сучасної практичної політології політична реклама постає як фундаментальний інструментарій стратегічного впливу, спрямований на конструювання лояльності електорату до конкретних партійних об'єднань, державних інституцій чи окремих лідерів. На відміну від комерційного сектору, де об'єктом просування виступає продукт, у політиці товаром стає сама особистість або певна соціальна філософія, що вимагає специфічного підходу до формування ціннісних орієнтирів.

Метою такої діяльності є не лише інформування, а спонукання громадян до конкретних політичних дій, що досягається через поєднання об'єктивних даних із емоційно насиченими повідомленнями, здатними трансформувати свідомість та поведінкові патерни виборців.

Характерними атрибутами сучасної політичної реклами є її жорстка часова детермінація та висока етична відповідальність, адже результати рекламної кампанії мають далекосяжні наслідки для цілих соціальних груп. У цьому контексті створення іміджу не повинно сприйматися як штучний образ який заміщує реальну політику; навпаки, воно виступає лише функціональним доповненням до реальної діяльності, причому робота над репутаційним капіталом має розпочинатися задовго до офіційного старту виборчих перегонів. Якщо розглядати цей процес крізь призму політичного маркетингу, то першочерговим завданням фахівців є виявлення глибинних очікувань громадськості та подальша селекція тих особистісних характеристик лідера, які найбільш адекватно відповідають цим запитам.

Професійна діяльність у галузі політичної реклами охоплює не лише моделювання образу, а й практичну підготовку суб'єкта до взаємодії з масовою аудиторією. Важливим аспектом є «олюднення» лідера є демонстрація його ставлення до сім'ї, захоплень чи емпатії до оточуючого світу, що дозволяє нівелювати дистанцію між владою та масами. Це відповідає класичними принципами впливу, зокрема з ідеєю Наполеона про **повторення** як ключову фігуру переконання.

Зрештою, перемога в сучасних електоральних процесах стає результатом не лише ідеологічної конкуренції, а, насамперед, високоефективної рекламної, інформаційної та психологічної обробки електорального поля.

Використання методів суггестії та стратегічного планування дозволяє конвертувати медійну активність у реальний політичний вплив. Таким чином, політична реклама виступає не просто засобом трансляції ідей, а складним механізмом конструювання політичної реальності, де символічні образи керують вибором мільйонів.

Методологія впливу на масову свідомість базується на використанні складних механізмів, які апелюють до підсвідомих структур людської психіки. Поряд із традиційними методами, особливої ваги набуває ефект закодованих повідомлень та експлуатація культурних табу, які дозволяють обійти раціональні фільтри сприйняття. Використання перехресних повідомлень, де вербальний ряд суперечить прихованим змістовим напрямкам, у поєднанні з технологіями візуалізації можливих наслідків політичних рішень, створює потужний сугестивний вплив. Найбільш стійкими до критичного аналізу є непрямі методи подачі інформації, зокрема жарти та історичні паралелі, які через символічний ряд формують необхідне ставлення до об'єкта без прямого нав'язування оцінок.

Окремим, проте невід'ємним сегментом сучасного політичного маркетингу виступає так званий «чорний піар», сутність якого полягає в

інструментальній дискредитації опонентів задля перерозподілу владних ресурсів. Ця тактика ґрунтується на детальному вивченні суспільних страхів та вразливостей з метою подальшого розповсюдження деструктивної інформації, використання негативних стереотипів або свідомої маніпуляції фактами. У межах політичної боротьби «чорний піар» деформує об'єктивну картину реальності, перетворюючи інформаційне поле на простір безперервних репутаційних атак, де успіх кандидата прямо пропорційний глибині дискредитації його конкурента.

Це корелює з ринковою моделлю виборчого процесу, яку можна інтерпретувати крізь призму концепції Юргена Габермаса. У цій парадигмі виборча кампанія постає як специфічний політичний ринок, де кандидати виступають постачальниками ідей, програм та символічних послуг, а виборці - їх споживачами.

Проте реальна взаємодія на цьому ринку часто виявляється спотвореною через згадані маніпулятивні технології. Ефективність політичного суб'єкта в таких умовах визначається не лише якістю його «товару», а й яскравістю упаковки та вмінням нівелювати пропозиції конкурентів у свідомості електоральної маси.

Успіх у виборчих перегонах визначається здатністю штабів синхронізувати позитивні іміджеві характеристики, від назви політичної сили до особистої харизми лідера, з агресивними технологіями домінування в інформаційному просторі. Таким чином, **сучасна політична реклама** перетворюється на складний синтез етично прийнятного маркетингу та деструктивних маніпуляцій, де межа між істиною та сконструйованим міфом стає дедалі більш ефемерною, підпорядковуючись єдиній меті - легітимації та утриманню влади.

Деструктивний вплив «чорного піару» на побудову демократичного процесу проявляється у провокуванні суспільної апатії, делегітимізації інститутів влади та цілеспрямованій руйнації репутаційного капіталу політичних опонентів. Провідні експерти та виборчі організації класифікують такі методи як неприйнятні, акцентуючи на необхідності повернення до раціонального дискурсу, заснованого на фактах та порівняльному аналізі програмних позицій. Проте в реальній політичній практиці «брудні» технології залишаються дієвим інструментом боротьби за владу, що підтверджується досвідом провідних світових демократій та транзитних суспільств.

Президентські перегони у США 2020 року стали хрестоматійним прикладом масштабної експлуатації цифрової екосистеми для поширення дезінформації. Стратегія дискредитації опонентів базувалася на використанні

мереж фейкових акаунтів, тиражуванні конспірологічних теорій про «виборчі шахрайства» та залученні зовнішніх акторів, зокрема через механізми гібридного впливу в соціальних медіа. Такі кампанії продемонстрували вразливість масової свідомості перед алгоритмізованими потоками фейків, здатних суттєво викривити електоральний ландшафт і поставити під сумнів легітимність демократичних процедур.

Український політичний контекст також демонструє високу інтенсивність використання «чорного піару», що особливо яскраво проявилося під час президентської кампанії 2019 року. Взаємні атаки основних кандидатів супроводжувалися генеруванням токсичного контенту про приховані фінансові операції та сумнівні геополітичні зв'язки. Ці приклади свідчать про те, що вітчизняний медіапростір залишається вразливим до маніпулятивних стратегій, де емоційне навіюванн (сугестія) та дискредитація особистості часто домінують над обговоренням реальних стратегій розвитку держави.

У цьому зв'язку важливо звернутися до концепцій **Тіма Вілсона**, який аналізує суперечливу природу цифрових технологій у політичній рекламі. З одного боку, інтернет створює безпрецедентні можливості для політичної мобілізації та артикуляції інтересів соціальних груп, які раніше були маргіналізовані традиційними медіа. З іншого - ці ж інструменти стають ідеальним середовищем для поширення деструктивних смислів. Отже, сучасний політичний активізм перебуває в зоні постійного ризику між демократичним розширенням прав громадян та технологічно досконалими методами маніпулятивного впливу, що вимагає розробки нових механізмів захисту інформаційного суверенітету особистості.

Дослідження **Кетрін Хейл** акцентовані на амбівалентній природі цифрової епохи. Технології, які мають потенціал для розширення демократичних свобод, одночасно стають високоефективним інструментом у руках акторів, зацікавлених у дестабілізації політичного порядку. Еволюція методів «чорного піару» в межах політичної реклами створює системну загрозу для громадянської активності. Через тотальне поширення маніпулятивних наративів та дезінформації впливові політичні гравці прагнуть не просто змінити електоральні вподобання, а фундаментально підірвати довіру до інститутів демократії як таких.

У такому контексті стратегія протидії деструктивним впливам має розгортатися у двох магістральних напрямках. **Когнітивна стійкість** - системне сприяння медіаграмотності та розвиток критичного мислення серед громадян. Це дозволяє виборцям ідентифікувати маніпулятивні пастки та емоційні тригери ще на етапі сприйняття інформації.

Інституційний контроль - розробка та впровадження правових і технологічних механізмів моніторингу за поширенням дезінформації в цифровому середовищі, що обмежує можливості для анонімних репутаційних атак.

2. Трансформації політичної рекламістики у інтернет-комунікаціях.

Еволюція цифрових платформ докорінно змінює структуру політичної рекламістики, де традиційне протистояння ідеологій остаточно поступається місцю ринковій конкуренції політичних продуктів. Ключовим трендом сучасності є розмивання ліній між новинами, розвагами та комерційним контентом, що створює ефект безперервного гібридного впливу на виборця. Спостерігається виразний вектор зміщення рекламних зусиль: від домінування міського публічного простору (білборди, сітілайти) та класичних ЗМІ до тотальної присутності у віртуальному середовищі соціальних мереж та месенджерів.

Інтервенція політичної реклами у приватний простір індивіда через персональні гаджети набуває небачених масштабів. Динаміка витрат, зафіксована під час виборчих циклів в Україні (зокрема дані «Опори» за 2020 рік), свідчить про колосальну капіталізацію інтернет-сегменту: мільйонні інвестиції у Facebook-рекламу та десятки тисяч повідомлень маркують перехід до нової епохи «цифрового маркетингу». Це визначає перехід від масового впливу до точкового націлювання (**таргетингу**), що базується на глибокому аналізі персональних даних користувачів. Така індивідуалізація підходу, з одного боку, підвищує ефективність комунікації, а з іншого - актуалізує гострі правові та етичні питання щодо конфіденційності та маніпулятивного використання приватної інформації.

Трансформація політичної рекламістики в інтернет-середовищі структурується за трьома магістральними аспектами:

Реконфігурація аудиторії - перехід від фізичної згуртованості мас до їх «розпорошеності» у просторі при збереженні віртуальної консолідації в межах мережевих спільнот.

Приватизація впливу - рекламне повідомлення, яке долає публічні бар'єри й потрапляє, безпосередньо, у смартфон або ноутбук, стаючи частиною інтимного інформаційного середовища особистості.

Дискурсивна активність - реклама перестає бути одностороннім актом трансляції, вона стає поштовхом для дискусій між незнайомими індивідами у коментарях та чатах, що перетворює процес формування громадської думки на безперервний мережевий інтерактив.

Процес функціонування інститутів інтернет-комунікацій у виборчому процесі окреслює радикальну трансформацію традиційної політичної

рекламістики, перетворюючи її на інструмент впливу на підсвідомість індивіда. Сучасні виборчі кампанії дедалі частіше інтерпретуються дослідниками як конкурентна боротьба специфічних медійних продуктів, а не як класичне ідеологічне протистояння політичних програм.

Це явище характеризується тотальною дифузією змістових кордонів, де новинний дискурс, агітаційний контент та індустрія розваг зливаються в єдиний потік, що забезпечує безперервну присутність політичного суб'єкта у полі виборця. Стає очевидним поступовий, але невідворотний перехід рекламних стратегій із фізичного простору у віртуальний ландшафт інтернет-комунікацій. Традиційна зовнішня реклама, що колись домінувала на вулицях міст, сьогодні виконує лише допоміжну роль, поступаючись першістю динамічним повідомленням у соціальних мережах та месенджерах.

Політична реклама, інтегрована в цифрові екосистеми, здійснює агресивну інтервенцію у приватний простір життя людини. Обсяги капіталізації цього ринку демонструють зростання, про що свідчать дані моніторингу електоральних циклів в Україні, де витрати на просування у сегменті Facebook обчислюються десятками мільйонів гривень протягом лише кількох тижнів.

Така концентрація ресурсів у мережевих інструментах підтверджує перехід до **моделі тотальної цифрової агітації**, де соціальні медіа стають головним плацдармом боротьби за владу. Центральним вектором розвитку цієї галузі стає використання таргетованих технологій, що базуються на глибокому аналізі персональних даних користувачів. Це поєднується з переходом від масової комунікації до персоналізованого впливу, коли кожне повідомлення адаптується під психографічний профіль конкретного реципієнта. Доступ політтехнологів до приватної інформації породжує складні етико-правові колізії, що потребують негайної наукової рефлексії та нормативного врегулювання на державному рівні.

Трансформаційні процеси в інтернет-рекламістиці структурують нову соціальну реальність, де аудиторія, водночас, залишається «розпорошеною» у фізичному вимірі та максимально згуртованою у віртуальних комунікаційних вузлах. Рекламний стимул тепер знаходить адресата у найбільш інтимних зонах його бутя: на екранах персональних смартфонів та ноутбуків, що дозволяє обходити механізми групового захисту свідомості. Важливим аспектом функціонування таких повідомлень є їхня здатність провокувати тривалі дискусії між незнайомими індивідами, перетворюючи кожну рекламну тезу на об'єкт мережевої верифікації або деструктивної критики. В умовах інформаційного суспільства політична реклама перестає бути лінійним актом трансляції волі лідера. Вона трансформується у

багаторівневий інтерактивний процес, де громадська думка кристалізується в горнилі горизонтальних зв'язків та неформальних обговорень.

3. Реклама у сталих демократіях та її вплив на громадську думку.

Сучасний етап еволюції соціополітичних процесів характеризується безпрецедентним тиском комунікаційно-технологічних перетворень на створення громадської думки. У межах цього спостерігається витіснення традиційних інститутів та суб'єктів із політико-комунікаційної арени, що призводить до глибокої ерозії класичних механізмів формування суспільного консенсусу.

Громадська думка, яка історично виступала регулятором владних відносин, стрімко втрачає свою незалежність та чинники функціонування. Ми стаємо свідками дезінтеграції реального волевиявлення, місце якого посідають цифрові «ерзаци» - штучно сконструйовані погляди, що не мають під собою реального суб'єктного підґрунтя.

Цей процес маніпулятивної регуляції ініціює виникнення та експансію симулякрів у політичній мережі, де символічні копії позбавлені зв'язку з об'єктивною політичною реальністю. Якщо розглядати цей феномен крізь призму легітимації, то стає очевидним, що **симулякризація** політичного простору нівелює можливість раціонального діалогу між владою та суспільством. Громадська думка в її цифровому вимірі трансформується у фрагментований набір реакцій, якими легко оперувати за допомогою алгоритмічних методів впливу, обговорення та прийняття рішень.

Втрата автономії громадської думки визначає перехід до епохи «**постправди**», де потоки інформації стають ефективнішими за раціональну аргументацію. Політична мережа перестає бути інструментом горизонтальної комунікації, перетворюючись на замкнену систему самовідтворення викривлених смислів, де індивід опиняється в полоні штучно створених ехо-камер. Електоральна мінливість спричинена такою дезорієнтацією, лише підкреслює кризу традиційних моделей, змушуючи шукати нові теоретичні рамки для опису сучасної медіакратії.

У цьому контексті варто підкреслити, що постійне зростання кількості псевдоновин, фейків і міфів породжує симуляційну політичну систему. Вона має всі ознаки вигадування та спотворення політичної інформації. Через подібні ситуації соціальні гравці «переобтяжуються» псевдозалежними акторами і не звертають уваги на справді важливі потреби суспільства.

Медіаполітика сучасних країн і політичних гравців характеризується застосуванням технологій адресно спрямованої інтернет-реклами, завдяки якій глядачів можна привернути до певних подій. Натомість такі події нерідко ініційовані для обслуговування інтересів політичних та фінансово-

промислових груп. Умови сталої демократії створюють середовище політичної інтернет-комунікації, в якому діяльність акторів та інститутів підпорядкована системі стримувань і противаг, неформальних домовленостей та практик.

У період гібридних протистоянь політична пропаганда, що ініціюється РФ, трансформується у високоефективний інструмент дестабілізації внутрішньополітичного та соціокультурного ландшафту України. Маніпулятивні стратегії агресора часто базуються на деформованій інтерпретації емпіричних даних, що мають на меті делегітимізацію національних інститутів та медійного простору.

Показовим прикладом такої деструктивної активності є спроби спекулятивного використання соціологічних показників групи «Рейтинг» для просування інформації про свідому відмову громадян від споживання телевізійного контенту через нібито існуючу «цензуру» чи «пропаганду». Проте наукова верифікація цих тверджень виявляє їхню повну неспроможність. Реальна динаміка суспільної довіри до національних медіа демонструє стрімку висхідну тенденцію. Зокрема, зростання рівня довіри до новинного контенту загальнонаціональних каналів із 43% до 72% свідчить не про відчуження аудиторії, а про консолідацію суспільства навколо джерел інформації в умовах загрози.

У поточному сприйняті виникає фундаментальна суперечність між демократичним принципом вільного доступу до інформації та необхідністю захисту безпеки громадян від зовнішніх маніпулятивних інтервенцій. Такий стан речей породжує складний легітимаційний конфлікт: як зберегти ліберальні засади інформаційного обміну, мінімізувавши при цьому можливості для ворожих деструктивних міфів.

4. Пропагандистська ідеологічна індоктринація громадської думки в сучасних автократіях. Сучасні інтернет-джерела вказують на активне застосування пропагандистських наративів у контенті державних медіа автократичних держав. Осмислення масивів упередженої та однобічної інформації в контексті функціонування громадської думки вимагає уваги як до інституційних чинників, так і до процесів політичного світосприйняття. В умовах контролю над політичним сегментом суспільства з боку авторитарної влади необхідно звернути увагу на пристосування громадської думки до владного дискурсу та смислових тенденцій контрольованого порядку денного.

Умови автократії формують специфічні обставини та середовище функціонування громадської думки. На відміну від сталої демократії, автократичні режими в умовах діджиталізації реалізують сценарії

контрольованого структуроутворення громадської думки. При цьому індоктринація пропагандистських ідеологічних положень до світоглядного загалу здійснюється на основі інтерпретації поширених понять, зокрема, демократії і народовладдя. Сучасні автократії охоплюють країни, в яких верховна влада належить особам або групам осіб, які отримали її за межами конкурентного політичного процесу.

Науковці М. С. Белл і К. Квек вказують, що поява поняття «демократичного миру» - закономірність того, що демократії рідко (якщо взагалі) воюють з іншими демократіями, але воюють з недемократичними - є одним із найвідоміших висновків у галузі міжнародних відносин. Водночас немає згоди щодо механізму, який лежить в основі демократичного миру. Нещодавно вчені показали, що масова громадськість у ліберальних демократіях менше підтримує використання військової сили проти інших демократій.

В умовах низки автократичних країн інтернет-комунікація дозволяє посилювати владний контроль над політичною інформацією. Внаслідок цього виникає моноструктурна конфігурація громадської думки, яка повністю підпорядкована керівним імпульсам влади. Автократична індоктринація громадської думки здійснюється не лише засобами прямого примусу та директивного управління. За висновками сучасних науковців, автократичні режими намагаються переконати підконтрольне населення в справедливості ідеологічних положень або прагматичних суджень авторитарних керманичів.

Слід підкреслити, що заслуговує на увагу інформаційна теорія автократії, в якій означено, що сучасні диктатори виживають не за допомогою сили чи ідеології, а тому, що переконують громадськість у своїй компетентності. Громадяни не спостерігають за типом лідера, а роблять висновок про це за сигналами у їхньому рівні життя, державній пропаганді та повідомленнях незалежних ЗМІ. Якщо громадяни вважають лідера некомпетентним, то вони його скидають.

Масштаби автократичного контролю над громадською думкою є вражаючими з огляду на статистику населення земної кулі. Парадоксально, але більшість мешканців планети перебувають під контролем тих чи інших автократичних політичних структур. Відповідно автократична індоктринація громадської думки є швидше нормою, ніж винятком. За даними Freedom House, станом на 2016 рік лише 40 відсотків населення світу проживало у повністю вільних країнах.

Цитатник Вождя комуністичного Китаю Мао з’явився в 1964 році, саме тоді, коли Китай потребував нового цементу для старої диктатури. Країна, в

якій мільйони ще не вміли писати, отримала інструкцію, як правильно любити свого тирана. Він вміщався в кишені, був обов'язковим в армії, в школі, на заводі, в комуні. Не мати його означало мати проблему. Тексти Мао - не аналітика і не вчення. Це короткі імперативи. Накази, закамуфльовані під поради. Ритмічні формули, що зводили людину до мавпи з цитатами.

Механіка зомбування була вивірена до автоматизму. Створювалися гуртки вивчення думки Мао, проводилися марші, збори, ритуали. Вчителі, які не цитували, втрачали посади. Мистецтво, наука, незалежна думка зникли як клас. Залишилося лише одноклітинне «так», яке качалося мільярдами язиків. Наслідки були передбачуваними й страшними: мільйони смертей у часи «великого стрибку», культурна революція, самосуди над вчителями.

Варто зазначити, що пропаганда - це не просто слово. Це інструмент, який не приходить як ворог, а як рятівник. Вона не переконує, а вона формує. Формує так, що вже немає кому сперечатись. Будь-яка система, яка змушує вірити, не питаючи, чи думаєш ти, вже перетворила тебе на інструмент. Так працює текст, коли він служить не свободі, а владі.

5. Структурування громадської думки в Україні в контексті політичної реклами. Сьогодні, в умовах прямої воєнної агресії, структурування громадської думки українського суспільства відбувається в парадигмі протиставлення принципових демократичних та патріотичних цінностей деструктивному впливу з боку росії. Реалізація деструктивного маніпулятивного впливу зовнішніх акторів на громадську думку українського суспільства в інтернет-середовищі ґрунтується на використанні алгоритмів психологічної маніпуляції.

Психологічні прийоми, які застосовуються для маніпулювання людиною або суспільством, звернені до рівня свідомості та підсвідомості. Виходячи з того, що психіка людини структурно є єдністю трьох складових - свідомості, підсвідомості та моторики, - то будь-які вчинки людини є проявом цих компонентів. Основою політико-психологічного маніпулювання та деструктивного впливу на свідомість суспільства залишається контент. Сучасні можливості візуалізації та аудіалізації інформаційних повідомлень підвищують їхній маніпулятивний ефект: візуальні образи сприймаються швидше і емоційніше, ніж текстова інформація.

Маніпулювання політичним контентом охоплює велику кількість напрямів та технологій. Базовими напрямками є, по-перше, спотворення інформації від відвертої брехні до підтасовування фактів та зміщення акцентів. По-друге, приховування політичної інформації, що проявляється в замовчуванні певних тем. По-третє, часткове (вибіркове) висвітлення певної

теми. По-четверте, низка маніпулятивних способів подання політичної інформації, зокрема, надання значного обсягу інформації в несистематизованому вигляді, що утворює «інформаційний шум», який дозволяє нівелювати контент, що заважає маніпулятивному впливу.

Окремим комплексом засобів маніпуляції контентом є створення «психологічного навантаження», тобто інформування, яке має на меті здійснити маніпулятивний тиск на співрозмовника. Серед стабільно використовуваних є «універсальні висловлювання», які в принципі неможливо перевірити: наприклад, «політика - брудна справа», «ця країна - розмінна монета». Також використовуються «генералізації» (розширені узагальнення) з такими поняттями, як «завжди», «постійно», «вічно».

Значного поширення набув психологічний прийом **«Проєкція»** - захисний механізм, який використовується для перенесення відповідальності за свою негативну поведінку та риси, приписуючи їх комусь іншому. Прикладом використання «проєкції» в сучасному політичному дискурсі є численні наративи рф: «ми напали на Україну, тому що Україна хотіла напасти на нас», «всі проблеми рф - провина США чи НАТО», «обмеження прав рф - русофобія».

Маніпулятивний прийом «читання в серце» використовується для дискредитації джерела інформації шляхом розкриття нібито глибинних мотивів того, хто цей контент представляє, і ці мотиви, звичайно, презентуються як виключно негативні. На практиці цей прийом перетворюється на «затискання рота» автору небажаного контенту. Наприклад: «Скільки вам заплатили за те, щоб підтримувати цю думку?»

Для прийому «інсинуація» використовуються судження, які не містять прямих тверджень, а тільки припущення. Негативні характеристики чітко проговорюються і відокремлюються від інших за допомогою наголосу, паузи, звукового ряду чи відеоматеріалу.

Наймасовішою за актуальністю та залученістю є технологія, що є продуктом інтернет-середовища та охоплює всі його комунікативні ланки. Це бото-діяльність. Боти - активні учасники інтернет-комунікації, яких фізично не існує. Точніше, вони існують тільки у віртуальному вимірі, але адмініструються реальними людьми. Боти - це сторінки нереальних людей на інтернет-платформах, які активно беруть участь у дискусіях, зокрема політичних, та поширюють дезінформацію. Їхнє стратегічне завдання - вплив на свідомість людей та формування громадської думки.

«Ферма ботів» - це структура з виробництва інтернет-кліків, що потребує меншого втручання людей. Їх використовують в залежності від цілей, яких треба досягнути, відповідно до таких поширених способів:

1. Залучення в соціальні медіа. Деякі ботоферми створюють підроблені облікові записи та використовують їх для взаємодії з вмістом соціальних мереж - вподобання, коментування та поширення публікацій. Власники ботоферм можуть продавати цю участь компаніям, які хочуть виглядати більш популярними чи впливовими в соціальних мережах. Подібні явища ми спостерігаємо, коли просуваються проросійські наративи під дописами політиків, формуючи рейтинг певного допису.

2. Рекламні кліки ботів. Можна запрограмувати натискати рекламу на веб-сайтах, приносячи дохід власникам ботоферми. Таким чином можна підняти рейтинги сторінок як рекламних товарів та послуг, так і окремих політиків чи партій.

3. Розсилка спаму. Боти можуть використовуватися для надсилання спаму, електронних листів або коментарів для просування продукту або розповсюдження шкідливого програмного забезпечення.

4. Збір даних. Боти можуть збирати дані з веб-сайтів - адреси електронної пошти, номери телефонів або особисту інформацію. Потім ці дані можуть бути продані компаніям або окремим особам.

Слід підкреслити, що роботою «ботоферм» є коментування актуальних дописів. Як зазначає колишній співробітник ботоферми: коментатор спочатку спілкується в коментарях сам із собою. Він пише з різних акаунтів, може навіть імітувати протилежну думку, якій сам і заперечить від імені іншої людини. Одночасно один коментатор може писати з п’ятдесяти сторінок. Окремим технологічним прийомом є «фейкові лідери суспільної думки». На відміну від реально існуючих «лідерів думок», ці є продуктом віртуальної інтернет-комунікації.

Технологія «навіювання» ґрунтується на класичних принципах агресивної маніпулятивної пропаганди «повторюй скільки буде можливість» та «збуджуй, а потім розслабляй». Технологія орієнтується на почуття та розраховує на некритичне сприйняття інформації. Механізм навіювання побудований таким чином, що спочатку викликається сильне збудження в обмеженій ділянці головного мозку, а потім проводиться цілеспрямована розрядка, що закріплює у свідомості певну думку. Навіюваність як властивість має індивідуальний характер, але чим масовіша аудиторія, тим більше вона навіювана. Такий феномен використовується у тоталітарних політичних системах для імітації «підтримки» своїх рішень.

Глосарій термінів і понять до теми

Політична реклама - сукупність заходів та способів формування думки виборців шляхом подання об'єктивної інформації, що переконує в перевагах певного кандидата чи політичної організації

Політична пропаганда - інструмент для досягнення різних цілей: у когнітивних та інформаційних війнах, для збереження статус-кво політичною елітою, мобілізації активної меншості тощо

Інсинуація - різновид дискредитації джерела небажаного контенту за допомогою натяків, що кидають тінь на моральні якості чи компетентність цього джерела

чорний піар - своєрідна тактика, коли кандидати або їхні команди намагаються дискредитувати своїх опонентів або їхні ідеї за допомогою негативної інформації, спрямованої на вплив на громадську думку.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Визначіть сутність політичної реклами і її складові
2. Продемонструйте методи впливу на громадську думку
3. Визначіть нові тренди у політичній рекламі в соціальних мережах, месенджерах
4. Наведіть приклади таргетованої реклами
5. Визначіть та охарактеризуйте складові трансформації політичної рекламістики у інтернет-комунікаціях
6. Вплив на громадську думку політичної реклами у сталих демократіях, сучасних автократіях

Рекомендована література

Вонсович С. Г. Політична маніпуляція у міждисциплінарному контексті: основні підходи. *Регіональні студії*. 2024. Вип. 36. С. 22–26.

Заєць Д. О. Нові медіа та публічність: класичні концепції та соціокультурне осмислення. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2012. № 993. С. 48–52.

Кочубей Л. *Виборчі технології* : навчальний посібник. Київ : Український центр політичного менеджменту, 2010. 232 с.

Кравець А. Ю. Політичний інтернет-простір: потенційні можливості та реальні виклики. *Політичне життя*. 2025. № 1. С. 114–119.

Кропивко В. В. Зовнішня політична реклама як складова міського публічного простору. В: *Регіональна політика: історія, політико-правові засади, архітектура, урбаністика* : зб. наук. пр. : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 23 листоп. 2018 р. Київ ; Тернопіль : Бескиди, 2018. Вип. IV, ч. 1. С. 65–69.

Кропивко В. Політична реклама у публічній комунікації: між державним регулюванням та ринком. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2022. Вип. 43. С. 282–288.

Махно Ю. Політична участь: сутність поняття та функції. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. Вип. 17. С. 132–137.

Музиченко Г. В. Ефективність каналів поширення політичної реклами в президентських виборчих кампаніях 2014 та 2019 років в Україні. *Регіональні студії*. 2020. № 22. С. 33–40.

Романенко О. В. Чинники формування громадської думки в системі політичних PR. *Юридична психологія*. 2019. № 1 (24). С. 39–45.

Світла В. В. Політичне структурування громадської думки: теоретичні засади дослідження. *Регіональні студії*. 2020. № 23. С. 54–57.

Технології сучасних міжнародних відносин : колективна монографія / І. В. Іщенко, О. Ю. Висоцький, В. О. Пермінов та ін. ; за заг. ред. І. В. Іщенка. Дніпро : Акцент ПП, 2021. 292 с.

Тищенко І. Що таке міський публічний простір. *Mistosite* : аналітичний журнал про місто. 2015. 18 лютого. URL: https://mistosite.org.ua/uk/articles/shcho-take-miskii-publichnii-prostir.

Третяк О. А., Торяник В. М. Публічна політика як чинник формування громадської думки: значення для сучасного партійного будівництва. *Політичне життя*. 2023. № 3. С. 35–40.

Шабанов М. О. *Сучасні політичні режими: концептуальні засади та практичний вимір* : навч. посіб. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2022. 143 с.

Шманатов М. С. Цифрові технології як фактор впливу на політичні процеси: спроба концептуалізації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології»*. 2021. Вип. 40. С. 27–29.

Scammell M. Political Marketing: Lessons for Political Science. *Political Studies*. 1999. Vol. 47 (4). P. 718–740.

Wilson T. *Media and Democracy in Variable Political Contexts*. University of Pennsylvania Repository, 2020. 215 p.

Тема 14. Класичні та сучасні технології впливу на суспільство у політиці

Навчальні питання

1. Складові інформаційної політики та технології її реалізації
2. Особливості ролі і сенсів пропаганди в сучасних умовах
3. Психолінгвістичні методи впливу на думки та способи протидії
4. Стратегії протидії когнітивній війні. Поняття меметичної зброї
5. Маніпулятивна сутність пропаганди, її види та правила
6. Інструментарій поширення пропаганди в новітніх умовах
7. Цифрові технології та їх застосування у політичних процесах

1. Складові інформаційної політики та технології її реалізації. На глобальному рівні відбувається докорінна трансформація «правил інформаційної гри». Державні інститути поступово втрачають природну монополію в інформаційно-політичній сфері, яка ще кілька десятиліть тому здавалася непорушною. Зазначені процеси закономірно торкнулися й України, що зумовлює надзвичайну вагу питань щодо проведення результативної інформаційної політики, визначення належних пріоритетів, окреслення меж допустимого та встановлення відповідальності за порушення в цій сфері.

Процес перетворення абстрактних ідей, думок чи нечітких уявлень на чіткі, логічні та структуровані поняття є концептуалізацією. Це створення «каркасу» для розуміння певного явища, проблеми чи об'єкта. Концептуалізація державної інформаційної політики спирається на інтегративний підхід, що розглядає цей феномен як багатогранну систему стратегічного управління національним інформаційним простором. Зокрема, погляди В. Степанова дозволяють інтерпретувати зазначену політику як цілісний комплекс заходів від нормативно-правових та економічних до соціально-культурних та організаційних, що до забезпечення конституційних свобод громадян, передусім, права на безперешкодний доступ до інформації. У такому контексті державна інформаційна стратегія перестає бути вузькогалузевим напрямом, натомість трансформуючись у елемент загального внутрішнього та зовнішнього курсу країни, що пронизує всі вектори суспільної життєдіяльності та формує середовище для сталого розвитку.

Якщо брати до уваги суто функціональну специфіку інформаційної сфери, то державну політику в цій царині слід розуміти як сукупність скоординованих методів діяльності уповноважених владних інституцій, спрямованих на планування, регулювання та моніторинг процесів циркуляції

відомостей. Це охоплює повний життєвий цикл інформації від її генерування та одержання до верифікованого зберігання, опрацювання та поширення. Важливо зауважити, що в межах вітчизняного законодавчого поля категорія «інформація» має широку інтерпретацію, охоплюючи будь-які дані, що можуть бути зафіксовані на фізичних носіях або втілені у цифрові електронні системи. Такий підхід забезпечує правову гнучкість в умовах перманентної технологічної конвергенції та діджиталізації управлінських процесів.

Фундаментальна структура реалізації інформаційної політики базується на низці засадничих принципів, які гарантують баланс між державними інтересами та правами громадянського суспільства. Наріжним каменем цієї системи виступає принцип відкритості, який передбачає інклюзивність ухвалення рішень через відкрите обговорення стратегічних ініціатив із залученням громадської думки. Йому відповідає принцип рівності інтересів, що нівелює дискримінацію учасників інформаційної діяльності незалежно від їхньої національної приналежності чи форми власності. Водночас принцип системності вимагає від суб'єктів управління врахування комплексної взаємодії всіх об'єктів регулювання, де зміна стану одного елемента впливає на функціонування всієї інформаційної екосистеми.

Особливого значення у контексті захисту національного інформаційного суверенітету набуває принцип пріоритетності вітчизняного виробника, що стимулює розвиток локальних IT-продуктів та комунікаційних послуг. Це органічно поєднується з принципом соціальної орієнтації та державною фінансовою підтримкою соціально значущих проєктів, що забезпечує реалізацію життєво важливих інтересів населення. Фінальним акцентом цієї структури є принцип пріоритетності права, який виділяє верховенство правових та економічних інструментів над адміністративним тиском.

У цьому контексті очевидно, що реалізація державної інформаційної політики в демократичній і правовій державі має здійснюватися шляхом належного політико-правового врегулювання інформаційної сфери, чіткого визначення інституційних та організаційних механізмів її функціонування, а також запровадження системи загальнообов'язкових правил поведінки. Механізм інформаційної політики України потребує комплексного розгляду із системним аналізом усіх складників. Формування дієвого механізму передбачає наявність належної теоретичної бази, широкої політико-правової регламентації суспільних відносин та ефективної правозастосовної практики.

У науковій літературі з політології та державного управління прийнято вирізняти такі складники механізму формування й реалізації інформаційної політики України: політико-правові механізми; інституційні механізми;

організаційні механізми; техніко-економічні та соціальні механізми. Варто зазначити, що політико-правовий механізм охоплює систему нормативно-правових актів та інших джерел права, що регламентують відносини в інформаційно-політичній сфері. Основним джерелом права в зазначеній сфері є нормативно-правові акти - офіційні письмові документи, ухвалені уповноваженими суб'єктами нормо творення у визначеній законодавством формі та відповідно до встановленої процедури; вони спрямовані на врегулювання суспільних відносин, містять норми права, мають не персоніфікований характер і розраховані на неодноразове застосування.

Вагомим елементом змін інформаційно-політичного ландшафту України виступає масив міжнародно-правових договорів, ратифікація яких імплементує глобальні стандарти в національну правову систему. Ці багатосторонні та двосторонні угоди встановлюють універсальні правила поведінки в інформаційній сфері, що мають наднидивідуальний характер і спрямовані на захист фундаментальних прав людини в цифрову епоху. Зокрема, Конвенція про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних та Орхуська конвенція формують засадничі рамки для забезпечення прозорості державного управління та когнітивної безпеки громадян. Доповненням до цього нормативного базису є міжнародні акти декларативного спрямування, як-от Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства, що окреслюють стратегічні орієнтири розвитку демократичних комунікацій та свободи слова в глобальному мережевому просторі.

Аналіз джерельної бази вітчизняного права в галузі інформаційної політики дозволяє класифікувати нормативні акти на дві групи, що розрізняються за обсягом та вектором регулятивного впливу.

До першої групи загально-правових джерел належать засадничі документи, дія яких має всеосяжний характер для всіх суб'єктів політико-інформаційних відносин, включаючи Конституцію України та базові закони «Про інформацію» і «Доктрину інформаційної безпеки України».

Друга група представлена спеціально-правовими джерелами, що здійснюють регулювання у вузькопрофільних сегментах, таких як державна таємниця, функціонування інформаційних агентств, діяльність друкованих медіа, рекламна сфера та телерадіомовлення. Такий поділ забезпечує інституційну стійкість системи, дозволяючи поєднувати загальні демократичні принципи з деталізованою регламентацією специфічних комунікаційних каналів.

Ключовим документом, що фіксує пріоритети національної стійкості в умовах гібридних викликів, є Доктрина інформаційної безпеки України. Вона

визначає стратегічні напрями державної активності, спрямовані на нейтралізацію загроз суверенітету та територіальній цілісності. Пріоритетним завданням у цьому контексті постає створення інтегрованої системи оцінки інформаційних ризиків та розробка оперативних механізмів реагування на деструктивні втручання. Це передбачає не лише законодавче врегулювання процесів фіксації та видалення контенту, що пропагує ворожнечу чи загрожує безпеці громадян, а й розбудову потужної системи стратегічних комунікацій, здатної ефективно протидіяти дезінформації та деструктивному пропагандистському тиску з боку агресора.

Техніко-економічні та соціальні механізми включають широкий спектр складників. По-перше, це єдина взаємопов'язана система національних інформаційних ресурсів та інформаційно-комунікаційна інфраструктура держави як технологічний фундамент вирішення завдань державної інформаційної політики; найважливішими її елементами є ЗМІ та телекомунікаційна складова. По-друге, науково-технічний і виробничий комплекс, ринок продукції та послуг інформаційної індустрії. По-третє, система масової інформаційної освіти - чинник соціально-освітньої адаптації та інформаційно-психологічної стійкості людини.

Державна інформаційна політика України в умовах інформаційної війни зазнала суттєвих трансформацій, що детерміновані прийняттям законів для захисту національних інтересів і визначенням стратегічних напрямів у інформаційній сфері. Слід підкреслити, що формування ефективної системи стратегічних комунікацій є одним із пріоритетних завдань цієї політики. Така система сприяє налагодженню діалогу між урядом та громадськістю, забезпеченню прозорості й доступності інформації, а також розвитку медіа грамотності. Комплексне вирішення зазначених завдань вимагає активної співпраці з міжнародними партнерами для обміну досвідом і ресурсами.

2. Особливості ролі і сенсів пропаганди в сучасних умовах. У науковому дискурсі прийнято вирізняти специфіку ролі пропаганди залежно від умов її застосування**.** У межах критичного аналізу природи політичного впливу концептуальні положення Б. Рассела, викладені у лекції «Вільнодумство та офіційна пропаганда», дозволяють інтерпретувати пропаганду як специфічну управлінську технологію, що за своєю механікою наближається до методів комерційної реклами. Основним субстратом цього процесу виступає апеляція до емоційної сфери індивіда, що за умови системного застосування дозволяє урядам та владним елітам моделювати прогнозовану громадську думку. Найгостріша наукова рефлексія Рассела зосереджена на інституційній нерівності, де монополізація ресурсів пропаганди заможними та владними верствами створює непереборну

перевагу над пересічним громадянином, фактично перетворюючи свободу думки на ілюзорну категорію. Таким чином, пропаганда постає не лише як акт комунікації, а як інструмент соціального домінування, що експлуатує людську ірраціональність задля збереження існуючої ієрархії.

Попри тривалу історію міжнародної делегітимації агресивного впливу, що розпочалася ще з Резолюції Генеральної Асамблеї ООН 1947 року щодо заходів проти пропаганди війни, цей феномен залишається невід'ємним складником глобальної соціополітичної реальності. Навіть у межах європейського правового та ціннісного простору декларативне засудження деструктивних форм пропаганди не призвело до повної відмови від неї як методу політичної конкуренції. Це свідчить про глибоку інтегрованість маніпулятивних практик у саму архітектоніку сучасної публічної політики, де здатність впливати на масову свідомість часто виявляється вагомішим фактором стійкості режиму, ніж дотримання формальних демократичних стандартів. Пропаганда еволюціонує, адаптуючись до нових медійних умов, проте її змістовна мета - легітимація владних дій через емоційну сугестію залишається незмінною.

У контексті сучасної російсько-української війни пропагандистський апарат агресора функціонує як повноцінний складник воєнної машини, діючи синхронно зі збройними силами. Стратегія інформаційної експансії базується на багаторівневому тиражуванні деструктивних міфів, що заперечують суб'єктність України та її право на суверенне існування. Наративи про «єдиний народ» або «превентивний характер дій РФ» інтегруються в глобальний медійний простір через розгалужену мережу проксі-каналів та ботнетів. Дослідження інформаційного поля європейських країн, таких як Німеччина, Польща чи Чехія, демонструють експоненціальне зростання кількості фейкових повідомлень, що свідчить про цілеспрямовану спробу дестабілізувати міжнародну солідарність через когнітивний хаос.

Це, своєю чергою, корелює з необхідністю розробки нових теоретичних моделей опису інформаційної війни, де кожна маніпулятивна теза має бути деконструйована через призму її стратегічного призначення. Якщо розглядати російську пропаганду як системний процес «випаленої землі» в інформаційній сфері, стає зрозумілим, що її успіх залежить не від правдивості аргументів, а від інтенсивності повторення та здатності блокувати альтернативні джерела інформації. Отже, сучасна політична рефлексія має змістити фокус із аналізу змісту окремих фейків на вивчення інфраструктури їх поширення та методів формування резистентності національних екосистем. У цій ситуації легітимаційний дискурс держави-агресора тримається виключно на тотальному домінуванні симулякрів, що

заміщують реальність ідеологічно вигідними фантомами, спрямованими на виправдання акту агресії перед власним населенням та світовою спільнотою.

У цьому контексті варто розглянути риси так званих «хороших росіян». Відмова від пошуку критеріїв «хорошості» серед росіян базується на усвідомленні їхніх спільних характеристик:

– імперськість - «базова прошивка», що простежується фантомними болями навіть у тих, хто десятиліттями проживав в інших країнах;

– рабська психологія - світосприйняття, що базується на моделі «раб-пан», з масово поширеним синдромом вивченої безпорадності;

– «духовна ницість» - те, що дехто іменує «загадковою російською душею»: нездатність до прогресу у поєднанні з хронічною злістю й фрустрацією;

– відмова від відповідальності - невизнання себе автором власних вчинків; сприйняття себе як підданого, а не громадянина;

– відмова від покаяння - відмова від зміни способу мислення і поведінки, свідоме переконання у можливості повторити злочини проти українського народу.

Слід підкреслити, що задля майбутнього України необхідно відмовитися не лише від риторичних формул, але й від самої ідеї «хороших росіян».

3. Психолінгвістичні методи впливу на думки та способи протидії. У інформаційному середовищі традиційна інформаційна війна поступово трансформується в когнітивну, що являє собою боротьбу за контроль над свідомістю, сприйняттям і ментальними процесами суспільства. Якщо інформаційна війна переважно концентрувалася на викривленні фактів та розповсюдженні дезінформації, то когнітивна проникає значно глибше - в площину трансформації способів мислення, емоційних реакцій і механізмів прийняття рішень. Фактично, ця битва за свідомість задіює психологічні, лінгвістичні та соціальні інструменти для впливу на ментальні моделі, переконання та ідеологічні орієнтири. Форми когнітивної війни охоплюють надзвичайно широкий спектр сфер - від маркетингових стратегій до глобальних політичних процесів.

У цьому контексті ключове значення мають психолінгвістичні принципи, що формують підґрунтя маніпулятивних практик. До них відносять: концепти, когнітивні стилі, фреймінг, наративи, смислова війна, інтерпсихічне співвіднесення, вербальні та невербальні коди, метапрограми сприйняття, ресурсні матриці.

Інформаційно-психологічні операції, прикладом яких є російська пропаганда проти України, агресивно застосовують прийоми когнітивної війни. Зокрема, події на сході України цілеспрямовано подавалися як

внутрішній громадянський конфлікт, а не зовнішня агресія - це демонструє ефективність фреймінгу та спотворення контексту для формування потрібного сприйняття аудиторії. Опанування смислових процесів дозволяє не лише виявляти маніпуляції, але й розбудовувати ефективний захист, перетворюючи пасивне сприйняття на активний аналіз інформації.

4. Стратегії протидії когнітивній війні. Поняття меметичної зброї. Для результативної протидії когнітивній війні необхідний комплексний підхід, що включає: медіа грамотність, психологічна підготовка, інформаційна гігієна, контранаративи.

Більшість дослідників розглядає інформаційний складник як допоміжний відносно військової фази операції. Водночас можливості цього компонента є значно ширшими, аніж зазвичай стверджується. Окремі науковці зауважують, що певною мірою війну із задіянням інформаційно-психологічного складника правомірно визначати як «війну смислів/сенсів».

Феноменологія мему як специфічного реплікатора соціокультурних смислів дозволяє інтерпретувати його як інтелектуальний інструмент, що забезпечує нерозривний зв'язок між індивідуальною свідомістю та колективним несвідомим. У концепції Д. Рашкоффа мем постає у формі «інформаційного вірусу», який володіє здатністю не лише рефлексувати об'єктивну дійсність, а й активно конструювати нові соціальні реальності через вірулентне поширення. Етимологічне закріплення поняття в академічному дискурсі (зокрема в Оксфордському словнику) маркує перехід від сприйняття мему як випадкового явища до його визнання повноцінною формою трансляції інформації. Як специфічні соціокультурні артефакти, меми визначаються тріадою ознак: віртуальною тілесністю, глибокою вкоріненістю у соціальний контекст та цілеспрямованим циклом створення і споживання, що перетворює їх на потужний засіб сучасної комунікації.

Генезис меметики як наукової дисципліни спирається на ґрунтовні розвідки Р. Докінза, Д. Рашкоффа та П. Леві, проте глибинні витоки цієї теорії простежуються ще у працях В. Бехтєрєва наприкінці XIX століття. Його концепція «ментальних мікробів» пророче описує механіку сучасних віральних процесів - стрімкого, лавиноподібного поширення інформації (контенту, ідей, чуток чи товарів) в інтернеті завдяки тому, що самі користувачі добровільно діляться нею, передаючи одне одному, немов «вірус», де ідеї та емоційні стани передаються через вербальні коди, жести чи медійні канали, подібно до біологічних патогенів. Це співвідноситься з розумінням мему як одиниці культурної інформації, що функціонує за логікою самореплікації. У межах наукової типологізації мем можна трактувати у кількох вимірах: від спонтанної ідеї, що мігрує в

нематеріальному світі, до спеціально сконструйованого інформаційного повідомлення, спрямованого на моделювання заданих патернів масової свідомості.

Ефективне застосування меметичних технологій у політичному процесі базується на розумінні їхньої здатності ставати реплікаторами соціокультурних процесів. Коли колективне несвідоме набуває знакової чи словесної форми, мем перетворюється на інструмент легітимаційного дискурсу або, навпаки, засіб радикальної деконструкції опонентів. Інформаційний вірус, за Р. Броуді, здатен миттєво долати раціональні фільтри реципієнта, фіксуючи у пам'яті емоційно насичені образи, що визначають електоральну мінливість.

Таким чином, у цифрову епоху меми виступають не просто елементом розважального контенту, а стають стратегічними одиницями політичної боротьби, де перемагає той опис, який демонструє найвищу здатність до виживання та самокопіювання у мережевому середовищі.

Щодо поширення меметичної інформації, Р. Броуді розрізняє три способи: класичний (багаторазове повторення меседжів), впровадження через когнітивний дисонанс та використання методу «троянського коня» через «больові точки» об'єкта впливу.

Меметична зброя (memetic warfare) як інструмент «гібридної» війни відіграла суттєву роль у російсько-українському протистоянні. Меми «укропи», «колоради», «кримнаш», «ввічливі люди», «ватники», «майдануті», «бандерлоги», «свідоміти», «кіборги» стали елементами ментальної зброї пропаганди і вплинули на формування світоглядних позицій протидіючих сторін. Основну частину мемів у цьому протистоянні можна розподілити на три категорії: російські за походженням і спрямовані на прихильників Росії; українські за походженням і спрямовані на прихильників України; нейтральні, без чіткого посилання на будь-яку сторону.

Слід підкреслити, що когнітивна війна є одним із найсерйозніших викликів сучасності, оскільки задіює психолінгвістичні механізми для глибинної маніпуляції свідомістю. Розуміння цих механізмів разом із розвитком медіа грамотності та критичного мислення відіграє ключову роль у збереженні автономії думки. Перспективні дослідження мають бути спрямовані на вдосконалення когнітивних ресурсів і технологій, що підтримують критичне мислення в умовах цифрових трансформацій.

5. Маніпулятивна сутність пропаганди, її види та правила. Розглядаючи пропаганду як інструмент інформаційних воєн, слід зазначити, що вона спрямована на розповсюдження певних політичних ідей та ідеологій. Ця форма комунікації трактується як різновид маніпуляції

громадською думкою, що здійснює вплив на емоційно-вольову сферу масової свідомості. Через навіювальні техніки пропаганда здатна впроваджувати певні психічні стани чи установки без ясного усвідомлення з боку аудиторії.

Варто зазначити, що ключовий елемент пропаганди - сенсаційний характер. «Загрози» з боку «чужих», конструйовані пропагандистами, як правило, свідомо перебільшуються з метою провокування занепокоєння. Пропаганда є визначальним чинником у формуванні політичної реальності, оскільки спрямована на вплив на політичне самовизначення громадян, їхню поведінку та світоглядні орієнтири.

Феномен індивідуального самовизначення в сучасному практичній політології постає не як статичний акт ідентифікації, а як динамічний процес, де цивілізаційні, політичні та соціокультурні вектори перетинаються в точці суб'єктивного вибору. Коли суспільство знаходиться в умовах системної дестабілізації, майбутнє втрачає свою прогностичну прозорість, трансформуючись в об'єкт колективної тривоги. За таких обставин ціннісна орієнтація суспільства закономірно зміщується в бік минулого.

Саме в цій ретроспективній площині кристалізується специфічний інструментарій маніпулятивного впливу, де пропагандистська діяльність набуває ознак цілеспрямованої відбору історичних наративів. Вибіркове сприйнятя минулого слугує потужним інструментом соціальної інженерії.

Якщо в класичній політичній науці XX століття поняття пропаганди ототожнювалося з тоталітарними практиками сталінського чи нацистського зразків, то в епоху гібридних протистоянь цей феномен зазнає докорінної трансформації. Сучасна інформаційна агресія використовує набагато тонші механізми впливу, що робить традиційні дефініції недостатніми для опису поточної реальності.

Щодо розподілу пропаганди на види, то її розрізняють: **білу** (без приховування мети та джерела); **сіру** (мета та джерела можуть бути неоднозначними або прихованими) та **чорну** (розповсюджується фальшива інформація). У цьому контексті варто зазначити, що після Революції Гідності (листопад 2013 - лютий 2014) російська пропаганда набула характеристик чорного виду, відзначаючись масовим створенням і розповсюдженням фейкової інформації.

Серед правил пропаганди, що їх виділяв В. Бідл, - не дискутувати, а спиратися на емоції; формувати чіткий поділ на «вони» та «ми»; здійснювати вплив як на окрему особу, так і на групу; максимально приховувати особу пропагандиста. З появою Інтернету ці правила зазнали трансформації. Р. Гоббс виокремлює такі принципи сучасної пропаганди: активує сильні

емоції; спрощує інформацію до мінімуму; апелює до страхів, надій і мрій цільової аудиторії; здійснює атаку на опонента.

Концепт **контрпропаганди** постає як складна конструкція інформаційного впливу. Цей феномен, зберігаючи структурну спорідненість із пропагандою, спрямований на цілеспрямоване моделювання специфічних когнітивних матриць та поведінкових прикладів, моделей у масовій свідомості. Проте в умовах постмодерної політичної реальності ми спостерігаємо виразну тенденцію до термінологічного заміщення, де класична контрпропаганда дедалі частіше ідентифікується як маніпуляція. Таке переосмислення зумовлене переходом від прямолінійних методів переконання до більш витончених, прихованих технологій корекції суспільного сприйняття, що робить межу між захистом інформаційного простору та агресивним впливом надзвичайно ефемерною.

Академічна відображення цього процесу представлена розвідками таких дослідників, як М. Душкін, М. Колтунов та М. Малішевський, які розглядають контрпропагандистські стратегії крізь призму динаміки сучасних політичних кампаній. Водночас, вітчизняні науковці, зокрема А. Баровська та С. Петряєв, фокусують увагу на значущості цього інструментарію у побудові гібридного протистояння. У такому контексті контрпропаганда перестає бути лише механізмом, перетворюючись на фундаментальний елемент національної стійкості, де військовий компонент конфлікту нерозривно пов’язаний з інтенсивністю інформаційних операцій.

6. Інструментарій поширення пропаганди в новітніх умовах. Нові комунікаційні технології формують зміст суспільної взаємодії та поширюються на все поле політичної влади і державного управління. Вони застосовуються як у легальних процесах здійснення влади, так і в не конвенційних практиках, що передбачають маніпулювання громадською думкою, технологію залякування, психологічні акції тощо. Варто зазначити, що аналіз трансформаційних процесів в умовах розвитку інформаційного суспільства свідчить про те, що за явними ознаками розширення комунікаційної взаємодії приховуються зміни в культурних засадах системи спільності цінностей, сукупності стереотипів, символів і настанов.

Цифрова трансформація публічного простору через поширення мережевих структур створила унікальну систему для меметичної інформації, де спрощені когнітивні конструкції набувають статусу головних одиниць трансляції. Фундатор теорії меметики Р. Докінз слушно проводив паралель між біологічною генетикою та ідейною еволюцією, стверджуючи, що ідеологеми, вербальні формули чи навіть стректурні патерни функціонують подібно до генів, колонізуючи інтелектуальний простір шляхом імітації. В

умовах сучасної медіакратії цей процес набуває характеру безперервної вертикальної дифузії, де ціннісні установки, сконструйовані інтелектуальними та політичними елітами, потрапляють у масову свідомість, спрощуючи структуру суспільного сприйняття.

Генезис медіавірусів як специфічного інструментарію політичного впливу став логічним наслідком тотальної комерціалізації громадського буття та виникнення віртуальних соціумів у межах суспільства споживання. Інформаційна надмірність сучасного світу провокує виснаження суб'єкта, що, своєю чергою, генерує стійкий запит на повернення - потребу в гранично примітивному поясненні складних глобальних процесів. З огляду на це, ми спостерігаємо зміну фундаментальних механізмів світосприйняття, що дозволяє говорити про початок специфічної «ментальної еволюції» людства.

Така трансформація неминуче актуалізує питання перегляду класичних підходів до категорії інформаційно-політичної безпеки. Якщо раніше загрози сприймалися крізь призму цілісності комунікаційних каналів, то сьогодні об'єктом атаки стає безпосередньо ментальна структура особистості та соціуму. Здатність меметичних структур до самовідтворення та неконтрольованого поширення робить їх ефективною зброєю в умовах соціополітичної дестабілізації, де контроль над «вірусним» контентом стає ключовим елементом збереження державного суверенітету в інформаційній сфері.

7. Цифрові технології та їх застосування у політичних процесах. Застосування цифрових технологій за останнє десятиріччя суттєво розширилося. Вони кардинально вплинули на всі сфери людської життєдіяльності, комунікацію та обмін інформацією, торкнувшись і політичних процесів. Поняття «цифрові технології» охоплює програмні, апаратні та мережеві рішення, що використовуються для комунікації та професійної діяльності, включаючи штучний інтелект, веб і мобільні додатки. Завдяки цим технологіям цифрова інформація може створюватися, зберігатися та поширюватися у великих обсягах і з високою швидкістю між власниками цифрових пристроїв.

Варто зазначити, що цифрові технології є одночасно і ринком/індустрією, і платформою ефективності для всіх інших ринків. Завдяки ним виник новий цифровий простір, що перебуває за межею фізичної реальності, проте інтегрується в неї. Як вважає швейцарський політолог Ф. Джиларді, у впливі цифрових технологій на політику необхідно виокремити три аспекти: політична комунікація, політична участь та формування політики. У сфері виборчих процесів дослідження підтвердили певне підвищення рівня участі громадян завдяки онлайн можливостям. Ряд

науковців вважає, що електронне голосування може найбільш позитивно вплинути на залучення груп, що традиційно є малоактивними. Доречніше говорити про вплив на індивідуальному рівні: чим більше методів участі у виборах існує в державі, тим кращим є загальний результат.

У галузі політичної комунікації цифрові технології збільшили можливості дезінформації, фейкових новин та політичної поляризації. Щодо таргетованої реклами: порівняно з телебаченням Facebook створює більш рівне конкурентне поле, оскільки фінансовий бар'єр для запуску рекламної кампанії є значно нижчим. Зменшення конструктивної інформації та посилення ідеологічно-партійної складової є характерними рисами реклами в соціальних мережах.

У площині застосування штучного інтелекту в державних послугах постає принципове питання неупередженості алгоритмів. Самі по собі алгоритми ШІ можуть містити упередження, що існують у суспільстві, що здатне посилити дискримінаційний тиск під виглядом об'єктивності. Тому для ефективної цифровізації держава зобов'язана розв'язати цілий комплекс проблем, пов'язаних із дискримінацією громадян та прозорістю алгоритмів.

Інституціоналізація Міністерства цифрової трансформації в Україні, що розпочалася у вересні 2019 року, позначила радикальний перехід державного апарату до моделі цифрового сервісного суверенітету. Ця стратегічна ініціатива не обмежується лише технічною модернізацією, а спрямована на фундаментальну реконфігурацію взаємодії між владою, соціумом та бізнес-середовищем через забезпечення тотальної доступності публічних послуг. Особливої ваги у цьому контексті набуває антропоцентричний аспект цифровізації, що втілюється у масштабній програмі інклюзивної освіти, орієнтованій на формування високого рівня цифрової грамотності у мільйонів громадян. Такий підхід створює необхідний фундамент для адаптації суспільства до умов глобальної технологічної конкуренції, де інформаційна компетентність стає запорукою політичної та економічної стабільності.

Паралельно з інституційними змінами відбувається стрімка імплементація інноваційного інструментарію, що виводить методологію державного управління та політичного аналізу на якісно новий рівень оперативності. До арсеналу сучасних технологічних рішень інтегруються системи штучного інтелекту, геоінформаційні платформи та механізми блокчейн, які в сукупності формують структуру моніторингу та превентивного реагування на виклики. Важливим елементом цієї системи є впровадження інструментів візуалізації та веб-аналітики, що дозволяють трансформувати хаотичні потоки даних у структуровані аналітичні моделі.

Це співвідноситься з потребою коли управлінські рішення базуються не на інтуїтивних припущеннях, а на верифікованих показниках ефективності та динамічних змінах у соціальних мережах.

Серед усього спектра інновацій найбільш ґрунтовну апробацію в аналітичній практиці отримала технологія аналізу великих масивів даних, відома як Big Data Analytics. Її функціонал базується на обробці відомостей із джерел від державних реєстрів та геопросторових систем до новинних і соціальних медіа. Використання методів мережевого аналізу та алгоритмів розпізнавання настроїв, або сентимент-аналізу, дозволяє дослідникам не лише фіксувати поточний стан громадської думки, а й з високою часткою ймовірності прогнозувати електоральні тренди. У площині політичної аналітики цей метод стає незамінним для ідентифікації прихованої поведінки виборців та здійснення безперервного скринінгу інформаційного поля на предмет виявлення маніпулятивних втручань, що в підсумку забезпечує стійкість демократичних інститутів перед викликами цифрової епохи.

Важливе місце в арсеналі інноваційних технологій займають **геоінформаційні системи** (GIS). За їх допомогою реалізується візуалізація політичних даних на картах, аналіз просторових патернів, моніторинг конфліктів та криз, планування політичних кампаній. Серед традиційних об’єктів аналізу є соціальні мережі, дослідження яких дозволяє виявляти лідерів думок та відстежувати вектори поширення інформації.

Окремої уваги заслуговує **технологія блокчейн**. Фактично це розподілена відкрита база даних, що запобігає монополізації інформації. Децентралізовані блокчейн-платформи мають значний потенціал щодо підвищення прозорості державного управління та боротьби з корупцією.

Дискурс-аналіз та наративно - політична рамка (Narrative Policy Framework) стають важливими інструментами дослідження політичного життя. Через аналіз мови дискурс-аналіз з’ясовує, як політичні актори формують образи для обґрунтування рішень, мобілізації електорату та нейтралізації конкурентів. Наративна форма в рамках NPF визначається як суміш персонажів, місця дії, сюжету та моралі; наративи включають жертву, лиходія та героя, а також(у сучасних реаліях) бенефіціарів і союзників.

Варто зазначити, що впровадження інноваційних методів у політичну аналітику є надзвичайно актуальним для України. В умовах прямої та інформаційної агресії росії зазначені технології забезпечують національну безпеку, підвищують ефективність публічного управління та зміцнюють демократичні засади. Водночас їхнє використання потребує належних знань, навичок та дотримання етичних норм.

Глосарій термінів і понять до теми

Блокчейн - ланцюжок блоків з інформацією, яку неможливо фальсифікувати.

Вербальні та невербальні коди - слова, метафори, образи, які безпосередньо впливають на емоції та підсвідомість реципієнта

Інтерпсихічне співвіднесення - відтворення ментальних структур у соціальному середовищі, що посилює груповий вплив на індивідуальну свідомість

Інформаційна гігієна - відбір надійних джерел, мінімізація впливу токсичного контенту та свідоме обмеження часу перебування в цифровому просторі

Когнітивні стилі - індивідуальні особливості обробки інформації, що визначають ступінь сприйнятливості людини до маніпулятивних впливів

Контранаративи - продукування позитивних оповідей, що зміцнюють суспільні цінності й протидіють деструктивним впливам, сприяючи формуванню здорової колективної свідомості

Концепти - базові смислові одиниці (наприклад, поняття «свобода»), маніпулювання якими викликає когнітивний дисонанс і спонукає до перегляду усталених переконань

Медіаграмотність - формування навичок розпізнавання маніпулятивних наративів через систематичну освіту та відповідні тренінги

Метапрограми сприйняття - глибинні фільтри, через які особистість аналізує та інтерпретує інформацію

Наративи - структуровані оповіді, що формують колективне бачення реальності, утворюючи спільні переконання та суспільні уявлення

Психологічна підготовка - цілеспрямований розвиток критичного мислення та емоційної стабільності з метою протидії емоційним атакам

Ресурсні матриці - психологічні резерви, що забезпечують опір зовнішнім впливам, зокрема критичне мислення

Смислова війна - цілеспрямований контроль над моделями мислення, що продукує ілюзії й альтернативні реальності

Фреймінг - подача інформації в певній інтерпретаційній рамці, коли, наприклад, слово «криза» замінюється на «можливість», що радикально змінює емоційне сприйняття повідомлення

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Визначте складові інформаційної політики та технології її реалізації.

2. У чому полягають особливості ролі і сенсів пропаганди у мирний час і під час війни?

3. Схарактеризуйте і змоделюйте психолінгвістичні методи впливу на думки та способи протидії.

4. Змоделюйте складові меметичної зброї.

5. У чому сутність трьох категорій мемів у війні рф і України?

6. Проаналізуйте маніпулятивність пропаганди/контрпропаганди.

7. Наведіть приклади видів пропаганди та її правила.

8. Охарактеризуйте сутність і роль контрпропаганди.

9. Схарактеризуйте особливості використання інноваційних технологій у політичній аналітиці.

Рекомендована література

Була С. П., Свідерська О. І. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Політикус*. 2020. Вип. 4. С. 21-25.

Висоцький О. Ю. Політичний моккінг як технологія пропаганди. В: *Соціально-гуманітарні науки та сучасні виклики* : матеріали II Всеукр. наук. конф., 26-27 трав. 2017 р. Дніпро, 2017. С. 10-12.

Висоцький О. Ю. Стратегії фокусування та дефокусування уваги як інструменти пропаганди. В: *Філософія, теорія та практика випереджаючої освіти для сталого розвитку* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф., 14 груд. 2017 р. Дніпро, 2018. С. 110-113.

Віннічук О. В., Руда Л. А. Пропаганда як інструмент політичної комунікації в умовах російсько-української війни. *Політичне життя*. 2024. № 1. С. 82-87.

Вонсович С. Г. Політична маніпуляція у міждисциплінарному контексті: основні підходи. *Регіональні студії*. 2024. Вип. 36. С. 22-26.

Вонсович С. Г. *Технології політичних процесів* : навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський : К-ПНУ ім. І. Огієнка, 2024. 104 с.

Гончаренко М. М. Політична агітація та пропаганда на телебаченні: особливості використання. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології»*. 2023. Вип. 43. С. 47-50.

Гурківська А. Концептуалізація поняття «політична пропаганда». *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2021. Вип. 35. С. 150-160.

Кухоцька Т. Г. Вплив технологій штучного інтелекту на сучасні політичні комунікації: перспективи та виклики. *Регіональні студії*. 2024. Вип. 38. С. 85-89.

Магда Є. В. *Гібридна війна: вижити і перемогти*. Харків : Vivat, 2015. 304 с.

Мамонтова Е. В. *Експертно-аналітичний супровід політико-управлінської діяльності* : навч.-метод. посіб. Одеса : Гельветика, 2023. 72 с.

Нестеряк Ю. В. Становлення національного інформаційного простору України. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління*. 2018. № 1. С. 11-17.

Павлов Д. Особливості технологій політичної пропаганди. *Грані*. 2018. Т. 21, № 2. С. 141-149.

Політичні технології в сучасних владних процесах : навчальний посібник / В. Ф. Смолянюк, С. С. Бульбенюк, Ю. М. Манелюк та ін. Київ : КНЕУ, 2021. 328 с.

Почапська О. І. Провокація як спосіб заграванння з аудиторією в сучасних Інтернет-ЗМІ (на прикладі журналу «Український тиждень»). *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 207–212.

Пояркова Т. К. «Русский мир» як ефект «доповненої» реальності. *Прикарпатський вісник Наукового товариства Шевченка. Серія: Думка*. 2016. № 3. С. 172–179.

Почепцов Г. *Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI ст.* : монографія. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

Почепцов Г. *Смисли і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах*. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 312 с.

Стешенко Н., Болотіна Є., Чоста К. Технології Big Data як система сучасних методів політичного впливу. *Регіональні студії*. 2022. № 31. С. 44-48.

Сушко А. І., Прохоренко А. М. Політична пропаганда як складова інформативно-комунікативної діяльності органів державної влади. *Актуальні проблеми політики*. 2023. Вип. 72. С. 57-61.

Deseriis M. Digital movement parties: a comparative analysis of the technopolitical cultures and the participation platforms of the Movimento 5 Stelle and the Piratenpartei. *Information, Communication & Society*. 2020. Vol. 23, No. 12. P. 1770-1786.

Estes K., Feinstein S. External Threat and Dynamic Shifts in Ukrainian National Identity (2021-2022). *Europe-Asia Studies*. 2025. Vol. 77, No. 6. P. 955-976.

Fowler E., Franz M., Martin G., Peskowitz Z., Ridout T. Political Advertising Online and Offline. *American Political Science Review*. 2021. Vol. 115, No. 1. P. 130-149.

Gilardi F. *Digital Technology, Politics, and Policy-Making*. Cambridge : Cambridge University Press, 2022. 240 p.

Hoban I., Nguyen M., Johnson D. What kind of a family should exist? Children and Russia's use of 'traditional family values' narratives in the Russia-Ukraine war. *Critical Studies on Security*. 2024. P. 1-23.

Kuenzler J. et al. A systematic review of the Narrative Policy Framework: a future research agenda. *Policy & Politics*. 2025. Vol. 53, No. 1. P. 129-151.

Тема 15. Інформаційно-аналітична діяльність у практичній політології

Навчальні питання

1. Актуальність, суть, основні принципи ІАД
2. Цілі, об’єкт, предмет, суб’єкти ІАД
3. Основні методи аналітики
4. Характеристика основних різновидів ІАД
5. Параметри інформації
6. Базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних явищ

1. Актуальність, суть, основні принципи ІАД. Інформаційна аналітика, передусім, виконує завдання якісно-змістовного перетворення первинних відомостей. У цьому плані вона функціонально перетинається з науковою діяльністю (виробництво нового знання) та управлінською (розробка варіантів рішень і сценаріїв). Характер такого функціонального перетинання у системі «аналітика – наука – керування» визначається специфікою самої аналітики: з наукою її поєднує інформаційний спосіб пізнання реальності, а з управлінням – прикладний характер, тобто орієнтація на розв’язання конкретних потреб замовника.

Процес аналітичної діяльності постає як складне моделювання реальності, де суб’єкт аналізу оперує не лише сухими фактами, а й багаторівневими відображеннями подій, ідей та психоемоційних станів соціуму в цифровому та медійному просторах. Вибудовуючи такі інформаційні моделі, аналітик прагне дешифрувати об’єктивні закономірності політичних, фінансових та соціальних процесів, виокремлюючи приховані рушійні механізми та встановлюючи жорсткі причинно-наслідкові детермінанти. У цьому ракурсі професійна активність аналітика набуває ознак пошуку, адже в результаті інтерпретації фрагментів дійсності генерується принципово нове знання, що дозволяє розглядати аналітика як дослідника-практика, який інтегрує розрізнені емпіричні дані у цілісну когнітивну структуру.

Проте, попри спільний дослідницький вектор між академічною наукою та інформаційною аналітикою існують фундаментальні розбіжності, що стосуються їхнього призначення та методологічних пріоритетів. Якщо класичний науковий аналіз спрямований на дедуктивне виявлення універсальних, повторюваних та інваріантних законів функціонування певної галузі, то інформаційна аналітика, хоч і базується на науковому підґрунті, концентрується на динамічних реаліях плинного буття. Її специфіка полягає в оцінці одиничних подій та прогнозуванні їхнього розвитку з урахуванням граничної варіативності середовища, де типові параметри часто нівелюються

випадковими впливами або суб'єктивно-особистісними факторами учасників процесу.

Сучасна інформаційно-аналітичної діяльності постає як багатогранна інтелектуальна екосистема, де ключовим вектором є не просто акумуляція даних, а їхня глибока систематизація, аксіологічна оцінка та герменевтичне тлумачення. Важливо провести чітку демаркаційну лінію між власне аналітикою та суміжними технічними процесами: збір вихідних матеріалів, логістичне забезпечення документації не складають суті аналітичної праці.

У межах професійного циклу інформаційно-аналітична робота функціонує як складний механізм перетворення де первинна інформація, що складається з розрізнених «сирих» фактів, трансформується у вторинну інтелектуальну продукцію. Цей завершений аналітичний продукт спрямований на задоволення запитів конкретного замовника. Слід акцентувати увагу на тому, що будь-яка сукупність емпіричних даних, незалежно від ретельності їхнього збирання, позбавлена операційної цінності до моменту розкриття їхнього латентного смислу. Тільки через процедуру міжфакторного зіставлення та візуалізацію перспектив розвитку явища в контенті, адаптованому до сприйняття споживачем, інформація набуває статусу ресурсу впливу.

Розглядаючи механізми організації інформаційної активності в управлінській вертикалі, необхідно виокремити інформаційно-аналітичний процес як ключовий елемент підготовки. Він охоплює замкнений цикл від пошуку та відбору даних до їхньої інтелектуальної обробки та презентації у формі, що є готовою для негайного використання. Управлінські рішення, на відміну від теоретичних пошуків у фундаментальних науках, завжди поєднують необхідність розв'язання прикладних проблем та обмежені жорсткими часовими рамками.

Достовірність повідомлення є ключовою ознакою будь-якого інформаційного документа. Вона забезпечується: глибоким розумінням дійсності аналітиком; правильним відбором фактів, що стосуються об'єкта аналізу; виділенням на їхній основі основних причинно-наслідкових зв'язків. Вирішальну роль тут відіграє рівень кваліфікації виконавця, його фахові знання, ерудиція і вміння орієнтуватися в нестандартних ситуаціях.

Другим принципом є своєчасність. Своєчасність отримання інформації значною мірою детермінує її цінність для користувача. Значення вчасного подання може бути настільки великим, що заради нього варто дещо поступитися точністю повідомлень – але не суттєво змінювати їхній зміст.

Третій принцип – ясність викладення. Суть його полягає в забезпеченні доступності результатів роботи аналітика для споживача, адже саме коректне

сприйняття інформації робить її переконливою. Крім того, інформаційно-аналітичний документ має бути лаконічним, логічним і переконливим. В аналітичному середовищі широко відоме «правило п’яти сторінок». Документ вважається логічним, якщо автор дотримується законів логіки: закону тотожності, закону протиріччя, закону виключення третього та закону достатньої підстави. Щоб викладене повідомлення було достатньо переконливим, воно має відображати суттєві причинно-наслідкові зв’язки у доступній, зрозумілій для споживача формі.

2. Цілі, об’єкт, предмет, суб’єкти ІАД. Структура інформаційно-аналітичної діяльності (ІАД) підпорядкована ієрархії, де цілепокладання диференціюється на стратегічний та тактичний рівні. Стратегічний вектор передбачає розгортання масштабної операційної структури, яка на основі концептуальних моделей та інноваційного методологічного інструментарію забезпечує повний цикл когнітивної обробки даних. Головне полягає у формуванні інтелектуального ресурсу, обсяг та якість якого дозволяють створити вичерпний інформаційний продукт, здатний слугувати надійною опорою для довгострокового планування.

Натомість тактична площина ІАД характеризується високою адаптивністю до конкретних запитів замовника, де зусилля фокусуються на розв’язанні вузькоспеціалізованих завдань (від аналізу ризиків та ідентифікації потенційних контрпартинерів до перевірки фінансових джерел).

Об’єктне поле інформаційно-аналітичної діяльності охоплює як матеріальні, так і нематеріальні компоненти, що забезпечують безперебійне функціонування. До ключових об’єктів належать безпосередньо аналітичні продукти та структуровані масиви знань у формі баз даних, які інтегруються з розвиненою технологічною інфраструктурою. Останню формують складні комплекси, мережеві комунікації та програмне забезпечення, від системних рішень та антивірусного захисту до спеціалізованих пакетів прикладної аналітики. Важливе місце в цій ієрархії посідають інформаційні послуги, включаючи консалтинг та високотехнологічні пошукові системи, що виступають медіаторами між дослідником та необробленими масивами інформації.

Суб’єктна структура ІАД представляє собою складну мережу акторів, кожен з яких виконує специфічну роль у процесі створення та дистрибуції інтелектуальної вартості. На антропологічному рівні головним суб’єктом постає особистість як носій критичного мислення, а на макрорівні - держава як інституційний замовник та регулятор. Система взаємодії включає виробників первинного контенту та генераторів вторинної інформації, що

структурують реферативні та бібліографічні масиви. Особливу роль відіграють ринкові суб'єкти - компанії, що здійснюють оптову та роздрібну реалізацію інформаційних продуктів, а також розробники технічних засобів обробки. Замикають цей ланцюг інформаційні посередники, брокерські структури та Інтернет-провайдери, які забезпечують технічну та логістичну можливість існування сучасного інформаційно-політичного простору.

3. Основні методи аналітики. Серед науковців і практиків дотепер немає єдиного погляду на систему аналітичних методів. Проте у практиці аналітичної роботи прийнято вирізняти низку часто використовуваних підходів.

Історичний метод позначає розгляд об'єктивного процесу розвитку об'єкта, реальної його еволюції з усіма особливостями; це спосіб відтворення в мисленні історичного процесу в його хронологічній послідовності.

Аналіз є необхідним етапом у пізнанні об'єкта. Він доповнюється методом синтезу – поєднанням складових частин досліджуваного об'єкта у єдине ціле, що розкриває місце й роль кожного елемента в системі та встановлює взаємозв'язки між ними.

Аналогія є різновидом порівняння і надає підстави для висунення гіпотез. Спрощеним різновидом аналогії є відсотковий метод: виходячи з відомих даних, що характеризують поточний стан (ВВП, податкові ставки, обсяги торгівлі), визначаються відповідні показники на майбутнє.

4. Характеристика основних різновидів ІАД. Основним результатом інформаційно-аналітичної діяльності є аналітичний документ у формі доповіді, огляду, довідки, прогнозу. У цьому контексті висновки є наслідком досягнення поставленої мети. Щоб їх сформулювати, потрібно відповісти на питання: «Що означає це або таке явище?». Написання висновків потребує найвищої майстерності аналітика.

Найпоширенішою помилкою інформаційних аналітиків є включення до матеріалів дуже цікавої, але несуттєвої, побічної інформації. Подібних спокус слід уникати і не відходити далеко від основної теми.

Серед різновидів аналітичних документів виокремлюють: інформаційний огляд, огляд обґрунтування, оглядова доповідь, бібліографічний огляд.

Аналітичний прогноз містить аналіз інформації про характер змін стану досліджуваного об'єкта з метою виявлення закономірностей і прогнозування розвитку; він базується на аналізі первинних документів глибокої ретроспективи на 5–10 років уперед.

Серед синтезованих документів виокремлюють: тематичні підбірки, дайджест, досьє, прес-реліз.

5. Параметри інформації. При доборі необхідних відомостей слід ураховувати такі характеристики:

Ефективність інформаційно-аналітичного супроводу в політичній та управлінській сферах детермінується розгалуженою системою індикаторів які дозволяють верифікувати якість, кількісні параметри та значущість аналітичного продукту. У межах якісної оцінки пріоритетне місце посідає актуальність, що інтегрує своєчасність надходження даних із їхньою змістовною цінністю для суб'єкта прийняття рішень. Важливими атрибутами аналітичного знання виступають адекватність, що гарантує відповідність інформації реальному об'єкту, та цілковита певність, яка виключає наявність латентних помилок або логічних розривів. Об'єктивність аналізу досягається шляхом радикального очищення контенту від будь-яких суб'єктивних деформацій, тоді як однозначність та новизна забезпечують прозорість та приріст знання, необхідного в управлінській системі.

Додатковими параметрами, що формують професійний стандарт аналітики, є корисність і доступність. При цьому точність вимірюється через питому вагу співвідношеня відомостей у загальному масиві. Особливої ваги набуває захищеність інформації, що гарантується збереженням її функціональних властивостей у часі.

Кількісні виміри інформаційно-аналітичного процесу фокусуються на повноті та достатності даних, що відображають кореляцію між наявними ресурсами та можливістю досягнення поставленої управлінської мети. Обсяг інформації, виступаючи базисним параметром, не є самоціллю, а розглядається лише крізь призму його спроможності забезпечити якісний перехід від описової констатації до прогностичного моделювання. Завершують цю систему ціннісні показники, де значущість та важливість інформації визначають її справжню вартість. Остання постає не лише як ринкова ціна продукту, а як уречевлена інтелектуальна праця, спрямована на мінімізацію політичних та соціальних ризиків у процесі державного будівництва. Таким чином, лише комплексне дотримання зазначених критеріїв дозволяє трансформувати інформацію на стратегічний актив, здатний ефективно протидіяти викликам сучасної глобальної динаміки.

6. Базові моделі, що застосовуються під час аналізу інформаційних явищ

Сфери використання моделей охоплюють: навчальні (наочні посібники, тренажери); дослідні (для вивчення характеристик реального об'єкта); науково-технічні (для дослідження процесів та явищ); ігрові (для вивчення можливої поведінки об'єкта в запрограмованих або непередбачених

ситуаціях); імітаційні (імітація дійсної ситуації для вивчення реальних обставин).

За фактором часу розрізняють: динамічні та статичні моделі. За формою подання інформації: словесні; символьні (формули); графічні (геометричні); структурні (схеми, графіки, таблиці); образні; логічні (варіанти вибору дій); спеціальні (ноти, хімічні формули). За інструментами реалізації: комп'ютерні та некомп'ютерні.

Глосарій термінів і понять до теми

Аналіз – поділ об'єкта (подумки чи реально) на складові частини з метою їхнього окремого вивчення

Бібліографічний огляд – зв'язна характеристика сукупності документних джерел з певного питання

Дайджест – добірка витягів із конкретного тексту для загального уявлення про нього

Досьє – формалізований вторинний документ з розгорнутою характеристикою об'єкта

Знакові інформаційні моделі будуються з використанням різних знакових систем і можуть бути представлені у формі тексту або формули

Ідеалізація об'єкта - визначення тих рис і властивостей об'єкта, що є суттєвими для розв'язання поставленої задачі і мають бути відтворені в моделі, та тих, що є несуттєвими і можуть не враховуватися при її побудові

Інформаційна модель – сукупність відомостей, що характеризують істотні властивості і стани об'єкта, процесу, явища, а також їхній взаємозв'язок із зовнішнім світом. Інформаційні моделі називають також уявними або логічними, оскільки вони не мають матеріального втілення

Інформаційний огляд – систематизовані дані про стан розробки питання без їхньої критичної оцінки

Контент-аналіз (англ. content – зміст) – формалізований метод інтерпретації текстів для дослідження змісту повідомлень і цінностей масової комунікації

Метод аналогії - перенесення властивості (сукупності властивостей) одного явища на інше

Метод мережі зв'язків використовується для графічного зображення асоціацій між людьми й організаціями та використанні матриць асоціацій і схем мережі зв'язків

Модель – сукупність логічних, математичних чи інших об'єктів, зв'язків і співвідношень, що відображають з максимально досяжною мірою подібності

певний фрагмент реальності, що підлягає вивченню, а також опис усіх властивостей об'єкта, що моделюється

Образні моделі (малюнки, фотографії) являють собою зорові образи об'єктів, зафіксовані на будь-якому носії

Огляд обґрунтування – призначений для доведення необхідності конкретного дослідження

Оглядова доповідь – відомості про окремі аспекти стану науково-практичних напрямів

Описові – це моделі, створені природною мовою (будь-якою мовою спілкування між людьми) в усній або письмовій формі.

Параметри інформації – характеристики, за допомогою яких оцінюються інформаційні ресурси.

Порівняння – зіставлення предметів або явищ з метою встановлення схожості чи відмінності між ними.

Правило п'яти сторінок при поданні висновків на вищий рівень управлінської ієрархії обсяг аналітичної довідки не повинен перевищувати п'яти сторінок (приблизно 16 кілобайтів тексту).

Прес-реліз – листівка або бюлетень із офіційним повідомленням для ЗМІ

Спостереження – систематичне, цілеспрямоване дослідження об'єктів

Табличні моделі - різновид інформаційних моделей

Тематичні підбірки – систематизована сукупність первинних документів, частин тексту, схем, діаграм з певного питання

Формальні – це моделі, створені формальною мовою (науковою, професійною або мовою програмування)

Запитання і завдання для самоконтролю

1. У чому полягає актуальність інформаційно-аналітичної діяльності?
2. Назвіть основні принципи ІАД
3. Поясніть основне правило інформаційно-аналітичного процесу
4. Назвіть основні об'єкти та суб'єкти інформаційно-аналітичної діяльності
5. Назвіть основні властивості інформації.
6. Які особливості інформації як товару?
7. Охарактеризуйте ділові та особисті якості аналітика
8. Охарактеризуйте основні різновиди ІАД

Завдання 1. Аналіз політичного дискурсу

Оберіть будь-яку актуальну політичну подію в Україні за останній місяць (виступ політика, прийняття закону, міжнародні переговори).

Виконайте:

- Зберіть не менше 5 різних джерел інформації про цю подію (офіційні сайти, ЗМІ, соцмережі, експертні коментарі)
- Проведіть контент-аналіз зібраних матеріалів: виявіть ключові поняття, риторичні прийоми, ціннісні орієнтири
- Порівняйте, як різні джерела висвітлюють одну й ту саму подію
- Сформулюйте висновок про характер політичного дискурсу навколо події

Завдання 2. Складання політичного портрету

Оберіть одного з діючих українських або зарубіжних політиків

Виконайте:

- Зберіть біографічні дані, відомості про політичну кар'єру та партійну приналежність
- Проаналізуйте публічні виступи, інтерв'ю та заяви цього політика за останні 6 місяців
- Визначте його ідеологічну позицію, ключові пріоритети та риторичні патерни
- Оцініть рівень його медійної присутності та характер громадської реакції
- Виявіть можливі протиріччя між задекларованими позиціями та реальними діями

Рекомендована література

1. Варенко В. М. *Інформаційно-аналітична діяльність* : навч. посіб. Київ : Університет «Україна», 2014. 417 с.

2. Вонсович С. Г. *Політичний аналіз і прогноз* : навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський : К-ПНУ ім. І. Огієнка, 2023. 228 с.

3. Горовий В. М. *Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс*. Київ : НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2010. 360 с.

4. Дерев'янко С. М., Матвієнків С. М. *Політичне прогнозування* : навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ : Вид-во ПНУ ім. В. Стефаника, 2022. 146 с.

5. Каращук О. Інформаційно-аналітична діяльність в умовах російської агресії. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 67. С. 230–243.

6. Кілієвич О. І., Рябцев Г. Л., Тертичка В. В. *Пракутикум з підготовки аналітичних документів* : навч. посіб. Київ : К. І. С., 2016. 95 с.

7. Кобець Ю. Використання матриці SWOT в аналізі політичних систем. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2020. Вип. 1 (59). С. 37–41.

8. Мамонтова Е. Інноваційні методи і технології в політичній аналітиці та експертизі. *Актуальні проблеми політики*. 2025. Вип. 75. С. 73–78.

9. Мамонтова Е. В. *Експертно-аналітичний супровід політико-управлінської діяльності* : навч.-метод. посіб. Одеса : Гельветика, 2023. 72 с.

10. Муковський І. Т., Міщенко А. Г., Шевченко М. М. *Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах* : навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 224 с.

11. Потіха А. *Інформаційно-аналітичний ресурс засобів масової комунікації політичних партій України (1990–2010-ті рр.)* : монографія. Київ : НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2023. 192 с.

12. Сенченко М. Інформаційно-аналітична діяльність «мозкових центрів». *Вісник Книжкової палати*. 2021. № 4. С. 24–31.

13. Стешенко Н., Болотіна Є., Чоста К. Технології Big Data як система сучасних методів політичного впливу. *Регіональні студії*. 2022. № 31. С. 44–48.

14. Шипулін В. Д. *Основи ГІС-аналізу* : навч. посіб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. 330 с.

Тема 16. Роль практичної політології у врегулюванні політичних конфліктів

Навчальні питання

1. Поняття, сутність та особливості політичного конфлікту
2. Типологія політичних конфліктів
3. Політичний конфлікт і політична криза
4. Війна як форма політичного конфлікту
5. Шляхи виходу з конфлікту. Правила принципових перемовин
6. Формування політичного консенсусу

1. Поняття, сутність та особливості політичного конфлікту. На відміну від соціального конфлікту, у трактуванні поняття «політичний конфлікт» спостерігається значно менше розмаїття підходів і концептуальних розбіжностей. Пояснення цьому полягає в тому, що «соціальний конфлікт» у широкому розумінні охоплює всі сфери людської життєдіяльності, тоді як політичний конфлікт детермінований виключно сферою політичних відносин. Втім, і в межах цього поняття існують різноманітні дефініції та підходи до його осмислення.

Аналіз наявних визначень дає змогу виокремити ключові характеристики, що розкривають сутність даного феномену. Категорія політичного конфлікту у політичній конфліктології розглядається як багатовимірний феномен, який виникає внаслідок антагоністичної взаємодії

суб’єктів владних відносин. Першочерговою ознакою такого протиборства є наявність двох або більше сторін, чиї стратегічні інтереси входять у фазу прямого зіткнення. Причина конфлікту завжди замикається на питанні державної влади, що охоплює процеси її здобуття, утримання або ж інструментального використання для реалізації специфічних групових чи індивідуальних цілей. З огляду на це, суб’єктивним тригером дестабілізації виступає усвідомлення акторами абсолютної несумісності їхніх прагнень, що робить неможливим досягнення консенсусу поза межами відкритого протистояння.

Важливо диференціювати політичний конфлікт від односторонніх актів насильства, оскільки його природа вимагає активної взаємодії та реальної боротьби, де дії однієї сторони зустрічають систематичну протидію іншої. Захоплення, поневолення чи фізичне знищення за відсутності відповідної реакції не можуть бути ідентифіковані як конфлікт у суворому науковому розумінні, адже вони позбавлені діалектичної структури протиборства. Політичний конфлікт, попри свою деструктивну форму, парадоксальним чином постає як один із радикальних способів урегулювання соціально-політичних суперечностей, дозволяючи через кризу вийти на новий рівень інституційної рівноваги або перерозподілу ресурсів впливу.

Центральним об’єктом незмінно залишається влада та пов’язані з нею повноваження, що визначають статус акторів у соціальній ієрархії. Специфіка цього різновиду конфлікту полягає в його публічному характері, символічному навантаженні та здатності до швидкої ескалації, що залучає широкі верстви населення. Використання мобілізаційних дискурсів, ідеологічне обґрунтування претензій на панування та орієнтація на зміну або збереження існуючого політичного режиму формують унікальний профіль конфлікту, який потребує залучення складних механізмів посередництва та легітимації для його остаточного розв’язання.

Центральним об’єктом, навколо якого вибудовується архітектура політичного зіткнення, незмінно залишається влада та пов’язані з нею повноваження, що визначають статус акторів у соціальній ієрархії. Специфіка цього різновиду конфлікту полягає в його публічному характері, символічному навантаженні та здатності до швидкої ескалації, що залучає широкі верстви населення. Використання мобілізаційних дискурсів, ідеологічне обґрунтування претензій на панування та орієнтація на зміну або збереження існуючого політичного режиму формують унікальний профіль конфлікту, який потребує залучення складних механізмів посередництва та легітимації для його остаточного розв’язання.

1. Публічність і відкритість прояву протиборства сторін. Реальна політика охоплює сферу розв'язання суперечностей між великими соціальними групами. Саме тому у цьому контексті важливо, що сторони вдаються до апелювання до цих груп та широкої громадськості. Залучення підвищеної уваги до об'єкта конфлікту надає суб'єктам протистояння додаткової ваги і сприяє нагромадженню ними політичного капіталу.

2. Загальна значущість. Політичний конфлікт безпосередньо або опосередковано зачіпає інтереси великих соціальних груп, верств, класів і суспільства загалом. У цьому зв'язку суб'єкти конфлікту - партії, інститути, еліти, окремі лідери - завжди виступають від імені певної соціальної спільноти.

3. Детермінованість владою (владними відносинами). Визначальним, інтегруючим об'єктом у політичному конфлікті виступає політична влада. Предметом такого конфлікту можуть бути владні повноваження, способи й наслідки їх реалізації. Причинами конфлікту нерідко постають суперечності, що виникають у політичній та інших сферах суспільства, але трансформовані в площину протиборства щодо влади.

4. Ідеологічний характер мотивації конфлікту**.** Політичний конфлікт, як правило, має виразне ідеологічне підґрунтя. Політична ідеологія являє собою духовне утворення, призначене для ціннісної та цільової орієнтації політичної поведінки громадян. Вона виконує функції організації, ідентифікації та мобілізації суб'єктів і учасників конфлікту, втілюючись у програму безпосередньої боротьби зі специфічними цілями, завданнями й методами здобуття влади.

5. Інституційна організованість суб'єктів конфлікту. Щоб реально претендувати на владу та владні повноваження, суб'єкт конфлікту має бути організаційно оформленим, тобто представляти суспільну організацію, політичну партію, державний інститут або бути легітимним представником цих структур.

6. «Символічна» ідентифікація. Суттєву роль в організації і мобілізації мас відіграють ідеологічні символи. Приміром, символами боротьби за незалежність України у протистоянні з російськими окупантами стали блакитно-жовтий і червоно-чорний прапори; на президентських виборах 2004 р. блок В. Януковича обрав синій колір, тоді як опозиція В. Ющенка - помаранчевий. Символи використовуються як інструмент самоідентифікації та розмежування сторін.

7. Конфлікт взаємних намірів сторін. На політичному ринку конкурує і конфліктує пропонована продукція символічного характеру - ідеї, гасла, програми, заяви. Такі «товари» й «послуги» не піддаються адекватній якісній

оцінці. У цьому контексті на перший план виходить не якість «товару», а ефективність його рекламування - у вигляді PR-технологій та політичного маркетингу.

8. Наявність легітимних лідерів**.** Важливу роль у конфлікті відіграють політичні лідери, в особах яких трансформується саме протистояння. Вони стають символами руху і гарантами виконання обіцянок. Від особистих якостей і популярності лідера значною мірою залежить результат протистояння, тому супротивники вдаються до будь-яких методів дискредитації не стільки ідей опонента, скільки їх носія.

9. Правові колізії політичного конфлікту. Інституціоналізація конфлікту є однією з важливих умов його врегулювання. Протилежні сторони намагаються залучити максимально можливу кількість «непосвячених» до свого табору. По суті, йдеться про зіткнення понять законності та легітимності, де перше апелює до юридичних норм, а друге - до соціальної справедливості.

10. Одностороння «законність» насилля. Особливість полягає в тому, що застосування насилля трактується законним лише з боку правлячого режиму. В режимних конфліктах опозиція може ігнорувати усталені правила, вимагати їх зміни й діяти поза законом. Незаконні дії опозиції в разі її перемоги набувають законності, а дії переможеної еліти навпаки. Прикладом такого маніпулювання законністю слугують революції.

11. Національні та соціокультурні особливості. Практика переконує, що розробляючи теорію та аналізуючи конкретні ситуації, необхідно враховувати «місцеві» та «часові» особливості. Різні країни відрізняються у виборі режимів, по-різному здійснюють революції і вирішують конфлікти: кожен процес наділений національною, соціокультурною та цивілізаційною специфікою.

12. Можливість трагічних наслідків. Широкомасштабний конфлікт здатен до основ зруйнувати соціально-політичну структуру суспільства і кинути країну в «смутні часи», що неодноразово відбувалося в історії України та Європи. Світові війни призводили до загибелі десятків мільйонів людей, колосальних руйнувань і матеріальних втрат.

2. Типологія політичних конфліктів. Класифікаційна матриця політичних конфліктів у сучасній науці базується на розгалуженій системі критеріїв, що дозволяють ідентифікувати природу, масштаб та інтенсивність владного протиборства. **Первинний поділ** здійснюється за геопросторовою ознакою, розмежовуючи конфлікти на внутрішньополітичні та міжнародні. **Внутрішній сегмент** структурується за вектором взаємодії: горизонтальні конфлікти охоплюють боротьбу між акторами одного ієрархічного рівня, тоді

як вертикальні відображають антагонізм між різними ступенями владної піраміди. Особливої уваги заслуговує змістовна диференціація за сферами життєдіяльності, де об'єктом суперечки можуть виступати соціально-політичні, етнонаціональні, конфесійні або ідеологічні константи, що визначають архітектоніку суспільного буття.

Горизонтальний вимір конфліктності в умовах розвинених демократій переважно спрямований на внутрішню оптимізацію системи, зміну персонального складу еліт або коригування стратегічного курсу без руйнації державних інститутів. У таких системах конфлікт є легітимним та інституціоналізованим інструментом розвитку, що проявляється через публічні дебати, парламентські вотуми недовіри чи судові прецеденти в межах конституційного поля. Вертикальна ж площина конфліктності розпадається на статусно-рольові та режимні протистояння. Перші фокусуються на динаміці владної ієрархії, де актори прагнуть підвищити свій статусний обсяг або розширити права в межах існуючої структури, що часто спостерігається у відносинах між федеральним центром та регіонами (зокрема в умовах асиметричного федералізму російського зразка). Іноді така боротьба набуває ознак самоцілі, для відволікання суспільної уваги від глибинних системних проблем. Режимні ж конфлікти мають набагато вищий ступінь радикальності, оскільки їхньою метою є тотальна деконструкція чинного ладу або кардинальна зміна вектору розвитку держави.

Фундаментальне значення для аналізу має також розмежування конфліктів цінностей та інтересів. Якщо в конфлікті інтересів дискурс зосереджується навколо прагматичних питань розподілу ресурсів («як діяти?»), то ціннісне протистояння апелює до засадничих уявлень про правила соціальної гри («що робити?»). Така розбіжність особливо гостро відчувається в транзитних суспільствах, де відбувається зіткнення несумісних політичних культур наприклад, боротьба між атавізмами тоталітарної підданської культури та паростками ліберально-демократичної активності. Зрештою, будь-який політичний конфлікт може бути класифікований за тривалістю, інтенсивністю та наслідками, варіюючись від локальних мирних ініціатив до масштабних деструктивних процесів, що визначають життєздатність цілої цивілізаційної системи.

3. Етнополітичні конфлікти. Феномен етнополітичного конфлікту постає як специфічний гібридний конструкт, що інтегрує в собі фундаментальні ознаки владного протиборства та етнічної самоідентифікації. У межах наукової парадигми цей тип дестабілізації розглядається як відкрита конфронтація за володіння політичними ресурсами, де межі між протиборчими таборами пролягають не лише по лініях ідеологічних

розбіжностей. Ключовим чинником тут виступає мобілізаційний ресурс етнічності де ідентичність стає головним інструментом консолідації груп, перетворюючи культурно-історичну приналежність на політичний маніфест.

До складу таких спільнот належать племена, народності, нації та діаспори утворення, сформовані внаслідок тривалої природно-історичної еволюції. Проте визначальним індикатором зрілості подібної соціальної групи є етнічна самосвідомість. Це глибинне почуття приналежності до конкретного етносу не є вродженим, а кристалізується в процесі тривалої індоктринації, виховання та залучення до специфічного освітнього дискурсу, що формує уявлення про «своїх» та «чужих».

Генезис етнополітичної напруженості зумовлений боротьбою за владні повноваження на різних рівнях державної ієрархії переплітається з прагненнями етносу до самовизначення. Останнє може варіюватися від вимог розширеної автономії в межах єдиного політичного організму до радикальних рухів за повну державну незалежність. Нерідко каталізатором конфлікту стає асиметрія в проведенні системних реформ, коли окремі етнічні регіони відчувають себе відчуженими від модернізаційних процесів або ж потерпають від економічної дискримінації.

За мотивом виникнення етнічні конфлікти поділяються на конфлікти ідентифікації, територіальні, економічні, політичні, історичні, ціннісні, конфесійні і соціально-побутові. Залежно від цілей відповідних рухів розрізняють соціально-економічні (боротьба за перерозподіл суспільного продукту), мовно-культурні (захист рідної мови і культури), територіально-статусні (боротьба за зміну кордонів та обсяг прав), сепаратистські (вихід із складу унітарної держави) та національно-визвольні (вихід із федерації та утворення незалежної держави) типи конфліктів.

4. Релігійно-політичні конфлікти. Під таким типом конфліктів розуміється протиборство між представниками різних віросповідань або різних напрямків в одній релігії за політичну владу в суспільстві й у світі. Релігія (з лат. - набожність, святиня) охоплює систему вірувань в існування певної трансцендентної інстанції, що оцінює дії та думки індивіда та соціальних спільностей. Релігійні догми не підлягають науковому аналізу - вони або сприймаються на віру, або відкидаються.

Релігія як соціальний інститут являє собою складну систему, що включає релігійну свідомість, релігійний культ та релігійну організацію. Релігійна свідомість поділяється на релігійну психологію (різноманітні властивості психіки, пов’язані з релігією, - традиції, уявлення, емоції, настрої) та релігійну ідеологію (теоретичне обґрунтування догм і культових відправлень). Варто зазначити, що релігійна ідеологія виступає основою для

об’єднання віруючих і є джерелом релігійних організацій: у християнстві - Біблія, в ісламі - Коран.

Прийнято вирізняти чотири основних різновиди релігійних організацій: церква, секта, деномінація, культ. Церква є відкритою, масовою організацією з розробленою догматичною системою, духовенством, системою управління та культовими спорудами. Секта являє собою замкнену організацію, що відкидає цінності «офіційної церкви».

Е. Фром розділяє релігії на гуманістичні й авторитарні. Гуманістична зосереджена на розвитку людини та любові до всіх людей (наприклад, ранній буддизм). Для авторитарної головною чеснотою є слухняність, а не моральні якості. Релігія може використовуватися як для консолідації людей, так і для їх розмежування та протиборства, оскільки вона за своєю природою передбачає масові колективні дії і спирається на закони колективної психології. У цьому контексті релігійний та політичний фанатизм використовується елітами для реалізації особистих і корпоративних інтересів.

5. Причини виникнення політичних конфліктів. Конфлікт прихований у самій природі політичної влади, покликаної узгоджувати різноманітні інтереси людей. До основних причин відносяться: нерівність у відносинах; розбіжності в базових цінностях і політичних ідеалах; ідентифікаційні чинники (соціальна, релігійна, політична ідентичність); недоліки в технології політичної комунікації; соціально-психологічні властивості суб’єктів боротьби за владу.

Узагальнюючи різноманіття причин внутрішньодержавних конфліктів, їх можна звести до чотирьох груп. По-перше, обмеження базових соціально-економічних і політичних інтересів значної частини населення - ця причина може породжувати конфлікти легітимності влади як на соціально-економічному, так і на політико-правовому ґрунті. По-друге, відмінності в оцінках, ціннісних орієнтаціях та уявленнях про розвиток суспільства (конфлікти культур). По-третє, боротьба між різними групами інтересів (кланами, елітами, блоками) за владу й ресурси - найпоширеніша причина за відсутності розвиненого громадянського суспільства. По-четверте, утиски базових потреб, що можуть бути детерміновані як об’єктивними факторами (криза розвитку, труднощі реформування, стихійні лиха), так і суб’єктивними (прорахунки в соціально-економічній політиці, небажання правлячої еліти враховувати інтереси підвладних, криза легітимності).

3. Політичний конфлікт і політична криза. Існує декілька визначень поняття політичної кризи. Одні вчені трактують її як «особливий стан у розвитку і функціонуванні політичної системи», що постає внаслідок

загострення суперечностей між суб'єктами політичного життя, тобто криза є вторинним явищем по відношенню до конфлікту. Інші дослідники розуміють кризу як «тимчасове призупинення» або припинення функціонування окремих елементів чи інститутів системи, у такому разі криза позначає останню фазу конфлікту, після подолання якої він або розв'язується, або набуває незворотного характеру.

Політичний конфлікт зачіпає основу будь-якої системи - державні інститути і може породжувати політичну кризу. Слід підкреслити відмінність між поняттями «політична криза» і «кризи політичного розвитку». «Політична криза» - це етап у розвитку певного об'єкта (держави, влади, парламенту, режиму, системи), що характеризується порушенням рівноваги базових підсистем, внаслідок чого змінюється сутність об'єкта і порушується регулярність політичної взаємодії. Одночасно криза державна може трактуватися як різке загострення соціально-політичних суперечностей, результатом якого є дестабілізація нормального розвитку суспільства. Варто зазначити, що криза завжди є проявом дезорганізації та дестабілізації системи, а виявлення механізмів знаходження компромісів і встановлення нового балансу сил свідчить про трансформацію суспільства.

За ступенем глибини та значущості для суспільної стабільності в політологічній науці розрізняють урядову, парламентську, конституційну, соціально-політичну, загальнонаціональну, кризу політичних партій та зовнішньополітичну кризи. Урядова криза виникає в країнах, де уряд формується через парламент, і може бути зумовлена непорозуміннями всередині кабінету або протиріччями між парламентом та урядом. Парламентська криза настає за відсутності більшості для прийняття законів, наприклад, через нездатність сформувати коаліцію або її розпад. Конституційна криза визначається тривалою невідповідністю Конституції реальним суспільним умовам і потребам. Криза партії - це ситуація, коли партія втрачає авторитет внаслідок відходу від своїх цінностей і програмних цілей. Зовнішньополітична криза є переломним станом у відносинах між державами з приводу кардинально важливих подій.

У цьому контексті варто підкреслити взаємозалежність між конфліктом і кризою. Конфлікт може передувати кризі, але водночас може її й породжувати. Транзитний розвиток українського суспільства характеризується поєднанням кількох криз у своєрідний кризовий комплекс - кризовий синдром модернізації. Будь-який конфлікт проходить циклічні етапи: початковий, розвитку (підйому), ескалації (піку) та затухання (вирішення). Найвища імовірність переходу конфлікту в кризу спостерігається на другому й третьому етапах.

4. Війна як форма політичного конфлікту. У межах політичної конфліктології XX століття особливе місце посідає концепція Теда Роберта Гарра, який здійснив ґрунтовну типізацію внутрішньодержавного політичного насильства, диференціюючи його за ступенем організованості та масштабом залучення акторів. Першою формою є **заворушення,** що характеризуються відносною спонтанністю та низьким рівнем ієрархічної структурованості, де домінантним суб'єктом є маси, охоплені спільним афективним станом. На відміну від них, **змови** постають як елітарний сегмент насильства, де висока ступінь координації та конспіративності поєднується з обмеженим колом учасників, що мають на меті точкову зміну владної конфігурації. Найбільш деструктивною та системною формою є **внутрішні війни** - широкомасштабні організовані збройні протистояння, спрямовані на радикальну трансформацію державного ладу або повне повалення чинного режиму.

З огляду на природу збройного протиборства, неможливо оминути класичну спадщину прусського генерала та військового мислителя Карла фон Клаузевіца, чиї дефініції залишаються засадничими для розуміння політичного насильства. Клаузевіц інтерпретував війну не просто як хаотичне кровопролиття, а як цілеспрямований акт насильства, що виконує функцію примусу. У цій парадигмі війна є продовженням політики іншими засобами, де головною метою виступає зламати опір супротивника та нав'язати йому власну волю.

Американський соціолог Філіп Квінсі Райт спростував переконання про вроджений характер людської агресивності: на його думку, у примітивних суспільствах рівень войовничості був найменшим, а в процесі становлення цивілізації він зростав. К. Райт розрізняв чотири типи воєн: оборонні, соціальні, економічні та політичні. Найменш деструктивними й найбільш природними є перші два типи. Французький філософ Реймон Арон поділив війни на міждержавні, наддержавні (імперські) та інфрадержавні. Варто зазначити, що всі війни, незважаючи на конкретні обставини та методи, є політичними за своєю суттю.

У світі дедалі більшого поширення набувають форми воєн, у яких фізичне насилля відіграє другорядну роль або взагалі не застосовується. Це насамперед психологічні та інформаційні війни. Психологічна війна охоплює систему заходів із підриву морально-психологічного стану населення й особового складу збройних сил ворога. Інформаційна війна - це протиборство в інформаційному просторі з метою заподіяння шкоди інформаційним системам, підриву політичної та соціальної систем, масованої психологічної обробки населення.

Гібридна війна є однією з найсучасніших форм ведення збройного протиборства. До таких відносять: карабаський конфлікт 1987–1994 рр., лівансько-ізраїльську війну 2006 р., російсько-грузинську 2008 р., російсько-українську 2014–2026 рр. та інші. Сутнісними рисами гібридної війни є: поєднання звичайної, малої та інформаційної або кібервійни з перевагою засобів партизанської боротьби, диверсій і тероризму; масштабна інформаційно-психологічна складова (пропаганда, дезінформація, кібератаки, психологічний тиск); складна, гнучка й динамічна стратегія на основі раптовості; прихованість та неоголошеність - залучені військовослужбовці видаються за місцеве населення або «добровольців»; використання дипломатичних засобів та економічного тиску.

Війна відрізняється від збройного конфлікту низкою ознак: вона передбачає реальну готовність до широкомасштабних дій та перебудову економіки, інституціоналізацію (офіційне проголошення стану війни) і легітимацію (визнання світовою спільнотою). Причини виникнення воєн поділяють на об'єктивні (конфлікт несумісних інтересів) та суб'єктивні (політичний устрій, агресивність лідерів, суб'єктивні інтереси угрупувань). На думку П. Сорокіна, базовою причиною є несумісність цінностей у відносинах між великими соціальними групами. За Е. Тофлером, війни є проявом глобального конфлікту між конкуруючими цивілізаціями. Отже, в узагальненому вигляді все розмаїття причин воєн зводиться до питання про владу і домінування.

5. Шляхи виходу з конфлікту. Правила принципових перемовин. Завершення конфлікту може відбутися або безпосередньо конфліктуючими сторонами, або шляхом залучення третьої сторони. Прийнято вирізняти три способи виходу із конфліктної ситуації.

Перший спосіб - насилля. Слабша сторона за допомогою сили примушується до підкорення вимогам сильнішої. Насилля вирішує конфлікт за принципом «сильніший завжди правий» і може проявлятися не лише у фізичній формі, а й через адміністративний, службовий та інші різновиди тиску. Пригнічена сторона залишається незадоволеною, що породжує прихований опір або відкрите повстання. У цьому контексті важливо розуміти, що силовий підхід стратегічно малоефективний: навіть у разі повного знищення суперника переможець ризикує отримати моральний осуд в очах історії.

Другий спосіб – роз'єднання**.** Конфлікт залагоджується шляхом припинення взаємодії між сторонами наприклад, розлучення подружжя. Роз'єднання може здійснюватися через взаємне відступлення обох сторін або через втечу слабкішої з них. Проте роз'єднання не завжди можливе: соціальні

класи не можуть відмовитися одне від одного, ворогуючі етнічні групи не бажають залишати спільно населену територію. Тому воно застосовується як крайній захід.

Третій спосіб - примирення. Мирне розв'язання розбіжностей може відбутися стихійно або як результат перемовин між сторонами. Варто зазначити, що перемовини - це головна й найефективніша форма вирішення конфлікту: навіть воюючі сторони рано чи пізно сідають за стіл переговорів, будучи переконаними в недоцільності продовження протистояння.

За умови залучення третьої сторони виникають нові способи виходу. Вона може виступати у двох ролях: як сила, що підтримує одну зі сторін (тоді використовується насилля або соціальний тиск), або як незалежний безсторонній посередник (тоді виникають форми: суд, арбітраж і медіація).

В умовах конфлікту виникає тенденція переносити незадоволення позицією опонента на його особистість. Внаслідок цього переговори нерідко перетворюються на обмін особистими закидами замість розгляду суті проблем. Перше правило - відокремлювати проблему від людей: необхідно бути твердим щодо проблеми, але коректним стосовно особистості опонента.

Друге правило - зосереджуватися на інтересах, а не на позиціях. Позиції - це вимоги і бажання, що публічно заявляються. Інтереси - це приховані мотиви, що спонукають до відповідних позицій. Узгодити інтереси, як правило, вдається краще, ніж узгодити позиції, оскільки за різними позиціями може критися один і той самий інтерес. Розглянути за позиціями інтереси - означає прокласти шлях до угоди.

Третє правило - винаходити взаємовигідні варіанти. На відміну від позиційного торгу, який обмежує пошук рішень інтервалом між позиціями, принципові перемовини орієнтують на розширення поля пошуку, розробку різноманітних варіантів і вибір серед них найбільш прийнятного.

Четверте правило - наполягати на використанні об'єктивних критеріїв. Якщо обидві сторони оцінюють рішення за однаковими критеріями, незалежними від бажань жодної з них, - виникає підстава для досягнення обґрунтованої угоди. Ці критерії мають бути законними, справедливими та практичними. Слід підкреслити, що метод принципових перемовин не спрацьовує за умови, коли опонент відмовляється керуватися здоровим глуздом і відстоює безглузду впертість, не висуваючи жодних аргументів.

Серед методів аргументації в перемовинах розрізняють: фундаментальний (наведення фактів, цифр, документів), порівняльний (аналогії з іншими ситуаціями), метод витягнення висновків (показ перспектив), метод «бутерброда» («так, але...»), метод «бумерангу» (звернення аргументів проти їх автора), метод ігнорування та метод шматків

(критика найслабших аспектів позиції опонента). Відомий американський науковець Тімоті Снайдер виокремив десять принципів ефективних переговорів у контексті конфлікту між Україною, ЄС, США і росією. Серед них - усвідомлення інформаційного, емоційного і мовного дефіциту зовнішніх спостерігачів, неприпустимість безумовних авансових поступок, орієнтація на перспективу та дотримання традиційних міжнародно-правових заходів проти агресора.

6. Формування політичного консенсусу. Категорія «консенсус охоплює широку амплітуду семантичних значень - від етично забарвлених понять злагоди, симпатії та розуміння до прагматичного погодження інтересів через механізми компромісу. Водночас у специфічних контекстах це поняття може набувати іншого забарвлення, вказуючи на латентні форми взаємодії, такі як таємні змови чи підривні домовленості, що ілюструє мінливу природу політичної згоди. Фундаментальна роль консенсусу в політичній структурі зумовила виникнення **контрактуалізму** - інтелектуальної традиції, згідно якої соціальна стабільність та політичні зобов'язання базуються на свідомих суспільних угодах. Такі договірні відносини розглядаються як ключовий інструмент забезпечення загального добробуту та необхідна передумовою мирного співіснування цивілізації.

Одночасно для владних суб'єктів консенсус позначає результат мистецтва управління конфліктною енергією суспільних сил. Щоб досягти консенсусу, його не слід шукати - його потрібно виробляти через проєкти суспільної солідарності, реальної чи уявної.

Шанталь Муф у «Агоністиці» інтерпретує консенсус як «конфліктний консенсус»: у демократичних суспільствах існують різні трактування спільних принципів, що мають право на легітимність. Для Муф консенсус необхідний щодо базових інститутів ліберальної демократії, але щодо їхньої реалізації завжди існують розбіжності. Слід підкреслити, що агоністична демократія є альтернативою деліберативній, оскільки базується на ідеї невід'ємності конфлікту: вона передбачає боротьбу між позиціями, що визнають одна одну, але прагнуть домінування у трактуванні принципів.

Модель агоністичної демократії постає як альтернативний механізм соціальної стабілізації, де формування консенсусу відбувається не через нівелювання розбіжностей, а через їхню конструктивну інституціоналізацію. Алгоритм цієї технології передбачає інтерпретацію соціальної реальності як динамічного простору боротьби між різними гегемонічними проєктами, де ключову роль відіграє трансформація антагонізму, спрямованого на знищення ворога, в агонізм - суперництво між легітимними опонентами.

У межах цієї парадигми кристалізується поняття **конфліктного консенсусу,** що базується на мінімальній згоді щодо фундаментальних принципів свободи та рівності, проте припускає існування конкурентних, часто діаметрально протилежних інтерпретацій цих цінностей. Замість ілюзорного пошуку раціональної гармонії, агоністична модель стимулює мобілізацію колективних ідентичностей та створює відкриті публічні простори для інтенсивних політичних суперечок.

Інструментарій агоністичного підходу включає специфічні методи політичної артикуляції та цілеспрямовану політизацію латентних суспільних питань, що дозволяє виводити приховані конфлікти у площину легітимного обговорення. Важливим елементом виступає культурний **контргегемоністський проєкт**, спрямований на деконструкцію домінантних наративів, та формування відкритих, динамічних ідентичностей, що запобігають соціальній стагнації. Такий підхід перетворює публічний простір на арену перманентного інтелектуального змагання, де політична суб'єктність гартується в умовах постійного ціннісного виклику.

Паралельно з цим, технологія віртуальної демократії переносить процеси суспільного управління у вимір цифрових моделей та символічних конструктів, які функціонують як сурогати фізичної реальності. Реалізація цієї моделі ґрунтується на потенціалі цифрових засобів, що дозволяють організовувати складні управлінські цикли у віртуальному середовищі. Арсенал віртуальної демократії охоплює спеціалізовані онлайн-платформи для обговорень, складні алгоритми аналізу масивів Big Data та нейромережеві моделі прогнозування громадської думки. Використання блокчейн-технологій забезпечує верифікацію волевиявлення, тоді як гейміфікація та симулятори майбутніх сценаріїв дозволяють залучати громадян до моделювання стратегічних рішень у формі інтерактивної взаємодії.

Пропаганда є потужним інструментом впливу на громадську думку, спрямованим на формування консенсусу. Науковець Г. Д. Лассвелл у праці «Техніка пропаганди в світовій війні» (1927) охарактеризував пропаганду як новий «молот і ковадло суспільної солідарності», що зливає мільйони людей в єдину масу. Науковець Е. Бернейс у «Пропаганді» (1928) підкреслював, що згода громадської думки є неодмінною умовою успіху будь-якого уряду. В основі пропаганди лежить постійний процес конструювання переконливих і мобілізуючих значень. Алгоритм формування консенсусу через пропаганду включає: аналіз цільової аудиторії; створення інформаційної концепції (наративи, символи, образи «друга» і «ворога»); вибір комунікаційних

каналів; технологічне забезпечення кампаній (фреймінг, праймінг, емоційні тригери); контроль та корекцію інформаційного потоку.

Дослідник С. Вуллі у праці «Виробництво консенсусу» виділяє три рівні комп'ютерної пропаганди: політичні боти та партійні наноінфлюенсери (автоматизовані інструменти у соцмережах); алгоритмічні рекомендації (тренди, що маніпулятивно подаються як вираження громадської думки); новині медіа, що відтворюють і «відмивають» контент ботів. Варто зазначити, що ефективність пропаганди залежить від системної інтеграції символічного, міфологічного, ідеологічного та психологічного рівнів впливу та їхньої адаптації до соціокультурного контексту аудиторії.

Отже, політичний консенсус є основою легітимності влади та стабільності державних інституцій, а також результатом подолання попереднього конфлікту й формування нового, оскільки політичний процес невпинно трансформується. В умовах демократичного управління консенсус є показником ефективності цього процесу. В авторитарних режимах технології консенсусу використовуються для підтримки статус-кво. Використання цифрових технологій у політиці суттєво змінює механізми досягнення консенсусу.

Глосарій термінів і понять до теми

Війна - це суспільно-політичне явище, що постає як організована боротьба між двома й більше націями (народами), класами за допомогою засобів збройного насилля

Горизонтальні політичні конфлікти - це боротьба за владу й владні повноваження в межах існуючого режиму, наприклад між урядом і парламентом, урядом і президентом а також між різними угрупуваннями правлячої еліти та між державою й окремими суб'єктами політики.

Деномінація - проміжна ланка між церквою та сектою, більш відкрита, ніж секта, але за суттю є релігійною організацією, що відокремилась від офіційної церкви (наприклад, баптисти, пресвітеріани, методисти).

Етнос (з гр. ethnos - плем'я, народ) - це стійка сукупність людей, що сформувалася на певній території, об'єднана спільними рисами культури (включаючи мову), спільними особливостями психологічного складу (менталітет) і самосвідомістю своєї єдності та відмінності від інших подібних утворень.

Консцієнтальна війна (від лат. conscientia - свідомість) - боротьба форм організації свідомостей, спрямована на руйнування ідентичності та самоідентифікаційних здатностей людини

Конфлікти культур - це зіткнення різних норм, звичаїв, традицій і ціннісних орієнтацій.

Культ - це закрита організація (крайня форма секти), в основі якої лежить поклоніння неправдивому «месії».

Політичний консенсус - це згода соціальних суб'єктів на підпорядкування владі певних політичних сил в силу їх легітимності в сприйнятті цих суб'єктів

Політичний конфлікт - це зіткнення й протиборство політичних суб'єктів (націй, держав, класів, партій, організацій тощо), зумовлене протилежністю їхніх інтересів, цінностей і поглядів, що визначаються становищем і роллю влади

Політична криза - переломний стан системи, що проявляється у поглибленні суперечностей, різкому посиленні напруженості й нестабільності

Праймінг - психологічний ефект, при якому попередній стимул (слово, зображення, звук) впливає на сприйняття наступного, часто неусвідомлено.

Фреймінг (ефект рамки) - це комунікаційна технологія, при якій спосіб подачі інформації (контекст, формулювання) впливає на її сприйняття та прийняття рішень, незалежно від фактичного змісту. Він підсвічує одні аспекти ситуації, ігноруючи інші, щоб викликати емоційну реакцію та сформувати певний погляд.

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкрийте поняття, сутність та особливості політичного конфлікту
2. Проаналізуйте особливості політичного конфлікту
3. Проаналізуйте зміст і форми внутрішньодержавного політичного конфлікту
4. Розкрийте відмінності між поняттями «політична криза» і «кризи політичного розвитку»
5. Проаналізуйте війну як форму політичного конфлікту
6. Проаналізуйте та змоделюйте правила принципових перемовин
7. Завдання: порівняльний аналіз методів врегулювання
   оберіть два політичні конфлікти з різних регіонів світу, які були врегульовані або перебувають у процесі врегулювання
   виконайте:
   - охарактеризуйте методи врегулювання, застосовані в кожному випадку: переговори, медіація, арбітраж, примирення, миротворчі операції
   - порівняйте ефективність цих методів за критеріями: тривалість, стійкість результату, участь третіх сторін, роль міжнародних інституцій

- виявіть, яку роль відігравали політологи-практики, аналітичні центри та експертні групи у процесі врегулювання
- визначте, які інструменти практичної політології виявились найбільш дієвими
- сформулюйте узагальнені висновки щодо оптимальної моделі врегулювання

Рекомендована література

Бульбенюк С. С., Довганик Н. М., Зайцева З. І. та ін. *Практична політологія* : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2022. 328 с.

Виговська О. *Теорія та практика міжнародних переговорів* : навч.-метод. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2023. 220 с.

Висоцький О. Ю. Громадська думка як головний об'єкт впливу легітимаційних технологій. *Гілея*. 2012. Вип. 57 (2). С. 588–597.

Висоцький О. Ю. Електронна дипломатія як інструмент пропаганди. *Політологічний вісник*. 2018. Вип. 81. С. 51–59.

Вонсович С. Г. *Політичний аналіз і прогноз* : навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський : К-ПНУ ім. І. Огієнка, 2023. 228 с.

Григор О. О. *Філософія політичного консенсусу* : монографія. Харків : Новий курс, 2019. 240 с.

Жекало Г. І. Теоретичні аспекти вивчення політичних конфліктів. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія, соціологія, політологія*. 2015. № 1. С. 54–62.

Забеліна І. О. Поняття та сутність політичних криз: історико-бібліографічний аналіз. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 49. С. 122–130.

Кінг П. *Стратегії і тактики спілкування, або як знайти спільну мову з кожним* / пер. з англ. М. Восковнюк. Київ : Либідь, 2017. 128 с.

Кіслов Д. Державні та протестні комунікації під час політичних криз. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2014. № 1. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=674.

Конотопенко О. П., Гриб В. І., Лапшин С. А. Сутнісні характеристики політичного конфлікту в українському суспільстві. *Регіональні студії*. 2020. Вип. 20. С. 12–15.

Маркітантов В. Ю., Найчук А. В. Переговори як механізм запобігання та подолання політичних конфліктів. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2024. Вип. 4 (64). С. 109–114.

Мацієвський Ю. Деякі аспекти вивчення феномена кризи у політичних дослідженнях. *Політичний менеджмент*. 2008. № 6. С. 16–29.

Петрінко В. С. *Конфліктологія: курс лекцій, енциклопедія, програма, таблиці* : навчальний посібник. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2020. 360 с.

Політологічний енциклопедичний словник / за ред. Ю. С. Шемшученка. 2-ге вид., допов. і переробл. Київ : Генеза, 2004. 736 с.

Прикладна політологія : навч. посібник / за ред. В. П. Горбатенка. Київ : Академія, 2008. 472 с.

Сидоров М. Політична комунікація: технологічний вимір. *Грані*. 2025. Т. 28, № 1. С. 135–145.

Трофименко А. В., Константинова Ю. В. *Конфліктологія та теорія переговорів*. Маріуполь : МДУ, 2020. 375 с.

Яхно Т. П., Куревіна І. О. *Конфліктологія та теорія переговорів*. Київ : Центр навчальної літератури, 2021. 168 с.

Bender B. Class Conflict or Consensus? Understanding Social Partner Positions on Social Policy Reforms. *Journal of Social Policy*. 2025. Vol. 54 (1). P. 57–74.

Çakırkaya M., Koçyiğit M. Mediating role of viral communication in the effect of political marketing on political consent. *Apuntes Universitarios*. 2024. Vol. 14 (1). P. 46–67.

Ferrín M., Hernández E. Preferences for consensus and majoritarian democracy. *European Political Science Review*. 2021. Vol. 13 (2). P. 209–225.

Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge : MIT Press, 1989. 301 p.

Mouffe Ch. *Agonistics: Thinking the World Politically*. London : Verso, 2013. 160 p.

Otjes S., Louwerse T. The reinvention of consensus politics in the Netherlands 2010–2021. *Acta Politica*. 2024. Vol. 59. P. 797–821.

ТЕМА 17. Політичний аналіз у практичній політології

Навчальні питання

1. Становлення і розвиток методології політичного аналізу
2. Види і методи політичного аналізу
3. Колективні методи експертних оцінок
4. Когнітивне картування в політичних дослідженнях
5. Прикладне призначення SWOT аналізу та його використання у дослідженні політичних ситуацій
6. Інформаційні аспекти методичного забезпечення політичних досліджень

1. Становлення і розвиток методології політичного аналізу. Комплексний аналіз політики передбачає розв’язання кількох ключових дослідницьких завдань. Насамперед, необхідно з’ясувати, які чинники визначають розвиток різних політичних процесів, та виявити можливі зв’язки між цими явищами, а також їхню природу. Отримані відповіді уможливлюють формування теоретичного знання, що охоплює узагальнення, застосовані до широкого спектру явищ, забезпечення довгострокової релевантності висновків та орієнтацію на суспільні інтереси.

Політичний аналіз постає у вигляді цілісного інтелектуального циклу, ефективність якого визначається чіткою послідовністю етапів. Процес розгортання аналітичної думки починається з фази концептуалізації, де відбувається не просто ідентифікація проблеми, а глибока дефініція та розробка категоріального апарату, що слугуватиме фундаментом для подальшого вивчення. Наступним кроком є моделювання проблеми, яке передбачає конструювання теоретичного каркаса, здатного адекватно репрезентувати складні взаємозв'язки всередині політичного явища. Це співвідноситься з необхідністю розробки комплексної дослідницької програми, де стратегічне планування підходів поєднується з вибором методологічного інструментарію.

Особлива роль у цій структурі належить інформаційному підходу, значущість якого для сучасної політичної науки важко переоцінити. Такий методологічний вектор акцентує увагу на органічному зв'язку між емпіричною базою дослідницьких проєктів та загальнонауковою категорією відображення, що вимагає від аналітика суворого дотримання універсальних алгоритмів та обробки даних. Варіативність типів політичних досліджень від фундаментальних теоретичних розвідок до прикладних ситуативних аналізів, зумовлює існування специфічних ієрархій критеріїв оцінки істинності, новизни та прагматичної корисності інформації.

2. Види і методи політичного аналізу. Реалізація методики **івент-аналізу** в сучасному політологічному дослідженні розгортається як визначена послідовність інтелектуальних та технічних процедур, спрямованих на перетворення хаотичного потоку подій у структурований масив емпіричних даних. Початковий етап цього процесу фокусується на генезі відомостей, що передбачає або автономне формування інформаційного масиву, або інтеграцію з уже існуючими верифікованими системами.

Наступна фаза дослідження характеризується високим рівнем аналітичної деталізації, де здійснюється конструювання класифікаційної матриці, розчленування загального на дискретні одиниці спостереження та їхнє подальше кодування за класичним алгоритмом, що ідентифікує суб'єктів, зміст, спрямованість та локацію події. .

Подальша операціоналізація отриманих даних вимагає підрахунку заповнених матричних індикаторів, що створює фундамент для проведення порівняльного аналізу показників на різних часових регістрах. Завершальний цикл методики обов'язково включає процедуру перевірки, яка за своєю логікою корелює з принципами контент-аналізу або базується на контрольному інтервалі часу, що мінімізує похибки інтерпретації. Ключовою перевагою івент-аналізу є винятковий рівень об'єктивності, що робить його

надійною епістемологічною базою для прийняття стратегічних управлінських рішень. Проте варто враховувати мінливість даного підходу, такі як висока трудомісткість та загроза когнітивного перекосу при формулюванні категорій, що вимагає від дослідника екстраординарної кваліфікації.

Паралельно з подійним аналізом особливе місце в інструментарії політичної науки посідають методики експертних оцінок, пік інституціалізації та практичної популярності яких припав на 70–80-ті роки XX століття. Це дозволило реалізувати масштабні прикладні проєкти в умовах високої дефіцитарності даних. Привабливість експертних методів полягає в їхній оперативності та здатності структурувати проблеми з критичним ступенем невизначеності, де математичні моделі виявляються недостатніми. Втім, наукова рефлексія змушує визнати, що результати експертного оцінювання не позбавлені суб'єктивної редукції, а, отже, вони не можуть виступати єдиною підставою для довгострокового прогнозування і потребують обов'язкової крос-верифікації за допомогою комбінованого використання інших дослідницьких методів.

У методологічному арсеналі виокремлюються універсальні формати експертної взаємодії, що ефективно функціонують як в індивідуальному, так і в груповому режимах. **Матричний мето**д, що оперує ваговими значеннями вершин граф-моделі, дозволяє формалізувати складні об'єкти прогнозування, тоді як сценарне моделювання встановлює логіку станів об'єкта залежно від флуктуацій прогнозу. Особливий інтерес викликає морфологічний аналіз, де через комбінаторний перебір характеристик у матриці виявляються латентні варіанти розвитку системи, а також синоптичний підхід, що синтезує множинність майбутнього. Це дозволяє аналітику не лише фіксувати поточну кон'юнктуру, а й вибудовувати складні інтегровані прогнози, що враховують багатовекторність політичного процесу.

3. Колективні методи експертних оцінок. Вони використовуються для збору й аналізу думок групи фахівців щодо певного питання або проблеми, що допомагає організаціям приймати обґрунтовані рішення, враховуючи різні точки зору. У цьому контексті варто розглянути найбільш поширені різновиди таких методів: метод Делфі, мозковий штурм, метод консенсусу, метод Номінальної Групи (NGT), техніка СМАРТ, аналіз вартості та вигод, метод сценаріїв, ситуаційний аналіз, контент-аналіз у політичних дослідженнях. Процедура **контент-аналізу о**хоплює кілька послідовних етапів. На першому визначається сукупність повідомлень, що підлягають вивченню, за критеріями типу, авторства й часу повідомлення. На другому здійснюється декомпозиція тексту: виділення смислових елементів

та визначення одиниць аналізу. Найпростіша одиниця - слово («лексичний символ»); одиницею вищого рівня виступає тема - окреме висловлювання про конкретний предмет. Третій етап - квантифікація: підрахунок частотності вибраних одиниць. Четвертий - змістовна інтерпретація результатів декомпозиції та квантифікації. П'ятий - верифікація отриманих результатів шляхом повторення процедури іншими виконавцями або критичного зіставлення нових даних з наявною інформацією.

Розрізняють кількісний і якісний контент-аналіз. **Кількісний** фокусується на частоті зустрічання певних характеристик у тексті, тоді як **якісний к**омбінує кількісні та якісні показники і є ефективним для виявлення явних чи прихованих цілей суб'єкта. **Фронтальний аналіз** спрямований на детальне розуміння інформаційного потоку за певний час, **рейдовий** - на розв'язання конкретних дослідницьких завдань. До переваг методу відносяться незалежність дослідження, мінімальні фінансові витрати (за умови доступності джерела) та відсутність етичних ризиків у спілкуванні з респондентами. Обмеженість контент-аналізу визначається складнощами в загальній оцінці значущості об'єктів аналізу та їх контекстуальністю, яка може бути втрачена з часом.

Під час проведення контент-аналізу з метою визначення цілей суб'єктів зовнішньополітичної діяльності слід дотримуватися таких ключових етапів: вибір матеріалу (офіційні документи, промови, заяви, статті); розробка категорій аналізу (безпека, економічне співробітництво, регіональна інтеграція, міжнародний вплив тощо); кодування матеріалу; аналіз отриманих даних; контекстуальний аналіз; тріангуляція та перевірка надійності.

4. Когнітивне картування в політичних дослідженнях. Розвиток поняття «когнітивна карта» пов'язаний із працею Едварда Толмена 1948 року, у якій на прикладі поведінкових зразків живих організмів у закритих системах було доведено існування внутрішніх репрезентацій зовнішнього середовища. Ця інтелектуальна конструкція, що спочатку слугувала для пояснення навігаційних здібностей, згодом була втілена в політичну науку як інструмент дешифрування ментальних моделей владних суб'єктів. У межах сучасного пізнання виокремилися два вектори: американська школа, що зосереджується на мікрорівні індивідуальних уявленях та європейська традиція, яка акцентує увагу на макрорівні колективних уявлень та соціальних міфів. Застосування **когнітивного аналізу** дозволяє досліднику оперувати неформалізованими детермінантами політичного процесу, інтегруючи суб'єктивний досвід та інтуїтивні прозріння експертів у структуру наукового пошуку.

У системі координат політичної аналітики **когнітивний підхі**д пертворився у три основні течії, що базуються на парадигмальному баченні світу як сукупності взаємопов'язаних смислів. Методологія когнітивного моделювання, розроблена Робертом Аксельродом, постає як високоефективна стратегія прийняття рішень в умовах критичної невизначеності та інформаційного дефіциту. Створюючи моделі, що візуалізують суб'єктивні уявлення еліт у формі когнітивних карт, аналітик отримує можливість експлікувати приховані логічні зв'язки, які керують державними діячами. Це знайшло своє відображення в еталонних роботах Оула Холсті, який через метод когнітивного картування розкривав «операційні коди» світових лідерів, демонструючи, як глибинні переконання трансформуються у вектори зовнішньої політики.

Процедура когнітивного моделювання розгортається через послідовність аналітичних кроків, починаючи з телеологічного визначення мети та оцінки системної складності досліджуваної ситуації. Ключовим моментом є виокремлення базисних концептів (вузлових точок впливу) та встановлення між ними каузальних детермінант. Слід зауважити, що аналіз інтенсивності взаємодії між цими концептами дозволяє не лише верифікувати модель на основі емпіричних даних, а й здійснювати глибоку інтерпретацію отриманих результатів. Центральна ідея такого моделювання полягає в інтелектуальному спрощені складних соціально-політичних аномалій до зрозумілого формату моделі. Це відкриває шлях до симуляції потенційних кризових сценаріїв та апробації стратегій їх нейтралізації в безпечних модельних умовах, що робить когнітивне картування незамінним елементом сучасної прогностики.

5. Прикладне призначення SWOT‑аналізу та його використання у дослідженні політичних ситуацій. Системний аналіз політичної структури вимагає інтегрованого підходу, що дозволяє верифікувати як внутрішні властивості об'єкта, так і динаміку його взаємодії з глобальним оточенням. У цьому дослідницькому полі особливе місце посідає методологія SWOT-аналізу, яка, виникнувши в надрах бізнес-адміністрування завдяки розробкам професора К. Ендрюса у 1963 році, трансформувалася в універсальний інструмент стратегічного планування. Метод, що поєднує в собі оцінку внутрішніх потужностей, латентних дефектів, перспектив та деструктивних викликів, забезпечує високий рівень структурування інформації про актуальний стан і вектори еволюції політичної системи.

Фундаментальна логіка застосування цього інструментарію базується на встановленні причинових зв'язків між мікросередовищем системи та макросоціальними факторами впливу. Внутрішній контур аналізу

фокусується на кадровому потенціалі еліт, організаційній гнучкості інститутів, фінансовій стійкості та стані політичної культури, що в сукупності формують базис стабільності. Ефективна стратегія державного будівництва в такій парадигмі спрямована на інтенсифікацію сильних сторін при одночасній нейтралізації вразливостей, що створює сприятливі умови для демократичного транзиту та інституційної стійкості.

Процедурна реалізація SWOT-аналізу розгортається від чіткої дефініції цілей до багаторівневого ранжування ідентифікованих факторів у межах спеціалізованої матриці. Слід зауважити, що перевірка отриманих результатів критично залежить від об'єктивності дослідника та його здатності усувати невизначеність при інтерпретації даних. Особливо виразно це проявляється в контексті електоральних кампаній, де глибокий скринінг зовнішніх загроз та стратегій конкурентів дозволяє політичному суб'єкту не лише оцінити власний ресурсний потенціал, а й змоделювати оптимальні сценарії суперництва в умовах гострої політичної мінливості. Таким чином, SWOT-аналіз виступає як міст між діагностикою поточного моменту та проєктуванням бажаного майбутнього.

6. Інформаційні аспекти методичного забезпечення політичних досліджень. Методологічне забезпечення сучасних політичних студій ґрунтується на складній побудові інформаційних процесів, де обробка даних трансформується у стратегічний ресурс управління. Зазначений процес проходить три засадничі фази: первинну генерацію репрезентативного інформаційного масиву, поглиблене герменевтичне вивчення контенту та фінальну аксіологічну оцінку отриманих результатів. Важливо розуміти, що типологія критеріїв, за якими верифікується істинність, новизна та прагматична цінність відомостей, не є константною; вона безпосередньо детермінується специфікою дослідницького проєкту - від фундаментальних теоретичних розвідок до прикладних ситуативних аналізів.

Суттєвий вплив на побудову інформаційного супроводу мають відомчі імперативи та специфічні запити замовників, що часто визначають пріоритетність тих чи інших аналітичних векторів. Проте, попри існуючу варіативність прикладних завдань, загальнонаукові підходи зберігають свою універсальність, базуючись на принципах відповідності та об'єктивного відображення реальності. Це співвідностьсся з необхідністю дотримання суворих алгоритмів збору й обробки даних, що дозволяють мінімізувати суб'єктивні викривлення та забезпечити чистоту аналітичного висновку.

Фундаментальна інтенція інформаційного забезпечення політичного аналізу полягає у реалізації трирівневої когнітивної стратегії. Вона охоплює перевірку достовірних емпіричних фактів, їхній відбір за критерієм

політичної значущості та, що є найбільш критичним для стратегічного планування, оцінку ймовірності виникнення нових відповідних чинників. Отже, аналітична робота зміщується з площини простої ретроспективної фіксації подій у сферу прогностичного моделювання тенденцій, що дозволяє суб'єкту влади реагувати на виклики політичного середовища, перетворюючи «сиру» інформацію на інструмент легітимації та ефективного державного управління.

.

Глосарій термінів і понять до теми

Аналіз вартості та вигод (Cost-Benefit Analysis) - кількісна оцінка плюсів і мінусів різних альтернатив або рішень

Івент-аналіз - методика обробки інформації про події за такими ознаками: хто говорить або діє (суб'єкт-ініціатор), що говорить або робить (сюжет), відносно кого (об'єкт) і коли (дата події)

Когнітивна карта - графічний інструмент для збору, обробки й зберігання інформації, що знаходиться у свідомості людини; вона використовується для розв'язання завдань у сфері категоризації, зберігання та генерації знань

Контент-аналіз - система якісних ознак, які характеризують властивості об'єктів і явищ, - тобто розробляється певний формуляр для обробки джерел

Метод Делфі - анонімне опитування експертів, аналіз їхніх відповідей, надання учасникам зведеної інформації та можливість перегляду попередніх позицій

Метод консенсусу - обговорення питання доти, доки не буде досягнуто загальної згоди

Метод номінальної групи (NGT) - групове обговорення

Метод сценаріїв - перебіг подій і можливі наслідки прийнятих рішень

Мозковий штурм - метод збору ідей від групи фахівців у вільній формі

Ситуаційний аналіз - ключовий елемент прикладного політичного аналізу

Техніка СМАРТ (Simple Multi-Attribute Rating Technique) - метод оцінки альтернатив за кількома критеріями з їхнім зважуванням і загальним ранжуванням

Запитання і завдання для самоконтролю

1. Розкрийте особливості фундаментального рівня політичного аналізу
2. Проаналізуйте особливості метаприкладного рівня політичного аналізу
3. Визначте переваги та недоліки застосування методики експертних оцінок
4. Проаналізуйте вітчизняний і зарубіжний досвід практичного аналізу психологічних аспектів ухвалення рішень
5. Охарактеризуйте особливості когнітивного картування і визначте проблеми верифікації його результатів.

6. Порівняйте позитивні та негативні характеристики SWOT‑аналізу.

Завдання. Прикладний аналіз політичного рішення

Оберіть конкретне політичне рішення, прийняте органом державної влади протягом останнього року

Виконайте:

- відтворіть процес прийняття рішення: ініціатори, стадії обговорення, залучені актори, механізми узгодження
- проведіть аналіз інтересів: які групи виграли, які програли від цього рішення
- оцініть якість аналітичного забезпечення рішення: чи спиралось воно на експертні висновки, наукові дані, громадські консультації
- застосуйте метод «дерева цілей»: визначте генеральну мету, підцілі та очікувані результати рішення
- оцініть фактичні наслідки рішення та порівняйте їх із задекларованими цілями

Рекомендована література

Бабкіна О. В. Методологія пізнання політико-правової дійсності. В: *Правова політологія* : підручник / за ред. І. О. Кресіної. Київ : Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2021. С. 94–116.

Берн Е. *Ігри, у які грають люди*. Київ : КСД, 2020. 250 с.

Веймер Д. Л., Вайнінґ Е. Р. *Аналіз політики: концепції, практика* / пер. з англ. І. Дзюби, А. Олійника ; наук. ред. О. Кілієвич. Київ : Основи, 1998. 654 с.

Вонсович С. Теорія інституціоналізму: рефлексії ретроспективного дискурсу. *Грані*. 2021. Вип. 24, № 9. С. 55–64.

Грабовецький Б. Є. *Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання* : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2010. 171 с.

Громадська Н. *Методологія політичного аналізу*: методичні рекомендації. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2019. 56 с.

Завгородня Ю. В. *Політична конфліктологія*: навч.-метод. посібник. Одеса : Одеська юридична академія, 2023. 63 с.

Кобець Ю. Використання матриці SWOT в аналізі політичних систем. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2022. Вип. 1 (59). С. 37–41.

Кормич Л. І., Милосердна І. М., Прохоренко А. М. *Сучасні політичні процеси* : навч.-метод. посібник. Одеса : Фенікс, 2023. 58 с.

Коцан Н. Н., Коцан Р. І. *Методологія досліджень міжнародних відносин: теорія та практика* : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 120 с.

Лебідь О. Ю. Деякі аспекти застосування когнітивного моделювання в державному управлінні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2015. № 11. С. 2–8.

Мамонтова Е. В. *Публічна політика*: навч.-метод. посібник. Одеса : Одеська юридична академія, 2023. 146 с.

Медвідь В. Ю., Данько Ю. І., Коблянська І. І. *Методологія та організація наукових досліджень*. Суми : СНАУ, 2020. 220 с.

Методологія і організація наукових досліджень : навч. посібник / за ред. М. С. Татар. Харків : ХАІ, 2019. 103 с.

Неліпа Д. *Системний аналіз в політології* : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 304 с.

Пал Л. *Аналіз державної політики*. Київ : Основи, 1999. 422 с.

Петренко І. І. *Методи політичних досліджень* : навч. посібник. Київ : Норма права, 2023. 220 с.

Політична думка XX - початку XXI ст.: методологічний і доктринальний підходи / за ред. Н. М. Хоми. Львів : Новий Світ-2000, 2020. Т. 1. 516 с.

Постригань Г., Олещук П. *Практична політологія* : курс лекцій. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2021. 152 с.

Практична політологія : навчальний посібник / С. С. Бульбенюк та ін. Київ : КНЕУ, 2022. 328 с.

Ріел Дж., Мартін Р. *Техніка ухвалення рішень* / пер. Н. Кошманенко. Київ : Наш формат, 2019. 248 с.

Степко О. М. Методи аналізу при проведенні комунікативних кампаній. *Науковий вісник: економіка, право, політологія, туризм*. 2010. Т. 1, № 1. С. 169–174.

Шабанов М. Системний підхід у прикладній політології: фундаментальні принципи, специфіка застосування та практичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2025. Вип. 60. С. 477–483.

Atkeson L. R., Alvarez R. M. Introduction to Political Analysis Mini-Symposium on Advances in Survey Methodology. *Political Analysis*. 2014. No. 22 (3). P. 281–284.

Halperin S., Heath O. *Political Research: Methods and Practical Skills*. Oxford : Oxford University Press, 2020. 506 p.

Kellstedt P. M., Whitten G. D. *An R Companion for the Third Edition of The Fundamentals of Political Science Research*. Cambridge : Cambridge University Press, 2021. 75 p.

Pollock P. H., Edwards B. C. *The Essentials of Political Analysis*. Washington : CQ Press, 2020. 342 p.

The SAGE Handbook of Political Science / ed. D. Berg-Schlosser. London : SAGE Publications, 2021. 107 p.

Young B., Lem A. B. A content analysis of political and policy-based learning objectives in social work theory textbooks. *Journal of Social Work Education*. 2021. Vol. 57. P. 1–15