

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Історичний факультет
Кафедра політології і соціології

Дипломна робота
магістра

**з теми: «ФЕНОМЕН ПОПУЛІЗМУ КРІЗЬ ПРИЗМУ ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ
ВИБОРІВ У 2019 РОЦІ»**

Виконала: студентка 2 курсу, групи Р1-В18
спеціальності: 052 Політологія
Сидорчук Олександра Олександрівна

Керівник: Кобильник В. В.
кандидат політичних наук, доцент

Рецензент: _____

Зміст

Вступ.....	3
Розділ I. Теоретико-методологічні засади дослідження популізму та особливості в президентських кампаніях.....	7
1. 1. Суть та етапи президентської виборчої компанії.....	7
1. 2. Популізм: поняття, методи, принципи.....	16
Розділ II. Популізм як основний метод політичного маркетингу під час президентських виборів в Україні.....	47
2. 1 Тенденції розвитку популізму в Україні.....	47
2. 2 Популізм в передвиборчих програмах кандидатів у президенти України.....	55
Висновки.....	76
Список використаної літератури.....	82
Додатки.....	92

Вступ

Актуальність. Вивчення феномену популізму актуальне в сучасній Україні для політологів, соціологів, істориків, як одна з проблем, яка пов'язана із останніми тенденціями в суспільному, політичному та економічному житті країни та зростанням рівня напруженості у суспільстві. Останні президентські вибори в Україні відзначились найбільшою кількістю кандидатів у президенти України, очевидною наявністю технічних кандидатів та запеклою боротьбою серед фаворитів.

Складний період демократичних перетворень в сучасній Україні є паралельним із черговою кризою демократії як глобального явища. Одним із небезпечних проявів цієї кризи є швидке поширення політичного популізму, яке є причиною суперечливих політико-культурних змін, світоглядними змінами – відбувається підміна істини, зникають кордони між реальністю і мрією, правдою і неправдою, факти втрачають значення, руйнуються ідеології в їх традиційному значенні, лицемірство, демагогія й подвійні стандарти. Загальний ірраціоналізм в суспільстві є фактором зростання популярності маргінальних політичних сил, що в собі пропагують загрозу демократії.

Необхідність вироблення дієвих засобів і механізмів знешкодження небезпечного впливу популізму на функціонування демократії як суспільно-політичної системи відносин роблять актуальними вивчення цього феномена. Це завдання видається особливо актуальним в Україні на сучасному етапі демократичного переходу, коли її внутрішні суперечності й проблеми починають підсилюватися глобальними викликами. Поширення популізму в політичному житті є загрозою руйнування початковим інституційним засадам демократії, та як наслідок відбудеться втрата державного суверенітету.

В останні роки спостерігається зростання рівня популізму не лише в Україні, політичний режим якої науковці визначають як перехідний, а й в країнах демократично-розвинутої Європи. У 2019 році українці пережили президентські вибори у два етапи та парламентські позачергові вибори. Дана робота дасть можливість визначити популістичні методи, що діють на виборця та в майбутньому

вивчити можливості протидії їм на наступні вибори, наприклад на місцеві вибори що відбудуться у 2020 році.

Об'єктом дослідження є діяльність суб'єктів політичного життя українського суспільства.

Предмет – популізм у виборчій кампанії президента України у 2019 році.

Мета даної роботи полягає у дослідженні впливу популізму на перебіг та результати президентських перегонів в Україні у 2019.

Завдання:

- Дослідити фактори формування популізму у 21 столітті.
- Визначити ризики популістичної діяльності для політики.
- Підсумувати тенденції розвитку популізму в Україні після Революції Гідності.
- Вивчити популістичні методи, що використовували кандидати у президенти України.
- Проаналізувати що з методів популізму краще спрацювали на виборців, виходячи із відсоткової переваги у кандидатів за результатами першого туру.
- Визначити причини перемоги на президентських виборах В. О. Зеленського та поразки П. О. Порошенка, та вплив на це популізму.

Популізму не бракує уваги з боку вчених, зокрема, над його сутністю, особливостями, змістовним навантаженням розмірковували у своїх працях такі дослідники, як Е. Геллнер, Е. Голдмен, Г. Іонеску, Е. Лаклау, К. Мадде, Н. Мейер, Ф. Паніцца, І. Сарель, П. Теггарт, Р. Уортмен, Р. Хофстендтер та інші[13]. Теоретичні положення викладені цими та іншими науковцями дають можливість висловити певні міркування з приводу ролі та значення популізму у виборчій кампанії.

До класичних праць можна віднести роботи Р. Хофстадтера, Дж. Хіккса, А. Турена, М. Конована, Д. Макре, Дж. Джермані, А. Валіцькі[45]. Були серед них і такі, що, разом з тим, активно втілювали свої погляди на практиці. Згадати хоча б американців І. Доннеллі і Г. Джорджа, британця М. Дугласа[27], росіян О. Герцена, В. Воронцова, М. Михайловського[83], француза П. Пужада[60], азійських політичних

діячів (М. К. Ганді, Дж. Неру) [48], Африки (Дж. К. Ньєрере, М. Кейта, А. С. Туре) та латиноамериканських політиків (Х. Васконселос, М. Г. Прада, В. Р. Ф. де ля Торро).

На жаль вітчизняній політичній науці практично нічого успадкувати від радянської школи (В. Хорос, А. Шульговський, Г. Куропятник, Є. Троїцький) [67], яка в силу своєї кон'юнктурності в основному наголошувала на „течії народницького типу”. Попри невеликий доробок українських науковців, політологів, соціологів, особливої уваги заслуговують доробки Д. Видріна [14], О. Дубини [34], С. Мигаля [53], О. Нечосіної [56], О. Яроша [99]. Вони стали первонаачальниками, ввівши популізм в поле української політичної науки. З погляду найближчої перспективи цей суспільнополітичний феномен знову породжує жвавий інтерес, адже після проголошення незалежності сьогодні Україну охопила нова хвиля популізму.

Серед сучасних науковців варто виокремити А. Романюка, А. Колодій, Р. Вишневського.

Методологічною основою роботи стали:

- історичний метод сприяв вивченню поняття популізм та його впливу на президентську передвиборчу кампанію;
- системний підхід дав змогу розглянути явище популізму, як невід'ємного процесу в українському політичному житті;
- порівняльний метод дав можливість порівняти популістичні методи, які використовували у своїх передвиборчих програмах кандидати в президенти України;
- структурно-функціональний метод у дослідженні допоміг встановити роль популізму на результати президентських виборів в Україні у 2019 році.

Практичне значення роботи. Для сучасної української політичної науки дослідження проблем популізму є особливо важливим завданням. Зокрема, аналіз та осмислення впливу популістичних методів на електоральні вподобання в майбутньому дозволять підвищити політичну культуру громадян, що дасть можливість більш зважено віддати голос за кандидата на наступних виборах.

Матеріали наукового дослідження можуть бути використанні студентами у навчальному процесі при підготовці до практичних та семінарських занять з таких дисциплін як “Соціально-політичні студії”, “Політичний менеджмент і маркетинг”, “Державне будівництво України”, “Громадянське суспільство” та інших суспільно-політичних дисциплінах.

Апробація дослідження. Матеріал дипломної роботи був апробований під час проведення 2 наукових конференцій:

Наукова конференція студентів, магістрантів, аспірантів КПНУ імені Івана Огієнка, 2019 р. (Кам’янець-Подільський); Міжнародній науково-практичній конференції «Трансгресивні виміри соціокультури буття постмодерну», 26 – 27 листопада 2019 р. (Кам’янець-Подільський);

Публікації. Матеріали магістерської роботи опубліковано у 2 збірниках наукових робіт: Стаття « Вплив популізму на вибір українців» опублікована у збірнику «Трансгресивні виміри соціокультурного буття постмодерну», а статтю «Тенденції розвитку популізму в Україні» подано до друку у №7 збірнику наукових праць «Політія».

Структура та обсяг дипломної роботи включає вступ, два розділи, висновки, список використаної літератури та джерел, додатки.

Висновки

Цьогорічні президентські вибори, як і зазначалось в роботі стали безпрецедентним явищем, яке шокувало не лише країну, а і все закордонне товариство. На виборах переміг кандидат, який є абсолютною протилежністю попередньому президенту. Молодий, успішний комедіант, який нічого не розуміє політиці Володимир Зеленський.

Метою даної роботи було дослідження впливу популізму на перебіг та результати президентських перегонів в Україні у 2019. Під час написання я дійшла ряду висновків.

1. Популізм у сучасному світі набуває все більшої популярності. Це не лише проблема України, а й всього світу. Ознаки популізму й авторитарних тенденцій у політичному житті Європи з'явилися не лише у колишніх посткомуністичних країнах, але й у країнах з розвиненою і тривалою демократією. Існує небезпека, що інституціональна криза Європейського Союзу може негативно вплинути на розвиток української демократії не лише через брак уваги зі сторони європейських інститутів, але й через зменшення привабливості європейської демократії в очах народу України.

Основними факторами, що впливали на формування та зростання популізму у XXI столітті є:

- Зростання відчуття кризи легітимності в багатьох ліберальних демократіях. Це варто пов'язати з кризою політичних партій і розповсюдження загального почуття недовіри до політиків і партій.

- Вплив європейської інтеграції, яка є проявом значно масштабнішого процесу - глобалізації, що призводить до появи нових форм політики, нових викликів та нових аспектів інституційної невпевненості.

- Зміна основної демократичної цінності. Якщо до цього вона збігалась із формулою "демократія – право більшості", то наприкінці XX ст. демократична формула трансформувалась у теорію "показником/індикатором демократії є захист прав меншості".

- Співвідношення представницької та безпосередньої демократії. Традиційно популізм виступає за розвиток різних форм прямої демократії. Багато нових суспільних течій, серед яких екологічні, антиглобалістські, обстоюють засади та інститути безпосередньої демократії. Цьому ж сприяє розвиток сучасних засобів комунікації – Інтернет, мобільний зв'язок тощо.

- Апелювання до національних цінностей і заперечення універсальних для всіх країн цінностей.

2. Після Помаранчевої революції популізм став ледве не панівним напрямом у політичній практиці. Під гаслами популізму пройшли виборчі кампанії до Верховної Ради 2006 і 2007 років. Після 2005 року політичний клас перестав впроваджувати реформаторські стратегії та перемикнувся на перерозподіл власності та рекламу численних соціальних обіцянок населенню.

Революція гідності не дозволила перебороти високий рівень популізму в українському суспільстві та політиці. Ба більше, популізм став домінувати політичному житті та створювати негативний вплив на суспільні та політичні процеси маючи своїм наслідком погану прогнозованість політичних процесів та зростання ризиків в процесах управління державою. Популізм ускладнює структурні реформи в економічній, політичній та соціальній сферах. Таким чином, політичний популізм стає все більшою загрозою для цінностей та принципів України як правової держави та становить загрозу національній безпеці країни.

3. Виходячи із аналізу передвиборчих програм першої десятки кандидатів у президенти України можна дійти висновку що, популізм є невід'ємною частиною українського політикуму, про що зазначалося раніше. Проте, роблячи висновок із перемоги кандидата з абсолютно популістичною програмою, все ж можна зробити висновок, що вибір українців не залежить від рівня популізму, а від його виду. Більшість кандидатів використовували вже раніше опробованні методи популізму, що стали майже візитними карточками їх політичної діяльності. Так, для прикладу можна привести Олега Ляшка, та його ампула скандального напівблязня відобразилося в його передвиборчій компанії, і в цей раз не спрацювало.

У своїх передвиборчих програмах кандидати, що за результатами першого туру увійшли до 10 використовували цілий ряд популістичних обіцянок. Серед них, фактично у кожній програмі зустрічався «безпековий», «військовий» та «соціальний». Що формує картину запитів суспільства. Найбільш болючими проблемами для українців є війна, національна безпека України та соціальні проблеми, до яких теж можна віднести бідність.

Також часто, у своїх програмах кандидати зверталися до популізму у виголошенні задалегідь невиконуваних обіцянок та творенні образу ворогів з політичних опонентів, сюди ж можна віднести антиолігархічний популізм.

Проросійський популізм зустрівся у двох програмах, проте найбільш явним був у програм Юрія Бойка. І це лякає, з огляду на рівень підтримки кандидата на виборах та підтримки його партії. Саме тут доцільно задати про коротку історична пам'ять українців.

Попри те, діючий президент України Володимир Зеленський мав ряд переваг. Перед усім це нове обличчя, яке продукує зовсім новий популізм на який очікує народ. Мова йде про висвітлення позитиву, яке в принципі відштовхується від сьогоднішніх проблем.

Програма Володимира Олександровича написана простими словами, абсолютно не маючи під собою ніякої чіткості, планування та розрахунків, але з достатньою емоційністю щоб у неї повірили всі верстви населення.

4. Не дивлячись на те, як підкреслював сам Порошенко під час своєї президентської кампанії у 2019 році, та з чим згодні багато спостерігачів, п'ять років його правління були найрезультативнішими роками України щодо розпочатих реформ і прийнятих реформаторських законів. Також на мою думку варто зазначити, що Порошенко мав відносну успішність у зовнішній політиці. Проте він не лише не виграв президентських виборів, а й програв їх з надзвичайно низькою народною підтримкою. Причинами цього є:

Невиконаний мандат післямайданного президента

Перша і найпростіша причина поразки Порошенка полягала в тому, що він був обраним у 2014-му з певними надіями і згодом ці надії не виконав. Як претендент у президенти, Порошенко тоді дав надію на те, що буде вмілим переговорником з Путіним, знає, як можна домовитися як з Кремлем, так і з Заходом, що він поверне Україні якщо не Крим, то хоча б мир на Сході, що він має потрібну компетенцію, якої немає у інших кандидатів, і що він буде президентом Євромайдану, а не представником «олігархії» у владі.

Велика кількість громадян вважала, що Порошенко як успішний та досвідчений підприємець, колишній міністр за Ющенка і Януковича, з великим дипломатичним, економічним і політичним досвідом — буде оптимальним вибором для України у винятково складній ситуації, яка виникла навесні 2014 року. На цьому тлі відбулося згуртування більшості громадянського і політичного суспільства України навколо Порошенка, що і призвело до його перемоги вже в першому турі виборів президента України.

Культурний перекіс виборчої кампанії Порошенка

Є багато причин підтримувати політику українізації України. Однак частина українських політиків та інтелектуалів опинилися в ореолі дискурсивної суперечки, яка недостатньо враховує першочергові інтереси і турботи мільйонів людей. Саме наголос на культурні, філософські, історичні та зовнішньополітичні теми здався багатьом українцям недоречним в умовах нагальності більш екзистенційних проблем організації їхнього щоденного індивідуального, сімейного, общинного і професійного життя.

Не вдала гра на емоціях

Важливим мінусом політтехнологічного аспекту кампанії Порошенка був у тому, що він з цими маніпулятивними прийомами вступив в конкуренцію з людьми з шоу-бізнесу. Політтехнологи Порошенка використовували під час передвиборчої кампанії свої, на їх думку прогресивні методи (меми, гасла і трюки) почерпнутими з виборчих кампаній 2000-х, на змагання з професіоналами, для яких управління емоціями людей — суть їхньої роботи. Головним опонентом Порошенка і його

команди в перегонах на полії різних політичних реклам та маніпуляцій з початку 2019 року була не Тимошенко і її політтехнологи, як прогнозувалось, а досвідчений в розважальній індустрії колектив Зеленського. Для команди 95 кварталу формат змагання, обраний Порошенком, тобто суперництво не по суті, а між іміджами конкуруючих персонажів, виявився невеликою варіацією їхньої звичайної професійної діяльності. Парадоксальним моментом стало те що, тойваріант ведення передвиборчої кампанії, яку Порошенко обрав для свого переобрання, забезпечив Зеленському перемогу.

Мінливий контекст української кланової політики

Останнім чинником, який, можливо, був головною умовою для нищівної поразки Порошенка стало те, що його — в загальному порівняно вдале — перебування з 2014 по 2019 рік на посаді президента вже не відповідало бажанням постреволюційного суспільства, яке, до того ж, знаходилося в стані війни. Порошенко був відносно успішним реформатором, який за час своїх повноважень побудував нову армію, проводив успішну зовнішню політику і зупинив просування російської окупації на територію України. Але, на жаль, одночасно ця війна і пов'язана з нею економічна криза, теж змінили поведінковий контекст триваючих за Порошенка старих управлінських практик пострадянської України.

Тобто, популізм, який був присутній у Петра Порошенка був занадто стриманим у порівнянні з популізмом який використовував Володимир Зеленський. Дослідники виділяють популізм, яким користувався Володимир Зеленський, як окремий новий вид.

У ньому є багато романтичної риторики про пряму демократію "в смартфонах" і на референдумах. Слава телезірки, як у Трампа, заявка на лібералізм в економіці й брак конкретики. Унікальна комбінація, яка презвела до перемоги.

Важливим моментом є ще й те, що кандидатуру Володимира Зеленського занадто довго недооцінювали. На мою думку передвиборча компанія діючого президента почалася разом із першим виходом стрічки «Слуга Народу», яка нав'язувала необхідне бачення електорату.

За три місяці до оголошення Володимиром Зеленським того, що він іде у президенти по телевізору йшла реклама, яка не давала чіткого розуміння чи то реклама стрічки, чи то передвиборча реклама.

На мою думку, вважати що Володимир Зеленський подав свою кандидатуру на вибори лише як технічний кандидат, щоб допомогти Юлії Тимошенко виграти є помилковим. Адже, тоді коли більшість кандидатів не думали про те, як вони себе позиціонуватимуть для електорату, Володимир Зеленський вже був лідером думки. Це велика, довга і продумана стратегія, яка доводить, що проблема панування популізму в українському політикумі глобальна, і щоб її виправити необхідно достатньо часу, засобів та ресурсів.

Проблемою є те, що влада у державі не зацікавлена у тому, щоб люди підвищували свій рівень політичної культури, а отже справа за громадськими організаціями. І на мою думку, до наступних, місцевих виборів у 2020 році суттєвих змін не відбудеться, і до влади знову прийдуть популісти.

Список використаної літератури

1. Аналітичний звіт. Оцінювання рівня популізму на парламентських виборах 2014 р. [Електронний ресурс] / ГО «Бюро аналітики Тектум». – Режим доступу: <http://www.tectum.org.ua/проект-реалізовувався-за-підтримки-м/>
2. Анісімович-Шевчук О. З. Політична комунікація як системоутворюючий фактор політичного життя суспільства : автореф. дис. ...канд. політ. наук : 23.00.02 / Анісімович-Шевчук Ольга Зенонівна ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2010. – 19 с.
3. Бабич-Декань О. Політична підсвідомість. Якщо технологи влади не вивчать місцевої специфіки, то політреформа матиме зворотний результат / О. Бабич-Декань // Політика і культура. – 2003. – № 20 (199). – С. 15–22.
4. Баранов Н. А. Популизм как политическая деятельность [Электронный ресурс] / Н. А. Баранов. – Санкт-Петербург : Изд-во СЗАГС, 2002. – 44 с.– Режим доступа: <http://nicbar.ru/populism3.htm>.
5. Бебик В. М. Як стати популярним, перемогти на виборах та утриматися на політичному олімпі / В. М. Бебик. – Київ : Основи, 1993. – 214 с.
6. Бистрицький Є. Громадянське суспільство – рушій демократичних перетворень [Електронний ресурс] / Є. Бистрицький // Громадянське суспільство. – 2010. – № 1 (12). – Режим доступу: http://www.ucipr.kiev.ua/publications/gromadianske-suspilstvo-rushii-demokratichnikh-peretvoren/view_print.
7. Бобик О. Чому саме популізм є політикою сучасного уряду? [Електронний ресурс] / О. Бобик // Українська правда. – 2008. – 08.04. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2008/04/8/3412189/?attempt=1>.
8. Богуш Д. Віртуальний популізм [Електронний ресурс] / Д. Богуш // Українська правда. – 2009. – 05.11. – Режим доступу: http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4af2a4a53d3e6/view_print/
9. Богуш Д. У віртуальному популізмі немає місця для національних інтересів / Д. Богуш // Діалог. – 2009. – 30.10. – Режим доступу:

<http://dialogs.org.ua/ru/project/page16675.html>.

10. Брифінг на тему: «Оцінка рівня популізму на парламентських виборах 2014 року» [Електронний ресурс] / ГО «Бюро аналітики Тектум». – Режим доступу: <http://www.tectum.org.ua/брифінг-на-тему-оцінка-рівня-популізм/>

11. Бурдяк В. Популізм – складова діяльності українських політичних партій [Електронний ресурс] / В. Бурдяк, Ю. Макар // Україна-Європа-Світ. Міжнародний зб. наук. праць. Серія: Історія, міжнародні відносини . – 2012. – Вип. 10. – С. 130–138. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ues_2012_10_14.pdf

12. Бутусов Ю. Чемпіонат обіцянок / Юрій Бутусов // Дзеркало тижня. – 2010. – № 4 (784). – 5–12 лют.

13. Бюджет – без популізму, уряд – без бізнесменів // Дзеркало тижня. – № 35 (563). – 2005. – 10–16 вересня. – С. 5–7.

14. Валевський О. Популізм як форма політичної практики [Електронний ресурс] / О. Валевський. – Режим доступу: <http://www.yekhanurov.com/ua/works/politic/id442/?printver=1>.

15. Васютинський В. Масова політична свідомість як простір для популістських маніпуляцій / В. Васютинський // Сучасна українська політика: політики і політологи про неї. – Київ : Укр. центр політ. менеджменту, 2008. – Спецвипуск: Політичні технології. – С. 55–63.

16. Ващенко К. О. Політичні технології як чинник демократичного розвитку суспільства : дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Ващенко Костянтин Олександрович ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1999. – 184 с.

17. Войтович Н. Інформаційні війни та політична реклама в ЗМІ / Н. Войтович // Українська періодика: історія і сучасність : доп. та повідом. сьомої Всеукр. науково-теор. конф. / за ред. М. М. Романюка. – Львів, 2002. – С. 457–469.

18. Ганжуров Ю. Парламентський дискурс в публічних комунікаціях / Ю. Ганжуров // Політичний менеджмент. – 2005. – № 6 (15). – С. 103–113.

19. Головатий М. Мистецтво здобувати владу / М. Головатий // Політичний менеджмент. – 2003. – № 1. – С. 49–58.

20. Головатий М. Ф. Професія – політик / М. Ф. Головатий. – Київ : Парламентське вид-во, 2000. – 87 с.
21. Горбатенко В. Десять уроків політичного лідерства для пострадянських керманів / В. Горбатенко // Політичний менеджмент / голов. ред. Ю. Ж. Шайгородський. – 2006. – Спецвипуск – С. 48–63.
22. Гриценко О. «Своя мудрість»: Національні міфології та «громадянська релігія» в Україні : дод. до «Нарисів української популярної культури» / О. Гриценко ; Український центр культурних досліджень, Інститут культурної політики. – Київ : [б.в.], 1998. – 183 с.
23. Дейвикс К. Популізм [Електронний ресурс] / Криста Дейвикс. – Режим доступу: <http://inosmi.by/2012/11/27/populizm/> (дата звернення: 13.03.2016).
24. Дейвикс К. Популізм [Електронний ресурс] / Криста Дейвикс. – Режим доступу: <http://gefter.ru/archive/6800>.
25. Дем'яненко М. М. Морально-етичний аспект популізму / М. Дем'яненко // Парадигма пізнання: гуманітарні питання. – 2015. – № 3 (6). – С. 44–55.
26. Дем'яненко М. М. Популізм як соціально-політичний феномен / М. М. Дем'яненко // Політологічний вісник : зб. наук. праць. – Київ : ІНТАС, 2012. – Вип. 67. – С. 215–226.
27. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія / С. Г. Денисюк. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 276 с.
28. Джемс В. Прагматизм. Нове названіє для деяких старих методів мислення / В. Джемс. – Київ, 1995. – 234 с.
29. Дмитришин Ю. А. Застосування «брудних технологій» у політичній рекламі під час виборчої кампанії 2006 р. / Ю. А. Дмитришин // Наукові записки НаУКМА. Серія: Політичні науки. – 2007. – Т. 69 – С. 65–72.
30. Довгий Я. Популізм як сенс існування [Електронний ресурс] / Я. Довгий // Український вибір. – 2009. – 10.12. – Режим доступу: <http://uv.ukranews.com/p10/>.
31. Дубина О. Що таке популізм? / О. Дубина // Політика і час (Зовнішні справи). – 1992. – № 3. – С. 67–71.

32. Дуцик Д. Тіні технічних кандидатів [Електронний ресурс] / Діана Дуцик // RU (Research Update). – 2009. – 19 черв. – № 20/580 – Режим доступу: <http://www.ucipr.kiev.ua/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=603276994>.

33. Єхануров Ю. Чому я проти популізму або Чим сьогодні ризикує Україна [Електронний ресурс] / Юрій Єхануров // Українська правда [сайт]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2007/11/29/3328251/>.

34. Заздравнова О. И. Популизм как технология политических лидеров / О. И. Заздравнова // Четверті Харківські політологічні читання «Політична влада – еліти – лідерство»: матеріали доповідей та виступів. – Харків, 1996. – С. 24–25.

35. Засоби масової інформації та брудні виборчі технології: президентські вибори 2004 року в Україні: аналітичний звіт / В. В. Фесенко [та ін.] ; Інститут прикладних гуманітарних досліджень. – Харків : ІПГД, 2005. – 68 с.

36. Зілгалов В. Авантюризм головних кандидатів проявиться на нинішніх виборах в Україні у всій красі (світова преса) [Електронний ресурс] / В. Зілгалов // Радіо Свобода: Світ. – 2010. – 15.01. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/1930685.html>.

37. Івченко А. О. Тлумачний словник української мови / А. О. Івченко. – Харків, 2000. – 658 с.

38. Кадлубович Т. І. Політична комунікація в демократизації владних відносин України: автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Т. І. Кадлубович ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2008. – 17 с.

39. Кіршенблат С. Популізм і ліберальна демократія в державах Центрально-Східної Європи [Електронний ресурс] / Софія Кіршенблат // Освіта регіону. – 2008. – № 1-2. – С. 109–113. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/author/355> (дата звернення: 13.03.2016).

40. Кохан А. І. Вибір ефективного методу комунікації у процесі прийняття політико-управлінських рішень / А. І. Кохан // Теорія і практика державного управління: зб. наук. пр. – Харків : Вид-во ХарРі НАДУ «Магістр», 2012. – Вип. 2 (37). – С. 97–103.

41. Кочубей Л. Деструктивні технології виборчих кампаній: морально-політичний аспект / Л. Кочубей // Соц. психологія. – 2007. – Спец. вип. – С. 142–149.
42. Круглий стіл на тему: «Популізм на парламентських виборах-2014: форми, ефекти, загрози» [Електронний ресурс] / ГО «Бюро аналітики Тектум». – Режим доступу: <http://www.tectum.org.ua/круглий-стіл-на-тему-популізм-на-парл/>
43. Кузнецова І. Популізм в українській політиці [Електронний ресурс] / Інна Кузнецова. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/2126311.html>
44. Кухта Б. Феномен політичного лідера / Б. Кухта. – Львів : Кальварія, 2000. – 232 с.
45. Литвин В. Популістські партії у структурі модерних партійних систем країн Центральної Європи: порівняльний аналіз [Електронний ресурс] / В. Литвин // Освіта регіону. – 2012. – № 2. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/788>
46. Лысюк А. И. Социокультурная детерминация политического лидерства: содержание, способы, эволюция : дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.02 / Лысюк Анатолий Иванович. – Черновцы, 2010. – 384 с.
47. Матвієнків С. М. Масова політична свідомість як регулятор політичної поведінки людей / С. М. Матвієнків // Вісник Львівського університету. Серія: Філософські науки. – 2000. – Вип. 2. – С. 201–210.
48. Мельниченко В. І. Політична відповідальність влади в демократичній державі: необхідність, сутність, механізм забезпечення [Електронний ресурс] / В. І. Мельниченко // Український соціум. – 2003. – № 1 (2). – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=8&n=50&c=1080>
49. Мигаль С. М. Популізм і національна ідея в Україні / С. М. Мигаль // Проблеми філософії. З історії філософії на Україні. – 1992. – Вип. 94. – С. 26–32.
50. Миклащук І. Політичне маніпулювання як чинник української політики / І Миклащук // Сучасна українська політика: політики і політологи про неї. – Київ : Укр. центр політ. менеджменту, 2008. – Спецвипуск: Політичні технології. – С. 69-78
51. Михальченко М. Цивілізаційна чи ціннісна розколотість України? / М. Михальченко, Ю. Шайгородський // Політичний менеджмент. – 2006. – № 6. – С. 12–38.

52. Московичи С. Век толп: исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. – Москва : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 475 с.
53. Наріжний Д. Ю. Аналіз політичних технологій та особливостей їх застосування в транзитивному суспільстві : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Д. Ю. Наріжний ; Дніпропетр. нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2004. – 19 с.
54. Нечосіна О. В. Популізм як політичний феномен і технологія / О. В. Нечосіна // Актуальні проблеми державного управління. – 2000. – Вип. 4. – С. 42–54.
55. Новічков Г. В. Популізм у дзеркалі часу [Електронний ресурс] / Г. В. Новічков. – Режим доступу : <http://pandia.ru/text/79/504/58674.php>
56. Огризко про «посла в Гондурас»: Це сигнал для всіх політиків – популізм втрачає перспективу [Електронний ресурс] // Телеканал «ЗІК» : [сайт] / ТОВ «Західна інформаційна корпорація». – Режим доступу: http://zik.ua/news/2015/10/06/ogryzko_pro_posla_v_gonduras_tse_sygnal_dlya_vsih_polit_ykiv__populizm_vtrachaie_perspektyvu_630639.
57. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет // Вопросы философии. – 1989. – № 3. – С. 120–121.
58. Остапенко М. А. Потенційні ризики політичного плюралізму / М. А. Остапенко // Політологічний вісник : зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 40. – С. 213–224.
59. Павлюк Л. Політична реклама у президентській кампанії – 2009: «війна усіх проти усіх» і її креативні банальності [Електронний ресурс] / Л. Павлюк // Медіакритика. – 2010. – 11.01. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/reklama-propahanda/politychna-reklama-u-prezydentskiy-kampaniyi-2009-viy-na-usikh-proty-usikh-i-yiyi-kreatyvni-banalnosti.html>
60. Пахарев А. Світа робить короля / А. Пахарев // Політичний менеджмент. – 2005. – № 6 (15). – С. 23–31.
61. Петренко В. В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу : автореф. дис... канд. політ. наук / Петренко Вікторія Василівна ; Київський національний університет ім. Т. Шевченка. – Київ, 2003. – 17 с.
62. Підлуська І. Політична комунікація: український досвід [Електронний ресурс] / І.

Підлуська // Медіа-навігатор. – 2012. – № 2. – Режим доступу:
http://www.ucipr.kiev.ua/publications/politichna-komunikatciia-ukraiinskii-dosvid/view_print

63. Побочий І. А. Витоки та сучасний стан української політичної еліти та її роль в політичній боротьбі / І. А. Побочий // Інтелігенція і влада : громадсько-політичний наук. зб. – Вип. 7. Серія: Політологія. – Одеса : Астропринт, 2006. – С. 107–113.

64. Побочий І. А. Комунікативна складова політичного дискурсу між владою та опозицією / І. А. Побочий // Нова парадигма. – 2007. – Вип. 63. – С. 136–147.

65. Побочий І. А. Політична боротьба як форма взаємовідносин соціальних сил в умовах утвердження державності сучасної України : автореф. дис... д-ра політ. наук : 23.00.02 / Побочий Іван Андрійович ; НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. – Київ, 2008. – 32 с.

66. Побочий І. А. Політичний популізм і його місце в сучасному протистоянні політичних сил в Україні [Електронний ресурс] / І. А. Побочий // Мультиверсум: Філософський альманах: [зб. наук. праць] / Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. – 2008. – Вип. 70. – С. 42–51. – Режим доступу:
www.filosof.com.ua/Jornel/M_70/Pobochyj.pdf. –

67. Політологічний енциклопедичний словник / упор. В. П. Горбатенко ; за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. – Київ : Генеза, 2004. – 736 с.

68. Політологія. Кн. перша: Політика і суспільство. Кн. друга: Держава і політика : підр. для вузів / А. Колодій, Л. Климанська, Я. Космина, В. Харченко ; за наук. ред. Антоніни Колодій. – 2-е вид., пер. і доп. – Київ : Ельга ; Ніка-Центр, 2003. – 664 с.

69. Популізм в українській політиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.radiosvoboda.org/content/article/2126311.html>

70. Популізм як форма політичної практики [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.yekhanurov.info/ua/politinfo/id441>

71. Пугач В. Г. Популізм як стратегія виборчої кампанії / В. Г. Пугач. // Політологічний вісник : [зб. наук. праць] / Політологічний центр при Київському нац.

ун-ті ім. Т. Шевченка ; [редкол. В. П. Андрущенко [та ін.]]. – Київ : Вадекс, 2013. – Вип. 69. – С. 418–426.

72. Радь Т. Генезис феномену популізму: екскурс в історію проблеми / Тарас Радь // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія. Соціологія. Філософія. – 2010. – Вип. 14. – С. 44–48.

73. Радь Т. Популізм як продукт політичної комунікації / Т. Радь // Вісник Львівського університету. Серія: Філософські науки. – 2012. – Вип. 15. – С. 287–296.

74. Розумний М. Український персоналізм як фактор політичної культури / М. Розумний // Політичний менеджмент. – 2005. – № 3 – С. 97–103.

75. Романюк А. С. Порівняльний аналіз політичних інститутів країн Західної Європи / А. С. Романюк. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2007. – 286 с.

76. Ромашко О. О. Політична комунікація як фактор соціокультурної реінтеграції сучасного українського суспільства : дис... канд. політ. наук : 23.00.02 / Ромашко Олексій Олександрович ; Одеський національний ун-т ім. І. І. Мечникова, Інститут соціальних наук. – Одеса, 2006. – 207 с.

77. Сен А. Демократія як універсальна цінність / Амартья Сен // Демократія : антологія. – Київ : Смолоскип, 2005. – С. 120–132.

78. Слободянюк Е. Вибірчі технології для «чайників» і не тільки / Е. Слободянюк // Нова політика. – 2000. – № 2. – С. 44–46.

79. Співак В. М. Політико-правовий та соціокультурний виміри глобалізації : автореферат дис. ... докт. політ. наук : 23.00.02 / Співак Віктор Миколайович ; НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. – Київ, 2011. – 34 с.

80. Стельмашов А. Гріхи маніпуляції-12. Популізм [Електронний ресурс] // Politiko. – Режим доступу: <http://politiko.ua/blogpost47974>.

81. Стоцький В. В. Комунікативні технології у політичному дискурсі ЗМІ в Україні : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Стоцький Володимир Володимирович ; Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського. – Одеса, 2010. – 16 с.

82. Сугестивні технології маніпулятивного впливу / В. М. Петрик [та ін.] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – 2-ге вид. – Київ : ВІПОЛ, 2011. – 248 с.

83. Телешун С. О. Український популізм і виборчі реалії [Електронний ресурс] / С. О. Телешун – Режим доступу: <http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2009/12/blog-post.html>.
84. Тимонькін Б. Основний ризик для економіки – це популізм / Б. Тимонькін // Дзеркало тижня. – 2007. – № 14 (643), 14–20 квітня. – С. 5–6.
85. Український соціум. Монографія НІСД / Власюк О. С., Крисаченко В. С., Степико М. Т., Микитенко В. В. та ін./ За ред. Крисаченка В. С. – Київ : Знання України, 2005. – 792 с.
86. Фесенко В. Ющенко хоче використати обговорення своєї Конституції, як банальну передвиборчу технологію [Електронний ресурс] / В. Фесенко. – Режим доступу: <http://zik.com.ua/ua/news/2009/08/25/193596>.
87. Філософія політики : короткий енциклопедичний словник / авт.-упоряд. В. П. Андрущенко та ін. – Київ : Знання, 2002. – 670 с.
88. Хабермас Ю. Комунікативна дія та дискурс / Ю. Хабермас // Першоджерела комунікативної філософії. – Київ : Либідь, 1996. – С. 84–91.
89. Хлівнюк Т. П. Вплив засобів масової інформації на політичний простір сучасної України : дис... канд. політ. наук : 23.00.02 / Хлівнюк Тетяна Петрівна ; Південноукраїнський держ. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського. – Одеса, 2008. – 192 с.
90. Чальцева О. Маніпулятивні технології в президентських кампаніях 2004 та 2010 рр. в Україні / О. Чальцева, К. Павлова // Історичні і політологічні дослідження. – 2012. – № 2. – С. 328–336.
91. Чумак В. Що засвідчили президентські вибори? [Електронний ресурс] / Віктор Чумак // Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД): Коментарі аналітиків. – Режим доступу : <http://www.icps.com.ua/comment/5548.html>
92. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – Москва, 1980. – 258 с.
93. Шиманова О. В. Політична комунікація в системі міжпартійних та внутрішньопартійних відносин в Україні : автореф. дис... канд. політ. наук : 23.00.02 / Шиманова Ольга Володимирівна ; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2009. – 18 с.
94. Щенников В. П. Популизм как общественный феномен / В. П. Щенников [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

raider6.narod.ru/lib/mm/mezhdunarodnyj_den_filosofii_jyne/schennikov_v.p._populizm_kak_obsc.html

95. Ющенко: це, вибачте, вонючий популізм 17-х років. – [Електронний ресурс] // Інформаційне агентство УНІАН. – Режим доступу: <http://unian.net/ukr/news/news-304589.html>.

96. Явір В. А. Суспільно-політичний вимір та правові механізми протидії ксенофобії в Україні : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.05 / Явір Віра Анатоліївна; НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. – Київ, 2008. – 20 с.

97. Яковлев Д. В. Роль засобів масової інформації в конструюванні політичної реальності : автореф. дис... канд. політ. наук : 23.00.02 / Д. В. Яковлев ; Одес. нац. юрид. акад. – Одеса, 2003. – 16 с.

98. Яковлев О. Маніпулювання в системі політичної комунікації України: стратегічний аспект / О. Яковлев // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – Київ : Укр. центр політ. менеджменту, 2010. – Вип. 21. – С. 74–80.

99. Яковлева Н. І. Пропаганда як складова політичної комунікації : автореф. дис... канд. політ. наук : 23.00.02 / Н. І. Яковлева ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – Київ, 2010. – 18 с.

100. Ярош О. Політичний популізм: теорія і практика передвиборного «флірту» / О. Ярош // Контекст. – 2002. – № 2. – С. 21–25.