

<https://www.dissercat.com/content/sovremennaya-gosudarstvennaya-propaganda-teoreticheskie-i-prikladnye-aspekty>.

2. Говорухина К.А. Политическая пропаганда в тоталитарном обществе [Электронный ресурс] // Автореф. канд. полит наук: 23.00.02. Краснодар, 2002. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/politicheskaya-propaganda-v-totalitarnom-obschestve>.
3. Кастельс М. Власть коммуникации [Текст]: учеб.пособие / М.Кастельс; пер.сангл. Н.М. Тылевич; под. науч.ред. А.И. Черных; Нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд.дом Высшей школы экономики, 2016. – 564, [4] с.
4. Левашов В.И., Староверов В.И. Манипулирование общественным мнением: социологические аспекты анализа / В.И. Левашов, В.И. Староверов // Социология власти. – 2009. – № 4. – С. 28-42.

Ключові слова: інформаційно-психологічна війна, пропаганда, маніпуляція, вплив, фабрикація, дезінформація.

Ключевые слова: информационно-психологическая война, пропаганда, манипуляция, влияние, фабрикация, дезинформация.

Key words: information and psychological warfare, propaganda, manipulation, influence, fabrication, disinformation.

ВОРОБИЙОВ ВІТАЛІЙ АНАТОЛІЙОВИЧ

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
аспірант кафедри політичних теорій*

КОМУНІКАТИВНЕ КОНСТРУЮВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ПРЕДСТАВНИЦТВА

Політичне представництво, як ідея та феномен суспільного життя демократичних країн, активно розвивається. Сучасна демократія у глобальному масштабі функціонує переважно у формі саме представницької демократії. Ідея повного, адекватного представництва соціальних груп та спільнот у публічному управлінні та політиці, захист їх інтересів на державному рівні є привабливою і для пострадянських країн. В останні десятиліття представницьку демократію неможливо уявити безрозгалуженою мережі горизонтальних та вертикальних комунікацій. Цей тренд є спільною рисою демократичних змін у усьому світі.

Для успіху представницької демократії необхідно, аби громадяни були демократично орієнтованими: вони мають вірити у демократію. Але саме із цим виникають певні проблеми у экс-комуністичних країнах, які здійснюють демократичний транзит. Комунікативне конструювання політичного представництва має сприяти формуванню правдивих уявлень про демократію, створенню атмосфери прийняття демократичних цінностей. Завданням політичної комунікації між владою та громадянами стає розробка раціональної аргументації щодо переваг демократичного представництва. Якщо громадяни не знахо-

дять підтвердження того, що представницька демократія працює в їх інтересах, то знижується рівень їх політичної участі, а рівень політичного відчуження, навпаки – зростає. У цьому питанні роль політичної комунікації є визначальною. Слід враховувати, що «У сучасних пізнавальних умовах переосмислюється і зазнає критики віра у всевладдя людського розуму, занепад «духу Просвіти», що у свій час забезпечив теоретичне обґрунтування пріоритету економічної цілєраціональності. Якщо концепція модерну виходила з домінування цілєраціональності (інструментальний розум), то тепер суспільство повинно вирішувати проблеми, породжені самою модернізацією, традиційні джерела солідарності мають бути замінені рефлексивним конструюванням соціальних зв'язків і нормативних угод» [8] .

Напряму ці виклики стосуються і системи представницької демократії ЄС, яка формується за трьома різними напрямками: через Європейський Парламент; опосередковано через їхні уряди в Раді; і шляхом внутрішніх виборів, на яких останні демократично підзвітні національним парламентам або громадянам. Адже, виявляються протиріччя між такими типами політичного представництва, як солідаризм, сингулярність та громадянськість (civcity). Для відтворення ефективної моделі європейської представницької демократії Р.Беллами та Д.Кастильоне пропонують посилити третій напрямок, відповідно до якого представницька демократія напряму пов'язується із активністю громадянського суспільства [2].

Політична комунікація, сприяючи конструюванню політичного представництва, дозволяє вирішити ще одну важливу проблему сучасності -подолання відчуження. Це завдання є вкрай актуальним для поставторитарних країн. Країни консолідованої демократії рухаються від «репрезентативної демократії до повного забезпечення демократичного представництва» [4].

Натомість, для України головним усе ще залишається подолання відчуження (економічного, політичного, комунікативного) громадян від влади. Існує прямий зв'язок між представництвом інтересів, політичною участю та демократією [6]

Політичне представництво є осердям демократії. Його відсутність спричинила політичне відчуження номенклатури (верхівки радянського режиму) від громадян і екс-комуністичні країни мають про це пам'ятати. Власною чергою, відчуження створює інші загрози. Одна із них – індоктринація у системі освіти, яка спричиняє проблеми ідентичності, колективної пам'яті та режимів істини [3].

Саме тому, на перший план виходить комунікативне конструювання демократичного представництва [7].

Цей процес має дві складові. По-перше, комунікативне конструювання політичного представництва сприяє публічній репрезентації інтересів груп, які використовують комунікативні можливості задля того, аби бути почутими. По-друге, підвищується загроза маніпуляцій громадською думкою у процесі комунікативного конструювання політичного представництва. Влада номінації та відбору інтересів, які слід представити публічно створює спокусу для медіакратії щодо підміни

реальних інтересів штучними. На іншому витку технологічної революції повторюється радянська ситуація: розрив між деклараціями захисту інтересів робітничого класу (пролетаріату) та реальністю, прірва між передовицями радянських газет та представництвом інтересів громадян. Можливо, зарано говорити «Goodbye Lenin!», доки не подоланий негативний ефект радянського панування як у діях уряду так і виборі громадян? [1]. Відчуження з часом призводить до делегітимації влади, а вихід також слід шукати у комунікативному вимірі. Пошук оптимальної моделі легітимності потребує урахування інституційних, організаційних та комунікативних засад публічної влади [9]. Саме відчуження було однією із головних причин краху СРСР: досліджуючи зв'язок між представництвом та політикою, відчуженням та економікою Пол К. Робертс передбачив занепад радянської держави [5].

Подолання політичного відчуження можливе за допомогою створення системи представницької демократії, яка забезпечує представництво груп та спільнот. Ефективне використання політичної комунікації може сприяти подоланню відчуження громадян від влади – однієї із головних проблем сучасної представницької демократії. І навпаки, недостатньо розвинена політична комунікація посилює відчуження, делегітимізує представників влади в очах громадян.

Список використаної літератури:

1. Alesina, Alberto and Fuchs-Schündeln, Nicola (2007). Goodbye Lenin (or Not?): The Effect of Communism on People's Preferences. *American Economic Review*, 97 (4): p. 1507-1528. DOI: 10.1257/aer.97.4.1507
2. Bellamy, Richard & Castiglione, Dario (2013) Three models of democracy, political community and representation in the EU, *Journal of European Public Policy*, 20:2, 206-223, DOI: 10.1080/13501763.2013.746118
3. Kroytor, A. V., Yakovlev, D. V., Aleksentseva-Timchenko, K. (2019). 'Apostles' of indoctrination: ideological peculiarities of representation of religious choice of Ukraine in the system of secondary education (based on analysis of expert interviews). *Ideology and Politics* (2), p. 127-146.
4. Matla, Maija (2017) From Representative Democracy to Democratic Representation: Lessons from the Talvivaara Controversy. *Acta Universitatis Tamperensis* 2329. Tampere: Tampere University Press. <http://tampub.uta.fi/handle/10024/102309>
5. Roberts, Paul Craig (1990) *Alienation and the Soviet Economy: The Collapse of the Socialist Era* / University of New Mexico Press. – 1971, Holmes & Meier. – 1990.
6. Urbinati, Nadia (2006). *Representative Democracy. Principles and Genealogy*. Chicago: Chicago University Press, 2006.
7. Wodak, R. (2008). *Politics as usual: the discursive construction and representation of politics in action*. Basingstoke: Palgrave Macmillan .
8. Яковлев Д. Підхід раціонального вибору в дослідженні міжнародних відносин / Д. Яковлев [Електронний ресурс]. – Наукові праці ЧДУ. – Серія «Політологія». – 2014. – № 216. – Режим доступу : <http://politics.chdu.edu.ua/article/view/27684/24799>

9. Яковлева Л. Від соціального порядку до публічної влади: організаційні інституційні та комунікативні засади легітимності / Politicus. –2019. – № 4. – С. 10-16.

Ключові слова: політичне представництво, політична комунікація, конструювання політичного представництва, репрезентативна демократія, політичне відчуження, легітимність влади.

Ключевые слова: политическое представительство, политическая коммуникация, конструирование политического представительства, репрезентативная демократия, политическое отчуждение, легитимность власти.

Key words: political representation, political communication, construction of political representation, representative democracy, political alienation, legitimacy of power.

КРОПІВКО ВІКТОРІЯ ВІТАЛІЙНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
аспірантка кафедри політичних теорій*

ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА: РОЛЬ У ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Визначення ролі політичної реклами та інших комунікативних технологій (пропаганди, «резонансних» технологій та зв'язків із громадськістю) у публічних комунікаціях сучасної епохи є актуальним практичним завданням. Впливу негативної та позитивної політичної реклами присвячено міждисциплінарні дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених. У класичній праці Дж. М. Гаррамонне, Чарльза К. Аткіна, Брюса Е. Пінклтона та Річарда Т. Коула «Вплив негативної політичної реклами на політичний процес» (вийшла друком у 1990 році) було визначено вплив політичної реклами на поляризацію громадської думки, рівень та форми участі громадян у виборах, електоральний результат тощо [6]. У роботі Ш. Меррітт «Негативна політична реклама: деякі емпіричні висновки» обґрунтовується, що антиреклама спричиняє зниження рейтинга обох кандидатів: як замовника так і об'єкта негативної реклами [7]. «М'який» вплив політичної реклами на електоральний процес досліджують Ч. Аткін та Г. Хелд [5]. Вони визначають, що під впливом політичної реклами можуть змінюватись пріоритети виборчих кампаній. Тобто, політична реклама впливає на вибір опосередковано, через формування порядку денного.

Ефективність політичної реклами у публічних комунікаціях залежить не лише від її змісту. Важливим є джерело розповсюдження: чим вище довіра до джерела інформації, тим більше її ефективність [8].

У статті А. Акайомової «Політична реклама як процес комунікації» визначено сутність та роль політичної реклами з точки зору політичної психології. Авторка зазначає: «Політична реклама – це реклама політичних партій (об'єднань), органів державної влади, державних і громадських організацій, а також тих громадян, які беруть участь у політичній діяльності, їхніх дій, ідей, програм і ставлення до будь-яких